



Ergebnisse der Arbeitsgruppen



Rückmeldeformular

Arbeitsgruppe: Mitmach-Partei | Ansprechpersonen: Regina Rapp und Lothar Binding

1.) Problemstellung:

Tiefgreifende strukturelle Veränderungen innerhalb und außerhalb der Partei führen zur grundsätzlichen Frage: Warum bei der SPD mitmachen? Die wenigen Aktiven im Ehrenamt sind meist überlastet, die Zugangshürden sind zu hoch, die Strukturen und Angebote sind insbesondere für jüngere Menschen und Frauen selten attraktiv.

2.) Lösungsansätze & Maßnahmen:

Zielgruppen: (Neu)-Mitglieder und potentielle Mitglieder, Aktive mit Amt im Ehrenamt

Lösungsansätze: Mitmachen soll sich lohnen. Transparente Kommunikation zwischen den Ebenen, transparentere Prozesse und eine echte Feedback und Wertschätzungskultur: Vertrauen | Verantwortung | Vorbild. Wir wollen (potentielle) Mitglieder dort abholen, wo sie stehen. Die Umschichtung von Hauptamt zu Ehrenamt muss gestoppt, wenn möglich umgekehrt werden.

Methoden/Techniken: Konsequente **Evaluation** von Veranstaltungen und Prozessen, regelmäßige Mitgliederbefragung/ KV/OV-Vorsitzenden. **Schulung/Sensibilisierung** von Multiplikator*innen und Funktionsträger*innen, auch über **Webinare (1)** mit einfacher, plakativer Sprache: ‚Keep it short and simple KISS-Prinzip‘, **Referierendenpool (2)** zentral aufbauen, ausgewogener Promieinsatz zentral steuern. Tagesaktuelle **Musterpressemittelungen** mit gutem Bildmaterial. **Argumentationskarten** auch außerhalb von Wahlkämpfen. **Startpaket** für neu gewählte Funktionsträger*innen. **Instrumente (3)** zu mehr Teilhabe und vernetztem Arbeiten.

Personal (4) : Ehrenamt entlasten durch: **Mitgliedermanagement** umstrukturieren, bedarfsorientierte **Unterstützungsangebote** der Regionalzentren ausbauen, Informationsfluss effizienter koordinieren, **Patenschaften OV KV (5)** , **soziales Lernen im Mentoring** als **Bindungs- und Rekrutierungsinstrument** und **revers**, um digitales Know How an ältere Genoss*innen zu vermitteln.

Struktur: Prozessbegleitung bei gewünschter **Fusion (6)** von strukturschwachen OVs, Stärkung KV. Prüfung, inwiefern mehr Agilität in Führungsfunktionen möglich. **Ombudssystem (7)** bei Generalsekretär*in ansiedeln. LV Mitglieder als Paten für Regionen. Als Pilot: **Neue Formate (8)** von Veranstaltungen zentral entwickeln, erproben und diese als Komplett-Paket inkl. personellem Unterstützung anbieten. Durchlässigkeit zwischen den Ebenen erhöhen, Redundanzen vermeiden. **Wissen und Erfahrung** im Netzwerk identifizieren (MGB) und nutzen. Generell: Besseres **Wissensmanagement** etablieren. **Best -Practice (9)** für ganz unterschiedliche Bereiche sammeln, aktualisieren und verteilen.

3.) Konsequenzen und benötigte Ressourcen: Effekte der Maßnahmen sollen sein: bessere Kommunikation intern/extern, aktive Gestaltung von Veränderung, effizienteres Wissensmanagement. Weg führt über Qualifizierung der Akteur*innen. Überprüfung der hauptamtlichen personalen Struktur, transparentes Organigramm. Wo Redundanzen? Wo Synergien? Zugunsten der Fläche, gilt auch für WBH.

4.) Anmerkungen: Ein tiefgreifender Change Management Prozess braucht professionelle Steuerung jenseits von ehrenamtlichen Strukturen. Digitale Beteiligung: Enge Abstimmung mit Berlin, zu hohe Kosten für ein richtig gutes Portal plus App kann nicht die Aufgabe eines Landesverbandes sein.

ANLAGE One-Pager der AG Mitmach-Partei

(1) Webinare

Webinar ist ein Kunstwort. Es besteht aus Web (von World Wide Web) und Seminar. Es bezeichnet ein Seminar, das nicht vor Ort, sondern über das Internet stattfindet.

Die Teilnehmer verfolgen die Veranstaltung am Computer und sind in der Regel nicht am gleichen Ort wie die Referentin oder der Referent. Aber fast so, als ob die Referierenden bei jedem Teilnehmer, jeder Teilnehmerin zu Hause wäre, funktioniert ein Webinar interaktiv: Die Kommunikation zwischen Vortragenden und Teilnehmenden kann in beide Richtungen gehen.

Ein Webinar läuft in Echtzeit, live, mit vereinbarter Start- und Endzeit. Die Referenten halten einen Vortrag oder geben eine kurze Einführung („Impuls“), ihre Graphiken sehen die Teilnehmer*innen an ihrem Bildschirm, auch kleine Videofilme können eingesetzt werden. Umgekehrt können die Teilnehmer Fragen stellen oder Anregungen geben. Die geht entweder über eine Chatfunktion oder– sofern sie an ihrem Computer ein [Mikrofon](#) angeschlossen haben und der Referent*in/Webinar-Moderator*in ihr/ihm Sprechrechte zugeteilt hat.

Bei einem Webinar können viele Teilnehmerinnen und Teilnehmer teilnehmen. Die Zahl ist ggf. durch die Plattform bzw. die Lizenzvereinbarung begrenzt. Organisatorisch gesehen können, wenn alle nur zuhören, viele Teilnehmende zugelassen werden, wenn sich alle zu Wort melden möchten, ist eine kleine Teilnehmeanzahl von Vorteil.

Es gibt verschiedene Anbieter von Webinar-Software: [Citrix](#), [Adobe](#), [WebEx](#)...

(2) Referierendenpool

In der Landesgeschäftsstelle wird eine Datei „Referierendenpool“ eingerichtet und gepflegt. In diese Datei werden Mandatsträger, SPD-Mitglieder und ggfs. der SPD nahestehende Personen aufgenommen, die bei Vor-Ort-Veranstaltungen (in der Regel auf Kreisverbandsebene und im Ausnahmefall auf Ortsvereinsebene) ein bestimmtes Fachthema vortragen, präsentieren oder diskutieren können. Bei den Mandatsträger*innen sind alle politischen Ebenen – Europa-, Bundestags-, Landtagsabgeordnete, aber auch kommunalpolitische Mandatsträger*innen – (Ober-)bürgermeister*innen, Mitglieder von SPD Gemeinderatsfraktionen – zu berücksichtigen.

Die Datei wird sortiert nach Namen und Themen. Bei den Themen soll es sich um Inhalte handeln, die für eine gewisse Dauer von Relevanz sind (keine tagespolitischen Fragen); z.B.:

- Europa:
 - o Zukunft der EU, Osterweiterung
 - o Beihilferecht
 - o Entwicklung der Sozialdemokratie in europäischen Ländern
- Bund:
 - o Steuergerechtigkeit
 - o Bürgerversicherung
 - o Arbeitsmarktpolitik
- Land:
 - o Wohnbaupolitik
 - o Gesundheitsversorgung
 - o Sicherheit im Land
- Kommunal:
 - o Öffentliche Daseinsvorsorge vs. Privatisierung
 - o Nachhaltige Stadtentwicklung
 - o Mobilitätskonzepte

Darüber hinaus sollen auch „übergreifende“ Vortragsthemen, z.B. für Jubilarehrungen, Ortsvereinsjubiläen oder Jahresempfänge (... zur Geschichte der SPD, ... zu besonderen Ereignissen, ... zu bestimmten Persönlichkeiten etc.) aufgenommen werden.

In der Datei ist im Hinblick auf Anfahrtswege auch der Wohnort der Referent*innen zu berücksichtigen.

Die Datei muss halbjährlich aktualisiert werden; d.h. alle Referent*innen müssen (aktiv!) angefragt werden, zu überprüfen, ob das jeweilige Thema noch aktuell/relevant ist - verbunden mit der Aufforderung zu streichen, zu aktualisieren oder zu ergänzen.

(3) Instrumente zu mehr Teilhabe und vernetztem Arbeiten

Ziel der Maßnahme: Mehr Teilhabe ermöglichen - analog und digital. Die Digitalisierung bietet Chancen zum vernetzten Arbeiten. Strukturelle Veränderungen der analogen Angebote sowie die Verknüpfung von analogen und digitalen Angeboten erhöhen die Teilhabe.

Umsetzungsempfehlungen:

- Klassische Sitzungs- und Veranstaltungszeiten unter der Woche ab ca. 18:30 Uhr sind absolut familienfeindlich, da dies die rush-hour des Tages ist. Nach wie vor sind davon öfter Mütter betroffen. **Lösung:** Alternierende Zeiten, hin- und wieder auch mal am Wochenende inkl. Kinderbetreuung ausprobieren, Übernahme von Babysitter-Kosten sowie eine stringente Sitzungsleitung mit fixem Endpunkt (-> Verhandlungsleitung als Qualifizierung für neue Funktionsträger)
- Einfache Tools zur Sitzungsleitung: **Rollierendes System** (Effekt, dass jedeR mal muss und sich selbst mehr am Riemen reißt, wenn sie/er weiß, was es bedeutet, Sitzungen gut zu leiten): **Sitzungsleitung, Zeitwächter*in** (bespricht mit Sitzungsleitung im Vorfeld, wie viel Zeit jeder TOP braucht plus Puffer), **Schrittführer*in**. Bei kontroversen Themen Sondersitzung oder Telefonkonferenz einberufen anstelle von endlosem Überziehen.

