

1 Wahlkampfauswertung Europawahl 2019 – DIE LINKE. NRW 2 zum Landesrat 3

4 *Sascha H. Wagner, Wahlkampfleiter*
5 *Irina Neszeri, Bereich Kommunikation*
6

7 **Ergebnisse für DIE LINKE bei der Europawahl 2019 in Nordrhein-Westfalen** 8

9 In NRW beteiligten sich am 26.5.2019 von 13.149.306 Wahlberechtigten mit 8.070.719 abgegebenen
10 Stimmen 61,4% der Wähler*innen an der Wahl zum Europaparlament.
11 62.263 Stimmen (0,8%) waren ungültig.
12

13 DIE LINKE erreichte in NRW mit 337.969 Stimmen 15.772 Wähler*innen mehr als bei der letzten Wahl
14 2014. Das prozentuale Wahlergebnis sinkt jedoch von 4,7 % in 2014 auf heute 4,2 % aufgrund der von
15 52,3% auf 61,4% gestiegenen Wahlbeteiligung.
16

17 Bundesweit entfielen auf DIE LINKE mit 2.056.010 Stimmen 5,5%. Hier verliert sie im Vergleich zu
18 2.168.455 im Jahr 2014 insgesamt 112.445 Stimmen. Das prozentuale Ergebnis sinkt von 7,4 auf 5,5%.
19 (siehe Tabelle 1)
20

21 Der Anteil der Stimmen aus NRW an der Gesamtstimmenzahl der Linken ist von 14,9 % im Jahr 2014 auf
22 heute 16,5 % gestiegen. Zum Vergleich: Der Anteil der Wahlberechtigten aus NRW liegt heute ebenso wie
23 2014 bei 21,3 %.
24

25 Mit wenigen Ausnahmen gilt in NRW wie auch auf Bundesebene, dass es eine starke Korrelation zwischen
26 der Entwicklung der Mitgliederzahlen und den absolut gewonnenen Stimmen gibt. Daher haben wir in der
27 Tabelle mit den Ergebnissen für die Kreise und kreisfreien Städte in NRW neben der Wahlbeteiligung, den
28 absoluten Stimmen, der Veränderung zu 2014 bei den absoluten Stimmen, der prozentualen Veränderung
29 bei den absoluten Stimmen, den Prozentpunkten und der Veränderung zu 2014 bei den Prozentpunkten
30 auch die Mitgliederzahlen und die Veränderung zu 2014 aufgenommen. (siehe Tabelle 3)
31

32 Einen entsprechenden Überblick gibt es auch zu den Stimmergebnissen und Mitgliederzahlen für die
33 Bundesebene mit den Landesverbänden. (siehe Tabelle 2)
34

35 Insgesamt zeigt sich, dass der Osten schrumpft, während der Westen nicht schnell genug wächst, um die
36 Verluste bundesweit auszugleichen. Das gilt sowohl für die Mitgliedschaft als auch für die Wahlergebnisse
37 bei bundesweiten Wahlen.
38
39

40 **Wahlanalysen von ARD (Infratest) und Forschungsgruppe Wahlen (ZDF)** 41

42 Die Balken- und Tortendiagramme am Wahlabend bei ARD und ZDF haben Tradition, aber wie
43 aussagestark sind diese, insbesondere in Bezug auf DIE LINKE?
44

- 45 1. Sämtliche Umfragezahlen sind vor allem bei kleineren Parteien mit einiger Vorsicht zu genießen. Im
46 Kleingedruckten findet sich der Hinweis darauf, dass die Zahlen aus einer Telefonumfrage von 1500
47 repräsentativen Teilnehmenden zwischen dem 22. und dem 24. Mai stammen. Die genaueren
48 Daten zur Umfrage kennen wir nicht, ebenso wenig die genauen Fragen und Antwortmöglichkeiten
49 oder den Befragungsleitfaden für die Interviewenden. Dasselbe gilt für die Analysen des ZDF, die
50 von der Forschungsgruppe Wahlen ebenfalls auf einer telefonischen Vorwahlbefragung beruhen,
51 ergänzt durch Befragungen an den Wahllokalen am Wahltag. Die Institute weisen auf mögliche
52 Abweichungen zwischen 1 und 3 % hin.
53
- 54 2. Für die Wählerwanderungen und die Zusammensetzung der Wählerschaft werden als Vergleich die
55 Bundestagswahlen von 2017 herangezogen. Doch bereits der Blick auf die großen Unterschiede
56 sowohl in der Wahlbeteiligung als auch im konkreten Wahlverhalten bei den am selben Tag
57 stattfindenden Europa- und Kommunalwahlen in Rheinland-Pfalz, Baden-Württemberg,
58 Brandenburg, Sachsen-Anhalt und Sachsen zeigen, dass der Vergleich zwischen zwei

59 verschiedenen Wahlebenen problematisch ist. Prominentestes Beispiel ist die Bürgerschaftswahl in
60 Bremen, wo DIE LINKE 11,3 % erzielte, während sie bei der Europawahl 7,9% erhielt. DIE PARTEI
61 hingegen erhielt in Bremen zur Bürgerschaftswahl 1,6 % und bei der zeitgleichen Europawahl 3,3
62 %.

- 63
64 3. Während die mögliche Erfassung zur Zusammensetzung der Wählerschaft in Bezug auf
65 Altersgruppen mithilfe einer repräsentativen Vorwahlumfrage noch plausibel erscheint, sind die
66 Kategorisierungen der Wähler*innen in Berufsgruppen inklusive Vergleich mit der Befragung zur
67 Bundestagswahl vielfach problematisch.

68 So unterscheidet die ARD zwischen Arbeitern, Angestellten, Selbstständigen, Rentnern und
69 Arbeitslosen und gibt dazu Prozentpunkte für die einzelnen Parteien und Gewinne / Verluste an. Da
70 es sich um eine Umfrage handelt, ist die Einordnung eine Selbsteinschätzung der Befragten. Zahlen
71 zu denjenigen, die sich keiner der Kategorie zuordnen (z.B. Schüler*innen, Student*innen, ggf.
72 Azubis), gibt es nicht. Wenn nun die ARD in ihrem Balkendiagramm behauptet, DIE LINKE sei von
73 6 % der Arbeiter, von 6 % der Angestellten, von 3 % der Selbstständigen, 5 % der Rentner und von
74 13 % der Arbeitslosen gewählt worden, erfahren wir zugleich nichts darüber, wie viel Prozent der
75 insgesamt Befragten eigentlich angegeben haben, Arbeiter, Angestellter etc. zu sein, auch in Bezug
76 auf die Vergleichsbefragung zur Bundestagswahl. Dass bei einzelnen Gruppen Minuswerte bis 4
77 stehen, entspricht zudem fast genau der Differenz zwischen dem Ergebnis der Bundestagswahl
78 (9,2) und dem bei der Europawahl (5,5) für DIE LINKE. Von überproportionalen Verlusten könnte
79 frühestens bei -5 gesprochen werden.

