

Wahlkampf- und Vorstandssitzung 22. August 2011

Ced

Tue Sep 06 23:21:19 +0200 2011

Inhaltsverzeichnis

1	Wahlkampf- und Vorstandssitzung 22. August 2011	1
2	Wahlkampf	2
2.1	Fortschrittsbericht Wahlkampfleiter (Peter)	2
2.2	Nächste Schritte (Peter)	2
2.3	Aufnahme der SOM-Präsenz aller Kandidaten (Peter)	3
2.4	Erstellen/verabschieden definitiver Zeitplan für Wahlkampf (Peter) . . .	3
2.5	Neuer Budgetentscheid (Peter)	3
2.6	Ort für Spezialstammtisch / Wahlparty (Peter)	3
2.7	Merchandising (Peter)	4
2.8	Öffentliche Auftritte (Peter)	4
3	Vorstandssitzung	4
3.1	Stand Organisation Argumentarium Videoüberwachung (Cedric)	4
3.2	Newsletter August/September? (Cedric)	4
3.3	Wahlempfehlung Basel-Landschaft (Peter)	4

Abbildungsverzeichnis

1 Wahlkampf- und Vorstandssitzung 22. August 2011

Anwesend: Pat Mächler, Peter Kaufmann, Daniel Seelhofer, Lukas Borter Entschuldigt:
Battist Uttinger Datum: 22. August 2011 Begin: 19:21 Ende: 21:00

2 Wahlkampf

2.1 Fortschrittsbericht Wahlkampfleiter (Peter)

Wahlvorschlag ist eingereicht und beglaubigt, wir haben ziemlich sicher Liste Nr. 2. Wir erhalten noch ein Gut zum Druck. Die Listenbezeichnung ist "Piratenpartei". Die Kurzform "Piratenist nicht vermekrt, Peter klärt noch ab, ob wir das noch nachreichen können/sollen.

Die PPS spendiert uns die Flyer, und zwar 2000 Stück. Durch die grosse Bestellung in den anderen Sektionen macht es finanziell keinen grossen Unterschied auch noch für die Sektion BB zu bestellen. Der Designer ist Stefan "convex"Degen. Auf die Flyer kommen Photos, Quotes, Spendenangaben, Listennummern. Im Vergleich zu den anderen Sektionen benötigen wir weniger Platz (weniger Kandidaten). Hier müssen wir vermutlich noch etwas Text liefern.

Eine Beachflag wurde bestellt, kostet etwa CHF 120. Diese sollten wir an der PV in Uettigen erhalten.

Heute nachmittag haben wir das Rohmaterial für den Wahlwerbespot gedreht. Ist es zu provokativ, oder zuwenig provokativ? Wie sollen wir es lancieren? Reichen Twitter, FB, Blogs, etc. aus oder sollen wir es in der Medienmitteilung erwähnen? Ein Vorschlag wäre auch das direkte Kontaktieren von Medienschaffenden. Dieser Vorschlag wird allgemein gutgeheissen. Peter wird auch noch die Staatskanzlei kontaktieren, um herauszufinden, wann die teilnehmenden Listen bekannt gegeben werden. So können wir unsere Medienmitteilung genau timen (ungefähr zeitgleich mit der Ankündigung der Staatskanzlei).

2.2 Nächste Schritte (Peter)

- Kandidaten: Donnerstags sind die Aufnahmen bei TeleBasel. Durch die "Übung" heute sollte das gut klappen. Man hat 40 Sekunden Zeit, am besten aber auf 30 Sekunden timen. Man muss seinen Namen nicht erwähnen, das wird eingeblendet, Peter schlägt aber vor den Namen zu erwähnen. Man darf auch einen Banner aufstellen.
- Kandidaten: Ideen zum aufpeppen des TeleBasel-Auftritts: Es wird über Text, T-Shirts und weitere Möglichkeiten diskutiert. Peter hat wenig Zeit, noch etwas bis Donnerstag vorzubereiten. Pat schlägt T-Shirts mit Aufdruck von Icons und Themen aus dem "Gesellschaft 2.0Flyer vor.
- Kandidaten: Haben sich alle bei der PPS-Wahlkampfplattform angemeldet? Ja. Es wird generell Kritik geäussert am Status der Plattform. Sie wirkt wenig attraktiv und unfertig. Alternativlösungen werden diskutiert: Vorstellung der Kandidaten auf der Webseite der PPBB.
- Kandidaten: ab nächste Woche ist die Hauptaufgabe der Kandidaten das Aktualhalten aller Webpräsenzen. Auch Auftritte in der Öffentlichkeit müssen geplant werden.