Beauftragte*r im LV zur digitalen Teilhabe. Flächendeckend installiert werden müssen mind. folgende Tools:

- **Cloud-Arbeiten** zentral auf Landesebene ermöglichen. Lizenzen für OV's und KV's sowie den Arbeitsgruppen und Diskussionsforen zur Verfügung stellen.
- Jedes analoge interne Angebot sollte via **Videochat** eine Teilhabemöglichkeit bieten für alle, die nicht persönlich kommen können. Jede öffentliche Veranstaltung sollte z.Bsp. auf facebook via **Live-Schalte** zugänglich gemacht werden.
- **Telefonkonferenzen** in allen Gruppierungen anregen, um sich effizient abstimmen zu können. Konkret klären: Welche Anbieter*in ist empfehlenswert. Kann das zentral über LV oder RZ gesteuert werden?
- **Social Media Beauftragte*r im LV**, der vor Ort von a – z eine basale Einführung gibt und diese auch aktiv begleitet und Rückmeldung gibt. Zentrale Tagesseminare in Stuttgart sind nicht das geeignete Instrument zu einer einfachen Heranführung an das Thema. Qualitätskriterien benennen, Manual ausarbeiten.
- Dieser Punkt sollte jedoch in enger Abstimmung mit der Bundesebene passieren, da der professionelle Anspruch und die Kosten die Dimensionen eines Landesverbandes sprengen. **Online-Plattform und App** zur Vernetzung und zum Austausch. Wissen über Strukturen und Möglichkeiten müssen einfach abrufbar sein. Bsp. Diskussionsforen (analog und digital) sind anhand gängiger Recherchertools nicht auffindbar.

(4) Personal

a) Unterstützungsangebote der Regionalzentren ausbauen

1. Eine vorherige Abfrage nach Unterstützungsbedarf unter den Kreis- und Ortsvereinsvorsitzenden ist sinnvoll. Bisher arbeiten die Zentren wohl mehr oder weniger selbstständig.
2. Die Ergebnisse der Befragung sollte dann Grundlage einer Klausur der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Regionalzentren sein.
3. Ideen: Schulungen für Kassierer*innen, Schulungen für neue Ortsvereins-Vorsitzende, Schulungen Plakate gestalten, Schreibwerkstatt für Pressemitteilungen u.a., Video- oder Telefonkonferenzen mit den Kreisvorsitzenden/ Ortsvereinsvorsitzenden

Achtung: Wenn die Regionalzentren mehr leisten sollen, ist wohl eine Aufstockung des Personals vor Ort notwendig, nicht in Stuttgart!

Mentoring Wenn es nicht so altmodisch klingen würde, wäre der Begriff „Lernbegleitung“ zu bevorzugen. Der Begriff bezeichnet ein Verfahren, bei dem ein „Neuling“ (im Beruf oder in unserem Fall in der Partei) von einem „alten Hasen“ begleitet und bei seiner Eingewöhnung/Einarbeitung in die neue Situation (hier die Arbeit in unserer Partei) unterstützt wird.

Mitglieder haben unmittelbar nach ihrem Eintritt in die Partei oft wenig Orientierung; Begriffe wie „Ortsverein“, „ALG II“ oder „Abgeltungsteuer“ sind ihnen nicht vertraut. Auf Versammlungen werden sie am ersten Tag überschwänglich in den Mittelpunkt gerückt, als neue begrüßt, geherzt... nach wenigen Wochen stehen sie allein auf dem Neujahrsempfang, keiner ruft sie an – es sei denn am Grillstand fehlt noch eine Frühschichtbesetzung.

Hier kann Mentoring ansetzen: Mitglieder von SPD Vorständen, Gemeinderäte, Abgeordnete sind fast immer sehr aktiv, besuchen Unternehmen, Kultur- und Sportveranstaltungen, sprechen mit Bürgermeisterinnen und Bürgermeistern, treffen sich auf Vorstandsebene mit Vertretern von Vereinen und allen möglichen Nichtregierungsorganisationen, Verbänden, Gewerkschaften, Elternbeiräten, Mieterverein, humanitären Einrichtungen...

Bei (fast) allen Aktivitäten, ist es möglich ein Neumitglied (oder ein Neumitglied in spe) mitzunehmen. Mitnehmen kann eine gute Vorstufe von mitmachen sein.

Im Ortsvereinsvorstand wird besprochen, wer sich um ein Neumitglied kümmert. Auch die Gemeinderatsfraktion legt die Zuordnung ihrer Mitglieder zu den Neumitgliedern fest. Alle Neumitglieder werden den Mandatsträgerin und Mandatsträgern mitgeteilt.

Beispiel 1 Ein Landtagsabgeordneter gestaltet seine Betriebsbesuche so, dass es neben dem Gespräch mit Geschäftsführung und Betriebsrat auch eine Besichtigung gibt. Zu dieser Besichtigung werden interessierte Mitglieder und insbesondere Neumitglieder eingeladen. Soweit möglich, nehmen Neumitglieder auch an den Gesprächen teil.

Beispiel 2. Eine Bundestagsabgeordnete bietet Neumitgliedern ein „shadow-program“ an. Ein Neumitglied begleitet die Abgeordneten eine oder mehrere Tage lang, schaut ihr lückenlos über die Schulter...

Mentoring bedeutet allerdings kontinuierliche Kontaktpflege über solche Einzelaktivitäten hinaus. Die Idee ist, dass ein Neumitglied stets einen Ansprechpartner /eine Ansprechpartnerin hat und zu interessanten Veranstaltungen mitgenommen wird.

1. Bestandsaufnahme: Wo gibt es das schon? Wer braucht Unterstützung? Wer hat bereits Schulungen wahrgenommen? Wer hat Interesse an einer Funktion oder einem Mandat? Wer möchte Mentor*in für welches Thema sein? Wer sucht eine*n Mentor*in wofür?
Das könnte im Rahmen einer Mitglieder-Abfrage online erfolgen.

2. Schulung der Kreisvorsitzenden und Mitgliederbeauftragten, Menschen mit Potential zu erkennen, anzusprechen und in die aktuelle Arbeit einzubeziehen. (Anträge schreiben, Kooperations-Veranstaltungen planen, Arbeitsgemeinschaften gründen oder wiederbeleben. Viele Mitglieder wollen mitarbeiten, wissen aber nicht wie, oder sollen nur „Handlanger-Arbeiten“ übernehmen.)
3. Best-practice-Veranstaltungen auf Landesebene (im Rahmen eines Workshoptages?), hier wichtig: Ehrenamt wertschätzen, Patenprogramm ist zusätzliche Arbeit!
4. Ideen:
 - Mitglieder aus den verschiedensten Gremien begleiten MdX, Stadträt*innen usw. zu Terminen
 - Sitzungsleitungen kombinieren (Erfahrene – Lernende)
 - Neu gewählte Funktionsträger*innen auf Veranstaltungen vorstellen, Grußworte halten lassen
 - Ordentliche Amtsübergabe an neue Vorsitzende durch die ausscheidenden Funktionsträger*innen, wo das nicht geleistet wird, muss die nächst höhere Ebene übernehmen.
 - Im Rahmen der Mitgliederbetreuung zu Gesprächen mit Funktions- und Mandatsträger*innen über ihre Arbeit anbieten.
 - Aktives Ansprechen von Genoss*innen mit Potential durch die Funktions- und Mandatsträger*innen, anders herum funktioniert das nur selten und wird eher als „Angriff“ verstanden
 - „Meldestelle“ für Interessierte an Mandaten und Funktionen. Viele Genossinnen und Genossen melden sich leider nicht „vor Ort“.

(5) Patenschaften OV/KV

Gemäß dem Organisationsstatut der SPD werden die Ortsvereine nach politischer und wirtschaftlicher Zweckmäßigkeit durch die Kreisvorstände (im Statut Unterbezirksvorstände genannt) abgegrenzt. Das bedeutet, dass Kreisvorstände Ortsvereine im Falle der Notwendigkeit zusammenlegen, teilen oder ganz neu ordnen können.

Dadurch entsteht auch eine Verantwortlichkeit der Kreisvorstände gegenüber den Ortsvereinen. Gut funktionierende Ortsvereine müssen im Fokus der Kreisvorstände stehen und unterstützt werden.

Ein Patenprogramm kann bei der Unterstützung der OVs sehr hilfreich sein. Die Mitglieder des Kreisvorstands teilen die OVs unter sich auf. Sie fungieren als Paten für die OVs.

Mögliche Aufgaben der Paten:

- Bindeglied zum Kreisvorstand
- Regelmäßiger Besuch von OV Vorstandssitzungen und OV Mitgliederversammlungen
- Informationsaustausch zwischen den Gliederungen
- Beratung und Unterstützung der OVs bei Veranstaltungsplanung bzw. Veranstaltungsformen
- Austausch bei welchen Themen gemeinsame Veranstaltungen von KV und OV möglich sind
- Austausch von Best-Practice Aktionen
- Beratung bei Planung von Wahlkämpfen und Wahlkampfveranstaltungen
- Beratung und Unterstützung bei der Suche neuer Vorstandsmitglieder
- Beratung der OVs bei Konflikten innerhalb des OV Vorstands
- Unterstützung und Förderung der Zusammenarbeit mehrerer OVs (Veranstaltungen, Verfassung von Anträgen usw.). Vor allem bei kleinen und/oder strukturschwachen OVs untereinander
- Weitere Aufgaben können von den Kreisvorständen definiert werden.