80 Eine Trennung von Arbeitern und Angestellten ist zudem im Jahr 2019 keine sinnvolle Kategorie
81 mehr. Seit 10 Jahren gilt nach jahrzehntelangem Einsatz der Gewerkschaften dafür der einheitliche
82 Arbeitnehmerstatus. Die Hans-Böckler-Stiftung sprach bereits 2005 davon, Beschäftigte in
83 sinnvollere Kategorien zu unterscheiden, etwa in Sparten oder auch in prekäre und nicht-prekäre
84 Beschäftigte. (Vgl. Meine, Hartmut, WSI-Mitteilungen 2005_02,
85 https://www.boeckler.de/wsimit_2005_02_meine.pdf)

86 Unter Arbeitern verstehen sich heute vor allem Menschen, die in der Produktion tätig sind, wobei
87 auch hier der Begriff von Jüngeren weniger gebraucht wird. Sowohl die Anzahl der in der
88 Produktion Beschäftigten sinkt von Jahr zu Jahr als auch die Selbstbezeichnung als Arbeiter. Laut
89 Mikrozensus wurden im Jahr 2017 noch 18 % der Beschäftigten als (Produktions-)Arbeiter gezählt,
90 66 % als Angestellte, 5 % als Beamte und 10 % als Selbstständige.

- 91
92 4. Da die Wahlbeteiligung bei Bundestagswahlen grundsätzlich weit höher liegt als bei Europawahlen,
93 sind die Abwanderungen zu den Nichtwähler*innen entsprechend hoch (Union 3,2 Mio, SPD 2,5
94 Mio, LINKE 1,1 Mio, AFD 2,3 Mio, FDP 1,7 Mio). Von den Bundestagsparteien können einzig die
95 Grünen sogar mehr Nichtwähler*innen gewinnen als sie verlieren.

96
97 Zu den Wahlanalysen von ARD und ZDF:

98
99 <https://www.zdf.de/nachrichten/heute/alles-zur-europawahl-100.html>

100 <https://wahl.tagesschau.de/wahlen/2019-05-26-EP-DE/umfrage-aktuellethemen.shtml>

101
102 Was an Erkenntnissen über die Europawahl und die Linke durch die Befragungen der Institute bleibt, ist:

- 103 - Klimaschutz war das entscheidende Wahlthema
- 104 - Der Linken wird kaum Kompetenz im Klimaschutz zugeschrieben
- 105 - Die Linke verliert vor allem an die Grünen und die PARTEI
- 106 - Die Linke erreicht im Vergleich zu früheren Wahlen junge Wähler*innen schlecht

Tabelle 1: Ergebnisse der Europawahl auf Bundesebene

Ergebnistabelle

Vorläufiges Ergebnis

Merkmal	Stimmen 2019		Stimmen 2014		Diff. zu 2014 in %- Pkt.
	Anzahl	%	Anzahl	%	
Wahlberechtigte	61.574.137	-	61.998.824	-	-
Wähler	37.811.971	61,4	29.843.798	48,1	+13,3
Ungültige	422.740	1,1	488.706	1,6	-0,5
Gültige	37.389.231	98,9	29.355.092	98,4	+0,5
CDU	8.437.093	22,6	8.812.653	30,0	-7,5
SPD	5.914.953	15,8	8.003.628	27,3	-11,4
GRÜNE	7.675.584	20,5	3.139.274	10,7	+9,8
DIE LINKE	2.056.010	5,5	2.168.455	7,4	-1,9
AfD	4.103.453	11,0	2.070.014	7,1	+3,9
CSU	2.354.817	6,3	1.567.448	5,3	+1,0
FDP	2.028.353	5,4	986.841	3,4	+2,1
FREIE WÄHLER	806.590	2,2	428.800	1,5	+0,7
PIRATEN	243.363	0,7	425.044	1,4	-0,8
Tierschutzpartei	541.984	1,4	366.598	1,2	+0,2
NPD	101.323	0,3	301.139	1,0	-0,8
FAMILIE	273.755	0,7	202.803	0,7	±0,0
ÖDP	370.006	1,0	185.244	0,6	+0,4
Die PARTEI	898.386	2,4	184.709	0,6	+1,8
Volksabstimmung	58.541	0,2	88.535	0,3	-0,1

Merkmal	Stimmen 2019		Stimmen 2014		Diff. zu 2014 in %-Pkt.
	Anzahl	%	Anzahl	%	
BP	81.881	0,2	62.438	0,2	±0,0
DKP	20.419	0,1	25.147	0,1	±0,0
MLPD	18.340	0,0	18.198	0,1	±0,0
SGP	5.293	0,0	8.924	0,0	±0,0
TIERSCHUTZ hier!	99.731	0,3	-	-	-
Tierschutzallianz	68.597	0,2	-	-	-
Bündnis C	66.228	0,2	-	-	-
BIG	68.654	0,2	-	-	-
BGE	40.834	0,1	-	-	-
DIE DIREKTE!	25.530	0,1	-	-	-
DiEM25	130.072	0,3	-	-	-
III. Weg	12.822	0,0	-	-	-
Die Grauen	71.282	0,2	-	-	-
DIE RECHTE	24.627	0,1	-	-	-
DIE VIOLETTEN	27.814	0,1	-	-	-
LIEBE	33.152	0,1	-	-	-
DIE FRAUEN	55.258	0,1	-	-	-
Graue Panther	76.172	0,2	-	-	-
LKR	43.965	0,1	-	-	-
MENSCHLICHE WELT	34.447	0,1	-	-	-
NL	15.943	0,0	-	-	-

115
116

Merkmal	Stimmen 2019		Stimmen 2014		Diff. zu 2014 in %- Pkt.
	Anzahl	%	Anzahl	%	
ÖkoLinX	35.794	0,1	-	-	-
Die Humanisten	62.613	0,2	-	-	-
PARTEI FÜR DIE TIERE	85.722	0,2	-	-	-
Gesundheitsforschung	71.006	0,2	-	-	-
Volt	248.824	0,7	-	-	-
Übrige	-	-	309.200	1,1	-1,1

117
118

Lager und Verteilung

Nach der Kritik aus dem Landtagswahlkampf, dass das zentrale Lager nicht im Ruhrgebiet gewesen ist, haben wir für den Europawahlkampf ein Lager in Essen gefunden. Dies war wie immer ein langwieriger Prozess, da unsere Mindestanforderungen oftmals nicht mit den vorhandenen Gegebenheiten übereinstimmten und eine Anmietung für 3 Monate zumeist sowieso abgelehnt wird. Hinzu kommt die Kostenfrage.

Das Lager in Essen war zwar etwas versteckt, aber gut zu erreichen. Die Lademöglichkeiten für LKW waren optimal, die Platzverhältnisse aber etwas beengt. Für alle anderen Wahlen, bei denen wir deutlich mehr Material umsetzen, ist dieses Lager nicht nutzbar.

Bedanken möchten wir uns bei den Kreisverbänden, die ihr Material in Essen abgeholt haben. Es waren deutlich mehr als in den letzten Wahlkämpfen. Auch der Materialumschlag ging sehr zügig, selbst wenn Kreisverbände mehrmals fahren mussten.

Probleme bereiteten mehrere unangemeldete Lieferungen. Hier ist eine bessere und genauere Absprache auf Bundesebene mit den Transportfirmen notwendig.

Neben dem Lager in Essen hatten wir 11 weitere Lagerstandorte. Das waren Eschweiler, Siegen, Bonn, Düsseldorf, Dinslaken, Recklinghausen, Dortmund, Hamm, Münster, Paderborn und Bielefeld. Uns sind keine Rückläufer bekannt geworden. Vielen Dank an die Genossinnen und Genossen vor Ort für die tolle Unterstützung.

