



Action Plan

Ein Action Plan hilft euch ein Vorhaben zielgerichtet umzusetzen. Dafür werden die notwendigen Schritte aufgelistet, zeitlich geordnet und Verantwortlichkeiten zugeordnet

DOS	DON'TS
<ol style="list-style-type: none">1. Ziel konkret und realistisch formulieren2. Vom Ende her denken! Deadlines von hinten nach vorne planen.3. Benennt einen "Whip". Sie oder er haben die Aufgabe, die anderen Verantwortlichen an ihre Aufgaben zu erinnern.	<ol style="list-style-type: none">1. Nie mehrere Verantwortliche festlegen2. Deadline nicht zu knapp bemessen3. Handlungsschritte nicht zu groß oder zu klein machen

SCHRITTE

1. Ziel festlegen
2. Handlungsschritte sammeln
3. Handlungsschritte zeitlich sortieren
4. Deadlines für die Handlungsschritte festlegen
5. Verantwortliche definieren

(Beispiel)

Action Plan

ZIEL:

Antrag zum Ausbau der U5 nach Moabit vom Landesparteitag beschließen lassen

WHIP:

Max Mustermann

ZEITPLAN:

Handlungsschritt	Verantwortliche	Von	Bis
Potentielle Ortsvereine mit ähnlichem Ziel identifizieren	Max	14.02	15.03
Gemeinsam mit Unterstützer-OV Antrag schreiben	Sonja	15.03	10.04
Antrag bei der KV einreichen	Max	20.04	25.04
Potentielle Unterstützer auf der KV und LPT identifizieren und ansprechen	Antonio	10.04	30.06
Potentielle Gegenargumente recherchieren und aufschreiben	Sonja	10.04	30.06
Social Media Kampagne vor dem LPT umsetzen	Aishe	01.06	30.06
Medien ansprechen	Max	01.06	30.06



Offener Brief

Mit einem offenen Brief kannst du zu einem wichtigen aktuellen Thema öffentlichkeitswirksam Stellung beziehen. Ein offener Brief kann alleine stehen, oder in Verbindung mit einer Petition veröffentlicht werden. Er kann an den/die Empfänger*in zugestellt werden, wird v.a. aber (z.B. mit einer Pressemitteilung, über Social Media etc.) veröffentlicht. Ein offener Brief beinhaltet idealerweise eine klare, deutliche und einfache Message, idealerweise einen direkten Appell.

DOS	DON'TS
<ol style="list-style-type: none">1. Adressaten direkt ansprechen, aber mitlesende Öffentlichkeit mitdenken2. Darf emotional sein und eine subjektive, streitbare Meinung wiedergeben - aber mit guten Argumenten3. Klaren Appell formulieren	<ol style="list-style-type: none">1. Beleidigen oder Diskriminieren2. einen Leserbrief schreiben - es geht nicht darum, einfach nur eine weitere Meinung zum Thema kundzutun, sondern sich laut und klar zu positionieren und ggf. Forderungen zu stellen3. ausschweifend formulieren

SCHRITTE

1. Thema und Adressaten definieren
2. Offenen Brief formulieren
3. Besonderes Augenmerk auf Methoden um Aufmerksamkeit zu generieren
4. (Emotionen wecken, streitbare Thesen, hohe Relevanz/Aktualität des Themas)
Gegebenenfalls Unterstützer/Mitunterzeichner gewinnen
5. Offenen Brief unterzeichnen (lassen) versenden und veröffentlichen

(Beispiel)

Offener Brief von 26 Verbänden an die Bundesregierung: Streichung von §219a

Berlin, 11.10.2018

Wir bekräftigen: § 219a endlich abschaffen – Freien Zugang zu Informationen über legale Schwangerschaftsabbrüche sicherstellen

