

Parteiemanagement

Ein Handbuch für Präsidentinnen und
Präsidenten

Inhaltsverzeichnis

1.	Einleitung	4
2.	Organisation der Partei	5
2.1.	Organigramm Gesamtpartei	6
2.2.	Die nationale Partei	6
2.2.1.	Aufgaben des Generalsekretariats	6
2.2.2.	Angebote für Ortsparteien.....	6
2.3.	Die Kantonalpartei	7
2.3.1.	Rechtliches.....	7
2.4.	Die Bezirks-, Amts-, Kreispartei.....	7
2.5.	Die Ortspartei.....	7
3.	Die Ortspartei	9
3.1.	Aufbau und Organisation	9
3.1.1.	Überblick	9
3.1.2.	Der Vorstand	9
3.1.3.	Mitglieder des Vorstands	9
3.1.4.	Die Rechnungsrevisoren.....	10
3.2.	Mitgliederversammlungen	11
3.2.1.	Ordentliche Mitgliederversammlung	11
3.2.2.	Weitere Anlässe und Versammlungen	11
4.	Verwaltung und Pflege von Mitgliedern	12
4.1.	Mitgliederbeiträge	12
4.2.	Mitgliederpflege	12
4.2.1.	Austritt von Mitgliedern	13
4.3.	Mitgliederwerbung	13
4.3.1.	Tipps & Tricks zur Neumitgliedergewinnung	13
4.3.2.	Persönlicher Kontakt.....	14
5.	Politisches Engagement	15
5.1.	Politische Vorstösse	15
5.2.	Unterschriftensammlungen.....	15
5.3.	Wahlen und Abstimmungen	15
5.3.1.	Der permanente Wahlkampf	15
5.3.2.	Mobilisierung.....	16
5.3.3.	Engagement bei Abstimmungen.....	16
6.	Kommunikation und Medien	17
6.1.	Möglichkeiten des Auftretens	17
6.2.	Das Bild – Der Blickfänger.....	18
6.3.	Umgang mit Lokalradios.....	18
6.4.	Social Media	19
7.	Finanzierung	20
7.1.	Koordination zwischen den FDP-Sektionen aller Stufen.....	20
7.2.	Mandatsbeiträge	20
7.3.	Gönner-, Spender- und Donatorenbeiträge.....	20
7.4.	Legate 20	
7.5.	Projektbezogene Sonderaktionen (Projekt-, Eventsponsoring)	21
8.	Ideenspeicher für Veranstaltungen	22
8.1.	Bemerkungen zur Organisation einer Veranstaltung	25
8.2.	Vermarktung von Veranstaltungen	25
8.2.1.	Ziel.....	25

8.2.2. Massnahmen..... 25

Hinweis:

Aufgrund der Leserlichkeit wird auf die Nennung des weiblichen Geschlechts verzichtet, sämtliche Bezeichnungen gelten aber für beide Geschlechter.

1. Einleitung

Dieses Handbuch liefert den Vorständen von Orts-, Bezirks-, Kreis- und Amtsparteien einen Überblick über

- › die Struktur und Organisation der FDP.Die Liberalen auf allen politischen Ebenen,
- › die Unterstützungsangebote der nationalen Partei für Sektionen
- › die Erwartungshaltung der nationalen Partei an Sektionen
- › wichtige Tipps und Tricks für Sektionen

Weiter soll dieses Handbuch Anregungen und Ideen liefern und den Vertretern von Sektionen einen Leitfaden für ihre Parteiarbeit bieten. Dabei erhebt das Handbuch in keiner Weise Anspruch auf Vollständigkeit. Es ist und bleibt ein Handbuch, keine Regieanweisung.

Für Ihren grossen Einsatz für unsere Partei danken wir Ihnen herzlich! Sie geben unserer Politik ein Gesicht und stehen in direktem Kontakt mit der Bevölkerung und Wählerschaft. Für Ihre Anliegen, Fragen, Anregungen und Kritik haben wir immer ein offenes Ohr. Kontaktieren Sie uns unter info@fdp.ch, 031 320 35 35 oder über Ihre Kantonalpartei.

2. Organisation der Partei

FDP.Die Liberalen vereint Menschen, die sich zu den liberalen Grundsätzen bekennen. Die Partei orientiert sich dabei auf allen Stufen an den liberalen Werten Freiheit, Gemeinsinn und Fortschritt. Sie bilden die Leitlinien der Partei.

Die FDP Schweiz besteht aus Kantonalparteien, diese wiederum gliedern sich in Ortsparteien, resp. je nach Bedarf in Kreis-, Bezirks- oder Amtsparteien. Je nach Grösse der Ortspartei sind auch hier weitere Unterteilungen möglich (vgl. 2. 1).

Der Aufbau der FDP basiert auf dem Subsidiaritätsprinzip, d.h. die Bewältigung der öffentlichen Aufgaben erfolgt auf der entsprechenden Stufe. Demnach beschäftigt sich die schweizerische Partei mit nationalen Fragen, die kantonalen Parteien mit den Problemen des Kantons und die Ortsparteien mit der Gemeindepolitik. Immer wichtiger werden dabei die Vernetzung und die Zusammenarbeit zwischen den verschiedenen Ebenen. Nur so kann garantiert werden, dass die Partei als kohärenter Akteur wahrgenommen wird.

Jede Orts-, Kreis-, Bezirks- und Kantonalpartei sowie die Landespartei stellen Vereine im Sinne der Artikel 60ff des Schweizerischen Zivilgesetzbuches (ZGB) dar. Der Verein ist gegründet, wenn die Statuten durch die Mitglieder in der Gründungsversammlung verabschiedet wurden. Beschlüsse werden analog den Statuten durch die einzelnen Parteigremien gemäss ihren Kompetenzen, politische Parolen durch die Mitglieder in der Partei- oder Delegiertenversammlung gefasst.