(6) Fusion von Ortsvereinen

In Zeiten rückläufiger Mitgliederzahlen und der abnehmenden Bereitschaft unserer Parteimitglieder, sich innerhalb eines Ortsvereins (OV) aktiv im Vorstand zu engagieren, kann es dazu kommen, dass sich in (kleineren) OV keine Vorstände mehr bilden lassen und daher diese OV strukturell auch nicht mehr aufrechterhalten und fortgeführt werden können. Gemäß dem Organisationsstatut der SPD kann sich ein OV jedoch nicht ohne weiteres auflösen. In einem solchen Fall muss gemäß § 8 Absatz 2 des Organisationsstatuts der SPD eine Neuabgrenzung erfolgen. Vereinfacht dargestellt handelt es sich um die Zusammenlegung zweier (bereits existierender) OV zu einem neu zu gründenden, dann gemeinsamen OV. Diese Neuabgrenzung muss zunächst der zuständige Kreisverband (KV) durch Vorstandsbeschluss beschließen – in manchen Fällen auch anordnen. Die betroffenen Gliederungen hören damit auf zu existieren. Ihre Funktionsträger verlieren in diesem Augenblick ihre Funktion. Die konstituierende Mitgliederversammlung zur Bildung des neuen OV findet auf Einladung des KV binnen 14 Tage statt. Auch die OV ihrerseits benötigen vorab entsprechende Beschlüsse – unter Mitwirkung und Einbindung der Mitgliederschaft.

- Die (mittelfristig nötige und nicht abwendbare) Neuabgrenzung/Zusammenlegung von OV könnte jedoch aus strategischen Überlegungen heraus bewusst und gezielt frühzeitiger gesteuert und nicht bis zum letztmöglichen Augenblick hinausgezögert werden. Solch einen Prozess zeitlich und organisatorisch in Ruhe und mit der nötigen Gelassenheit gestalten zu können, vermittelt nicht nur den Eindruck, das Geschehen selber zu steuern, sondern erleichtert ggf. die Umsetzung - zumal, wenn dann noch Mitglieder aktiv sind, die ein paar Jahre später ggf. nicht mehr mit dabei wären. Der Neuzuschnitt eines OV sollte nicht nur als Notwendigkeit, sondern auch als strategisches Instrument gesehen werden, einen parteiinternen Erneuerungsprozess innerhalb einer Raumschaft in Gang zu setzen und mit Leben zu füllen (*frei nach Hermann Hesse: „Und jedem Anfang wohnt ein Zauber inne“*). Zur Ehrlichkeit gehört aber auch, dass der Neuzuschnitt eines OV nicht per se Erfolg gewährleistet („Zwei Kranke ergeben *noch lange* keinen Gesunden).

Zu berücksichtigen gilt allgemein:

- Unmittelbar nach dem erfolgten Neuzuschnitt muss der zuständige KV und das zuständige Regionalzentrum (RZ) den OV verstärkt unterstützen und die Anfänge aktiv mitbegleiten. Für ein RZ kann diese Unterstützung – sollten zeitgleich mehrere Neuzuschnitte gleichzeitig erfolgen – temporär auch personelle Auswirkungen haben.
- Die Mitglieder des neu zugeschnittenen OV sind (wie schon im Vorfeld der Neuabgrenzung) transparent und umfänglich einzubinden; ein guter Informations- und Kommunikationsfluss ist an dieser Stelle wichtiger denn je.
- Die Planung und Umsetzung öffentlicher wie auch parteiinterner Aktionen und Veranstaltungen sind möglichst unmittelbar nach dem Neuzuschnitt des OV verstärkt vorzunehmen, um nach außen und nach innen die Arbeitsfähigkeit des Ortsvereins darzustellen.
- Zuständige Mandatsträger aus der Bundes-, Landes-, und Kommunalpolitik sind einzubinden. Zumal wenn hauptamtliche Strukturen vor Ort fehlen (Personen, Räumlichkeiten) oder auch keine Mandatsträger (MdLs, MdBs) vor Ort sind, müssen Betreuungsabgeordnete (ggf. auch über Patenprogramm zu gewährleisten) eingebunden werden und sich verstärkt einbringen.
- Der Neuzuschnitt eines OV ist für die Mitglieder nicht nur ein organisatorischer, sondern vielmehr ein emotionaler Prozess. Die Mitglieder müssen sich zunächst zusammenfinden und auch der neugewählte Vorstand muss seinen neuen/erweiterten Aufgabenbereich nach und nach annehmen (politische Verantwortung für eine größere Raumschaft). KV und RZ müssen diesen Prozess begleiten und unterstützen.
- Eine aktive Presse- und Öffentlichkeitsarbeit ist (wie schon im Vorfeld der Neuabgrenzung) elementar wichtig. Die Öffentlichkeit muss den Neuzuschnitt als Chance und Neuanfang

begreifen und nicht als Rückzug und Aufgabe. Die Sichtbarkeit des neuen OV ist zu gewährleisten.

- Innerhalb des neu zugeschnittenen/gegründeten OV darf es unter den Mitgliedern keine „Gewinner und Verlierer“ geben – auch keine „gefühlten“. Die Zusammenlegung zweier OV bzw. der Neuzuschnitt eines OV darf in der Folgezeit für die Mitglieder nicht als die Übernahme eines OV durch einen anderen OV verstanden werden. Schon im Vorfeld des Neuzuschnitts muss darauf geachtet werden (Stichwort: interne Kommunikation und Information; Einbindung der Mitglieder)
- Über mögliche und nötige Schulungsangebote/Coaching ist seitens des Landesverbands (LV) nachzudenken. Diese müssen sich inhaltlich gezielt an den Bedürfnissen der durch Neuzuschnitte entstandenen OV orientieren. Für die politische Arbeit dieser OV ist bei Bedarf ggf. auch über eine gesonderte finanzielle Zuwendung für die aktivere politische Arbeit nachzudenken.

(7) Ombudssystem

Manchmal schwelen offene oder unausgesprochene Konflikte über Jahre durch die Partei. Oft begrenzt auf den Ortsverein, den Kreisverband; Konflikte fressen aber auch Teile der Energie im Landesverband auf. Aus eigener Kraft können die Konfliktpartner häufig nicht zur Kooperation finden.

Die Ombudsfrau oder der Ombudsmann ist eine vertrauenswürdige Schiedsperson, deren Aufgabe es ist bei Streitfällen zu schlichten. Hier ist nicht an unser Schiedsgericht gedacht, das im Regelfall Parteiordnungsverfahren bearbeitet. Die Ombudsfrau oder der Ombudsmann sollen in freundschaftlicher Beratung mit beiden streitenden Parteien klären helfen, wie mit formalen, politischen oder persönlichen Konflikten so umgegangen wird, dass die destruktive (zerstörende) Arbeit nach innen geschwächt, die konstruktive (aufbauende) Arbeit nach außen gestärkt wird. Auch um Beschwerden einzelner Mitglieder kann sich die Ombudsfrau oder der Ombudsmann kümmern.

Die Ombudsperson kann angerufen werden, sie kann aber auch, der eigenen Beobachtung folgend, auf Konfliktparteien zugehen. Es geht um eine Vertrauensperson. Deshalb ist es nicht wichtig, ob diese Funktion in der Satzung etabliert wird, ob sie von Parteitag oder Mitgliederversammlungen gewählt oder von einem Vorstand benannt wird.

(8) Neue Formate

Neben der allgemeinen Politikverdrossenheit haben BürgerInnen durch die starke Nutzung des Internet (Youtube Videos etc.) immer weniger Grund, das Haus zu verlassen und Veranstaltungen zu besuchen. Alterprobte Abläufe müssen deswegen überdacht werden, auch weil viele (v.a. jüngere) BesucherInnen bereits neue Formate kennen und die Teilnehmerschaft anspruchsvoller geworden ist. Zentral ist, dass Veranstaltung aus Perspektive der Zielgruppe und nicht der Partei gedacht werden müssen.

Folge:

Frontalvorträge sind out, das Publikum braucht Raum für Gespräche, Zusammenkommen, Diskussion. Begrüßung und Auftaktrede sind kurz zu halten. Veranstaltungen müssen einem vorher definierten Zweck dienen, nur so erreichen sie die Zielgruppe. Die Zielgruppe muss dort abgeholt werden, so sie steht. Die Hürden müssen gesenkt werden, damit die Bevölkerung sich „überwindet“ und die Veranstaltung auch besucht. Nicht nur die Themenauswahl, auch der Veranstaltungsort spielt hierbei eine Rolle (z.B. stadtteilorientiert) oder auch die Termine (für Familien bspw. Samstagnachmittag). Die entsprechenden Einladungen müssen zielgruppenspezifisch und nicht über ausschließlich allgemeine Verteiler ausgesprochen werden. Veranstaltungen müssen aufgrund des Ehrenamtes effizient geplant werden können. Die Kommunikation (auch Preetexte) müssen in einfacher, verständlicher Sprache gehalten sein. Grundsätzlich ist wichtig, dass wir mit den Formaten auch experimentieren und durch eine positive „Fehlerkultur“ auch dazu lernen können und uns entwickeln.

Zielgruppenorientierung und Zweck der Veranstaltung

Die wichtigste Frage, bevor eine Veranstaltung geplant wird, ist: „Welchen Grund hat der/die potentielle TeilnehmerIn, zur Veranstaltung zu kommen?“ Danach richten sich Inhalt, Titel, Format und Ort der Veranstaltung.

Sechs Fragen zur Zielgruppe:

- Wer ist mein Publikum?
- Was weiß ich über sie?
- Was erwarten sie?
- Was interessiert sie?
- Was beschäftigt sie aktuell?
- Was hilft ihnen weiter/ was nützt ihnen?