Sehr geehrte Frau Bundeskanzlerin,
sehr geehrte Frau Bundesministerin Dr. Barley,
sehr geehrter Herr Bundesminister Spahn,
sehr geehrte Frau Bundesministerin Dr. Giffey,
sehr geehrter Herr Brinkhaus,
sehr geehrte Frau Nahles,

anlässlich des morgigen Berufungsverfahrens im Fall Kristina Hänel am Gießener Landgericht fordern wir, die unterzeichnenden Organisationen, Sie erneut auf, Frauen endlich legalen und uneingeschränkten Zugang zu umfassenden und sachlichen Informationen über Schwangerschaftsabbrüche zu gewähren und § 219a StGB aufzuheben. Die Anzeigen gegen Ärztinnen und Ärzte, die Schwangerschaftsabbrüche durchführen und darüber auch öffentlich informieren, haben seit dem erstem Urteil gegen Kristina Hänel am 24.11.2017 deutlich zugenommen. Dies führt u.a. dazu, dass sich einige Ärztinnen und Ärzte nicht mehr trauen, Abbrüche vorzunehmen. Dies schränkt das Informationsrecht von Betroffenen, die Möglichkeit der freien Wahl einer Ärztin oder eines Arztes sowie das Recht auf Selbstbestimmung gravierend ein.

[...]Frauen haben ein Recht auf reproduktive Selbstbestimmung. Dazu gehört neben dem Informationsrecht auch das Recht auf freie Wahl einer Ärztin bzw. eines Arztes. § 219a StGB schränkt diese Rechte wesentlich ein: Er stellt nicht nur „Werbung“ für Schwangerschaftsabbrüche unter Strafe. § 219a StGB erschwert Schwangeren den freien Zugang zu sachlichen Informationen über die konkreten Möglichkeiten eines Abbruchs. Ärztinnen und Ärzte stoßen auf eine widersprüchliche Rechtslage. Sie dürfen zwar unter bestimmten Voraussetzungen Schwangerschaftsabbrüche straffrei vornehmen, sind aber nicht berechtigt, öffentlich darüber zu informieren.

Berufswidrige Werbung – das heißt anpreisende, irreführende oder vergleichende Werbung – ist ohnehin im Berufsrecht der Ärztinnen und Ärzte verboten.

Wir, die unterzeichnenden Organisationen, fordern, dass Ärztinnen und Ärzte ohne Risiko vor Strafverfolgung darüber informieren dürfen, wie, wo und durch wen straflose Schwangerschaftsabbrüche durchgeführt werden. Frauen benötigen einen niedrigschwelligen Zugang zu sachlichen Informationen über medizinische Möglichkeiten und Implikationen eines Schwangerschaftsabbruchs sowie über Ärztinnen und Ärzte in erreichbarer Nähe, die ihn ausführen. Diese sachlichen Informationen sind keine „Werbung“ und sie dürfen nicht als solche interpretiert werden. Frauen muss ermöglicht werden, sich über Schwangerschaftsabbrüche und über Ärztinnen und Ärzte, die sie durchführen, zu informieren.

Wir fordern Sie auf: Garantieren Sie umfassende Informationsfreiheit über Schwangerschaftsabbrüche und heben Sie den § 219a StGB auf! Schaffen Sie Rechtssicherheit für Ärztinnen und Ärzte! Schützen Sie das Recht auf Selbstbestimmung von Frauen!



Policy-Vorschlag / Politikvorhaben

Ein großer Hebel für die Politik Einfluss auf unsere Gesellschaft zu nehmen ist durch die Umsetzung von Policies/Politikvorhaben. Der gesetzliche Mindestlohn, die Bebauung vom Tempelhofer Feld oder der Ausbau der Berliner U-Bahn sind Beispiele für Policy Vorschläge, die in Parteien und in der Öffentlichkeit diskutiert und teilweise umgesetzt wurden. Ziel eines Policy-Vorschlags ist nicht, einen Gesetzestext in seiner Fachsprache und Detaillierung zu formulieren. Viel eher geht es darum, eine Vorlage für einen Antrag, eine interne Diskussion oder Gespräche mit Experten vorzubereiten.

