

Protokoll der Beratung der Landesarbeitsgemeinschaft Rote Reporter Brandenburg

Zeit: 12. und 13. April 2008

Ort: Gaststätte Gosener Berge, Gosen-Neu Zittau

Teilnehmer: siehe **Anlage 1**

Ablauf:

Ablauf LAG Rote Reporter

12. April 2008, Erster Tag

bis 10 Uhr Anreise der Teilnehmer nach Gosen-Neu Zittau (Landkreis Oder-Spree)

10.00 – 10.30 Uhr Begrüßung, Vorstellung

10.30 – 13.00 Uhr **2008 – das Jahr der LINKEN**

Kommunalwahlen und linke Medien

„Was erwartet der Landesvorstand von den linken Medien – was können linke Medien vom Landesvorstand erwarten?“

Unter dem Aspekt, die kleinen Zeitungen des Landes Brandenburg erfüllen eine wichtige Funktion beim Transport der Ideen der Partei an die Leserinnen und Leser und damit Wählerinnen und Wähler wollen wir das gegenseitige „Gebrauchtwerden“ verdeutlichen

Gesprächspartnerin: Maria Strauß, Geschäftsführerin des Landesverbandes Brandenburg der Partei DIE LINKE

13.00 – 14.00 Uhr Mittag

14.00 – 16.00 Uhr **Netzwerk – Zusammenarbeit zwischen den einzelnen Ebenen**

Verknüpfung zwischen Landtagsfraktion, Landesvorstand, Kreisvorstand und kleinen Zeitungen

„Welche Möglichkeiten können geschaffen werden, damit uns keiner aus dem Netz fällt und die Informationen zielgerichtet zwischen den einzelnen Ebenen ihren Weg finden?“

Gesprächspartnerin: Maria Strauß, Geschäftsführerin des Landesverbandes Brandenburg der Partei DIE LINKE

16.00 – 17.00 Pause

17.00 – 19.00 Uhr **Wie einheitlich sollte unsere Partei sein?**

Einheitliches Erscheinungsbild in den kleinen Zeitungen, dem Internetauftritt oder bei Flugblättern und Kandidatenvorstellungen!?

Wie präsentieren wir unsere Kandidatinnen und Kandidaten richtig?

Gesprächspartner: Volker Ludwig, DiG Berlin

ab 19 Uhr Abendessen vom kalten und warmen Büffet

13. April 2008, Zweiter Tag

8.00 – 9.00 Uhr Frühstück

9.00 – 11.10 Uhr **Chancen und Risiken der linken Medien beim Dialog mit den Bürgern**

Gesprächspartner: Ruben Lehnert, Redakteur der Zeitung KLAR der Fraktion DIE LINKE im Bundestag

11.20 – 12.00 Uhr **Die Landesarbeitsgemeinschaft Rote Reporter**

Gesprächspartner: Sabine Bomeier, Bremen

12.00 – 13.00 Uhr Mittag

13.00 – 13.30 Uhr **Krisen-PR bei den kleinen Zeitungen: Mit welchen Krisen können wir es zu tun bekommen und wie nutzen wir sie für uns?**

Anhand von Beispielen, die uns in den Redaktionen heimsuchen könnten, werden methodische Tipps zum Umgang vermittelt.

Gesprächspartnerin: Evelyn Dahme, Verbraucherzentrale Brandenburg

13.30 – 14.00 Uhr Auswertung des Klausurwochenendes
14.00 Uhr Abreise

Zum TOP 2008 – das Jahr der LINKEN

Maria Strauß, Landesgeschäftsführerin der LINKEN Brandenburg sprach zum Schwerpunkt **Vorbereitung Kommunalwahlen**. Hauptschwerpunkt ist gegenwärtig die Suche nach Kandidaten, wo die kleinen Zeitungen einen unterstützenden Beitrag leisten können u. a. durch Aufrufe. Das Landeswahlkampfbüro hat sich für den Slogan „Original sozial“ ausgesprochen, dafür wird ein entsprechendes Logo angefertigt und den kleinen Zeitungen übergeben.
Einführungstermin: 1. Mai 2008