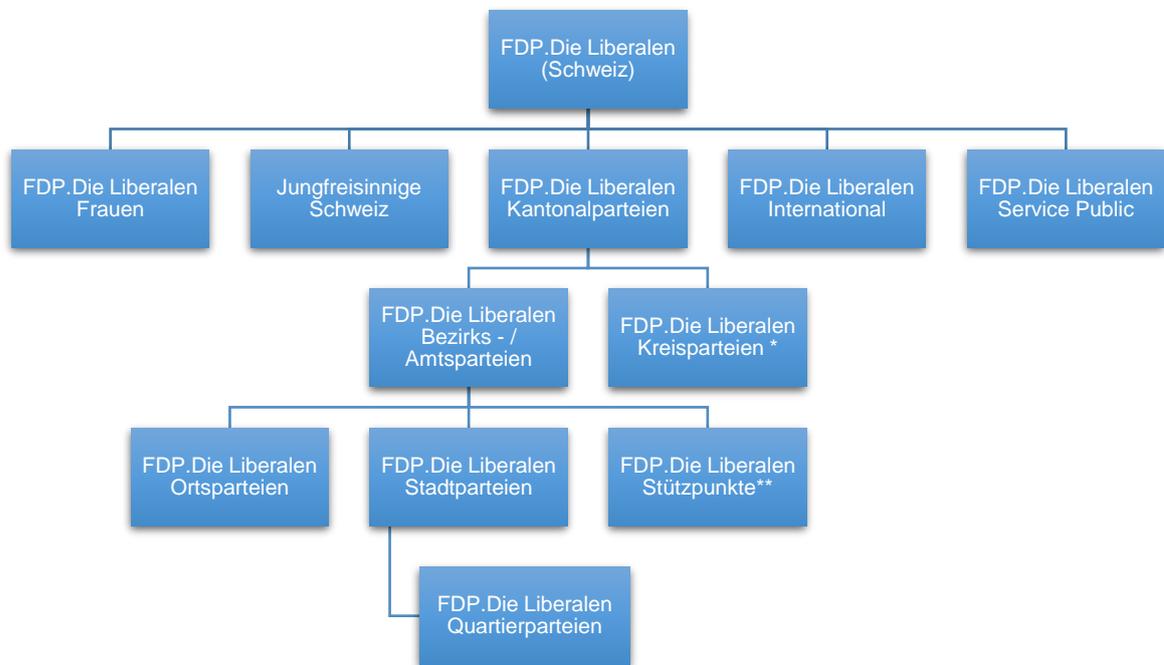
Ein Mitglied der FDP ist primär Mitglied einer Ortspartei. Direktmitgliedschaften bei Kantonalparteien und Doppelmitgliedschaften in mehreren Sektionen sind möglich. Bei der FDP Schweiz hingegen können nur Kantonalparteien oder Schwesterorganisationen Mitglied werden.

Diese Schwesterorganisationen fühlen sich den liberalen Werten verpflichtet, sind aber keine Mitglieder der Landespartei. Eine Mitgliedschaft in einer Schwesterpartei ist unabhängig von der Mitgliedschaft in einer Sektion. Informationen zu diesen nahestehenden Organisationen sind auf deren Webseiten zu finden:

- › FDP.Die Liberalen Frauen: www.fdp-frauen.ch
- › Jungfreisinnige Schweiz: www.jungfreisinnige.ch
- › FDP.Die Liberalen International: www.fdp-international.com
- › FDP Service Public: www.fdp-servicepublic.ch

Zudem existiert die Fachgruppe Radigal (www.radigal.ch), welche sich für die Anliegen der LGBTI-Gemeinschaft einsetzt; die FDP Urban (www.fdp-urban.ch), welche die Stadtparteien der grössten Schweizer Städte vernetzt und liberale Lösungen für städtische Probleme erarbeitet sowie die FDP60plus, welche die Aktivitäten der Senioren koordiniert.

2.1. Organigramm Gesamtpartei



*Fasst mehrere Gemeinden ohne eigene Ortspartei zu einer Kreispartei zusammen.

**Kleine Gemeinden, wo die Organisation einer Ortspartei nicht sinnvoll ist.

2.2. Die nationale Partei

FDP.Die Liberalen Schweiz ist die Dachorganisation der Partei. Sie kümmert sich um die Politik auf nationaler Stufe und koordiniert die Zusammenarbeit der Kantonalparteien und nahestehenden Organisationen. Die Führung der nationalen Partei übernimmt der nationale Vorstand. Für das operative Geschäft ist das Generalsekretariat in Bern verantwortlich.

2.2.1. Aufgaben des Generalsekretariats

Das Generalsekretariat ist die politische Stabs- und administrative Zentralstelle der Partei. Es obliegen ihm insbesondere die Vorbereitung der Sitzungen der Partei- und Fachorgane, die Organisation von Parteiveranstaltungen, das Erstellen von Anträgen an die Parteiorgane und die Koordination derer Aktivitäten, der Kontakt zu den Kantonssekretären, die Information und die Erledigung der administrativen Arbeiten.

Der Generalsekretär ist der vollamtliche Sekretär der schweizerischen Partei. Seine Obliegenheiten regelt ein Pflichtenheft, das durch den Vorstand erstellt wird. Dem Generalsekretär steht ein Stab von voll- und nebenamtlichen Mitarbeitern zur Verfügung. Der Vorstand regelt die Anstellungsbedingungen des Generalsekretärs und verabschiedet die Richtlinien und das Arbeitsreglement für die Anstellung von Mitarbeitern des Generalsekretariats.

2.2.2. Angebote für Ortsparteien

Die Kantonalparteien sind die primären Ansprechpartner für die Ortsparteien hinsichtlich Unterstützung, politische Beratung usw.