DOS	DON'TS
<ol style="list-style-type: none">1. Motivation artikulieren: Warum soll etwas anders oder neu gemacht werden?2. Konkret sein – was soll genau umgesetzt werden?3. Klar und einfach formulieren: Klare und einfache Sprache helfen, komplexe Thema zu vermitteln	<ol style="list-style-type: none">1. Vergessen zu prüfen, ob Idee schon umgesetzt wurde2. Mehrere unabhängige Ideen ohne roten Faden aufzulisten3. Bundes-, Landes- und Kommunalpolitik vermischen

SCHRITTE

1. Problem / Herausforderungen definieren
2. Zielgruppe identifizieren: Wer ist von dieser Herausforderung beeinträchtigt?
3. Lösungsansätze aufschreiben und Favorit(en) auswählen
4. Favorit recherchieren: Haben andere Kommunen oder Länder Erfahrungen damit gemacht? Was war die Erfahrung?
5. Favorisierte Lösung konkretisieren
6. Policy Vorschlag einfach und klar Formulieren

(Beispiele)

Policy Forderungen der Fridays for Future Bewegung

Die Klimakrise stellt für die Stabilität der Ökosysteme unseres Planeten und für Millionen von Menschen eine existenzielle Bedrohung dar. Eine ungebremste Erderwärmung ist eine enorme Gefahr für Frieden und Wohlstand weltweit.

Seit Beginn der Industrialisierung hat sich die Erde laut IPCC bereits um circa ein Grad Celsius erwärmt. Es bleibt daher wenig Zeit, den Klimawandel aufzuhalten und so zu verhindern, dass die Kipppunkte im Klimasystem überschritten werden. Tun wir das nicht, werden die verursachten Schäden weit höhere Kosten mit sich bringen als alle Investitionen in konkrete Maßnahmen zur Vermeidung der Klimakatastrophe.

Fridays For Future fordert die Einhaltung der Ziele des Pariser Abkommens und des 1,5°C-Ziels. Explizit fordern wir für Deutschland:

- Nettonull **2035** erreichen
- Kohleausstieg bis **2030**
- **100%** erneuerbare Energieversorgung bis **2035**

Entscheidend für die Einhaltung des 1,5°C-Ziels ist, die Treibhausgasemissionen so schnell wie möglich stark zu reduzieren. Deshalb fordern wir bis Ende 2019:

- Das Ende der Subventionen für fossile Energieträger
- **1/4** der Kohlekraft abschalten
- Eine Steuer auf alle Treibhausgasemissionen. Der Preis für den Ausstoß von Treibhausgasen muss schnell so hoch werden wie die Kosten, die dadurch uns und zukünftigen Generationen entstehen. Laut UBA sind das **180€** pro Tonne CO₂

Forderung der Neuköllner SPD: Verlängerung der U7 zum BER

„Ein Hauptstadtflughafen braucht auch eine Hauptstادتanbindung. Neukölln wird nach der Eröffnung des BER das neue Eingangstor zu Berlin sein. Wir wollen unsere Gäste aus aller Welt gut empfangen und so einfach wie möglich in die Stadt bringen. Dafür brauchen wir eine Verlängerung der U7 von Rudow nach Schönefeld. Berlin baut eine U-Bahn zum Hauptbahnhof, warum nicht auch zum Hauptstadtflughafen?“

Eine Verlängerung der U-Bahnlinie 7, um den Flughafen BER metropolengerecht erschließen zu können, bleibt für uns eine Option, die wir dem Busverkehr auf der Straße vorziehen. Im Zuge der Überarbeitung des Verkehrskonzeptes für den Flughafen stellt eine Verlängerung der U7 eine sinnvolle Ergänzung des bestehenden Schienenangebots dar, um dem zu erwartenden Fluggastaufkommen gerecht zu werden. Kurzfristig kann in einem ersten Schritt eine Verlängerung der U-Bahn zum Frauenviertel mit einem Bahnhof U Lieselotte-Berger-Platz ein Wohngebiet mit ca. 1700 Haushalten erschließen und einen Attraktivitätsschub für den Kiez und Umgebung bewirken.

