

A1 Kommunikationskonzept KV Leipzig

Antragsteller*in: Florian Kiel

1 Struktur des KV Leipzig

2 Vorstand

3 Es gibt einen neuen achtköpfigen Vorstand. Eine Aufteilung nach Ressorts oder
4 Themen ist noch nicht erkennbar.

5 AG-Struktur

6 Es gibt ca. 10 AGs mit geschätzten 40 regelmäßig teilnehmenden Mitgliedern. Die
7 AGs haben unterschiedlich viele Teilnehmer und keinen einheitlichen Rhythmus und
8 keine einheitlichen Abläufe in der Gruppenarbeit.

9 Mitglieder

10 Es gibt ca. 400 Mitglieder im KV-Leipzig. Im Süden Leipzigs ist die
11 Anhängerschaft ausgeprägt. Im Norden gibt es kaum Mitglieder. Der Stammtisch als
12 einfachste Form der Mitwirkung funktioniert nur im Süden.

13 Kommunikationskonzept

14 Ziele

- 15 • Einbindung von mehr Mitgliedern in die Parteiarbeit
- 16 • Regelmäßige Ansprache von Mitgliedern im KV Leipzig
- 17 • Etablierung von einfacheren Formen der Mitwirkung für Mitglieder über
18 Social-Media
- 19 • Verbesserung der Außendarstellung des KV-Leipzig vorwiegend online, aber
20 nicht ausschließlich
- 21 • Verabschiedung von Kommunikationsregeln (Input/Output) zwischen den
22 Mitgliedern

23 Zeitplan

- 24 • Konzeptvereinbarung (Ziele) und inhaltliche Vorarbeit der Online-Gruppe in
25 Abstimmung mit Matthias Jobke bis Mitte Februar
- 26 • Abstimmung des Konzeptes mit dem Vorstand bis Anfang März
- 27 • Einbindung der Fraktion und der Bundestagsabgeordneten
- 28 • Beginn der Umsetzung ab Ende März
- 29 • Spätere Vorstellung des Konzeptes auf einer Mitgliederversammlung

30 Umfang/Kanäle

- 31 • Twitter (Journalisten, Mitglieder, interessierte Öffentlichkeit)
- 32 • Facebook Gruppe (Grüne Mitglieder)
- 33 • Website (Journalisten, Mitglieder, interessierte Öffentlichkeit)
- 34 • Websiteblog (Mitglieder, interessierte Öffentlichkeit)
- 35 • Kein Youtube Kanal - Videos können auf die Website - Ausbau der
- 36 Inhaltesektion

37 Strategie

- 38 • Grundlegende Verbesserung der Einbindung von grünen Sympathisanten
- 39 (Vorstand, AG-Leiter, Mitglieder, Neumitglieder, interessierte
- 40 Öffentlichkeit) in die Parteiarbeit des KV-Leipzig.
- 41 • Abkehr von einer reinen Pressearbeit über Mitteilungen und Anträge hin zu
- 42 einer dynamischen, offenen Diskussionskultur.
- 43 • Festlegung von Kommunikationsregeln für die Erstellung, Bearbeitung und
- 44 Freigabe von Inhalten.
- 45 • Einführung des Konzeptes durch den KV-Vorstand und die Fraktion.
- 46 Dauerhaftes Management durch eines separaten Kommunikationsbeauftragten
- 47 oder durch die Geschäftsstelle für Kommentare und die Anregung von
- 48 Diskussionen auf erstellten Inhalt.
- 49 • Keine gläserene Demokratie - Piraten - sondern aktive Parteiarbeit mit
- 50 modernen Kommunikationsmethoden.

51 Maßnahmen

- 52 • Themen- und Contentaufteilung im Vorstand - wöchentliche Contenterstellung
- 53 inklusive Bildmaterial im Umfang von A5.
- 54 • Contentübernahme von umstrittenen Positionen und Inhalten aus den
- 55 Fraktionssitzungen in den Kreisverband.
- 56 • Generierung von Content aus den Stadtvierteln: Etablierung von
- 57 Stadtviertelgruppen im Wurzelwerk - Diskussionsleitung durch
- 58 Stadtbezirksbeiräte. Themenentwicklung Stadtviertelbezogen bzw.

- 59 Stellungnahme zu Themen aus der Fraktion oder dem KV über Facebook und
60 Twitter.
- 61 • Contenterstellung aus den Protokollen der AGs. Diskussionstand und
62 aktuelle Meinungen.
 - 63 • Geschäftsstelle/Kommunikationsbeauftragte: Auswahl von Inhalten von den
64 Landesgrünen bzw. von den Bündnisgrünen und Übersetzung in die Leipziger
65 Politiklandschaft.
 - 66 • Geschäftsstelle/Kommunikationsbeauftragte: Monitoring von anderen Parteien
67 und Stakeholdern in der Stadt - Kommentierung und Einordnung mit Blick auf
68 grünes Parteiprogramm.
 - 69 • Geschäftsstelle/Kommunikationsbeauftragte: Einbindung von städtischen
70 Partnern (BUND, Ökolöwe, Feministische Bibliothek etc.) und
71 Berichterstattung über deren Veranstaltungen und Programme.
 - 72 • Aufbau einer Bildersammlung - Bereitstellung von Privatfotos von grünen
73 Mitgliedern von Ausflügen, Parteiveranstaltungen etc.
 - 74 • Regelmäßige Ansprache der Mitglieder in Reaktion zu Contentpostings
 - 75 • Einbindung der Mitglieder in die Antragsarbeit - Abstimmung über einzelne
76 Passagen, die auch in einer AG kontrovers diskutiert wurden.
 - 77 • Transport von Themen aus den Stadtvierteln in die Fraktion und in den KV
 - 78 • Diskussion und Moderation von Postings durch die
79 Geschäftsstelle/Kommunikationsbeauftragten.
 - 80 • Abstimmungsergebnisse der Grünen Mitglieder zu Entschlüssen im
81 Stadtrat.

Begründung

Ein ausformuliertes Kommunikationskonzept ist eine Grundlage für eine gute strukturierte KV-Mitgliederarbeit und ist eine Voraussetzung dafür, einen größeren Kreis der Mitglieder in den Wahlkampf einzubinden.