Die Auslieferungen aus dem Zentrallager an Kreisverbände haben gut geklappt (abgesehen von der Lieferverzögerung wegen eines Autoschadens). Mehrmalige Lieferungen lassen sich durch die Fahrzeugkapazität und die unterschiedlichen Lieferzeiten der Materialien nicht vermeiden. Wichtig war, dass die Absprachen durch die Kreisverbände gut und zuverlässig eingehalten wurden.

Mögliche Schlussfolgerungen:

- für den Kommunalwahlkampf benötigen wir ein größeres Zentrallager
- soweit wir es selbst in der Hand haben, müssen die Lieferungen noch eher erfolgen um zeitlich mehr Spielraum zu haben
- eventuelle Erweiterung auf 14 Lagerstandorte

Material

An größeren Mengen haben wir für den Europawahlkampf erhalten:

- 33.000 A 1 Plakate
- 5.000 A 0 Plakate
- 10.000 A 1 Personenplakate
- 800.000 Zeitungen
- 500.00 Kurzwahlprogramme.

Die Materialmengen bei den Europawahlen liegen immer unter den Stückzahlen zu anderen Wahlkämpfen. Festzuhalten ist, dass die andernorts beschriebene Wahllustlosigkeit bei den allermeisten Kreisverbänden in NRW nicht zu verzeichnen war. Wir haben selten so wenig Material übrig gehabt. Viele Kreisverbände haben nachgeordert. Unabhängig vom Ergebnis hat gezeigt, DIE LINKE.NRW kann und macht aktiven Wahlkampf.

Am 19.09.2018 gab es eine erste Abfrage zu den Materialien an die Kreisverbände. Im Dezember wurde diese wiederholt. Bis Februar 2019 meldeten sich 23 Kreisverbände zurück. Dies können wir uns im Kommunalwahlkampf nicht leisten.

Plakate

A 1

190
191 Wir hatten keine Themenplakate A 1 im Zentrallager mehr übrig. Vielfach gab es Nachbestellungen durch
192 Kreisverbände.

193
194 A 0

195
196 Immer mehr Parteien gehen von A 1 auf A 0 Größe. Diese sind im Straßenbild deutlich wahrnehmbarer,
197 allerdings auch unhandlicher zu transportieren und anzubringen. Sie sind nicht in allen Kommunen erlaubt.
198 Hier benötigen wir zu den Kommunalwahlen detaillierte Bestellmengen.

199 **Personenplakate**

200
201
202 Hier haben wir uns in der Stückzahl überschätzt und hatten am Ende noch ca. 3.000 Plakate übrig.

203 **Papierplakate**

204
205
206 Die Papierplakat erwiesen sich, wie immer, als ein größeres Problem. Erst wurde unsere Lieferung
207 vergessen, sodass wir sie erst sehr spät bekamen. In einigen Fällen kamen sie damit für eine Erstklebung
208 in den Kommunen zu spät.

209 Außerdem gehen offensichtlich immer mehr Kommunen dazu über, die „wilde“ Plakatierung zu verbieten
210 und stellen den Parteien dafür werbetafeln zur Verfügung. Diese neuen Anforderungen haben wir nicht im
211 kompletten Maße bei der Bestellmenge einkalkuliert. Wir haben zwar noch zusätzliche Papierplakate aus
212 Berlin abgeholt, da diesmal aber keine Reserve gedruckt wurde reichten sie nicht aus.

213 Für die Kommunalwahlen benötigen wir hier genaue und rechtzeitige Absprachen mit den Kreisverbänden.

214 **Großflächen**

215
216
217 Auf die mobilen Großflächen hatten wir nur beschränkt Einfluss, da diese von Berlin aus gemanagt wurden.
218 In einigen Fällen gab es Probleme mit der Wiederherstellung nach Zerstörungen u.ä..

219 Kabelbinder

220
221 Dieses Mal war nicht die Lieferung der Kabelbinder ein Thema, sondern teilweise die Qualität. Darauf
222 haben wir aber schlecht Einfluss nehmen können.

223 **Mögliche Schlussfolgerungen:**

- 224
225
- 226 - die Materialbestellungen aus den Kreisverbänden müssen von allen vorliegen, für die
 - 227 Kommunalwahlen im Januar 2019, um im Februar die Endabsprachen über die tatsächlich zur Verfügung
 - 228 gestellten Materialien führen zu können
 - 229 - das heißt, dass auch die Kreisverbände zu dieser Zeit mit ihrer Planung fertig sein müssen
 - 230 - wir benötigen rechtzeitig genügend Papierplakate
 - 231 - wir können uns im Wahlkampf mobile Großflächen (18/1) finanzielle nicht leisten, könnten aber
 - 232 eventuell (wie andere Parteien auch) mobile Flächen 9/1 einsetzen
 - 233 - dies müsste noch dieses Jahr diskutiert und gemeinsam beschlossen werden.
- 234

235 *Inge Höger, Landessprecherin, Gabi Lenkenhoff, Fotis*
236 *Matentzoglou (ehrenamtl. Helfer*innen im Wahlbüro)*

237 **Wahlkampfauswertung öffentliche Podiumsdiskussionen EU-Wahl 2019**

238
239
240 Noch nie gab es bei einem EP-Wahlkampf so viele Anfragen aus Schulen, Gewerkschaften und Verbänden
241 zu Podiumsdiskussion zum Thema EP-Wahlen und Europa. Einige Anfragen wurden von Kandidat*innen
242 bzw. in den Kreisverbänden direkt bearbeitet, aber für die meisten mussten wir in der
243 Landesgeschäftsstelle Referent*innen finden bzw. benennen. Dabei waren vor allem die linken
244 Kandidat*innen auf der EU-Wahlliste gefragt – einige Veranstaltende akzeptierten nur Kandidat*innen.
245 Insbesondere Özlem und Martin wurden stark angefragt. Unsere vier Kandidat*innen auf der Wahlliste
246 konnten natürlich nicht einen Bruchteil der vielen Termine wahrnehmen. Schon früh zeigte sich anhand der
247 vielen Anfragen, dass wir da eine gute Organisation für die Bearbeitung der Anfragen und einen Pool von
248 Genoss*innen für Teilnahme an den Diskussionsveranstaltungen benötigen.