Franziska Giffey, Kreisvorsitzende der Neuköllner SPD



Online-Petition

Eine Petition dient dazu, auf ein Thema aufmerksam zu machen und politisches Handeln einzufordern. Jeder hat das Recht eine Petition einzureichen auf jeder Ebene der politischen Verwaltung. Sie können aber auch an Unternehmen, Organisationen oder Einzelpersonen gerichtet sein.

DOS	DON'TS
<ol style="list-style-type: none">1. Aktueller Bezug - erhöht Aufmerksamkeit für das Thema2. Anliegen und Begründung knapp und allgemein verständlich sowie lösungsorientiert formulieren3. Mit eine Kampagne kombinieren um der Petition Schub zu verleihen	<ol style="list-style-type: none">1. Uneindeutiger oder zu langer Titel2. Einen vielseitigen Roman bzw. eine wissenschaftliche Abhandlung verfassen3. Einem guten Anliegen durch schlechte Recherche den Weg zum Erfolg verbauen

SCHRITTE

1. Anliegen wählen, klar und knackig formulieren
2. Petitionsplattform wählen (z.B. ePetition Bundestag, openPetition)
3. Petition entsprechend der Plattformvorgaben ausformulieren
4. Petition einreichen
5. Aktionsplan - nächste Schritte planen (z.B. Kampagne)

BEKANNTE PETITIONSPLATTFORMEN

- ePetition Bundestag
- Petitionen EU-Parlament
- change.org
- openPetition
- Campact
- Avaaz

(Beispiele)

Petition 85363: Heilberufe - Ablehnung des Gesetzentwurfs zum Terminservice- und Versorgungsgesetz (TSVG) vom 25.10.2018 (auf der Petitionsplattform des dt. Bundestages)

Text der Petition

Der Deutsche Bundestag möge beschließen, den von der Bundesregierung am 26.09.2018 eingebrachten Entwurf zum Gesetz für schnellere Termine und bessere Versorgung (Terminservice- und Versorgungsgesetz - TSVG) abzulehnen und an das zuständige Fachministerium zurück zu verweisen.

Begründung

Im Kabinettsentwurf des TSVG wurde kurzfristig ein Zusatz zum § 92 Abs.6a SGB V eingeführt. Er sieht eine „gestufte Steuerung“ von hilfeschenden psychisch kranken Menschen vor: Ausgesuchte Ärzte und Psychotherapeuten, deren Qualifikation erst noch durch den G-BA definiert werden soll, sollen dann in Voruntersuchungen entscheiden, welchem Hilfs- bzw. Therapieangebot die Betroffenen zugeführt werden.

Eine derartige Selektion, bevor eine Behandlung in Anspruch genommen werden kann, hebt den freien Zugang zum ärztlichen oder Psychologischen Psychotherapeuten aus. Kinder- und Jugendlichenpsychotherapeuten sind im Kabinettsentwurf nicht erwähnt, werden vermutlich aber auch noch in das Gesetzesvorhaben eingeschlossen.

[...]

Anzahl Mitzeichner innerhalb 4-Wochen Frist: 159.780

Titel: Frauentag zum Feiertag (auf Change.org)

Als neuer gesetzlicher Feiertag in Berlin drängt sich aus unserer Sicht ein Datum geradezu auf: der 8. März!

Der 8. März ist der internationale Tag der Frauen. Weltweit steht dieser Tag dafür, den Frauen Respekt und Anerkennung für ihre Aufopferungen und Leistungen zu bekunden. Er steht für das Ziel, eine vollständige Gleichberechtigung der Geschlechter hinzubekommen. Der 8. März ist ein Tag des Dankes – und gleichzeitig ein Tag der Mahnung. Gesellschaftlicher Dank für die großen Verdienste, welche die Frauen alltäglich für das Allgemeinwohl leisten. Und gesellschaftliche Mahnung, dass wir niemals nachlassen dürfen und immer weiter für die Gleichberechtigung der Frauen kämpfen müssen!

100 Jahre nach Einführung des Frauenwahlrechts in Deutschland könnte Berlin ein starkes Zeichen setzen – indem es den 8. März zum Feiertag erklärt. Als erstes Bundesland in Deutschland!