- Peter und Kandidaten: Profil für Medienmitteilung (kann dann auch für Wahlkampfplattform verwendet werden).
- Peter wird die Postproduktion des Films begleiten
- Peter wird die Flyer-Produktion koordinieren
- Peter wird Standaktionen und einen speziellen “Stammtischorganisieren: ein “größererStammtische mit Vorstellen der Partei und der Kandidaten, Werbung im Vorfeld (Inserate?) und Flyer, evtl Aperitif, Raum, Budget

2.3 Aufnahme der SOM-Präsenz aller Kandidaten (Peter)

Peter erfragt von den anwesenden Kandidaten ihre Internet/Social-Media-Präsenzen, welche sie für den Wahlkampf verwenden wollen. Der nationale Wahlkampfleiter hat diese Informationen verlangt (Team Onlinewahlkampf). Pat und Cedric geben ihm die nötigen Angaben.

2.4 Erstellen/verabschieden definitiver Zeitplan für Wahlkampf (Peter)

Das Festlegen eines Zeitplans wird auf die nächste Sitzung verschoben.

Es wird über das Datum der Standaktionen diskutiert. Die Wähler der Piratenpartei sind vermutlich eher Briefwähler (spektakulär unsichere Annahme). Deshalb wird eine Standaktion vor der Einsendefrist der brieflichen Stimmabgabe ins Auge gefasst.

Peter klärt ab, ob noch Termine für Standaktionen frei sind. Folgende Daten und Orte werden aufgestellt:

- Universität: Samstag, 19. September 2011 (Semesterbeginn)
- Mätthausplatz: Datum noch unbekannt
- Innenstadt: Samstag, 15. Oktober 2011 (vor Einsendetermin Briefwahl)

2.5 Neuer Budgetentscheid (Peter)

Weil die PPS uns die Flyer spendiert, können wir Geld für anderes ausgeben, neuer Vorschlag Total: 800 Franken

Beachflag: 120 Wahltag / Stammtisch: 300 Geschenke für Helfer (Piratenbier): 60 T-Shirts, Mützen, Pins, etc: 100 Reserve (Onlinewahlkampf?) 220

2.6 Ort für Spezialstammtisch / Wahlparty (Peter)

Als Ort wird die “Stammbaiz”Mitte auserkoren, Peter ist im Gespräch mit dem Unternehmen Mitte betreffend Raum.

2.7 Merchandising (Peter)

Der Shop der PPS besteht leider noch nicht, es ist aber zu 90% erledigt. Man kann aber direkt bei der Partnerfirma anfragen, wenn man Piratenmaterial bestellen will. Für die Standaktionen kann jeder ein T-Shirt beziehen für 10.- der Restbetrag wird aus dem Budget gespiesen.

2.8 Öffentliche Auftritte (Peter)

Pat wird am 1. September (Gewerkschaftshaus) und 15. September (skuba-Keller) an Anlässen teilnehmen. Cedric und Battist haben bisher nichts geplant.

3 Vorstandssitzung

3.1 Stand Organisation Argumentarium Videoüberwachung (Cedric)

Ich hatte noch mit Luca Urgese Kontakt, hier das Resultat: Die jfbs schauen sich das Dokument an, und ergänzen/korrigieren/kommentieren es. Das fertige Dokument sollte dann vor der nächsten Session (14. September) an die GR-Mitglieder verschickt werden. Eine gemeinsame Pressemitteilung (z.B. auch mit Experten-Quotes) ist auf jeden Fall eine gute Idee, eine PK halten die jfbs für weniger geschickt, da sie mit zuwenig medialer Aufmerksamkeit rechnen und die Aufwand/Ertrags-Rechnung nicht aufgeht.

Cedric fragt Experten an, ob sie Quotes für die PM liefern würden.

3.2 Newsletter August/September? (Cedric)

Voraussichtliche Inhalte August - Liste beglaubigt & welche Kandidaten - Veranstaltungen - PV Samstags - Standaktionen geplant

Deadline: Donnerstagabend Versand Lukas eröffnet ein Pad.

3.3 Wahlempfehlung Basel-Landschaft (Peter)

Peter wurde von einem Kandidaten kontaktiert betreffend Wahlempfehlung. Lukas übernimmt Wahlempfehlung Basel-Landschaft.