Einige Angebote werden dennoch auf nationaler Ebene für alle Ortsparteien angeboten:

- › Nationale Adresdatenbank Addressix (www.addressix.com)
- › Template für Webseiten
- › Vermittlung von Referenten
- › Unterstützung bei der Reservation von Besuchen im Bundeshaus
- › FDP-Shop mit diversen Materialien
- › Material für nationale Abstimmungskampagnen
- › Vorlagen für Drucksachen nach nationalen CI/CD (Indesign)
- › Grafische Vorlagen (Logos, Pictogramme, usw.)
- › Template für Webseiten sowie Webseitensupport
- › Guideline für die Wahlen

Für detailliertere Informationen wenden Sie sich bitte an info@fdp.ch.

2.3. Die Kantonalpartei

Die Kantonalpartei ist die **Hauptanlaufstelle für Fragen, Auskünfte, Material oder Informationen von Seiten der Ortspartei**. Als eine Organisation der Zwischenstufe ist sie sowohl mit lokalen als auch mit den schweizerischen Problemen, Anliegen und Programmen vertraut. Das kantonale Sekretariat ist Auskunft- und Dokumentationsstelle.

2.3.1. Rechtliches

- › Die Kantonalpartei umfasst alle ihr angeschlossenen Bezirks-, Orts-, Kreis- und Quartierparteien. Ihr können auch Einzelmitglieder angeschlossen sein.
- › Die Kantonalparteien haben sich als rechtlich selbstständige politische Organisationen und gleichzeitig Sektionen der FDP.Die Liberalen zu den liberalen Grundsätzen zu bekennen und sich für deren Ziele einzusetzen.
- › Die Kantonalparteien nehmen, ebenso wie die schweizerische Partei, Stellung zu nationalen Abstimmungsvorlagen und geben dazu Parolen heraus.
- › Die Kantonalparteien werden regelmässig in geeigneter Form über die Tätigkeit und die Beschlüsse in den Organen der schweizerischen Partei informiert.
- › Eine Kantonalpartei kann Anträge und Motionen zuhanden der Präsidentenkonferenz einreichen.
- › Vor der Stellungnahme der Delegiertenversammlung zu ihren Geschäften sind die Kantonalparteien in gleichem Masse zu dokumentieren wie die Mitglieder der Delegiertenversammlung oder der Präsidentenkonferenz. Sie können ihre Stellungnahme der Delegiertenversammlung oder der Präsidentenkonferenz schriftlich zustellen.
- › Der Vorstand der schweizerischen FDP kann von den Kantonalparteien die Information über wichtige kantonale Angelegenheiten anfordern.

2.4. Die Bezirks-, Amts-, Kreispartei

Je nach Kanton bestehen unterschiedliche Bezeichnungen für die verschiedenen regionalen Gebiete (Kreise, Bezirke, Amteien...).

Die Bezirkspartei erarbeitet und betreut Zielsetzungen, Programme und Strategien auf der Stufe Bezirk. Sie kommt je nach Kanton und Bedeutung der innerkantonalen Strukturen stärker oder schwächer zum Tragen. Die Organisation, Befugnisse, Kompetenzen und Aufgaben werden von den Kantonalparteien in ihren Statuten geregelt.

2.5. Die Ortspartei

Der Erfolg und die Durchschlagskraft der FDP, sei es auf kommunaler, kantonaler oder nationaler Ebene hängt weitgehend von ihrem hohen Organisationsgrad ab. **Das Fundament der Partei ist die**

Ortspartei auf Gemeindeebene. Es ist deshalb wichtig, dass die FDP möglichst im ganzen Kanton präsent ist. Damit Ortsparteien erfolgreich sein können, müssen sie über eine Organisation verfügen, die es ihnen ermöglicht, ihre Kräfte zielgerecht und zweckmässig einzusetzen.

Die Hauptlast der organisatorischen Aufgaben unserer Partei wird vor allem auf der Stufe der Ortspartei von ehrenamtlich tätigen Mitgliedern bewältigt.

Unabhängig von den offiziellen Parteistrukturen ist die Zusammenarbeit von Ortsparteien in regionalen oder thematischen Fällen sehr gerne gesehen. So bieten sich zum Beispiel die Organisation von Anlässen über Gemeindegrenzen oder die Zusammenarbeit bei ähnlichen Sachthemen an, um Synergien zu nutzen, Gleichgesinnte zu verbinden oder Kontakte zu knüpfen.

Bei kleineren Ortsparteien kann auch die gemeinsame Betreuung von Funktionen oder Ämtern Sinn machen. Gerade die Kommunikation im Online-Bereich bietet sich hier an. Es muss jedoch darauf geachtet werden, dass die Statuten der betroffenen Sektionen und das Informationsbedürfnis der Mitglieder weiterhin erfüllt werden.

3. Die Ortspartei

3.1. Aufbau und Organisation

3.1.1. Überblick

Jede Ortspartei muss als Verein organisiert sein. Um dies zu erreichen, benötigt sie Folgendes:

- Statuten
- einen Vorstand
- mind. einmal jährlich eine Vereinsversammlung (Mitgliederversammlung, Hauptversammlung oder Generalversammlung).

Die Vereinsversammlung ist das oberste Organ (Legislative). Die Vereinsversammlung findet normalerweise einmal jährlich als ordentliche Generalversammlung statt. Die Vereinsbeschlüsse werden mit der Mehrheit der Stimmen der anwesenden Mitglieder gefasst. Die Vereinsversammlung wählt den Vereinsvorstand (Exekutive). Er vertritt unter Leitung des Präsidenten den Verein nach aussen und führt die Geschäfte. Dabei hat er sich an das Gesetz, die Statuten und Vereinsbeschlüsse zu halten. Freiwillig, aber durchaus üblich ist es, dass die Statuten die Wahl eines oder mehrerer Rechnungsrevisoren (Kontrollstelle) vorsehen. Als Vertreter der Vereinsmitglieder prüfen sie die Rechnungsführung und Vermögensverwaltung des Vereins.