249 In der Landesgeschäftsstelle haben wir im Rahmen des Wahlkampfteams die Koordination übernommen
250 und auch alle Kreisverbände gebeten, uns alle Anfragen zu Veranstaltungen zu melden. Für die
251 Koordination wurde ein Terminkalender eingerichtet, der für alle Mitwirkenden einsehbar und zu bearbeiten
252 war. Auf Nachfrage im Landesvorstand, bei der Landesgruppe und in Kreisverbänden haben wir einen
253 Referent*innen-Pool von 22 Genossinnen und Genossen gebildet. Die Genossinnen und Genossen aus
254 dem Pool waren bereit Podien für DIE LINKE zu bestreiten, aber auch aus den Kreisverbänden wurden zu
255 vielen Veranstaltungen Genoss*innen geschickt. Bei allen anderen haben wir den Einsatz aus der LGS
256 nach Möglichkeit wohnortnah organisiert. Aufgrund der Fülle der Veranstaltungen war das nicht immer
257 einfach. Aber wir konnten zu fast allen Veranstaltungen eine linke Vertretung senden. Bei einigen haben
258 wir uns gemeinsam entschieden, nicht teilzunehmen - z.B. Verband der Familienunternehmen. Hier war
259 ganz offensichtlich eine Agenda pro AfD geplant, die wir nicht unterstützen wollten.
260 Bei den meisten Veranstaltungen waren alle im Bundestag vertretenden Parteien einschließlich der AfD
261 eingeladen. Eine rühmliche Ausnahme waren hier die DGB-Gewerkschaften und kirchliche Organisationen.
262 Es gab vor Ort einige Initiativen gegen die Teilnahme der AfD, die von uns erwarteten, nicht mit der AfD zu
263 diskutieren. Wir haben dann versucht, mit den anderen Parteien Kontakt aufzunehmen, damit nicht nur DIE
264 LINKE sondern auch SPD und Grüne nicht teilnehmen. Aber hier wollten in der Regel insbesondere die
265 Grünen jedes Podium zur Selbstdarstellung für sich nutzen.
266 Frühzeitig haben wir uns um Schulungsangebote in Berlin gekümmert. Es wurde dann mit guter Beteiligung
267 im März eine Schulung für die Wahlkampfleiter*innen durchgeführt. Ein Angebot zur Schulung von
268 Kandidierenden und Referent*innen Anfang April kam in NRW leider trotz intensiver Bemühungen nicht
269 zustande. Die Mindestteilnehmendenzahl von acht konnte nicht generiert werden.
270 Direkt nach dem Bundesparteitag in Bonn haben wir bei der Gue/NGL Fraktion um Flyer, Folder etc. als
271 Schulungsmaterial für Kreisverbände und Kandidierende bzw. Referent*innen gebeten. Darüber haben wir
272 umfassend informiert und eine große Linksammlung hinzugefügt mit Broschüren der Fraktion aber auch
273 RLS als download-Angebot.
274 Auf unsere Bitte reagierte die Fraktion sehr verspätet, erst nach mehrmaligem Nachhaken und wir haben
275 dann auch nur wenige der erbetenen Druckerzeugnisse erhalten im Mai. Wir haben daraufhin den
276 Kreisverbänden angeboten, Bedarf in der LGS anzumelden. Olivia hat dann die erbetenen Verschickungen
277 vorgenommen.
278 Bei öffentlichen Veranstaltungen wurden die Kreisverbände über Art und Ort der Veranstaltung und die
279 Teilnahme von Seiten der Partei informiert und um Teilnahme und Unterstützung linker Positionen bzw.
280 Referent*innen gebeten.
281 Die Zusammenarbeit der Terminkoordination in Berlin, die für die bundesweiten Termine zuständig waren
282 und auch viele Terminanfragen für NRW zu bearbeiten hatten, hat hervorragend geklappt. Berlin hat uns
283 Termine in NRW übergeben, die keiner der Spitzenkandidat*innen (Platz 1 – 5) wahrnehmen konnte und
284 wir haben diese dann bearbeitet und auch immer jemanden gefunden, der DIE LINKE vertreten hat. Hanno
285 hat die beiden Spitzenkandidat*innen im Wahlkampf betreut und viele öffentliche Termine und Gespräche
286 mit Medien mit Martin und Özlem in NRW organisiert und ermöglicht. Dafür noch mal vielen Dank sowohl
287 an Özlem und Martin als auch an Hanno.
288 Inhaltlich gab es zum einem Anfragen zu Podien über die Positionen der Parteien zur EU-Wahl. In sehr
289 vielen Anfragen wurde aber betont, wie wichtig doch Europa und die EP-Wahlen seien. Gerade aus vielen
290 Schulen hieß es, es ginge darum die Schüler*innen für das Thema Europa zu sensibilisieren und
291 Werbung für Europa und die Europawahl bzw. eine hohe Wahlbeteiligung zu machen. Manchmal wurde
292 auch herausgehoben, dass man alle Parteien hören bzw. sehen wolle, die pro-europäisch eingestellt seien.
293 Besondere Werbung für Europa und die EU machten die Wirtschafts- und Industrieverbände. Bei einer
294 Veranstaltung für Bayer-Beschäftigte hieß der Slogan „Stimmt die Chemie in Europa?“ Und bei einer
295 Einladung von Henkel und dem Verband der chemischen Industrie wurde betont, es ginge darum die
296 Vorteile der EU herauszustellen. Der DIHK wollte Europa zum Anfassen präsentieren und Unternehmen
297 eine Plattform bieten, um mit Entscheidungsträgern konkrete Themen zu diskutieren. Während
298 Gewerkschaften über das soziale Schutzniveau für die Beschäftigten diskutieren wollten.
299 Festzustellen bleibt, dass in vielen Veranstaltungen eine Stimmung erzeugt wurde, dass die EU an sich
300 etwas Gutes und ein Friedensprojekt sei und es nun darum gehe, durch eine hohe Wahlbeteiligung einen
301 Rechtsruck zu verhindern. Dem wurden die Forderungen nach einem sozialen Europa und einem Stopp
302 des Klimawandels häufig unter geordnet bzw. so getan, als ob nur die EU hier etwas ändern bzw. gar
303 verbessern könne.
304 Demgegenüber hatten gerade junge Leute ganz andere Fragestellungen: Sie fragten nach Urheberrecht
305 und Klimaschutz. Das waren dann Themen die in den Schulen vorrangig diskutiert wurden und bei denen
306 unsere Kandidat*innen auch gut linke Positionen vertreten und auch punkten konnten.

307 Vor allem in den Schulen wurde unser linkes Verständnis von Europa gut angenommen. Die Vorstellung
308 dass Europa nicht der kleine Wirtschaftsclub der 28 Staaten der EU, sondern ein Kontinent von Lissabon
309 bis Russland ist, kam gut an. Dementsprechend wurde in Schulen auch unsere Friedenspolitik gut
310 aufgenommen (Annäherung an Russland, um auf diplomatischem Wege für Abrüstung und Entspannung
311 zu sorgen / NATO-Kritik usw.) Es zeigte sich, dass sich die Jugend und die daraus entstandene fff-
312 Bewegung nicht nur die Klimafrage stellt, sondern offen auch für eine neue Friedenspolitik und
313 systemkritisch, was den Kapitalismus angeht, agiert.

314 Ausnahmen müssen wir hier Eliteschulen/Europaschulen wie das Mataree-Gymnasium Meerbusch sowie
315 eine andere Ambassador Schule in Düsseldorf. Man hat gemerkt, dass bürgerliche Positionen dort
316 verankert sind.

317 Ein Problem war und ist, dass linke Positionen vor den Podiumsdiskussionen noch gar nicht bei
318 Schülerinnen und Schülern angekommen sind. Nur ein Bruchteil wusste etwas mit der Partei DIE LINKE.
319 anzufangen. In Neuss z.B. gab es eine Wahl vor und eine Wahl nach der Podiumsdiskussion. Vor der
320 Veranstaltung erhielt die LINKE. von 65 Schülern keine einzige Stimme, nach der Veranstaltung waren wir
321 immerhin bei 12%. Von Alleinstellungsmerkmalen ist zumindest "Marketingtechnisch" nach außen nur
322 wenig vorgedrungen. die Schüler hatten kein Bewusstsein und kein Vorstellung für was DIE LINKE.
323 überhaupt steht.