Aus Veranstaltersicht muss klar definiert werden, welcher Zweck mit der Veranstaltung verfolgt wird:

Zweck der Veranstaltung	Veranstaltungsformat der Wahl
SPD mit bestimmten Themen in der Öffentlichkeit positionieren	der Haupteffekt liegt auf den öffentlichkeitswirksamen Werbemaßnahmen. Erfolgskriterium ist nicht die Besucherzahl, sondern, dass darüber gesprochen wird, dass die SPD dieses Thema bearbeitet. Daher z.B. stark plakatieren, online bewerben
Stärkung des Gemeinschaftsgefühls über Interessen hinweg	Partizipative Formate wie World Cafe, Barcamp, Storytelling....., v.a. solche in denen intensiv in Teams oder Netzwerken zusammengearbeitet wird. Weiterer Effekt ist Emotionalisieren der Teilnehmenden.
Perspektivwechsel, positive Motivation	Interaktive Veranstaltungsformate, pro-contra Veranstaltungen
Vernetzung und neue Netzwerke aufbauen	- regelmäßige Formate (evtl. an unterschiedlichen Orten, aber mit wiederkehrenden Merkmalen, z.B. immer Montags), bei denen sich Menschen aus speziellen Bereichen, Organisationen treffen und regelmäßig über aktuelle Entwicklungen und globale Trends diskutieren oder - themenspezifische Veranstaltungen, an denen man weiter arbeiten möchte (z.B. Thema Nachhaltigkeit, zu dem gezielt ökologische Initiativen eingeladen werden oder Bildung mit Pädagogen etc.) - Themenspezifische Kooperationsveranstaltungen (z.B. mit kommunalen Kino zu Kulturthema) z.B. auch mit Podiumsgästen aus verschiedenen Organisationen (nicht nur SPD)
Neue Zielgruppe erreichen	Neue (spannende, mutige) Veranstaltungsorte (z.B. Kino, Schwimmbad); untypische SPD-Themen; spezifischen Verteiler nutzen und explizit einladen; Werbestrategie anpassen
Bürgerschaft ernst nehmen	Mehr „normale“ Bürger als Podiumsgäste beteiligen (z.B. Krankenschwester Melanie Mustermann zum Thema Pflege)

Zweck der Veranstaltung	Veranstaltungsformat der Wahl
Junge Menschen einbinden	Junge in virtuelle Orte des Handelns einbinden, z.B. xxx
Niedrigschwelligen politischen Konsum anbieten (von Jungen favorisiert), dies mit dem Ziel verbinden, die Zielgruppe an Partei zu binden	gelegentlich Beteiligungsformen anbieten, die aus Sicht der Zielgruppe schnell und kurzfristig durchführbar sind (Unterschriftenaktionen, kurze Befragungen mit Gewinnmöglichkeiten, Online-Aktionen, Petitionen, Twitter-aktionen usw.)

Partizipative Methoden müssen ernst genommen werden, „Pseudo-Beteiligung“ fällt auf.

(Podiums-) Diskussionen:

Häufig sind solche Formate reine Meinungsäußerungen und keine echten Streitgespräche. Deshalb darauf achten, dass Gäste mit kontroversen Meinungen eingeladen werden.

Sinnvoll sind *Vorarbeiten:*

- Vorhalten und Aktualisieren einer Liste mit Veranstaltungsorten inkl. Details (Raumgröße, Kosten, Ansprechpartner)
- Vorlage Eventmanagement, die angepasst werden kann
- Veranstaltungsgruppe, die unterstützen kann (erfahrene/r Moderator/in, Kommunikation, ..)

Themenauswahl:

Aktuelle Themen, die in der Luft liegen, nur dann auswählen, wenn man sie als erster bedient. Fokus-Gruppen (Freundeskreis, Nachbarn etc.) immer wieder fragen, für welche Themen und welche Referenten sie sich interessieren

Regeln für verständliche Kommunikation (siehe auch „Gebrauchstexte professionell schreiben: parteischule-wiki.spd.de):

- Fremdwörter konsequent durch einfachere Begriffe ersetzen
- beschönigende Kunstwörter gegen angemessen dargestellte Fakten auswechseln
- rhetorische Floskeln durch konkrete, verbindliche Aussagen ersetzen
- Entscheidungen begründen („wir werden den Hartz IV-Satz anheben, weil..“)
- Fachsprache nur in Fachkreisen nutzen
- in Bildern und Metaphern sprechen
- kurze Sätze ohne Verschachtelungen bilden
- Überzeugungen in Reden lebhafter und glaubhafter vermitteln, z.B. indem auf der Basis von Stichworten frei gesprochen wird

*Mögliche **Checkliste** für Veranstaltung*

- Zweck der Veranstaltung ist klar definiert
- Begrüßung und Auftakt-Rede ist kurz (max. 20 Minuten)
- Zielgruppe ist definiert. Es wurde entsprechend beworben und eingeladen
- Es wurde Möglichkeit für (echte) Diskussion geschaffen
- Es gibt ausreichend Möglichkeit für Beteiligung des Publikums

Inhalte (in Reden/ Presstexten etc.)

(9) Best Practice

In der Landesgeschäftsstelle wird eine Datei „Best-Practice-Modelle“ eingerichtet und gepflegt.

In diese Datei werden Vorschläge und Ideen von Mandatsträgern, SPD-Mitgliedern und ggfs. der SPD nahestehende Personen aufgenommen, die Vor-Ort bereits erfolgreich umgesetzt wurden und die sich übertragen lassen.

Die Datei wird sortiert nach Themen und Veranstaltungsformaten; z.B.:

- Bürgerveranstaltungen im Wahlkreis
- Jubilarehrungen
- Ortsvereinsjubiläen
- Jahres-/Bürgerempfänge
- Wahlkampf-/Infostände
- Wahlkampfaktionen
- Mitgliederwerbung / Neumitgliedertreffen
- Veranstaltungsformate für Kreisparteitage
- Öffentlichkeitsarbeit

Die Datei muss jährlich aktualisiert werden; d.h. es muss überprüft werden, ob sich im Bestand Modelle befinden, die nicht mehr „zeitgemäß“ oder „angemessen“ sind und deshalb entfernt werden müssen. Und es müssen alle Mandatsträger und Mitglieder angeschrieben werden mit der Bitte, neue Best-Practice-Modelle einzureichen.



Rückmeldeformular

Arbeitsgruppe: „Die SPD als Ansprechpartnerin“

Ansprechperson: Leitung Parsa Marvi/ Birte Könnecke

1.) Problemstellung:

Ausgehende Leitfragen: Wie schaffen wir es, unsere Vernetzung und Bündnisarbeit auf Landes-, aber auch kommunaler Ebene auszubauen? Welche Voraussetzungen müssen wir hierfür schaffen? (Verteilerstrukturen/feste Ansprechpartner*innen etc.). Wie müssen wir unsere Kommunikation umstellen, damit unsere Arbeit und unsere Botschaften bei den entsprechenden Zielgruppen ankommen? Wie gelingt es, unsere Kommunikation verstärkt auf eine stärkere Außenwirkung umzustellen? Wie kommen wir mit Menschen außerhalb der SPD in den Dialog und binden sie langfristig an uns? Welche Formate bieten sich hierfür an?

Analyse der Arbeitsgruppe:

Zentrales Problem für die Ansprache und Zugang zu Zielgruppen ist bei der Landespartei SPD Baden-Württemberg ihre mangelnde offensichtliche Relevanz angesichts unseres Ergebnisses bei der Landtagswahl und eine geringere Verankerung der Parteistrukturen in der Zivilgesellschaft auf allen Ebenen. Auch hat beispielsweise das Wahlergebnis der Grünen gezeigt, dass alleine eine breite Verankerung von Parteistrukturen noch keine Aussage über Wahlerfolge zulässt. Dort, wo unsere Gliederungen enge Netzwerke mit Verbänden, Vereinen, Gewerkschaften und Zivilgesellschaft mit teils hohem Aufwand pflegen, lassen sich oft keine konkreten politischen Ergebnisse, etwa in Form von parteipolitischer Bindung an die SPD oder Wahlerfolge, ableiten. In dieser Situation macht die Fokussierung auf eine oder wenige Zielgruppen aus unserer Sicht wenig Sinn. Die SPD muss in der Breite wieder auf sich aufmerksam machen.

Gleichzeitig weisen unsere Organisationsstrukturen Defizite auf, die dieses zentrale Problem verstärken. Die SPD als Ansprechpartnerin nicht besonders attraktiv. Das fängt beim sprachlichen Umgang der Partei mit gesellschaftlich wichtigen Themen an und setzt sich über unser Angebot für Inhalte und Debatten vor Ort fort. Ortsvereine erscheinen oft nicht als Zentrum einer lebendigen Parteiorganisation, die über ihr eigenes Terrain hinausschauen. An ehrenamtlichen Kräften fehlt es immer mehr. Gleichzeitig sehen wir uns für eine professionelle Kontaktaufnahme mit gesellschaftlichen Gruppen mit einem Mangel an Zeitressourcen konfrontiert. Weder ist eine Kommunikation der SPD-Politik

nach außen gegeben, noch gelingt eine systematische Weitergabe von Output durch die Verbände an die Landespartei, die Fraktionen oder zuständige Organisationsebenen.

Wir sehen auch kulturelle Unterschiede im Vergleich mit anderen SPD-Landesverbänden, die sich auf das Profil und die Wahrnehmung der Landespartei niederschlagen. Während in Ländern wie NRW oder Niedersachsen Mandate oft direkt gewonnen werden und entsprechend Mobilisierung vor Ort nach innen und außen die Triebfeder sind, wirkt die SPD BW mehr nach innen gerichtet. Das „Machtsetting“ steht stärker im Vordergrund, die Bewahrung des Status Quo durch Partei- statt Bürgerarbeit erscheint oft wichtiger. Auch dadurch bedingt ist nach unserem Eindruck die Südwest-SPD noch akademischer als anderswo und hat noch weniger Bodenständigkeit und Verankerung in der Breite. Die SPD wird insgesamt im Land nicht als progressive Bewegung sondern eher als Funktionärspartei wahrgenommen.