Darüber würden wir uns sehr freuen.

Iris Spranger (Iris Spranger, MdA, stellv. Landesvorsitzende der SPD Berlin) u.a.

Anzahl Unterstützer: 28.813



Social Media Kachel

Eine ansprechende, aktivierende Grafik in einem Sozialen Netzwerk kann große Verbreitung finden. Erfolgreiche Kacheln haben eine einzelne Botschaft, die klar formuliert ist und achten auf die Besonderheiten des Netzwerks.

DOS	DON'TS
<ol style="list-style-type: none">1. Schreibe kurz, klar und verständlich.2. Mache gleich am Anfang klar, worum es geht. Die Aufmerksamkeitsspanne der Leser ist extrem begrenzt3. Fordere zum Mitmachen, Teilen und Liken auf (Call to Action). Stelle auch mal eine Frage, auf die du Antworten als Kommentare haben möchtest.	<ol style="list-style-type: none">1. Vermeide Schachtelsätze.2. Versuche nicht „gezwungen cool“ zu schreiben und verwende keine Floskeln, sondern einfach verständliche Sprache3. Achte darauf, dass der Kachelttext nicht auch noch im Begleittext erscheint (keine Doppelung)

SCHRITTE

1. Entscheide welche Zielgruppe innerhalb des Sozialen Netzwerks Du ansprechen möchtest
2. Überlege welche Handlung Du bei Deiner Zielgruppe auslösen möchtest (Call-to-Action)
3. Überlege welche Art von Bebilderung Deine Botschaft bei Deiner Zielgruppe besonders gut erreicht
4. Erstelle mit einer geeigneten Software (Online oder Offline z. B. via PowerPoint) eine Kachel in korrekter Größe für das entsprechende Netzwerk
5. Zeige Deinen Entwurf anderen und verbessere ihn auf Basis von dem Feedback, das Du erhältst

(Beispiele)

Untersuchungsausschuss zum Tod Oury Jallohs: ja oder nein?

Wer wegschaut, ist auch Täter!



Die Linke:	CDU:	SPD:	Grüne:	AfD:
Ja	Enthaltung	Enthaltung	Enthaltung	Nein

Wählen Sie **Die PARTEI** – sie ist sehr gut!

Die PARTEI Hamburg 

www.die-partei-hamburg.de

**FLUCHTURSACHEN
BEKÄMPFEN.**

**NICHT
FLÜCHTLINGE.**

SEITE 103, KOALITIONSVERTRAG

SPD



Social Media Listicle

Listicles sind Artikel die in Form einer Liste geschrieben werden. Das Prinzip aus der Boulevardpresse wurde im Internet perfektioniert ("7 Gründe warum die Dinosaurier versagt haben"). Auch komplexe Inhalte können so in leicht lesbarer Form aufbereitet werden ("snackable content").

DOS	DON'TS
<ol style="list-style-type: none">1. Wähle eine interessante, einzigartige Perspektive um das Thema zu beleuchten2. Die Unter-Überschriften sollten interessant sein, aber beim ersten Blick nicht zu viel verraten3. Nutze weiteres Material (GIFs, Fotos, Links), um Deine Punkte zu unterstreichen	<ol style="list-style-type: none">1. Vermeide am Anfang zu lange an einem Punkt zu feilen2. Arbeite ohne eine Zusammenfassung am Ende oder einen letzten Punkt, der die bisherigen Überschriften abrundet3. Nutze einen spannenden Titel, vermeide aber reißerische Aussagen und Clickbaits.

SCHRITTE

1. Entscheide welche Zielgruppe Du ansprechen möchtest
2. Überlege welche Handlung Du bei Deiner Zielgruppe auslösen möchtest (Call-to-Action)
3. Wähle einen Stil des Listicles (Persönlicher Essay Listicle, Ratgeber Listicle, Editorial)
4. Erstelle mit einer Textverarbeitung einen ersten Entwurf: 220 bis 300 Wörter Einführung, 7+ Unterüberschriften, jeweils 1-2 Absätze, ggf. GIFs.
5. Zeige Deinen Entwurf anderen und verbessere ihn auf Basis von dem Feedback, das Du erhältst. Veröffentliche den Listicle im Abschluss (z. B. auf medium.com) und verweise auf Twitter oder Facebook darauf.