zum Stand der **Kampagne für ein Sozialticket**

Maria Strauß informierte über das Verfahren des Volksbegehrens, welches am 28. April startet. Der Verkehrsverbund Berlin-Brandenburg wird zunächst am 22. Mai zusammensitzen und über das Mobilitätsticket der Landesregierung entscheiden. Da in diesem Verbund Landräte und Bürgermeister der kreisfreien Städte sind, sollte auf diese Druck durch die Kreistage (bzw. SVV) ausgeübt werden, damit am 22. Mai eventuell schon eine positive Entscheidung getroffen wird.

Es wird eine eigne Internetseite für das Volksbegehren geben: www.ja-zum-sozialticket.de oder auch www.jazumsozialticket.de.

Materialien für die kleinen Zeitungen und die Kreise wird am 15. April verschickt.

Maria Strauß ging dann auf die gegenwärtigen **Umfrageergebnisse für DIE LINKE** ein. Hier sind die Erwartungen an die Partei sehr hoch.

Erwartungen des Landesvorstandes an die kleinen Zeitungen:

Mobilisierung und Information nach Innen, Sprachrohr nach Außen

Was sollen linke Zeitungen sein – interne Mitgliederzeitungen oder externe Sprachrohre?

Es geht um

- aktuelle Zeitung
- klare, verständliche Sprache
- informativ, aufklärend
- Meinungsbildung
- mehr als nur Presseerklärungen abdruckend
- Seriosität zeigen (kein BILD-Niveau)
- Professionalität
- einheitliches Erscheinungsbild
- angenehmes Lesen durch angenehmes Layout
- kurze knappe Artikel
- aussagekräftige Fotos (hier steht die Frage, wie kommen wir an diese ran?)
- spannende Überschriften
- presserechtlich nicht angreifbar (besonderer Hinweis: Kein Nachdruck von Artikel aus anderen Quellen, wenn keine spezielle Erlaubnis vorliegt)

In der dann folgenden **Diskussion** ging es um diese Dinge:

Die Teilnehmer sprachen sich über vorhandenen Unklarheiten zum **Presserecht** aus. Hier soll durch die LAG eine entsprechende Schulung vorbereitet und durchgeführt werden. Der Vorschlag wurde unterbreitet, dieses mit Hilfe von Verdi oder einem Anwalt zu tun.

Die Frage, wie können wir Material für die kleinen Zeitungen allen verfügbar machen, konnte nicht bis zum Schluss beantwortet werden, soll aber in Zusammenarbeit mit der Landesgeschäftsführerin geklärt werden. Hier gab es das Stichwort Intranet.

Gewünscht wurde eine Plattform, in der zum Beispiel die Materialien zum Sozialticket, Fotos und Textbausteine abgerufen aber auch eingestellt werden können.

Das Thema Fotos spielte in der Diskussion auch eine Rolle. So gab ein Teilnehmer den Hinweis, dass die Fotos im Internet einen Inhalt und einen Autor erhalten sollen.

Auch die Frage, „Wie mache ich richtige Fotos?“ sollte in der Landesarbeitsgemeinschaft behandelt werden. Dazu könnte ein Profifotograf gewonnen werden.

Anmerkung: Vielleicht sollten wir einen Tag mal nur diesem Thema widmen, auch unter dem Aspekt der politischen Aussage von Fotos.

Maria Strauß ging in ihren Erläuterungen über zur **Landeszeitung** „Brandenburger Seiten“ Sie berichtete zu Überlegungen im Landesvorstand, diese Zeitung wirksamer für die Öffentlichkeitsarbeit im Land zu machen. Die Mitarbeit der Macher der Kleinen Zeitungen ist bei der Entscheidungsfindung gefragt. Die Möglichkeit, die Zeitung einzustellen und das eingeplante Geld für andere Öffentlichkeitsarbeit im Land zu verwenden, ist angesprochen worden. Der Einsatz der Zeitung im Kommunalwahlkampf, die äußeren Seiten durch die Kreise zu gestalten waren weitere Aspekte.