Den wichtigsten und direktesten Zugang zu Bürger- und Zielgruppenkontakten stellt die Parteiorganisation vor Ort dar: Ortsvereine und Kommunalvertretungen. Hier steckt noch deutliches Potenzial für Aktivität, die heute nicht genutzt wird. Auf diese Ebenen hat der Landesverband einen beschränkten Zugriff, es geht vielmehr darum, die Partei vor Ort zu aktivieren und zu befähigen.

Bei der Kommunikation öffentlicher Botschaften zieht sich durch alle Gliederungen ein Mangel an Konstanz, um Themenschwerpunkte über einen längeren Zeitraum mit Stringenz und Ergebnisorientierung zu bearbeiten. Es mangelt nicht nur organisatorisch sondern gerade inhaltlich-strategisch an Kampagnenfähigkeit.

Die zentrale Unterstützung für eine strategische Zielgruppenansprache durch die Parteiorganisation vor Ort ist nicht auf der Höhe der Zeit. Es fehlt an Zugang zu Daten, es fehlt eine bedarfsgerechte Aufbereitung von Informationen und Steuerungselemente für Kampagnen. Die Defizite, die sich in der Ansprachefähigkeit vor Ort ergeben, haben in Form eines beträchtlichen Mandatsverlustes in der Fläche, sind durch Professionalisierung, zielgerichtete Angebote und Anpassung der hauptamtlichen Strukturen seit der Landtagswahl 2016 nicht ausgeglichen worden. So findet die originäre SPD-Landespolitik in den weißen SPD-Flecken des Landes immer weniger statt. Es ist fraglich, ob diese strukturelle Kommunikationsschwäche bis zur Landtagswahl mit ausreichend Vorlauf noch ausgeglichen werden kann.

Effizienz und Kreativität im Umgang mit diesen Problemen sind das Gebot der Stunde. Die SPD Baden-Württemberg muss verstärkt anschluss- und sprachfähig werden!

2.) Lösungsansätze & Maßnahmen:

Zentrale Konsequenz aus den vorhandenen Defiziten und der schwierigen Rolle als geschrumpfte Oppositionspartei im Land muss eine „Massenkontaktstrategie“ der SPD Baden-Württemberg sein, welche die Sozialdemokratie als Ansprechpartnerin und Bewegung im Land wieder attraktiver macht. Es geht darum, die Außenkontakte für uns zu maximieren, um damit die Grundlage für eine stärkere Verankerung im Land zu erreichen.

Diese Massenkontaktstrategie muss in der Fläche des Landes durch die Partei vor Ort gelebt und umgesetzt werden und durch den hauptamtlichen Apparat sowie durch den Landesvorstand professionell unterstützt und ermöglicht werden. Dabei ist Massenkontakt an sich kein Selbstzweck, hierfür bedarf es eines engen Rahmens mit konkreten, erreichbaren Zielen für die Gliederungen vor Ort. Diesen gilt es landesweit einheitlich zu erstellen. Der Landesvorstand ist hierbei in einer Vorbildrolle, diesen strategischen Prozess von Anfang bis Ende zu durchdenken und den Rahmen für eine „Aktivitätsinfrastruktur“ zu schaffen.

Für die Maximierung der Außenkontakte sehen wir zwei Handlungsfelder:

- Infrastruktur: Grundlage für Aktivität vor Ort schaffen

Landesverband und Landtagsfraktion sollen in enger Abstimmung den Gliederungen vor Ort Kommunikationspakete zur Verfügung stellen für regional adaptierbare Kampagnen, die unsere Strategie im ganzen Land verdeutlichen (z.B. Schulsanierung, Kinderbetreuung, Weiterbildung). Die Kommunikationspakete bestehen aus Informationen, Verteilmaterial, regelmäßige und auf örtliche Gegebenheiten angepasste Pressevorlagen, Layoutvorlagen sowie Online-Gestaltungselementen für Social Media und Webseiten und Unterstützung für eine barrierefreie Online-Kommunikation. Für die Kreisverbände und Ortsvereine müssen als wesentliche Grundlage für den Erfolg dieser Strategie präzise Datenbanken erarbeitet werden, um Zielgruppen und Institutionen mit unseren Botschaften zu erreichen. Kommunikations- und Aktionspakete dürfen die Gliederungen vor Ort nicht unterfordern, deshalb ist eine landesweite Erfassung über die Leistungsfähigkeit und -bereitschaft der Gliederungen nötig. Dadurch kann auch ein gezielter Unterstützungsbedarf durch die Hauptamtlichkeit besser erfasst werden.

Generell müssten aber für eine erfolgsversprechende Bearbeitung dieser Strategie hauptamtliche Strukturen auf das Ziel, deutliche Verbesserung der Ansprache- und Kampagnenfähigkeit in den Regionen des Landes, voll und ganz ausgerichtet werden. Mit den aktuellen Strukturen sehen wir diese Transferleistung als schwierige Mission an. Gerade für langfristig angelegte Kampagnen und Themensetzungen hätte eine tiefgreifende Strukturreform bereits umgesetzt werden müssen, die für neuartige Konzepte den nötigen Nährboden liefert.

Uns ist es dabei weiterhin wichtig, dass in diesem Zusammenhang beide Strukturen adressiert werden, Partei und Fraktionen vor Ort, und eine lokale Kooperation befördert wird, um dadurch den maximalen Effekt für die Aktivitäten zu erreichen. Landesvorstand und Hauptamtliche stehen dem Prozess beratend und coachend zur Verfügung.

Für die Umsetzung dieser Strategie sind ehrenamtliche Ressourcen vor Ort notwendig. Dazu müssen gleichzeitig Einzelaktionspakete zur Mitgliederaktivierung integriert werden.

- Kontaktarbeit: Fördern und ausbauen.

Erfolgreiche Kontaktarbeit vor Ort muss auf Landesebene besonders gefördert und belohnt werden.

Eine Strategie könnte darin bestehen, über unsere Kontaktarbeit Gruppen zu identifizieren, die öffentlich nicht sichtbar sind und darüber ein Alleinstellungsmerkmal zu schaffen. Landtagsfraktion oder Landespartei könnten in diesem Zusammenhang zu Zielgruppengesprächen einladen, bei denen kommunale Vertreter vor Ort Akteure dieser Zielgruppe auf diese Konferenzen mitbringen und deren Themen teilen. Um einen politisch fruchtbaren Kontakt zu gewährleisten, muss eine zielgerichtete Kommunikation gewährleistet werden. Anfragen und Initiativen, die an die SPD-Strukturen herangetragen werden, müssen transparent und nachvollziehbar ein Ziel erreichen und bedürfen grundsätzlich immer einer Antwort. Dafür gilt es, eine geeignete Infrastruktur aufzubauen. Das Versickern von Anliegen ohne Antwort muss konsequent abgestellt werden.

3.) Konsequenzen und benötigte Ressourcen:

Siehe oben.

4.) Anmerkungen:

-

Arbeitsgruppe: „Die SPD als Großstadtpartei in Stuttgart, Mannheim, Karlsruhe, Freiburg“

Ansprechperson/Leitung: Marion von Wartenberg / Julien Bender

Erst Freiburg und seit der Wahl von Fritz Kuhn auch Stuttgart stehen für einen Prototyp Schwarz-Grüner Kommunalpolitik, bzw. der Fusion von Schwarz-Grün. Mit der Abwahl des ersten grünen Oberbürgermeisters nach 16 Jahren Amtszeit in Freiburg hat sich gezeigt, dass das grün-schwarze Milieu keine automatische Mehrheit generiert. Mit Mannheim, Karlsruhe und Freiburg regieren in drei der vier Städten Baden-Württembergs mit mehr als 200.000 Einwohnern Sozialdemokraten oder von der SPD unterstützte Kandidaten. Darin zeigt sich das große Potential der SPD in den Ballungszentren, von denen eine hohe politische Strahlkraft ausgeht.

Die Bedingungen in den großen Städten sind jedoch sehr unterschiedlich, sowohl was die Strukturen der SPD vor Ort als auch die der Bevölkerung und kommunalpolitischen Situation betrifft. Während bestimmte Themen in allen Städten eine große Rolle spielen – wie z.B. Wohnen, Sicherheit, Familie und auch ökologische Themen – gibt es lokal z.T. besondere Herausforderungen – in Stuttgart die Thematik S21, in Mannheim vergleichsweise hohe Wahlergebnisse der AFD.

Dies zeigt, dass es den einen idealen Weg für die SPD nicht gibt. Vielmehr geht es darum, Strukturen zu stärken, die unabhängig lokaler Unterschiede, die SPD vor Ort sichtbar und handlungsfähiger machen. Dazu sollte aus unserer Sicht folgende Aspekte im Vordergrund stehen:

1) Ansprechende Diskussionsformate vor Ort etablieren/ Öffentlichkeitsarbeit

- Weg von „klassischen“ Partei(groß)-Veranstaltungen hin zu direkten Veranstaltungsformaten
- Plattformen für (digitalen) Austausch schaffen
- Beispiele: „Fraktion vor Ort“, „AnsprechBAR“, „Runter Tisch“, etc.