324 Eine erste Schlussfolgerung ist, dass wir einerseits unsere Positionen klar an die Öffentlichkeit vermitteln,
325 was zu den EU-Wahlen kaum der Fall war, und andererseits unsere Alleinstellungsmerkmale besser
326 "vermarkten" müssen.

327
328
329 *Irina Neszeri*

330 **Bericht für das Landeswahlbüro aus dem Bereich Öffentlichkeitsarbeit**

331
332 Zu den Aufgaben im Bereich Öffentlichkeitsarbeit des Landeswahlbüros gehörten folgende Bereiche:

- 333 - Onlinearbeit zur Wahlkampagne in NRW
- 334 - Handouts für Kandidierende und Referent*innenpool
- 335 - Veranstaltungen in NRW in den Social Media bewerben
- 336 - Begleitung und Fotodokumentation von Wahlkampfveranstaltungen
- 337 - Begleitung und Fotodokumentation von Veranstaltungen mit der Spitzenkandidatin in NRW
- 338 - Mit-Redaktion und Anzeigenschaltung auf der Facebookseite der Spitzenkandidatin aus NRW
- 339 - Ansprechpartnerin für die Bundesgeschäftsstelle in Fragen der Öffentlichkeitsarbeit

340 Daneben wurden Aufgaben des normalen Betriebs erledigt, insbesondere der Versand von
341 Pressemitteilungen des Landesvorstands und das Einpflegen auf die Internetseite und die Bearbeitung für
342 Social-Media-Kanäle.

343 Hierfür stand allein die Bereichsleitung Kommunikation mit offiziell 30 Wochenstunden zur Verfügung. Zu
344 bewältigen waren die Aufgaben nur mit einer Tätigkeit mehrere Wochen nahezu rund um die Uhr.

345 Unterstützt wurde die Arbeit bis Ende April durch den Praktikanten Fabian Stoffel, dem an dieser Stelle
346 herzlich gedankt sei.

347 **Wahlkampagne**

348 Siehe:

349 <https://archiv-wahlen.die-linke.de/europawahl-2019/start/>

350 Die Wahlkampf der Linken zur Europawahl startete beim Bundesparteitag in Bonn mit unter dem Claim
351 „Erkämpft das Menschenrecht“, dem Beschluss über das Wahlprogramm und der Wahl der
352 Kandidat*innen.
353
354

355 Der Claim aus der linken Hymne „Die Internationale“ war in NRW auf viel positive Resonanz gestoßen war.
356 Er signalisierte Engagement und Entschlossenheit, stellte den großen Bezugsrahmen zu den aktuellen
357 Auseinandersetzungen um Menschenrechte her und zeigte linkes Geschichtsbewusstsein.

358 Für die Wahlkampagne wurde der Claim verworfen und durch „Europa nur solidarisch“ ersetzt. Gleiches
359 geschah mit der ursprünglich geplanten ersten Großfläche, die einsame rote Kinderschuhe am Strand
360 zeigte und mit dem Text „Europa verliert seine Seele“ versehen war. Dieser emotionale Wahlkampfauftakt
361 mit expliziter Bezugnahme auf das Sterben im Mittelmeer und die Bewegung der Fluchthelfer*innen wurde
362 unter großem Druck auch aus einigen Landesverbänden verworfen. NRW hat sich entschieden und
363 erfolglos für diese erste Großfläche eingesetzt. Sie wurde ersetzt durch einen Rettungsring und den Text
364 „Waffenexporte verbieten – Menschen retten“. Zudem wurde die Reichweite halbiert und mit „Konzerne
365 besteuern – Armut bekämpfen“ eine zweite erste Großfläche installiert. In der gesamten Plakatkampagne

366 wurde damit das Thema „Recht auf Flucht und Schutz“ auf die Fluchtursache „Waffenexporte“ umgemünzt.
367 Von einer offenen Gesellschaft oder dem Zusammenleben in Vielfalt war im gesamten Wahlkampf seitens
368 der Linken nicht die Rede.

369
370 Erfolgreich mit auf Bundesebene hat der Landesverband NRW die Materialien zum Thema „Gegen Rechts“
371 (Plakat, Störerplakat, Aufkleberheft). Dies geschah ebenfalls nach einmütiger Debatte in Landesvorstand
372 und Landeswahlbüro.

373
374 Ebenso entschieden hat sich der Landesverband NRW nach einmütiger Debatte im Landesvorstand und im
375 Landeswahlbüro dafür eingesetzt, die Klimakatastrophe im Wahlkampf zu einem der zentralen Themen zu
376 machen. Bei den Plakaten war dann „Klima vor Profite – Saubere Energie fördern“ eines von 7
377 Laternenplakaten.

378
379 Die Gesamtbotschaft der Wahlkampagne lautete am Ende: „Europa nur solidarisch“ mit den
380 Einzelbotschaften:

- 381 - Mindestlöhne europaweit
- 382 - Mehr Geld für Bildung, Bus und Bahn
- 383 - Waffenexporte stoppen
- 384 - Konzerne zur Kasse

385 (Themenplakate und Titelseite Wahlkampfzeitung)

- 386 - Konzerne besteuern – Armut bekämpfen
- 387 - Waffenexporte verbieten – Menschen retten
- 388 - Gute Löhne – Zeit zum Leben
- 389 - Macht Europa sozial

390 (Großflächen)

- 391 - Tu was gegen rechts – Solidarität statt Hetze
- 392 - Klima vor Profite – Saubere Energie fördern
- 393 - Power to the People – Privatisierung stoppen
- 394 - Macht Europa sozial

395 (weitere Themenplakate)

396
397 Keine Rolle in der Kampagne spielte das gesellschaftlich breit diskutierte Thema „Digitalisierung und
398 Meinungsfreiheit“ (Art. 13). Ebenso an keiner Stelle thematisiert wurde die Frage nach
399 Geschlechtergerechtigkeit / Feminismus. Zu beidem hatten wir von Kreisverbänden, Interessierten und aus
400 dem Referent*innenpool für Veranstaltungen viele Nachfragen.

401
402 Entsprechend der Vorgaben und Pressemitteilungen aus dem Landesvorstand haben wir bei der
403 landesspezifischen Öffentlichkeitsarbeit einen stärkeren Akzent auf den Bereich Klimaschutz gesetzt. Dies
404 geschah vor allem bei jüngeren Zielgruppen, insbesondere auf Instagram.

405 **Auswertung:**

406 Die Kampagne wurde entgegen ihrer ursprünglich größeren und emotionaleren Anlage verändert hin zu
407 einem Mix an konkreten Forderungen und Slogans vor allem zu Fragen des Geldes und der finanziellen
408 Umverteilung. Der Einsatz gegen die Klimakatastrophe und linke ökologische Politik kamen in der
409 Kampagne ebenso nur am Rande vor wie insgesamt in der Öffentlichkeitsarbeit sowohl der Bundespartei
410 als auch der Bundestagsfraktion.

411 Die Zusammenarbeit mit der Bundesgeschäftsstelle verlief gut und unkompliziert.

412 Die Arbeit neuer Agentur „Berliner Botschaft“ wurde hier sehr positiv bewertet und das Design als
413 gelungen angesehen.