3.1.2. Der Vorstand

Der Vorstand ist das leitende Organ eines Vereins. Er besorgt die administrative und politische Führung. Von seiner Zusammensetzung hängen in hohem Masse die Entwicklung und das Erreichen des Zieles ab. Wahlen in den Vorstand dürfen daher nicht dem Zufall überlassen werden. Es ist sorgfältig zu erwägen, welches Mitglied sich für den zu besetzenden Posten eignet. In der Regel erfolgen Wahlvorschläge durch den Vorstand. Die Wahl der Vorstandsmitglieder steht jedoch immer der Mitgliederversammlung zu. **Um einen Vorstand zu bilden, braucht es ein Präsidium, ein Vizepräsidium sowie eine Kasse.**

Mitglieder des Vorstandes sollen die einzelnen Ressorts, im engen gegenseitigen Kontakt, möglichst selbständig besorgen.

Auch wenn dies in der heutigen Zeit immer schwieriger ist, sollte wenn möglich jedes Mitglied, das ein Vorstandsamt annimmt, bereit sein, mehrere Jahre zu wirken. Zu häufige Wechsel beeinträchtigen die Arbeit des Vorstandes. Andererseits sind "Sesselkleber" zu bewegen, neuen Kräften Platz zu machen.

Vorstandssitzungen werden nach Bedarf durch den Präsidenten einberufen, in der Regel 2 – 12-mal pro Jahr. In den Statuten soll festgelegt werden, wie viele Vorstandsmitglieder eine Vorstandssitzung nötigenfalls einberufen können.

3.1.3. Mitglieder des Vorstands

Präsidium

Er trägt die Gesamtverantwortung, leitet die Sitzungen und Versammlungen und vertritt die Partei gegen aussen. Er führt die Vorstandsgeschäfte und hat bei Stimmengleichheit den Stichentscheid. Er ist weiter verantwortlich für:

- › Erarbeitung und Durchführung der vereinsinternen und der politischen Zielvorstellungen und die Einhaltung der Statuten
- › Koordination der gesamten Vereinstätigkeit und Überwachung der Arbeit der einzelnen Chargenträger und der verschiedenen Vereinsgremien
- › Kontakt mit benachbarten Ortsparteien, Bezirks- und Kantonalpartei

- › Kontakt mit anderen politischen Parteien und Organisationen in der Gemeinde
- › Erledigung und Kontrolle von Vorstands- und Versammlungsbeschlüssen
- › Personalplanung
- › Kontaktpflege zu den Behörden
- › Erstellung eines Terminkalenders und Überwachung der Termine, regelmässige Information der Mitglieder über die Arbeit der Orts-/ Kreispartei

Vizepräsidium

Der Vizepräsident ist Stellvertreter des Präsidenten und übernimmt gemäss jeweiliger Absprache einen Teil der Aufgaben des Präsidenten zu dessen Entlastung. Er führt bei Verhinderung des Präsidenten die Geschäfte des Vereins oder Verbandes.

Er leitet die Mitgliederversammlung bei Abnahme des Jahresberichtes des Präsidenten und führt die Wahl des Präsidenten durch. Ideal ist es, wenn ein zukünftiger Präsident als Vize in seine Arbeit eingeführt werden kann.

Sekretariat/Aktuar

Er führt ein Beschlussprotokoll von allen Verhandlungen, erledigt in Zusammenarbeit mit dem Präsidenten die laufenden Korrespondenzen, organisiert Sitzungslokale und die nötigen Einrichtungen für die Durchführung von Sitzungen und Versammlungen. Er ist verantwortlich für die Mitgliedermutationen und die regelmässige Bearbeitung von Addressix.

Kasse

Er führt das Rechnungswesen, erstellt nach Rücksprache mit dem Präsidenten das Budget und die Jahresschlussrechnung und sorgt für ein einwandfreies Inkasso. Je nach Organisation kann der Kassier auch für das Sponsoring der Sektion verantwortlich sein. Grundsätzlich ist der Kassier für die Beschaffung der Finanzen verantwortlich. Mit dem Kassier ist eine Unterschriftenvereinbarung für die Vereinskassen zu treffen.

Öffentlichkeitsarbeit

Die Öffentlichkeitsarbeit umfasst sowohl die Medienarbeit wie auch die Betreuung der Webseite und der Social-Media-Kanäle. Auch die Produktion von Flyern, Prospekten, Plakaten, Inseraten und Leserbriefen kann in dieses Ressort fallen.

Weitere Mitglieder

Je nach Grösse der Sektion und Anzahl Personen, die im Vorstand mitarbeiten wollen, können viele weitere Chargen besetzt werden. Es soll darauf geachtet werden, dass alle Mitglieder des Vorstandes eine klare Aufgabe haben und nicht nur als Beisitzer dabei sind. Allfälligen Vertretern der Jungfreisinnigen oder FDP Frauen sollen ebenso in den Vorstand integriert werden, wie die Exekutiv-Mitglieder der Gemeinde.

3.1.4. Die Rechnungsrevisoren

Jeder Verein benötigt in der Regel zwei von der Mitgliederversammlung zu wählende Rechnungsrevisoren, die nicht dem Vorstand angehören. Die Revisionsstelle hat die Aufgabe, die Rechnungsführung des Kassiers zu überwachen und die abgeschlossene Jahresrechnung aufgrund der vorhandenen Unterlagen auf ihre Richtigkeit zu prüfen. Rechnungsrevisionen werden in der Regel einmal jährlich, nach Abschluss der Jahresrechnung, vorgenommen. Die Revisionsstelle ist befugt, im Laufe des Jahres Stichproben vorzunehmen.