2) Zentrale Botschaften für zentrale Themen

- Zentrale Themen identifizieren und immer wieder überprüfen (Wohnen, Betreuung, Sicherheit, ...)
- Langfristigkeit der Themen im Blick behalten und Kontinuität zeigen, damit unsere Themen auch vor Ort durchdringen können. Einen „roten Faden“ entwickeln.
- Gemeinsame Linie von Kommune über Land bis zum Bund und Europa ziehen
- Städtische Themen in Landes- und Bundespolitik stärken (es muss klar werden, was z.B. die Landtagsfraktion für die Lebensqualität in den Städten macht)

3) Weitere Aspekte

- Vernetzungsmöglichkeiten zwischen den großen Städten schaffen → „Große Städte Treffen“ auf Landesebene die einen Austausch zwischen den Städten aber insbesondere auch mit LT-Fraktion und Landesgruppe ermöglicht.
- Gemeinsame inhaltliche Kampagnen zur Erhöhung der Sichtbarkeit
- Kommunalwahl 2019 in den Fokus nehmen
- Wählerpotentiale neben „Regionalproporz“ stärker in den Blick nehmen



Rückmeldeformular

Arbeitsgruppe: "Die Gremien/Arbeit der Landes SPD"

Ansprechperson/Mitglieder der Arbeitsgruppe: Daniel Born, Markus Herrera-Torrez, Rebecca Hummel, Udo Lutz, Martin Rosemann, Rita Schwarzelühr-Sutter, Peter Simon, Ute Vogt, Sabine Wölfle

1.) Problemstellung:

Die Problemstellung ergibt sich aus folgenden Leitfragen, die zur Diskussion im Rahmen der Arbeitsgruppe herangezogen wurden:

- Wählerschaft sinkt, Vorstände bleiben groß. Wie sieht ein schlagkräftiger Landesvorstand aus?
- Wie viele Stellvertreter*innen brauchen wir?
- Welche Anforderungen haben wir an eine regionale Betreuung und von wem soll sie geleistet werden?
- Brauchen wir Präsidium und Vorstand?
- Wer soll an Sitzungen teilnehmen?
- Wie verbessern wir die Zusammenarbeit zwischen und mit den Arbeitsgemeinschaften?
- Wie ist die Rolle (u.a. Zweck und Aufgaben) der Arbeitsgemeinschaften?
- Wie können wir unsere Landesparteitage offener und Debatten intensiver gestalten?
- Wie groß soll die Antragskommission sein und welche Rolle soll sie auf Landesparteitagen einnehmen?

2.) Lösungsansätze & Maßnahmen:

Die SPD formuliert Visionen für die Zukunft unseres Landes - Baden-Württemberg 2030. In einem breiten Partizipationsprozess identifiziert sie gemeinsam mit Akteuren aus Wissenschaft und Verbänden sowie Bürgerinnen und Bürgern die zentralen Zukunftstrends, formuliert strategische Ziele für 2030 und entwickelt die Maßnahmen, um diese Ziele zu erreichen.

Im Rahmen der Diskussion zu den Strukturen der SPD Baden-Württemberg und etwaige Verbesserungsmöglichkeiten haben sich für die einzelnen Strukturen/Gremien folgende Hinweise/Vorschläge ergeben (**HINWEIS:** im Folgenden handelt es sich um eine zusammenfassende und damit verkürzte Darstellung der Diskussionsergebnisse):

Landesvorstand:

- Landesvorstand muss **politisches Entscheidungsgremium** und arbeitsfähig sein
- **Transparenz** bei der Erarbeitung von Positionen sowie **Offenheit, Klarheit der Position**
- Zu den **Aufgaben** gehört: insbesondere **Festlegung und Überprüfung der strategischen Ziele**,
- Beispiele:
 - o Die SPD schärft ihr Profil in den Feldern Arbeit 4.0 und Wohnungspolitik. Sie vernetzt sich strategisch mit den relevanten Akteuren. Sie führt Veranstaltungen zu diesen Themen durch. Sie setzt monatlich öffentlich Akzente zu diesen Themen.
 - o Die SPD stellt sich für die Kommunalwahlen 2019 gut auf. Sie stärkt die Arbeits- und Kampagnenfähigkeit der Ortsvereine und Gemeinderatsfraktionen. In jedem Ort muss die SPD mindestens ein Projekt unter Einbindung der Bürgerschaft anpacken.
 - o Die SPD formuliert Visionen für die Zukunft unseres Landes: Baden-Württemberg 2030. In einem breiten Partizipationsprozess identifiziert sie gemeinsam mit Akteuren aus Wissenschaft, und Verbänden sowie Bürgerinnen und Bürgern die zentralen Zukunftstrends, formuliert strategische Ziele für 2030 und entwickelt die Maßnahmen, um diese Ziele zu erreichen.
- Die unbedingt erforderliche Benennung von strategischen Zielen geht einher mit der Konzentration von personellen und finanziellen Ressourcen zur Erreichung dieser Ziele

- Zu den weiteren Aufgaben gehören: Klärung grundsätzlicher politischer Fragen zwischen den Landesparteitagen, Stellungnahme zu tagesaktuellen Fragen
- **Entscheidend ist nicht die Größe des Gremiums**, sondern die Stringenz und Verbindlichkeit des Arbeitens. Entscheidend ist die Ausrichtung an zentralen strategischen Zielen.
- **Voraussetzungen:** Klare Hauptverantwortlichkeit für die Erreichung der strategischen Ziele, klare Zuständigkeitsverteilung in Präsidium und Landesvorstand, klare Vereinbarung mit den Projekt- und Arbeitsgruppen sowie den Arbeitsgemeinschaften über ihren Beitrag zur Zielerreichung
- Effizienter Ressourceneinsatz und Evaluierung der Ergebnisse
- **Stellv. Landesvorsitzende:** Vertretung der Landesvorsitzenden im Bedarfsfall (dafür würde **eine Person** ausreichen); Beitrag zur inhaltlichen Profilbildung zur Erreichung der strategischen Ziele in Ergänzung zur Landesvorsitzenden (dafür würden **zwei Personen** ausreichen); Durchsetzung der strategischen Ziele in der Fläche (dazu braucht es **vier Personen**, die es dann aber auch machen müssen)
- **Landesvorstandsmitglieder:** Beteiligen sich an Festlegung der strategischen Ziele;
- Übernehmen allgemeine Verantwortung für die Erreichung der strategischen Ziele; Übernehmen konkrete Verantwortung für die Umsetzung der strategischen Ziele, so als Leiter/innen von Projekt- und Arbeitsgruppen oder Verbindungsleute zu Arbeitsgemeinschaften und in der regionalen Verankerung; Übernehmen Verantwortung für inhaltliche Diskussionen im Rahmen von Themenwochenenden
- **Regionalbetreuung:** Organisation der Partizipation und Vermittlung der Ergebnisse der Regionen an den Landesvorstand; Unterstützung und Motivation für strategische Ziele in der Fläche sichern; Kreisverbände an der Umsetzung der strategischen Ziele beteiligen; besondere regionale Gegebenheiten bei Umsetzung der strategischen Ziele berücksichtigen; Verbindlichkeit herstellen
- Es scheint sinnvoll MdB's und MdL's zu Landesvorstandssitzungen einzuladen, sofern hier Themen besprochen werden, für die sie auf Bundes- bzw. Landesebene inhaltlich zuständig sind

Präsidium

- Steuerung der strategischen Ziele
- Steuerung der Ressourcen
- Ergebniscontrolling
- Klärung der Aufgabenverteilung in der Führungsspitze

Beteiligung und Transparenz

- Dass Menschen sich für eine Diskurs- und Beteiligungspartei interessieren, zeigen die Parteieintritte zahlreicher (junger) Menschen während des Mitgliedsentscheids. Deshalb müssen weitere Formen der innerparteilichen Beteiligung angeboten werden, die sich mehr mit dem beruflichen oder familiären Alltag vereinbaren lassen. Außerdem gilt es für Transparenz bei der Positionserarbeitung zu sorgen. Deshalb ist ein **parteiöffentlicher Portalraum** einzurichten.

Parteitage

- Dienen insbesondere als **Ort der Außenwirkung**. Müssen daher zur **Profilbildung im Hinblick auf die strategischen Ziele** genutzt werden
- **Ort der grundlegenden politischen Weichenstellung** und der Klärung grundsätzlicher inhaltlicher und personeller Konflikte
- Schwerpunkt auf Themen, die strategischen Zielen folgen
- Dabei **Konzentration auf Kernbotschaften und wenige zentrale Konflikte**
- Daneben Raum für Anträge aus den Gliederungen
- Zentrale inhaltliche Themen und Anträge sollten im Rahmen von Projektgruppen und Themenwochenenden vorbereitet werden. Um eine breite Beteiligung im ganzen Land zu ermöglichen, sind auch **regionale Themenwochenenden/Regionalkonferenzen/Barcamps** durchzuführen
- **Ziel:** Leitanträge sollten als gemeinsames Projekt der gesamten Partei verstanden werden, nicht als vom Landesvorstand erarbeitet und dann dem Parteitag vorgesetzt

- Inhaltliche Konflikte sollten möglichst vorher herausgearbeitet werden

Antragskommission

- Strukturiert Anträge für **effektive Antragsberatung**
- Identifiziert Konflikte, versucht gemeinsame Lösung zu finden oder **schafft für Parteitag Transparenz über Konflikte**
- Gibt Empfehlungen ab, die in der Traditionslinie der Beschlusslage stehen und durch die Expertise der unterschiedlichen Politikebenen und Politikfelder abgesichert sind
- Um mehr Anträge auf den Parteitagen abschließend behandeln zu können, sollte wieder **über das Votum der Antragskommission zuerst abgestimmt** werden
- Die **Zusammensetzung** der Antragskommission muss sicherstellen, dass im Gremium die in der Landespartei und auf dem Parteitag relevanten Positionen vertreten sind. Zudem sollten Europa-, Bundes-, Landes- und Kommunalpolitik sowie unterschiedliche fachliche Kompetenzen für die verschiedenen Politikfelder vertreten sein. Deshalb sollte eine **Größe von 20 Mitgliedern nicht unterschritten** werden. Da bei jeder Sitzung Mitglieder fehlen, sollte die bisherige Größe von 30 beibehalten werden
- Die Antragskommission sollte Kollektiv arbeiten. Der/die Vorsitzende sollte daher weiter aus der Mitte der Antragskommission durch diese gewählt werden. Die **stellvertretenden Vorsitzenden sollten in ihrer Rolle gestärkt und explizit in die Geschäftsordnung der Antragskommission aufgenommen** werden

Projekt- und Arbeitsgruppen:

Arbeitsgruppen verfügen über ein großes Expertenwissen und vielfältige Erfahrungen. Sie sind wichtige Verbindungsglieder z.B. zu gesellschaftlichen Gruppen, Verbänden, NGOs und bringen sich beim Landesvorstand mit ein. Bei der Umsetzung seiner strategischen Ziele tauscht sich der Landesvorstand mit den Projekt- und Arbeitsgruppen aus. Es bleibt zu klären, wie eine Konzentration von Ressourcen bei den Arbeits- und Projektgruppen vorgenommen werden kann.