414
415 Erstmals in einem Wahlkampf wurden seitens der Agentur Dateien von allen Wahlkampfmaterialien,
416 ebenso wie grafische Elemente für eigene Sharepics, für die Wahlkämpfenden in den Ländern und vor Ort
417 zur Verfügung gestellt. Dieser Bereich sollte unbedingt beibehalten und noch weiter ausgebaut werden.
418 Danke an Thomas Lohmeier und den Bereich Öffentlichkeitsarbeit in der Bundesgeschäftsstelle und an
419 Carsten Dannel und das Team der „Berliner Botschaft“.

420 Eine detaillierte Auswertung der Social-Media-Arbeit inklusive der Anzeigen auf Facebook und Instagram
421 erfolgt noch.

422 **Handouts für Kandidierende und Referent*innenpool**

423

424 Ergänzend zu den Handreichungen aus der Bundesgeschäftsstelle haben wir aus dem Landeswahlbüro vor
425 allem für die große Zahl an Veranstaltungen in Schulen für die Referent*innen Handreichungen erstellt zu
426 den Themen „Klima- und Umweltschutz“ und „Urheberrecht / Artikel 13“. Außerdem haben wir aus den
427 ersten Schulveranstaltungen die Fragen der Schüler*innen gesammelt und daraus ein FAQ mit
428 Antwortmöglichkeiten für den Referent*innenpool erstellt.

429
430 Hier hat einen Großteil der Arbeit der Praktikant Fabian Stoffel geleistet.

431 **Fazit:**

432 Bei den Handouts und Battlecards zeigte sich besonders, dass wir mit unserem Programm- und
433 Wahlparteitag deutlich zu spät lagen, um eine gute Wahlkampf vorbereitung zu gewährleisten. Für eine
434 Reihe an Veranstaltungen, die hier schon vor den Osterferien lagen, kam einiges zu spät. Mit einem so
435 knappen Zeitplan lässt sich unseres Erachtens gerade als kleinere Partei ohne großes Budget kaum ein
436 Wahlkampf zielführend vorbereiten.

437
438 Nichtsdestoweniger gilt der Dank Manuela Richter und dem Team vom Kandidat*innenservice für
439 unglaublich schnelle und umfangreiche Informationen, sowie Helge Mewes aus dem Bereich Strategie der
440 Bundesgeschäftsstelle, der mehrfach kurzfristig bei Fragen und Argumenten geholfen hat.
441 Begleitung und Fotodokumentation von Wahlkampfveranstaltungen.

442
443 Die Landesgeschäftsstelle hat sich zum Europawahlkampf ein neues Teleobjektiv für die Fotokamera
444 zugelegt, das sich umfassend bewährt hat. Irina Neszeri hat eine Reihe von Veranstaltungen und
445 Demonstrationen mit der Kamera begleitet. Die Bilder finden sich in Fotoalben hier:

446 https://www.flickr.com/photos/dielinke_nrw/albums

447
448 Verwendet wurden die Bilder sowohl für Pressearbeit als auch für Instagram und Facebook und haben hier
449 gute Resonanzen erzielt.

450 **Fazit:**

451 Gute Fotos von unserer eigenen Arbeit zu erstellen, ist anspruchsvoll und zeitaufwändig aber weiterhin
452 verstärkt notwendig. Dies gilt umso mehr mit der zunehmenden Bedeutung von Instagram.

453 Unterstützung und Öffentlichkeitsarbeit der Spitzenkandidatin

454 Die Unterstützung des Wahlkampfes von Özlem Demirel erfolgte, weil

- 455 - über die Bundespartei nicht ausreichend Personal zur Verfügung gestellt werden konnte
- 456 - ein großer Teil der Unterstützung für Özlem vor Ort in NRW und mit erfahrenem Personal erfolgen
457 erforderlich war
- 458 - im Verlauf des Wahlkampfes die Anforderungen an Termine (insb. Medien) für Özlem weit über die
459 Erwartung hinaus gingen
- 460 - die Facebookseite von Özlem sich als wichtiger Ort der Social Media Öffentlichkeitsarbeit entwickelt
461 hat

462 **Auswertung:**

463 Die Öffentlichkeitsarbeit von, für und mit Özlem hat gut funktioniert, die Medienanfragen waren kaum zu
464 bewältigen. Um die durchweg positive Resonanz der Medien besser nutzen und verbreiten zu können,
465 wäre neben einem großzügigen Anzeigenbudget vor allem professionelles Personal nötig gewesen, das
466 über die Facebookseite ein Vielfaches der Menschen hätte erreichen können, als es real der Fall war.
467 Alleine, um die täglichen Nachrichten und Kommentare zu bearbeiten und um eine wahlkampfAKTIVE
468 Community dort aufzubauen und zu pflegen, wäre alleine mindestens eine Personalstelle nötig gewesen.
469 Eine zweite wäre für Pressearbeit, Reden und Argumentationspapiere wichtig gewesen.

470
471 *Nils-Holger Schmidt (ehrenamtl. Helfer im Wahlbüro)*

472 **Bericht für den Bereich Bustour / Präsenz in der Fläche**

473 **I. Bustour**

474 Vorbemerkung

475 Bei der Bustour zur Europawahl war – anders als in den Vorjahren – nur ein Fahrzeug im Einsatz. Dadurch
476 war kein flächendeckender Einsatz möglich.

477 **Gestaltung der Route**

483 Zur Sicherstellung einer fahrökonomisch und sinnvoll zu bewältigend Strecke wurde ein erster
484 Routenvorschlag erarbeitet und im Wahlbüro befasst. Die vorgesehenen Kreise wurden folgend
485 angesprochen. Das Verfahren hat sich bewährt.

486 I.d.R. war die Einsatzzeit je KV ein halber Tag. Der Tourverlauf umfasste letztlich folgende Stationen: Köln
487 (2x halber Tag), Rhein-Erft, Aachen, Neuss, Solingen, Wuppertal, Essen, Duisburg, Kleve (ganztägig),
488 Greven (Kr. Steinfurt, ganztägig), Münster (ganztägig), Gütersloh, Paderborn, Soest, Hamm,
489 Gelsenkirchen, Herne, Bochum (ganztägig), Oberhausen, Mülheim, Düsseldorf. Die ganztägigen Einsätze
490 waren dem Verzicht von jeweils benachbarten KVen auf die Einsatzzeit geschuldet, im Falle Münster dem
491 Wochentag (Sonntag).

492 Im Vergleich mit vorhergehenden Touren gab es untypisch viele kurzfristige Absagen (vier), obwohl vorher
493 jeweils das Angebot eines Stopps der Bustour in dem betreffenden KVen positiv beantwortet worden war.
494 Die betreffenden Einsatztage wurden aber alle kurzfristig mit verlängerten Einsätzen andernorts gefüllt,
495 sodass es keine unfreiwillige Unterbrechung der Tour gab.

496 Die Beweggründe für die nachträglichen Absagen waren vielfältiger Natur. Sie reichten vom Verzicht
497 wegen des Einsatzes eines eigenen Beschallungsfahrzeuges, über Desinteresse in den Ortsstrukturen bis
498 hin zur kurzfristigen Feststellung, man habe keine ausreichenden Kapazitäten oder brauche den Bus doch
499 nicht. In Zukunft sollte noch mehr Verbindlichkeit bereits bei der ersten Kontaktaufnahme hergestellt
500 werden.