Die Revisionsstelle erstattet der Mitgliederversammlung einen schriftlichen Bericht über die Prüfung der Jahresrechnung. Dieser hat folgende Punkte zu enthalten:

- › Ort und Zeit der Revision
- › Beschreibung der vorgenommenen Prüfung
- › Bemängelung allfälliger Buchungsfehler oder anderer Unstimmigkeiten
- › Überprüfung der Einnahmen und Ausgaben der Betriebsrechnung
- › Überprüfung der Bilanz und der Vermögensrechnung
- › Feststellung, ob das Budget eingehalten wurde
- › Antrag auf Genehmigung der Jahresrechnung
- › Datum und Unterschrift der Revisoren oder Revisorinnen

In der Mitgliederversammlung verlesen der Präsident oder die Revisionsstelle den Bericht, nachdem der Kassier über den Jahresabschluss orientiert hat. Wird die Rechnung von der Mitgliederversammlung angenommen, ist der Vorstand entlastet.

3.2. Mitgliederversammlungen

3.2.1. Ordentliche Mitgliederversammlung

An der ordentlichen Mitgliederversammlung sind die statutarischen Geschäfte zu behandeln. Folgende Themen müssen jährlich behandelt werden:

- › Budget, Rechnung, Revisionsbericht
- › Jahresbericht

Die Wahlen in die Parteigremien haben ebenfalls in der ordentlichen Mitgliederversammlung zu erfolgen (Ausnahme: unterjährige Rücktritte). Die Häufigkeit dieser Wahlen definieren die Statuten.

Die ordentliche Mitgliederversammlung muss protokolliert werden. Ebenso sind die dazu enthaltenen Regelungen der Statuten (Einladungsfristen, usw.) genau einzuhalten.

Eine gute Vorbereitung und das Studium der statutarischen Regelungen hinsichtlich der Abläufe bei Wahlen und Abstimmungen ist unerlässlich.

3.2.2. Weitere Anlässe und Versammlungen

Das Parteileben wird durch Anlässe und Versammlungen geprägt. Neben den politischen Aspekten wie der Fassung von Parolen, Diskussion von Sachgeschäften oder strategischen Entscheiden bei Wahlen, spielt der gesellschaftliche Teil der Anlässe eine ebenso wichtige Rolle und soll genügend Platz erhalten. Auch rein gesellschaftliche Anlässe sind im Vereinsjahr einzuplanen.

Sektionenübergreifende Anlässe bieten eine gute Gelegenheit, um Gleichgesinnte aus umliegenden Dörfern kennen zu lernen und Kontakte zu knüpfen.

Besuche bei Unternehmen sind besonders geeignet, um die Wirtschaftsfreundlichkeit der Partei zu demonstrieren. Sie helfen zudem bei der Sponsorsuche.

Aufgrund der Situation rund um die Covid-19-Pandemie haben sich zudem Anlässe in den digitalen Raum verschoben. Online-Stammtische führen beispielsweise dazu, dass auch Personen teilnehmen, welche aus Zeitgründen oder aufgrund des Standortes nicht an physischen Anlässen teilnehmen können.

4. Verwaltung und Pflege von Mitgliedern

Der Mitgliederbetreuung ist die grösste Aufmerksamkeit zu schenken, denn die Mitglieder einer Partei sind eingetreten mit dem Willen, an der politischen Meinungsbildung teilzunehmen. Sie wollen demnach auch ernst genommen werden und sich äussern können. Die Mitgliederbetreuung beginnt schon bei der Mitgliederwerbung.

Die Ortsparteien sind verpflichtet, ihre Mitglieder in der zentralen Datenbank der FDP Schweiz, dem sogenannten Addressix, zu erfassen und regelmässig zu aktualisieren. Die Datenbank dient einer umfassenden Information der Mitglieder, der Bestandeskontrolle und der Rechnungstellung. Der Datenschutz ist dabei gewahrt. Ortsparteien erhalten auf Wunsch die Login-Daten zugestellt.

Die Datenbank liefert den Ortsparteien eine wichtige Unterstützung in der Handhabung ihrer Mitgliederbestände, so sind die Bildung von Gruppen, die Erstellung von E-Mail-Verteilern und der Druck von Adresstiketten nur einige der möglichen Funktionen der Datenbank. Die Landes- und Kantonalparteien bieten regelmässige Schulungen an.

4.1. Mitgliederbeiträge

Die Sektionen der FDP sind frei in der Festlegung ihrer Mitgliederbeiträge und der verschiedenen Mitgliedsarten. So können Ortsparteien selbst entscheiden, ob sie die Mitgliedschaft für Personen ohne Schweizer Pass oder Minderjährige öffnen. Ebenso entscheiden sie selbst darüber, ob Paarmitgliedschaften möglich sind. Der Beitrag sollte so angesetzt werden können, dass damit die regelmässigen ordentlichen Kosten des Vereins gedeckt werden können (Administration, Versände, Generalversammlung).

4.2. Mitgliederpflege

Die innerparteiliche Information und Motivation der Mitglieder bildet eine notwendige Grundlage für ein aktives Parteileben. Information und Motivation hängen zusammen. Nicht oder schlecht informierte Mitglieder fühlen sich vernachlässigt und ziehen sich vom politischen Geschehen zurück. Die periodische Orientierung über Vorstandstätigkeit, Parteitätigkeit, Parteiziele, Kommissionstätigkeit, besondere Leistungen von Mitgliedern (auch im beruflichen, familiären oder sportlichen Bereich), usw. können in Brief- oder Bulletinform durch den Präsidenten oder Pressebeauftragten erfolgen. Heutzutage sind Mails eine gute Möglichkeit, um rasch und unkompliziert zu kommunizieren. Jedoch darf auch der Brief als Kommunikationsmittel nicht vernachlässigt werden. Wichtige Einladungen oder Informationen erhalten durch den Briefversand eine grössere Bedeutung. Auch muss verhindert werden, dass sich ältere Mitglieder von der Kommunikation ausgeschlossen fühlen.

Das persönliche Gespräch mit den Mitgliedern hilft nicht nur, ihre Anliegen, Ansichten und Einstellungen zu erfahren, es ist auch die optimale Möglichkeit, um herauszufinden, ob jemand interessiert ist, sich stärker für die Partei zu engagieren. Es ist daher Aufgabe des gesamten Vorstandes, an Veranstaltungen auch mit Mitgliedern das Gespräch zu suchen, die man noch nicht so gut kennt, die neu hinzugekommen sind oder seit längerem nicht mehr anwesend waren. Auch der Griff zum Telefon ist eine gute Option, um mit Mitgliedern in Kontakt zu bleiben.