Für weitere Informationen zu den Diskussionsergebnissen und einer ausführlichen Darstellung der einzelnen Bereiche stehen wir gerne zur Verfügung.

Gemeinsames Positionspapier der AG „Aufstellung der Landesliste“

Das vorliegende gemeinsame Positionspapier der AG „Aufstellung der Landesliste“ wurde im Einvernehmen aller Mitglieder der AG (Rainer Arnold, Heike Engelhardt, Peter Hofelich, Lukas Hornung, Dorothea Kliche-Behnke, Karl-Rainer Kopf, René Repasi, Annette Sawade, Tobias Volz) erstellt. Bei Punkten, in denen kein Konsens gefunden wurde, werden die diskutierten Alternativen *kursiv* dargestellt und, soweit sich eine Mehrheitsmeinung gebildet hat, wird für eine der Alternativen eine Empfehlung ausgesprochen. Zunächst hat sich die AG auf eine gemeinsame Problemanalyse geeinigt (I., S. 1–3), auf deren Grundlage gemeinsame Lösungsvorschläge (II., S. 3–6) erarbeitet wurden.

Die AG tagte am 15. Juni (Anwesenheit: 8 von 9 Mitgliedern) und am 5. Juli (Anwesenheit: 9 von 9 Mitgliedern).

I. Gemeinsame Problemanalyse

1. Problemkreis: „Kandidierendenfindung und –aufstellung“

a) Kandidierendenfindung im Allgemeinen

- Abgeordnete, die erneut kandidieren, erhalten keine Gegenkandidierenden in ihren Wahlkreisen, da andernfalls das Mandat gefährdet erscheint; bei Landtagswahlen aufgrund der geringeren Bekanntheitswerte von anderen Personen als dem aktuellen Abgeordneten; bei Bundestagswahlen erscheint die Listenplatzierung gefährdet aufgrund der geringeren Bekanntheit anderer Personen als dem aktuellen Abgeordneten in den Parteistrukturen;
- Schwierigkeit, Kandidierenden eine Zukunftsperspektive zu geben, damit sie überhaupt oder erneut antreten;
- Es fehlt an einer Botschaft an Kandidierende, das sie (zumindest künftig) gefördert werden;
- Es fehlt an einer Personalentwicklung im Landesverband;
- Teufelskreis der „weißen Flecken“: In Regionen, in denen es strukturell über längere Zeiträume hinweg keine SPD-Abgeordneten gibt, findet sich kaum jemand, der eine Kandidatur auf sich nimmt, da die Erfolgsaussichten gegen Null gehen.
 - Dabei nehmen wir auch wahr, dass „weiße Flecken“ sich geographisch im Laufe der Zeit ändern können. Ihre großflächige Vermeidung ist daher eine Daueraufgabe;
 - Zudem müsste es einer näheren Analyse noch unterzogen werden, welche positiven Effekte ein*e neue*r Abgeordnete*r für die SPD-Präsenz in den „weißen Flecken“ hat und welche unmittelbaren negativen Auswirkungen der Wegfall von Abgeordneten für eine Region haben angesichts der zuvor stattgefundenen Aufbauarbeit durch den Abgeordneten.
- Bei der derzeitigen Kandidierendenfindung fehlen uns Berufserfahrene und Unternehmer*innen;
- Es bedarf einer guten Mischung von Fremd- und Eigengewachsenen;
- Motivationshindernisse vor Ort: Es wird immer schwieriger aufgrund der wegbrechenden Basis, noch funktionsfähige Teams für Kandidierende zu finden, die Kandidierenden Aufgaben abnehmen können; es bleibt vielfach alles an dem Kandidierenden hängen

b) Kandidierendenfindung für Landtagswahlen

- Es bedarf viel mehr weiblicher Kandidaturen bei den Landtagswahlen

c) Kandidierendenfindung für Bundestagswahlen

- Schwierigkeiten für Kreisvorstände bei der Kandidierendenfindung: Worauf kommt es an, um einen auf der Landesliste möglichst erfolgreichen Kandidierenden zu finden?

2. Problemkreis: „Landeslistenaufstellung“

a) Umgang mit Kandidierenden im Zusammenhang mit der Listenaufstellung

- Wenig wertschätzender Umgang mit Kandidierenden im Allgemeinen;
- Eindruck eines geringschätzenden Umgangs der inoffiziellen und offiziellen Parteigremien mit Seiten- und Quereinsteiger*innen in das Landesparteleben im Besonderen;
- Ansprache von Kandidierenden mit dem (eigentlich uneinlösbaren) Versprechen, hoch platziert zu werden: Kandidierenden sollte eine realistische Einschätzung ihrer Chancen gegeben werden;
- Wenig bis nicht vorhandene Kommunikation mit Kandidierenden bezüglich des Verfahrensablaufs der Listenaufstellung (formell und informell);
- Frustrationen im Aufstellungsverfahren wie insbesondere intransparente Absprachen in den vorbereitenden Bezirkstreffen;
- Kandidierende verstehen sich eher als Konkurrent*innen statt als Teil eines Teams;
- Anonymität der Kandidierenden in der ersten Phase der Listenaufstellung (Nominierung bis Listenvorschlag, insb. die Bezirkstreffen);
- Keine Möglichkeit für Kandidierende, sich auf dem LPT den Delegierten vorzustellen (es sei denn ihr jeweiliger Listenplatz wird angegriffen);
- Nach der Wahl wird erfolglosen Kandidierenden keine weitere Wertschätzung von Seiten des Landesverbandes gewährt;

b) Das baden-württembergische Landeslistenaufstellungsverfahren

- Besetzung der Listenfindungskommission;
 - fehlende Abbildung der realen Machtverhältnisse in der Landespartei;
 - fehlende Transparenz der Interessenkonflikte in der Listenfindungskommission;
- keine/wenig überzeugende Begründung der individuellen Listenplatzierung;
- Eindruck vom außen, dass die Listenplatzvergabe eher willkürlich erfolgte;

c) Kriterien für die Listenplatzvergabe

- Zu starke Bewertung von Mandatsträger*innen mit mehr als drei Legislaturperioden (mehrfach genannt: die Frage nach einer Mandatszeitbegrenzung):
 - Eindruck, dass MdBs, die erneut antreten, grundsätzlich bei der Listenaufstellung bevorzugt werden; dass es eine sichere Listenplatzgarantie für amtierende MdBs gibt;
 - Fehlende Führungsverantwortung, langjährige und alte MdBs zum Abtreten zu bewegen;
- Zu starke Bewertung von Parteikarrieren:
 - Eindruck, dass Parteisolдатentum und vorgefertigte Parteikarrieren bevorzugt werden;
 - Eindruck, dass die schlichte Anzahl von Kandidaturen bessere Listenplatzierungen zur Folge hat;

- Geringe Relevanz von außerparteilichen Kriterien wie Berufserfahrung, Qualifikationen etc.;
- Eindruck, dass die Landespartei die Fähigkeit nicht (mehr [Bsp.: Ernst-Ulrich von Weizsäcker 1998]) besitzt, Fähigkeiten, die außerhalb der Parteigremien zählen, zu bewerten und mit parteiinternen Fähigkeiten gleich zu gewichten;
- Eindruck, dass die Verteilung nach Regierungsbezirken nicht in allen Regionen tragfähig ist:
 - Vorteil der starken Betonung der Regionen (definiert als Regierungsbezirke) ist, dass hier Konflikte auf kleinerer Ebene geführt und moderiert werden können;
 - Eindruck, dass nicht alle vier Regierungsbezirke dies gleichermaßen tun: Nordbaden hat bei seiner Reihung regelmäßig neue Kandidierende zwischen amtierende Abgeordnete gereiht und Konflikte in dem Bezirk aufgefangen; bei anderen Bezirken wird Vergleichbares nicht erkannt;
 - Eindruck, dass die regionale Ebene der Regierungsbezirke noch zu großteilig ist, um Konflikte auf kleinerer Ebene zu führen und zu moderieren;
- Phänomen „Kreißaal – Hörsaal – Plenarsaal“;
- Eindruck, dass junge Menschen strukturell benachteiligt werden;
- Eindruck, dass nicht die gesamte Gesellschaft abgebildet ist;
- Zu geringe Beachtung des Problems „weißer Flecken“ im Land, wo weder MdL noch MdB oder MdEP die Partei vor Ort repräsentieren.