501 **Praktische Durchführung**

502 Die Vorbereitungsstände in den Kreisen waren (wie schon in der Vergangenheit) unterschiedlich und bilden
503 den Stand der Parteientwicklung ab. Dennoch sollte künftig versucht werden, noch genauere Hinweise zu
504 sinnvollen Einsatzszenarien für einen solchen Bus zu geben.

505 In einigen wenigen Orten hatten die Mannschaften den Eindruck, dass eine konzeptionelle Vorbereitung
506 (z.B. wo & wann sinnvoll beschallen, welche Gebiete für Steckaktionen auswählen) im Vorfeld kaum oder
507 gar nicht getroffen worden war. Das waren aber absolute Einzelfälle.

508 **Mannschaften**

509 Die Mannschaften konnten mit insgesamt fünf Genossen aus den KVen Bonn, Rhein-Sieg (zwei Mann),
510 Duisburg und Essen vollständig und ohne externe Kräfte besetzt werden. Ein Genosse, der als Fahrer für
511 eine ganze Woche zugesagt hatte, war kurzfristig wg. anderer Verpflichtungen unabhkömmlich. Ein
512 hauptamtliches Mitglied des Landesvorstandes und ein ehrenamtlicher Genosse füllten die Lücke sehr
513 kurzfristig.

514 **Unterbringung**

515 Die Unterbringung durch Kreise hat im Wesentlichen funktioniert. Nur in einem Fall war – entgegen der
516 Zusage – das angegebene Hotel nicht gebucht, in einem Fall waren zwar Hotelzimmer gebucht, aber nicht
517 bezahlt, in einem Fall waren zwei Hotelzimmer gebucht, aber nur eines bezahlt. Die Probleme wurden in
518 allen Fällen durch das für die Tour zuständige Wahlbüromitglied gemeinsam mit den Fahrern kurzfristig
519 behoben.

520 Insgesamt hat sich die Zusammenarbeit mit den Kreisen in der Form aber bewährt und reduziert die
521 Belastung des Landeswahlkampfetats deutlich. Künftig sollte aber versucht werden, von den KVen jeweils
522 entsprechende Reservierungsbestätigungen tatsächlich schriftlich vorliegen zu haben. Diesmal waren in
523 allen Fällen entsprechende Hotels benannt, aber es lagen nicht immer die Reservierungsbestätigungen
524 auch schriftlich vor.

525 **Beschallung**

526 Wie in den vorhergehenden Wahlkämpfen wurde auf Bitten des Wahlbüros von den Zuständigen im KLH
527 ein entsprechender Audio-Spot produziert. Dies war erfreulicherweise sehr kurzfristig möglich. Die
528 verwendeten Losungen basierten auf den Claims der Bundeskampagne und wurden von den Zuständigen
529 im KLH für den Lautsprecherinsatz sprachlich minimal angepasst. Diese lagen den Fahrern auch als
530 Sprechzettel vor. Zusätzlich gab es erweiterte Losungs-Vorschläge des Bereichs Kommunikation der LGS
531 für mündliche Durchsagen, die den Bus-Mannschaften als Sprechzettel zur Verfügung gestellt wurden.

532 Der Eindruck, dass es seitens der Polizei- und Ordnungsbehörden eine wachsende Kontrolldichte in
533 Sachen Beschallung gibt, verstärkt sich. So gab es am letzten Tag der Bustour in Köln eine 20minütige,
534 umfängliche Kontrolle des Fahrzeugs durch die Polizei. An einem Standort der Tour musste auf
535 Beschallung wg. einer fehlenden Beschallungserlaubnis verzichtet werden.

542 Abweichend von der Praxis der Vergangenheit (als noch davon ausgegangen worden war, dass eine
543 Gema-Meldung wg. des vorhandenen Pauschalvertrages der Bundespartei nicht notwendig sei) wurde
544 erstmals eine eigenständige Gema-Meldung für die Vertragsnummer der Bundespartei durchgeführt. Auch
545 dabei waren die zuständigen Kollegen im KLH sehr hilfreich. Kosten entstehen und dabei nicht.

547 Technik

548 Technisch hat sich die aktuelle Beschallungsanlage als für diese Art von Bustour als wenig geeignet
549 erwiesen. Dies betrifft nicht die Lautstärkereserven und die Ton-Qualität. Problematisch ist vielmehr die
550 Speisung der Anlage aus einer LKW-Batterie, die jeden Abend aus dem Fahrzeug genommen und extern
551 geladen werden muss. Das hohe Gewicht stellt ein erhebliches Problem dar, gerade für Fahrerinnen und
552 Fahrer, die keine großen Gewichte heben können. Aber auch für Menschen mit kräftiger Konstitution ist der
553 Transport ein Problem. Dem ist auch durch den hilfsweisen Einsatz einer Sackkarre nur sehr beschränkt
554 abzuhelpfen.

555 Deshalb muss die Beschaffung einer Anlage mit Stromspeisung aus dem Fahrzeug hohe Priorität
556 beigemessen werden. Dies war auch ursprünglich angestrebt, allerdings war eine solche bisher nicht
557 verfügbar.

559 Verbessert werden sollte die technische Einweisung der Mannschaften. Ihrerseits wurde mitgeteilt, dass
560 auch bei erfolgter Einweisung letztlich nicht alle Fragen, die im Einsatz auftauchten, geklärt waren. Deshalb
561 sollte eine Handreichung, möglichst mit entsprechenden Bildern, zu Montage, Ladungssicherung und
562 Verkabelung erstellt werden, um auch technisch weniger versierten Genossinnen und Genossen den
563 Umgang mit einer solchen Anlage zu erleichtern und versehentliche Beschädigungen auszuschließen.

565 Folgerungen

566 Bustouren gehören inzwischen zu den Standards unserer Wahlkämpfe. Daher sollten auch bei der
567 Kommunalwahl 2020 wieder Beschallungsbusse eingesetzt werden. Dabei sollte versucht werden, wieder
568 zwei Busse in den Einsatz zu bringen, um einen tatsächlich flächendeckenden Einsatz sicher zu stellen.
569 Um das zu ermöglichen, scheint eine frühzeitige Rücksprache mit den Zuständigen im KLH sinnvoll. Das
570 betrifft sowohl die Gewinnung entsprechenden Fahrpersonals als auch die Frage der Finanzierung eines
571 zweiten (Miet)Fahrzeuges. Eine Zusammensetzung der Mannschaften für zwei Busse scheint aus den
572 Personalreserven in NRW allein unsicher.

574 Seitens der Mannschaften (die fast ausschließlich aus erfahrenen Kräften bestanden) gab es noch
575 folgende ergänzende Hinweise zur Optimierung kommender Bustouren:

- 576 - Erstausrüstung mit Wasserflaschen
- 577 - Größere Reserve Kleinmaterialien an Bord des Busses, möglichst auch mit Luftballons &
578 Gasflasche

580 II. Sonstige Unterstützungsmaßnahmen:

581 a) Beschallung

582 Erstmals wurde eine Handreichung für Kreise erstellt, die eigenständig Lautsprecherwerbung durchführen
583 wollten. Diese umfassten neben allgemeinen technischen Hinweisen auch ein Musterformular für die
584 Gema-Meldung, den entsprechenden Runderlass, den Beschallungsspot und die Sprechzettel für
585 Losungen in beiden o.g. Varianten.