Ideen zur Mitgliederpflege

- › Gratulation zu runden Geburtstagen, ab einem bestimmten Alter inkl. persönlichem Besuch mit Karte und Blumen
- › Auszeichnung von besonders verdienstvollen Mitgliedern an der Jahresversammlung
- › Führen einer Liste über Anwesenheit bei Anlässen, persönliche Nachfrage bei Mitgliedern, die nicht teilnehmen, über deren Gründe

- › Organisation von Mitfahrgelegenheiten zu Anlässen für ältere oder wenig mobile Mitglieder
- › Gründung einer Whatsapp-Gruppe für Mitglieder zum regelmässigen Austausch
- › Organisation von Anlässen, die keinen rein politischen Inhalt haben (Grillfest, kulturelle Veranstaltung, Teilnahme an sportlichen Veranstaltungen)
- › Verknüpfung der Mitglieder auf Social-Media-Kanälen
- › Organisation von digitalen Stammtischen

4.2.1. Austritt von Mitgliedern

Ein Austritt eines Mitglieds erfolgt meistens nicht nur auf Grund eines einzelnen Vorkommnisses. Meistens zeichnen sich Austritte über längere Zeit ab. Eine aktive Kommunikation mit den Mitgliedern, ein regelmässiges Nachfragen bei Personen, die nicht mehr zu Anlässen erscheinen, und eine zeitnahe Reaktion auf Unmutsbekundungen oder andere Vorkommnisse können Austritte oft vermeiden. Meldet sich ein Mitglied trotzdem ab, ist ein Anruf sehr empfehlenswert. Selbst wenn dieser den Austritt nicht ändern kann, bleibt die Partei dem abtretenden Mitglied doch positiv in Erinnerung.

Tritt ein Mitglied auf Grund eines Wohnortwechsels aus, ist die Ortspartei in der Pflicht, dafür zu sorgen, dass die neue Wohngemeinde über den Umzug informiert ist und so auf das potentielle Mitglied zugehen kann. Es ist daher die Kantonalpartei über das wegziehende Mitglied zu informieren. Diese leitet die Information an die entsprechende Orts- oder Kantonalpartei weiter.

4.3. Mitgliederwerbung

Die Neumitgliederwerbung ist eine absolute Notwendigkeit, um die Partei auf lange Sicht am Leben zu erhalten. **Die Mitgliederwerbung sollte daher von jeder Orts-, Bezirks-, Kreis- und Kantonalpartei regelmässig traktandiert werden.** Die bestehenden Mitglieder sind darauf aufmerksam zu machen, was sie zur steten Neumitgliedergewinnung beitragen können. Allenfalls macht es gar Sinn, jemandem im Vorstand explizit damit zu betrauen.

Mitgliederwerbung braucht weder viel Geld noch komplizierte Strategien, sondern lässt sich mit einfachen Mitteln institutionalisieren.

Der Zugang für potenzielle Neumitglieder muss so einfach wie möglich gestaltet werden. Auf der Webseite, wie auch auf den sozialen Medien sollten die Kontaktdaten oder Formulare einfach zu finden und schnell auszufüllen sein. Die beste Neumitgliederwerbung ist so oder so eine aktive Ortspartei mit innovativen Ideen und spannenden Aktionen.

Als zentrales Element bei der Neumitgliedergewinnung ist der schnelle Erstkontakt nach einem Beitritt zu nennen. **Neue Mitglieder müssen rasch und unkompliziert angegangen werden.** Sie müssen schnell mit wichtigen Informationen und Einladungen zu den nächsten Anlässen beliefert werden. Das persönliche Gespräch ist hier zentral.

4.3.1. Tipps & Tricks zur Neumitgliedergewinnung

- › Nehmen Sie an alle Veranstaltungen, Anlässe und wann immer Sie im Namen der Partei unterwegs sind, Flyer mit, auf welchen sich Interessierte gleich einschreiben können. Bestellen Sie solche Postkarten unter info@fdp.ch
- › Platzieren Sie den «Mitglied werden»-Button prominent auf Ihrer Webseite. Schalten Sie regelmässig ein Pop-Up auf, welches zur Mitgliedschaft aufruft
- › Fordern Sie auf Facebook die Leute, die Ihre Seite ge-liked haben, zur Mitgliedschaft auf und schalten Sie zielgruppenspezifische Werbung
- › Fordern Sie Ihre bestehenden Mitglieder auf, in Ihrem Umfeld Neumitglieder zu suchen und an die nächste Veranstaltung mitzunehmen.
- › Beobachten Sie die Leserbriefe in Regionalzeitung. Reagieren Sie, wenn ein Leserbrief im Sinne der FDP geschrieben ist. Gratulieren Sie dem Schreiber für den Leserbrief, danken Sie ihm für den Einsatz

für eine liberale Politik und fragen Sie ihn um ein allfälliges Interesse an einer aktiven Mitwirkung am politischen Geschehen an.

- › Begrüssen Sie Personen, die neu in die Gemeinde gezogen sind mittels eines Briefs oder an einem Begrüssungsapéro
- › Organisieren Sie eine Jungbürgerfeier oder begrüßen Sie diese mittels eines Briefs in der Politwelt
- › Nehmen Sie mit einem Politstand an öffentlichen Anlässen teil (Markt, Ausstellungen, usw.), seien Sie präsent an Veranstaltungen der Gemeinde
- › Organisieren Sie öffentliche Anlässe (Podien, Besuche von politischen Institutionen, Unternehmen, usw.) inkl. anschliessendem Apéro. Laden Sie mittels Inserats oder Flyern die ganze Bevölkerung dazu ein.
- › Nehmen Sie mit der Sektion an einem Sportanlass teil
- › Schalten Sie Inserate, in welchen Sie Ihre Mitglieder vorstellen als ganz normale Bürger.
- › Ermöglichen Sie Mitgliedschaften für Ausländer und Minderjährige
- › Organisieren Sie digitale Apéros / Stammtische und fordern Sie die Mitglieder dazu auf, Freunde und Bekannte dazu einzuladen.