II. Gemeinsame Lösungsvorschläge

1. Problemkreis: „Kandidierendenfindung und –aufstellung“

- Der Landesverband Baden-Württemberg braucht eine zentral gesteuerte Personalentwicklung für das Land. Dies betrifft nicht nur die künftige MdB, sondern auch künftige MdL, Führungskräfte in den Verwaltungen, Bürgermeister, Referenten etc.
 - Die Personalentwicklung ist mehrfach als Aufgabe der Aktivitäten des Landesvorstandes in der Vergangenheit gefordert worden. Eine konkrete Umsetzung ist jedoch nie erfolgt. Sie findet stattdessen in anderen Zusammenhängen, mit anderen Kriterien, oft nicht transparent und oftmals *ad hoc* statt;
 - Das Präsidium des Landesvorstandes muss gemeinsam mit professionellen Berater*innen ein Personalentwicklungskonzept entwickeln;
 - Der Landesvorstand soll eine Kommission (unter Einbeziehung professioneller Unterstützung) einberufen, die Kriterien entwickelt bezüglich (1) der Identifikation von Personen, die für eine zentrale Personalentwicklung geeignet sind, und bezüglich (2) der Inhalte der Personalentwicklung;
- Um glaubwürdig zu sein und Anreize zu setzen, an der Personalentwicklung des SPD-Landesverbandes teilzuhaben, muss zur Umsetzung des Programms regelmäßig auf der Landesliste ein Spielraum geschaffen werden, der es Personen, die der Landesverband für die SPD als politisch wichtig, ideengebend und durchsetzungsfähig erachtet, ermöglicht, in den Deutschen Bundestag einzuziehen;
- Der Landesvorstand trägt auch eine politische Führungsaufgabe bezüglich der Personal/Kandidatenverteilung: Er soll die Möglichkeit haben und nutzen, frühzeitig mit den Kreisverbänden in Kontakt zu treten, auf deren Gebiet sich „weiße Flecken“ befinden und der Landesverband bestimmte Personen, die nicht aus dem Kreisverband kommen, im Deutschen Bundestag sehen möchte. Das

schließt natürlich nicht aus, dass es auch um Personen gehen kann, die aus dem Kreisverband selbst stammen.

2. Problemkreis: „Landeslistenaufstellung“

a) Umgang mit Kandidierenden im Zusammenhang mit der Listenaufstellung

- Die AG hat als zentrales Problem der vergangenen Listenaufstellungen die (mangelnde) Kommunikation und die sich hieraus ergebende geringe Wertschätzung von Kandidierenden identifiziert. Das gilt für ausscheidende Abgeordnete als auch für auf nicht erfolgreichen Listenplätze Kandidierende, die das Mandat nicht erreicht haben.
- Zentral soll daher für jede Reform des Listenaufstellungsverfahrens der wertschätzende und motivierende Umgang mit den Kandidierenden stehen. Hierzu werden folgende Schritte vorgeschlagen:
 - Kandidierendenkonvent als Startpunkt für den Prozess der Listenaufstellung mit einer klaren Kommunikation über den Aufstellungsprozess (formell/informell);
 - Kandidierenden sollen keine Aussagen/Versprechungen bezüglich der zu erwartenden Listenplätze gegeben werden;
 - Die Listenfindungskommission muss vor der Erstellung des Vorschlags jede*n Kandidierende*n einmal gesprochen und kennengelernt haben. Hierzu wird ein eintägiges Kandidierenden-Hearing vorgeschlagen, bei dem jede*r Kandidierende die Möglichkeit erhalten soll, sich mindestens eine halbe Stunde persönlich mit den Mitgliedern der Findungskommission zu treffen, sich vorzustellen und auszutauschen;
 - Nach Erstellung des Listenvorschlags kommt die Findungskommission erneut mit den Kandidierenden zusammen und erläutert allen in einem persönlichen Gespräch die Gründe für die individuelle Listenplatzierung nach Erstellung des Listenvorschlags. Die Gründe müssen dabei auf die zu beschließenden Auswahlkriterien rückführbar sein. Dies sollte in der Woche vor dem Listenparteitag stattfinden. Im Anschluss an die persönliche Begründung wird der Listenvorschlag veröffentlicht;
 - Auf dem Listenparteitag soll jede Platzierung von der/m Vorsitzende*n der Listenfindungskommission vor dem Parteitag mit Verweis auf die zu beschließenden Auswahlkriterien begründet werden. Jedem/r Kandidierenden wird die Möglichkeit zur persönlichen Vorstellung vor dem Landesparteitag eingeräumt, es sei denn er/sie verzichtet darauf.
- Nach der Bundestagswahl sollen die Kandidierenden vom Landesverband zu einer zentralen Veranstaltung zum Dank für ihren Einsatz eingeladen werden. Es sollten ganz im Sinne des Personalentwicklungskonzeptes auch Überlegungen zum weiteren Einsatz für die SPD einfließen.

b) Das baden-württembergische Landeslistenaufstellungsverfahren

- Die Landesebene ist der Souverän für die Listenaufstellung. Der Landeslistenparteitag entscheidet eigenständig über die Listenplatzierungen. Damit wird eine deutliche Absage Alternativen erteilt, wonach untere (eventuell erst noch zu schaffende) Parteigliederungen verbindliche Reihungen beschließen und die konkreten Listenplätze von der Landesebene lediglich durch eine mathematische Formel den unteren Parteigliederungen zugeteilt werden;
- Zur Vorbereitung des Listenparteitags soll ein konkreter Vorschlag erarbeitet werden. Damit wird eine deutliche Absage Alternativen erteilt, wonach Listenplätze „auf Zuruf“ gewählt werden sollen. In solchen Verfahren finden intransparente Absprachen außerhalb von Parteigremien statt. Wir wollen stattdessen die Arbeit der Listenfindungskommission unabhängiger und transparenter machen;

- Die Listenfindungskommission muss in ihrer Besetzung im Allgemeinen von der Landespartei anerkannt sein und von den Delegierten als Autorität angesehen werden;
- *Besetzung der Listenfindungskommission;*

<i>Alternative</i>	<i>Empfehlung</i>
<i>(1) Wahl der Listenfindungskommission durch den Landesparteitag</i>	<i>(2) Landesvorsitze*r leitet die Listenfindungskommission unter Beiwahl von weiteren Mitgliedern durch den Landesparteitag</i>
<i>Mitglieder der Findungskommission sollen ihre Legitimation vom Landesparteitag erhalten (der der Souverän für die Listenaufstellung ist). In seinem Auftrag (und nicht im Auftrag des Landesvorstandes oder formal nicht legitimierter „Bezirke“) erstellt die Findungskommission einen Vorschlag, der unmittelbar dem Parteitag vorgeschlagen wird, ohne dass andere Landesgremien dem Vorschlag zustimmen müssen. Mitglieder der Findungskommission dürfen keine MdBs sein oder für den Bundestag kandidieren. Die Kommission soll aus fünf Mitgliedern bestehen und wählt aus ihrer Mitte die/den Vorsitzende*n. Die Kommission soll den Vorschlag im Einvernehmen beschließen.</i>	<i>Wie Vorschlag (1); der/die Landesvorsitzende ist jedoch automatisch Mitglied der Findungskommission mit doppeltem Stimmrecht bei Stimmengleichheit.</i>

c) Kriterien für die Listenplatzvergabe

Die Listenplatzvergabe soll sich von den nachfolgenden Kriterien leiten lassen. Die individuelle Listenplatzierung soll auf dieser Basis begründet werden.

- Ausgewogenes Verhältnis von Mandatsträger*innen und Nicht-Mandatsträger*innen
 - Auf den sog. „sicheren Listenplätzen“ ist mindestens eine Person unter 35 Jahren zu platzieren;
 - Mandatsträger*innen, die für ihre vierte Legislaturperiode antreten, werden grundsätzlich niedriger eingestuft als bei der vorherigen Listenaufstellung, sofern eine andere Platzierung nicht politisch begründbar ist. Dies ist insbesondere begründbar, wenn der/die Mandatsträger*in in der abgelaufenen Legislaturperiode Minister*in, Staatssekretär*in, Fraktionsvorsitzende*r, stellvertretende/r Fraktionsvorsitzende*r, Landesgruppenvorsitzende*r oder Landesvorsitzende*r war. Es ist die Aufgabe des/der Landesvorsitzenden, mit den betroffenen Personen frühzeitig Gespräche über einen freiwilligen Verzicht auf eine erneute Kandidatur zu führen;
 - Eine Reihung von mehr als fünf Mandatsträger*innen hintereinander soll vermieden werden.
- Regionale Ausgewogenheit der Listenplätze
 - Unter „Region“ verstehen wir dabei kleinteiligere geographische Räume als die Regierungsbezirke;
 - Unter Berücksichtigung der Europa- und Landtagswahlergebnisse sollen großflächige „weiße Flecken“ vermieden werden, in denen kein/e Mandatsträger*in der SPD vorhanden ist;
 - *Empfehlung der AG: Reihungen von Regierungsbezirken dienen als Anregung für die Listenplatzvergabe, können jedoch von der Listenfindungskommission auch geändert werden. /*

Alternative: Empfehlung der AG: Reihungen von Regierungsbezirken dienen als Anregung für die Listenplatzvergabe und sollen möglichst eingehalten werden, können jedoch von der Listenfindungskommission auch geändert werden.

- Ausgewogenheit in Bezug auf berufliche Tätigkeiten, gesellschaftliche Erfahrungen und außerparteiliches Engagement. Diese können auch bei den amtierenden Mandatsträger*innen vorhanden sein.
 - Als zu berücksichtigende berufliche Tätigkeiten gelten insbesondere Arbeiter*innen und Unternehmer*innen;
 - Als zu berücksichtigende Erfahrungen gelten gesellschaftlich erfahrene, berufstätige Mütter – in Partnerschaft lebend oder alleinerziehend;
 - Als zu berücksichtigendes Engagement gelten ein Engagement in den Gewerkschaften, in Verbänden und Vereinen sowie in Organisationen, die sozialdemokratische Politik im weitesten Sinne. Dazu gehören auch Umweltverbände und Kirchen.
- Eine (ehemalige) Zugehörigkeit zu einem kommunalen Parlament ist von Vorteil;
- Anzustreben ist es, Persönlichkeiten, die in gesellschaftlicher oder intellektueller Weise prägend sind, unter den „sicheren“ Listenplätzen zu berücksichtigen;
- Anzustreben ist es, Personen mit Migrationshintergrund unter den „sicheren“ Listenplätzen zu berücksichtigen.