Zum TOP Netzwerk – Zusammenarbeit zwischen den einzelnen Ebenen

Auch hier war Maria Strauß die Gesprächspartnerin.

Es sollen für die kleinen Zeitungen die vorhandenen Beziehungen genutzt werden. So z. Bsp. die Seite des kommunalpolitischen forum Brandenburg e.v. (www.kf-land-brandenburg.de)

Hinweise gab es vor allem zur Koordination von Terminen mit der Landtagsfraktion, mit dem Vorschlag, dass diese Koordination über eine Person laufen soll und nicht über jeden Abgeordneten. Ein Hinweis betraf die Betreff-Zeile bei E-Mails, die klar und deutlich auf den Inhalt der Nachricht aufmerksam machen soll.

Wichtig sind in den kleinen Zeitungen die Verweise auf weitergehende Hinweise.

Maria machte deutlich, dass Artikel für die kleinen Zeitungen von der Landtagsfraktion erarbeitet werden müssten und nicht nur Presseerklärungen weitergereicht werden.

Alexa Lamberz sollte in die LAG eingeladen werden.

Weiterhin ist wichtig, Abgeordnete in die Redaktionen einzuladen. Persönlicher Kontakt ist wichtig.

Zum TOP Wie einheitlich sollte unsere Partei sein?

Zu diesem Tagesordnungspunkt hatte Volker Ludwig von dig Berlin eine Präsentation vorbereitet, die in der **Anlage 2** zu finden ist.

Deutlich wurde vor allem, dass der Umgang mit dem Namen DIE LINKE immer noch Schwierigkeiten bereitet. So wurde klar, dass das Parteilogo auch nicht missbraucht werden sollte wie zum Beispiel im Namen einer Zeitung (DIE LINKE. AKTUELL oder DIE LINKE. IMPULSE). Damit wird der Parteiname und das Logo nicht auf- sondern abgewertet. Ebenso wurde darauf eingegangen, wann und wo nach DIE LINKE ein Punkt kommt bzw. wann nicht (siehe Anlage). Auch wichtig, DIE LINKE wird nicht in Anführungszeichen gesetzt.

Fazit des Themas: Die Partei muss einheitlich kommunizieren, muss sich aber mit ihrer Vielfalt vor Ort darstellen.

Ein professioneller Auftritt zeigt bereits eine Glaubwürdigkeit für die Übernahme von Verantwortung.

Ausführlich ging Volker Ludwig auch auf die Verwendung der Schriften Corporate E und Corporate S ein. Er verwies darauf, welche weiteren Schriften noch zur Anwendung kommen. Volker Ludwig stellte an Hand einer Zeitung die Wirkung des Flattersatzes sowie des Zeilenabstandes (110%) vor. Die Rolle eines Internetauftritts sowie dessen Gestaltung wurde ausführlich diskutiert.

Zweiter Tag

Zum TOP Chancen und Risiken der linken Medien beim Dialog mit den Bürgern

Der Redakteur der Zeitung Klar der Bundestagsfraktion, Ruben Lehnert, begann seine Ausführung mit dem Satz: DIE LINKE wirkt, und machte das an den Beispielen ALG, Rente und den Wahlerfolgen klar. DIE LINKE sitzt jetzt in 10 Landesparlamenten.

Meinungsumfragen zeigen, dass DIE LINKE zwischen 11 und 14 Prozent bundesweit liegt. Wenn wir keine groben Fehler machen, könnten wir bei der nächsten Bundestagswahl auf 15 Prozent kommen. Mögliche politische Fehler:

Aneinander scheitern – die Pluralität in der Partei muss ausgehalten werden

Den Zustand der SPD zu unterschätzen, die es in „zwei Ausfertigungen“ (linker und rechter Flügel) gibt. Der Erosionsprozeß ist groß. Die SPD verliert in großem Maße Mitglieder und Wähler, die aber nicht zwangsläufig in die DIE LINKE eintreten bzw. DIE LINKE wählen.

