

Lieber Bundesvorstand,

wir, eine Gruppe Piraten aus verschiedenen Regionen, machen uns Sorgen um die Öffentlichkeitsarbeit der Piratenpartei. Wir haben zur Kenntnis genommen, dass die Partei trotz der positiven Erfahrung mit einem bezahlten Pressesprecher, dieses Jahr auf selbigen verzichtet. Angesichts der Tatsache, dass Piraten medial momentan weitestgehend ignoriert werden, ist der Schritt durchaus nachvollziehbar. Aber gerade weil die konventionellen Medien nicht oder kaum bearbeitet werden, muss etwas im Bereich Social Media geschehen.

**Antrag:**

Wir beantragen daher hiermit, dass sich der Bundesvorstand um eine professionelle, bezahlte Stelle eines Social Media Managers bemüht, der/die Leitung des Bereichs auf Bundesebene übernimmt, eine erkennbare Strategie erarbeitet und es schafft, Freiwillige aus der Partei motivierend als Team einzubinden. Nach Möglichkeit soll der Social Media Manager auch zumindest soweit über grafische Kompetenz verfügen, dass das Erstellen von Memes bzw. Meme-Vorlagen gewährleistet ist und so mögliche Unterstützer auch ausreichend Material an die Hand bekommen. Gerne unterstützen die Unterzeichner dieses Antrages bei der Ausarbeitung der Stellenbeschreibung.

Die bezahlte Stelle kann je nach finanziellen Möglichkeiten auch eine Teilzeitstelle oder eine andere passende finanzielle Unterstützung sein. Die Ausgestaltung sollte jedenfalls das Ziel erreichen, einer Person die professionelle Übernahme der Aufgabe zu ermöglichen, ohne dass sie dafür finanzielle und persönliche Nachteile für ihr Leben erleidet.

**Begründung:**

Die Aufgabe einer Partei ist es, möglichst viel politische Mitsprache zu erringen und sich an der politischen Willensbildung zu beteiligen. Dies funktioniert in einer Demokratie nur über Öffentlichkeit. Für eine kleine Partei, wie es die Piratenpartei (wieder) ist, ist es schwierig, die eigenen Positionen in den klassischen Medien zu platzieren. Eine Chance, dies zu umgehen, wäre ein Social-Media-Auftritt, der Aufmerksamkeit erregt.

Die Piratenpartei, die eigentlich die „Internetpartei #1“ sein sollte, hat derzeit aber leider, gelinde gesagt, eine sehr dürftige Performance bei Facebook, Twitter & Co. vorzuweisen. Der Facebook-Bundesaccount liegt mit knapp 80.000 Fans gerade einmal bei der Hälfte dessen, was Grüne und FDP an Fans haben. Die Linke hat eine stärkere Corporate Identity als wir, eine erkennbare Linie in ihren Postings und reagiert vor allem schneller auf aktuelle politische Entwicklungen. Wiederkehrende und fest stehende Ereignisse sollten vorausgeplant werden. Während beispielsweise andere Parteien zum Tag der Menschenrechte 2017 bereits morgens ein Posting platzierten, hatte die Piratenpartei schlicht gar nichts gepostet. Obwohl dieser Tag jedes Jahr ist. Obwohl es ein leichtes wäre, ein solches Posting weit im Voraus zu planen und einzustellen. Symptomatisch für das Problem.

Hinzu kommt, dass es im Prinzip keine erkennbaren Zuwächse an Fans gibt - auf Facebook nimmt die Zahl der Page Likes sogar seit dem Ende des Bundestagswahlkampfes konstant ab - und Postings derzeit sehr oft im Nirvana der Irrelevanz versacken. Dies liegt unbenommen auch daran, dass es nur ein paar Freiwillige gibt, die sich bisher über Mattermost zusammen tun und gelegentlich etwas posten.

Weder werden diese Aktivitäten von irgendwem koordiniert, noch gibt es Statements führender Piraten (Vorstände) oder eine erkennbare Strategie, an der sich die Freiwilligen orientieren könnten. Ebenso ist es ein Fakt, dass die meisten im SoMe aktiven Piraten einer ganz normalen Arbeit zum Brötchen verdienen nachgehen und die Bespielung der Social-Media-Kanäle oft weder mit der benötigten professionellen Kompetenz umsetzen können, noch genügend Zeit haben, um auf alle

Nachrichten und Kommentare in angemessener Zeit zu reagieren, selbst wenn sie noch so engagiert sind.

Es ist bekannt, dass man bei Accounts solcher Größe und Wichtigkeit eigentlich mindestens ein bis zwei Postings pro Tag bringen müsste. Es ist bekannt, dass diese aus möglichst viel eigenem Content, Bildern und Filmmaterial bestehen müssten.

Derzeit gibt es also grundsätzlich zu wenig Aktivität. Nicht erst seit heute, sondern bereits im Superwahljahr 2017. Seitdem ist auch noch der ehrenamtliche Beauftragte für Social Media, Sascha Ruschel, wie lange vorher angekündigt, aus persönlichen/zeitlichen Gründen zurückgetreten.

Nun, da wir ohnehin quasi in der Bedeutungslosigkeit versunken sind, müssen wir uns wenigstens dort cool, kompetent und konstant zeigen, wo man uns am ehesten erwartet und auch unsere Kompetenz liegt: im Netz.

Professionell geführte, prall gefüllte und gut bespielte Twitter-, Facebook- und Instagram-Accounts nutzen den Landesverbänden und allen Untergliederungen enorm. Alle Parteigliederungen können Inhalte, die professionell auf Bundesebene erstellt werden, einfach teilen, so weiter verbreiten und für die lokale Arbeit nutzen. Vorbereitete Designelemente für variables Memes und Posts könnten von den Untergliederungen leicht um aktuelle Inhalte ergänzt werden. Daher sind wir der Meinung, dass eine Finanzierung einer solchen Stelle auch im Interesse unterer Parteigliederungen ist und unter deren Beteiligung umgesetzt werden sollte.

Gezeichnet:

Alexander Schestag, 1. Vorsitzender Kreisverband Rhein-Neckar/Heidelberg  
Ann Keddi (Ysann), BundesPR-Freiwillige für Twitter, Lektorat und Diverses  
Angelika Brinkmann, Koordinatorin des Pressesquads Berlin  
Arne Wulf, Pressebeauftragter Landesverband Schleswig-Holstein  
Benjamin Georg Lorig, BundesPR-Freiwilliger für Facebook-Betreuung und Lektorate  
Bodo Noeske, 2. Vorsitzender Landesverband RLP  
Daniel Düngel, 2. Vorsitzender & Pressekoordinator Landesverband NRW  
Franz-Josef Schmitt, PolGF Landesverband Berlin  
Guido Körber, 2. Vorsitzender Landesverband Brandenburg  
Hélder Aguiar, PolGF Landesverband NRW  
Klaus Schummer, Vorsitzender Landesverband Saarland  
Maria Bach, 2. Vorsitzende Kreisverband Ennepe-Ruhr  
Marius Schreiber, Pressesprecher Kreisverband Ennepe-Ruhr  
Philip Köngeter, 1. Vorsitzender Landesverband Baden-Württemberg  
Sandra Janat, AGÖA NRW, Social Media NRW  
Sascha Ruschel, exBundesPR, 46 Monate Social Media  
Stefan Borggraefe, Vorsitzender Kreisverband Ennepe-Ruhr  
Therese Lehnen, 2. Vorsitzende Landesverband Berlin  
Tobias "Kalle" McFadden, Basispirat Bayern

08. Januar 2018