4.3.2. Persönlicher Kontakt

Es genügt nicht, wenn man Mitgliedern einen netten vervielfältigten Brief sendet und sie zwei- oder dreimal zu Veranstaltungen einlädt. Weit besser ist es, wenn zudem ein persönliches Gespräch gesucht wird und sei es nur eine telefonische Einladung zu einer Versammlung. Gerade um Personen besser kennen zu lernen und herauszufinden, ob sie sich für eine Funktion, eine Kandidatur oder ein anderes Engagement interessieren, ist der persönliche Kontakt unumgänglich. Da dies sehr aufwendig ist, wird es gerade in grösseren Gemeinden notwendig sein, die Werbung auf verschiedene Träger (z.B. einen Werbeausschuss) zu verteilen.

5. Politisches Engagement

Das Hauptziel der Sektion liegt im politischen Engagement auf kommunaler Ebene. Der Sektion bieten sich dazu mehrere Möglichkeiten:

5.1. Politische Vorstösse

Die politische Arbeit mit dem Einreichen von politischen Vorstössen in der Exekutive und Legislative der Gemeinde ist selbstverständlich das Herzstück der Arbeit der Sektion. Dabei gilt der **Grundsatz «Tue Gutes und sprich darüber»**. Viele Einwohnerinnen und Einwohner der Gemeinden wissen zu wenig über die politische Arbeit und sollten darum über Leserbriefe, Flyer, Veranstaltungen usw.

Ein Austausch innerhalb des Kantons oder auch über die Kantonsgrenzen hinaus hilft geeignete Vorstösse zu formulieren oder Ideen zu sammeln.

5.2. Unterschriftensammlungen

Das Sammeln von Unterschriften für Petitionen oder Initiativen hilft nicht nur, um neue Themen aufs Parkett zu bringen, sondern liefert der Sektion auch eine Liste von Personen, die an liberalen Positionen interessiert sind. Es ist daher wichtig, die Adressen gut zu erfassen und die Leute nach Einreichung der Petition/Initiative über den weiteren Verlauf des Geschäftes zu informieren und sie anzufragen, ob sie an weiteren Informationen interessiert sind.

5.3. Wahlen und Abstimmungen

Den Ortsparteien kommt im Wahl- und Abstimmungskampf eine überaus wichtige Rolle zu. **Vertreter von Ortsparteien haben den engsten Kontakt zur Wählerschaft, sie erfahren die Stimmung in der Bevölkerung am besten und sind zugleich sehr vertrauenswürdige Absender für politische Botschaften.**

Das Engagement von Ortsparteien, Mandatsträger auf kommunaler Stufe und dem «einfachen» Mitglied darf daher nicht unterschätzt werden. Die (Wild-)Plakatierung in der Gemeinde, das Veröffentlichen von Leserbriefen in Lokalzeitungen, die Durchführung von lokalen Anlässen und das persönliche Gespräch sind zentrale Elemente eines erfolgreichen Abstimmungs- und Wahlkampfes.

Die nationale und die kantonalen Parteien unterstützen die Ortsparteien mit Kampagnenmaterial, Vorlagen, Argumentarien und weiteren Elementen.

Das Engagement gerade in Abstimmungskämpfen kann sich für Ortsparteien durchaus lohnen, da die nationale Partei in diversen Kampagnen das Aufstellen von Wildplakaten finanziell unterstützt.

5.3.1. Der permanente Wahlkampf

Wahlen gewinnt man heutzutage nur mit steter Parteiarbeit! Die Partei und ihre Kandidierenden müssen sich bewusst sein, dass es nicht reicht, die letzten paar Wochen oder Monate vor dem Urnengang präsent zu sein, Plakate aufzuhängen, Inserate zu schalten und Flyer zu verteilen. Wer ernsthaft ein politisches Amt anstrebt, muss gerade die Zeit zwischen Abstimmungen und Wahlen nutzen, um seinen Namen bekannt zu machen und sich und seine Positionen zu präsentieren.

Tipps und Tricks für den permanenten Wahlkampf

- › Teilnahme an Veranstaltungen im Dorf, der Region und dem Kanton
- › Veröffentlichung von Leserbriefen und Meinungsartikeln in Lokalzeitungen zu einer Vielzahl von Themen
- › Durchführung von öffentlichen Anlässen und Teilnahme an lokalen Veranstaltungen
- › Äusserung der Partei zu politischen Themen

Nutzen Sie die kantonalen und nationalen Abstimmungen, um die internen Strukturen zu optimieren. Das Auf- und Abbauen von Wildplakaten, die Koordination von Leserbriefen, die Organisation von Standaktionen oder Politpodien kann laufend geprobt werden.

Die FDP ist eine Marke, welche wie jede andere Marke verkauft werden muss. **Ein einheitlicher Auftritt ist daher wichtig und entscheidend.** Die nationale Partei liefert Richtlinien hinsichtlich des gemeinsamen Auftritts. Innerhalb dieser Richtlinien bewegen sich die Kantonalparteien. Ortsparteien tragen durch die Nutzung der bereitgestellten Vorlagen von der kantonalen und nationalen Partei nicht nur zum Wiedererkennungswert bei, sondern sparen auch Kosten, indem sie vorhandenes Material nutzen.

Die Kreativität der Mitglieder wird besser auf der Strasse in direktem Kontakt mit der Bevölkerung genutzt als in der Produktion eines individuellen Auftritts.