Die Aufgaben für Medienmacher sind daher als Multiplikatoren und parteilich im Sinne der LINKEN zu wirken. Themen ansprechen, die unsere Alleinstellungsmerkmale dokumentieren, die die Menschen ansprechen.

Gegenwärtig ist ein Schwerpunkt die Sammlung von Unterschriften gegen den Einsatz in Afghanistan. Aber, so Ruben Lehnert, wir haben uns noch nicht überall durchsetzen können. Wir sind noch weit entfernt vom Mindestlohn, bei der Problematik Gesundheitswesen, Arbeitslosengeld, u. a. Es liegt also noch sehr viel vor uns. Durch den Neoliberalismus ist für die Bürger klar geworden, Zukunft ist nicht mehr planbar. Wir stehen am Anfang mit unserer Partei, die sich vor 9 Monaten gegründet hat. Zu den Zeitungen: Der Leser will informiert werden, wir müssen es belegen können, was wir schreiben. Aufklärung und Information ist unsere Aufgabe, die Schlussfolgerungen müssen wir den Lesern überlassen.

In der Fraktion im Bundestag werden folgende Printmedien herausgegeben:

Klar mit einer Auflage von 800 000 Stück,

Clara mit 70 000 Stück

Querblick mit 50 000 Stück.

Die Erscheinungsweise ist 4 Mal im Jahr. So wird Klar zum 1. Mai erscheinen und Clara vor dem Bundesparteitag in Cottbus im Mai.

Große Probleme gibt es beim Vertrieb.

Nachteil der Zeitung ist, dass keine Werbung für die Partei gemacht werden darf. So werden nur Bundesthemen und parlamentarische Themen veröffentlicht.

In der Diskussion machten die Teilnehmer auf folgende Dinge aufmerksam:

Die Verteiler der Zeitungen wissen nicht, wann die Materialien erscheinen. Daher sollten unbedingt Terminpläne für die Zeitungen an die Kreise zugestellt werden, dass sich dort, wo die Logistik der Verteilung vorhanden ist, sich darauf eingestellt werden kann.

Ruben Lehnert sicherte eine solche Information zu.

Als wichtiger Hinweis von ihm kam der Hinweis, dass alle Texte und Fotos der Fraktion von den Kleinen Zeitungen genutzt werden können.

Alle Druckschriften der Fraktion können direkt über versand@linksfraktion.de bestellt werden.

Bei Nachfragen bitte über die Mailadresse: ruben.lehnert@linksfraktion.de

Zum TOP Die Bundesarbeitsgemeinschaft Rote Reporter

Sabine Bomeier vom SprecherInnenrat der Bundesarbeitsgemeinschaft Rote Reporter, die für die Klausur extra aus Bremen angereist war, informierte die Teilnehmer darüber, dass bereits in 13 Bundesländern Aktivitäten der Roten Reporter erfolgen.

Die Roten Reporter sollten die Möglichkeit von Bestellseminaren zur Weiterbildung durch die BAG nutzen.

Es gibt eine Kooperation mit dem „Neuen Deutschland“, die genutzt werden kann. Hier insbesondere die kostenlose Nutzung von ePaper und Archiv.

Sie machte darauf aufmerksam, dass in Auswertung der Akademie in Berlin geplant ist, auch Landesakademien durchzuführen.

Teilnehmende Mitglieder der LAG, die die Akademie besucht hatten, machten auf die Probleme der Organisation der einzelnen Workshops aufmerksam. Sabine Bomeier sicherte zu, diese Kritik weiterzuleiten und im SprecherInnenrat zu diskutieren.

Zum TOP Krisen-PR bei den kleinen Zeitungen: Mit welchen Krisen können wir es zu tun bekommen und wie nutzen wir sie für uns?