(Beispiele)



Fünf Thesen zur US-Wahl: Was sich nach den Midterms ändern wird

Analyse

Wir haben mit drei Wahlexpert/innen gesprochen – Dr. David Barker von der American University, Dr. Danny Hayes von der George Washington University und Dr. Candice Nelson von der American University – und sie gefragt, was wir ihrer Ansicht nach im November zu erwarten haben.

6. November 2018

von [Sonam Kotadia](#)

1. Die Demokraten werden das Repräsentantenhaus gewinnen

Laut Barker und Nelson ist zu erwarten, dass die Demokraten eine Mehrheit im Repräsentantenhaus gewinnen. Barker merkt an: „In den vergangenen hundert Jahren hat die Partei des amtierenden Präsidenten in den Zwischenwahlen nach dessen Amtsantritt immer durchschnittlich 30 bis 40 Sitze im Repräsentantenhaus verloren.“ Da die Demokraten nur 25 Sitze brauchen, um die Mehrheitsverhältnisse umzukehren, ist es wahrscheinlich, dass ihnen das gelingt. Alle drei Experten waren sich jedoch nicht sicher, ob die Demokraten auch die Kontrolle über den Senat übernehmen könnten.

2. Der politische Widerstand wird die Muskeln spielen lassen

Der Sieg Trumps im Jahr 2016 führte zu einer Welle des Engagements auf Seite der Demokraten. Diese Energie wird wahrscheinlich auch an den Wahlurnen zu spüren sein, vor allem bei Gruppen, die normalerweise eher nicht wählen, wie etwa junge Menschen und Hispanics. „Ich glaube, am interessantesten wird, was Republikanische Frauen aus den Vorstädten machen“, sagt Nelson. Denn diese Gruppierung ist Umfragen zufolge noch unentschieden, was sie von Trump halten soll. Da die Zwischenwahlen als „Volksabstimmung über den amtierenden Präsidenten gelten“, wie Hayes sagt, wird das Ergebnis eine Art Pulsföhlung sein, wie die Öffentlichkeit zu Trump steht.

3. Mehr Frauen als je zuvor in der US-Politik



Social Media Meme

Memes mixen zumeist popkulturelle Referenzen (aus Filmen oder Serien) mit einem aktuellen Thema, um eine bestimmte Meinung humorvoll oder provokativ darzustellen. Ihre generische Art der Darstellung macht sie schnell produzierbar und - durch den Humor oder die Provokation - potentiell viral.

DOS	DON'TS
<ol style="list-style-type: none">1. Humor ist zentral, aber achte auf die Zielgruppe, dass das Meme diese auch anspricht.2. Auf aktuelle Ereignisse der Internet- und Popkultur der Zielgruppe Rücksicht nehmen, damit das Meme relevant ist.3. Das Meme vorab bei der Zielgruppe testen.	<ol style="list-style-type: none">1. Zu komplexe Botschaften sind für Memes ungeeignet. Die kurze Aufmerksamkeitsspanne erfordert einfache und klare Botschaften.2. Keine Pointe haben.3. Vergessen die relevanten Hashtags bei Twitter und Instagram zu prüfen und so mögliche Reichweite verlieren.

SCHRITTE

1. Entscheide welche Zielgruppe innerhalb des Sozialen Netzwerks Du ansprechen möchtest
2. Überlege welche Handlung Du bei Deiner Zielgruppe auslösen möchtest (Call-to-Action)
3. Inspiration abholen (Google z.B. "Best Political Meme 2018") und Basis-Meme finden
4. Erstelle mit einer geeigneten Software (Online Meme Generator oder Offline z. B. via PowerPoint) ein Meme in korrekter Größe für das entsprechende Netzwerk
5. Zeige Deinen Entwurf anderen und verbessere ihn auf Basis von dem Feedback, das Du erhältst

(Beispiele)