586 b) Unterstützung von Kreisen mit begrenzten Kapazitäten in der Fläche: In diesem Bereich gab es
587 relativ wenig praktische Maßnahmen.

588 Zum Teil waren Kreise, die landesseitig als unterstützungsbedürftig eingeschätzt wurden, selbst in der
589 Lage übliche Wahlkampfmaßnahmen selbst durchzuführen (z.B. Grundplakatierung), lehnten Hilfe aus
590 anderen Gründen ab oder wurden im Wege der Nachbarschaftshilfe bereits unterstützt. In einem anderen
591 Fall kam die Unterstützung durch einen stärkeren Nachbar-KV nicht zu Stande, obwohl sie zugesagt war.
592 Letztlich half in dem Fall das zuständige Landesvorstandsmitglied aus.

593 In einzelnen Fällen konnte wegen fehlender Kapazitäten in der Region auch keine Hilfe gewährt werden,
594 weil die dafür ins Auge gefassten Strukturen diese letztlich nicht leisten konnten.

596 *Gabriele Lenkenhoff*

597 Schulungsangebote

599 Frühzeitig haben wir uns um Schulungsangebote in Berlin gekümmert. Es wurde dann mit guter Beteiligung
600 im März eine Schulung für die Wahlkampfleiter*innen durchgeführt. Ein Angebot zur Schulung von

601 Kandidierenden und Referent*innen Anfang April kam in NRW leider trotz intensiver Bemühungen nicht
602 Zustande. Die Mindestteilnehmendenzahl von 8 konnte nicht generiert werden.

603 Direkt nach dem Bundesparteitag in Bonn haben wir bei der Gue/NGL Fraktion um Flyer, Folder etc. als
604 Schulungsmaterial für Kreisverbände und Kandidierende bzw. Referent*innen gebeten. Darüber haben wir
605 umfassend informiert und eine große Linksammlung hinzugefügt mit Broschüren der Fraktion aber auch
606 RLS als download-Angebot.

607
608 Auf unsere Bitte reagierte die Fraktion sehr verspätet, erst nach mehrmaligem Nachhaken und wir haben
609 dann auch nur wenige der erbetenen Druckerzeugnisse erhalten im Mai. Wir haben daraufhin den
610 Kreisverbänden angeboten, Bedarf in der LGS anzumelden. Olivia Schwabedissen hat dann die erbetenen
611 Verschickungen vorgenommen.

612
613 *Christian Leye, Landessprecher*

614 **Bericht Wahlkampfveranstaltungen im Europawahlkampf 2019**

615
616 Im Europawahlkampf wurden landesweite Veranstaltungen durchgeführt, die teils in der Organisation des
617 Landeswahlbüros lagen und teils aus dem Landeswahlbüro heraus begleitet wurden.

618
619 Die Auswahl der Veranstaltungsorte wurde auf Grund von Erfahrungen vergangener Wahlkämpfe und
620 aufgrund der räumlichen Nähe von Veranstaltungsorten festgelegt.

621
622 Die Kostenübernahme für Bühnentechnik/Aufbau und Gestellung von Bänken und Tischen erfolgte über
623 das Wahlkampfbudget. Der Vertragspartner erwies sich, wie schon in zurückliegenden Wahlkämpfen, als
624 verlässlicher und professioneller Partner bei der Durchführung von Veranstaltungen. Eine weitere
625 Zusammenarbeit in zukünftigen Wahlkämpfen ist, auch aufgrund der durchweg positiven Erfahrungen der
626 vergangenen Jahre, dringend geraten.

627
628 Es fanden folgende zentrale Groß-Veranstaltungen statt:

629
630 07. Mai: Zentralveranstaltung in Düsseldorf (Sahra Wagenknecht, Bernd
631 Riexinger, Spitzenkandidat*innen)

632
633 07. Mai. Wahlkampfveranstaltung in Wuppertal (Sahra Wagenknecht,
634 Spitzenkandidat*innen)

635
636 14. Mai Aachen (Sahra Wagenknecht, Özlem Demirel)

637
638 14. Mai Bonn (Sahra Wagenknecht, Özlem Demirel)

639
640 Die Veranstaltungen in Wuppertal, Aachen und Bonn wurden vom Landesverband in Zusammenarbeit mit
641 den Kreisverbänden organisiert, die Organisation Zentral-Veranstaltung in Düsseldorf oblag wie üblich
642 bei bundesweiten Wahlen der Parteizentrale in Berlin. Waren überwiegend gut besucht mit ca. 700
643 Menschen in Wuppertal, ca. 350 in Aachen und ca. 700 in Bonn. Die Zentral-Veranstaltung in Düsseldorf
644 war mit ca. 300 Besucherinnen und Besuchern in diesem Jahr unterdurchschnittlich besucht. Über
645 geeignete Werbematerialien sollte sich in Zukunft selbstkritisch ausgetauscht werden, um das Potential
646 von bis zu 1000 Menschen (Landtagswahlkampf 2017) zu erreichen.

647
648 Es bleibt festzuhalten, dass in der breite eine mediale Berichterstattung weiterhin in den lokalen und teils
649 überregionalen Medien stattfindet. An einer Veranstaltungsreihe sollte festgehalten werden.

650
651 Darüber hinaus wurden im Rahmen der „Truck-Tour“ folgende Veranstaltungen von der Bundespartei
652 durchgeführt und anfangs vom Landeswahlbüro begleitet:

653
654 06. Mai Paderborn (mit Özlem Demirel)

655
656 06. Mai Bielefeld (mit Özlem Demirel)

657
658 07. Mai Essen (mit Özlem Demirel und Martin Schirdewan)

660 07. Mai Köln (mit Özlem Demirel und Martin Schirdewan)

661

662 Rückblickend ist das Konzept der Truck-Tour, sowohl nach Rückmeldungen aus den Kreisverbänden als
663 auch mit Blick auf Medienberichte, kritisch zu bewerten. Insbesondere früh angelegte Truck-Stops ziehen
664 wenige Besucherinnen und Besucher an, aber auch Nachmittagsveranstaltungen waren teilweise mäßig
665 besucht. Sollte die Truck-Tour auch in zukünftigen Wahlkämpfen durchgeführt werden stellt sich die Frage,
666 wie der Truck sinnvoll eingesetzt werden kann, etwa als bei frühen Terminen als mobiler Info-Stand an
667 Marktplätzen.

668

669 Darüber hinaus gab es Veranstaltungen von Petra Pau (Oberhausen und Essen) sowie von Janine Wissler
670 (Siegen und Köln), bei denen das Landeswahlbüro den Kontakt mit den durchführenden Kreisverbänden
671 herstellte und die in Eigenregie der Kreisverbände (Petra Pau) beziehungsweise des SDS (Janine Wissler)
672 durchgeführt wurden.

673

674 Abschließend lässt sich festhalten, dass in diesem Wahlkampf insbesondere die Koordinierung des
675 Zeitplans für die Veranstaltungen Düsseldorf und Wuppertal einen immensen und nicht zu rechtfertigenden
676 Arbeits- und Zeitaufwand einnahmen. Hier sollten in Zukunft sich abzeichnende Probleme in der
677 Bühnenchoreographie frühzeitig beachtet werden, um nicht unnötige Arbeitskapazitäten bei allen
678 beteiligten in der heißen Phase des Wahlkampfes zu binden.

679

680

681

682

683

684

685

686

687