Evelyn Dahme, Mitglied der Landesarbeitsgemeinschaft und Mitarbeiterin für Öffentlichkeitsarbeit bei der Zentrale für Verbraucherschutz in Brandenburg gab praktische Beispiele, wie man sich in Krisen verhalten sollte. Hier machte sie deutlich, dass es im Vorfeld von Krisen einen Plan geben sollte, wer sind die Akteure, die bei Notwendigkeit zusammengerufen werden müssen, damit schnellstmöglich Maßnahmen getroffen werden können. In einem Kreis oder einer Stadt sind es diejenigen, die auch Entscheidungen fällen: Kreisvorsitzender, Fraktionsvorsitzender, Pressesprecher, Öffentlichkeitsarbeiter

Notwendig ist zu überlegen, was ist als nächster Schritt notwendig, welche Informationen müssen an wen weitergeleitet werden?

Das heißt, es sollte eine Checkliste im Vorfeld aufgestellt werden um schnell und offen zu reagieren. Eine solche Checkliste wird von Evelyn Dahme bereitgestellt.

1. Situation der Partei DIE LINKE in der öffentlichen Wahrnehmung

- Medien spielen Partei herunter
- Darstellung häufig negativ vorbelastet
- in Wahlkampfzeiten häufig persönliche Hämme politischer Konkurrenten
- sympathische Darstellung nahezu auf eigene Medien begrenzt

2. Mögliche Krisen (Beispielsammlung)

- nicht akzeptables Handeln von Repräsentanten, wie moralisch verwerfliches oder rechtswidriges Agieren eines Abgeordneten oder Funktionärs
- unpopuläre Positionierung in Parlamenten oder außerhalb
- politische Fehler
- öffentlich gewordene interne "Reibereien"
- Mitgliederschwund

3. Souveränes Agieren zur Imagesicherung

- Entscheidungen im Krisenfall meist unter Zeitdruck nötig, dadurch hohe Fehlerquote
- deshalb regelmäßig notwendige Abläufe vorbeugend durchdenken:
 - a) Kreis von Schlüsselpersonen für den Regelfall festlegen und deren Erreichbarkeit festhalten (häufig Kreisvorsitzender, Fraktionsvorsitzender, Akteure/Betroffene, Verantwortliche für Öffentlichkeitsarbeit inklusive Internet und kleine Zeitung)

b) Maßnahmeplan

- Reaktion = unverzüglich, offen und glaubwürdig, faktenorientiert zur Versachlichung, kontinuierlich (Einigkeit der Teilnehmer: lebendige Partei darf sachliche Widersprüche darstellen, sonst unglaubwürdig)
- intern: "eigene Leute" über E-Mail-Verteiler, Infoblätter, Beratungen (je nach eigenen Gewohnheiten, notfalls sogar Telefon nach Schneeballprinzip)
- extern: mit genauem, abgestimmtem Zeitplan in alle passenden Medien (kleine Zeitung bei langwierigeren Problemen für die Darstellung von Hintergrundinfos und ausführlichere Auseinandersetzung geeignet, die andere Medien nicht leisten wollen)
- Vorschlag: jeder KV sollte prophylaktisch eine Checkliste für Krisen-PR haben, um im Falle eines Falles die nötigen Infos und Abläufe parat zu haben (siehe Anhang)

Außerdem: Hinweis auf Zeitschrift "werbepaxis aktuell" (www.werbepaxis-aktuell.de), nützliche Tipps zum Beispiel zu

- kostenlosen Fotodatenbanken wie www.pixelio.de
- kostenlosen Werbeeinträgen der Kleinen Zeitungen in google/wikipedia
- bezahlbare Großflächenplakate (auch einzeln) über www.123plakat.de

- Presseseite der Kleinen Zeitung im eigenen Internetauftritt des Kreisverbandes mit Foto und Kontaktdaten der Redakteure

In der **Anlage 3** wird anhand des Kreisverbandes Potsdam eine Checkliste aufgezeigt.

In einer Abschlussrunde machten die Teilnehmer deutlich, dass die Form der Klausurtagung gut gewählt wurde, die Gesprächspartner gut und sachkundig ausgewählt wurden und eine solche Runde auch territorial stattfinden müsste (z.B. im Süden und im Norden)

Das Protokoll erstellten die Sprecher der AG

Franziska Schneider, Petra Haase, Heinz Schneider und Reinhard Frank