5.3.2. Mobilisierung

Die Mobilisierung der eigenen Wähler ist eine Kernaufgabe im Wahlkampf und muss deshalb in der Wahlkampfplanung ein spezielles Augenmerk bekommen. Im Zentrum stehen bei der Mobilisierung die letzten vier Wochen und dabei vor allem die letzten 10 Tage vor der Wahl.

In einer ersten Phase gilt es jene zu erreichen, die sicher FDP wählen würden. In einer zweiten Phase gilt es jene zu erreichen, die FDP wählen würden, wenn sie denn an die Urne gehen. Solche Reminder sind effizienter je näher sie beim Wahltermin sind und je persönlicher sie erfolgen. Wähler anderer Parteien müssen dann aber nicht mehr angesprochen werden, denn so kurz vor einer Wahl kann man kaum mehr jemanden überzeugen. Stecken Sie deshalb nur noch Energie in die Mobilisierung der FDP-Wähler.

Bei den Mobilisierungsmassnahmen können Sie ihre ganze Kreativität einsetzen. Flyeraktionen, Gipfeli verteilen oder Inserate sind Möglichkeiten. Wichtig ist nur, dass sie eine Dringlichkeit vermitteln und die Aufmerksamkeit auf sich ziehen. Zudem gilt: **je persönlicher, desto besser.**

5.3.3. Engagement bei Abstimmungen

Während das Engagement bei kommunalen Abstimmungen selbstverständlich ist, bieten auch kantonale und nationale Abstimmungen den Sektionen gute Möglichkeiten, sich zu engagieren und für sich zu werben. Bei vielen nationalen Abstimmungen kann über die FDP Schweiz Abstimmungsmaterial (Flyer, Argumentarien, Leserbriefvorlagen, usw.) bestellt werden. Dieses kann bei Standaktionen, politischen Podien oder bei generellen Versänden an die Mitglieder verwendet werden.

Der Einsatz für Abstimmungsvorlagen hilft der Sektion ein Profil zu bilden. Leserbriefe eignen sich besonders, um neue Köpfe bekannt zu machen.

6. Kommunikation

6.1. Möglichkeiten des Auftretens

Die Ortspartei wird vom Bürger und Wähler so erlebt, wie sie sich gibt und selbst darstellt. Die Ortspartei hat es weitgehend in der Hand, ihr Erscheinungsbild selbst zu bestimmen. Dazu gehört ein möglichst einheitliches, sympathisches und klares Auftreten. **Die Partei wird nicht nur an ihrem Programm, sondern noch mehr an ihren Taten und Exponenten gemessen.**

Auftrittsmöglichkeiten der Ortspartei:

- › Publikation von Medienmitteilungen
- › Publikation von Leserbriefen in Lokal- und Regionalzeitungen
- › Publikation von redaktionellen Artikeln
- › Öffentliche Veranstaltungen
- › Auftreten von Rednern an kontradiktorischen Veranstaltungen u.Ä.
- › Direct Mails, Rundschreiben
- › Aktiv sein auf Social Media (Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn)
- › Organisation von digitalen Stammtischen

Im Umgang mit den regionalen Medien müssen Sie den ersten Schritt tun. Im Normalfall warten die Medien nicht auf eine Veranstaltung von Ihnen. Suchen Sie daher den Kontakt.

Ehrlich – aber positiv

Es liegt im Interesse jeder politischen Partei, dass die Öffentlichkeit über ihre Tätigkeit informiert wird. Neben den Berichten über die Parteiversammlungen ist über Vorschläge, Vorstösse, allgemeine Arbeit, Tätigkeit von Arbeitsgruppen und auch über Erfolge zu orientieren. Die attraktivsten Ziele und die besten Anregungen nützen der Partei nichts, wenn die Öffentlichkeit davon nichts erfährt.

Presseberichte sollen stets positiv und aufbauend formuliert werden. Herunterreissen und verletzende Kritik schaden der Partei mehr, als dass sie nützen. Umgekehrt darf der Bericht nicht zum PR-Artikel entarten. Nicht das Formulieren von Eigenlob, sondern Fakten wird den Leser überzeugen

Zielgruppen der Überzeugungsarbeit:

- › Parteimitglieder
- › Stammwähler
- › Sympathisanten
- › Wechselwähler
- › Uninteressierte, Unentschlossene, Erstwähler

In erster Linie geht es darum, unsere Parteimitglieder und Stammwähler zu mobilisieren. Ebenso entscheidend ist es jedoch, Sympathisanten und Wechselwähler für uns gewinnen zu können.

Äusserungsoptionen einer Ortspartei in den Medien (nicht abschliessend):

- › Hinweise auf bevorstehende Veranstaltungen
- › Berichte von Veranstaltungen, Parteianlässen usw.
- › Pressemitteilungen von nicht öffentlichen Sitzungen (z.B. Fachgruppen)
- › Stellungnahmen zu lokalen und regionalen Problemen
- › Portraits bisheriger oder neuer Kandidatinnen und Kandidaten
- › Persönliche Statements bisheriger oder neuer Kandidaten
- › Zu bevorstehenden Abstimmungen und Wahlen
- › etc.

Zu vermeiden gilt:

- › Persönliche Angriffe
- › Negative Äusserungen zur Partei
- › Gegen ein anderes FDP-Mitglied auftreten

6.2. Das Bild – Der Blickfänger

Ein gezielter und aktueller Einsatz von Fotos macht die Informationen lebendiger und konkreter. Bilder verstärken den Bezug zum Leben und erleichtern der Leserschaft das Verständnis und die Identifikation. Das Bild ist das stärkste Mittel, um auf einen Artikel aufmerksam zu machen.

Gute Bilder

- › sind aktuell
- › haben Nachrichtenwert (sind also ebenfalls Informationsquelle)
- › müssen technisch von guter Qualität sein
- › ziehen die Aufmerksamkeit auf sich und leiten so zum Text

Versuchen Sie daher, den Redaktionen auch Ihre “Bilder” schmackhaft zu machen, falls diese nicht an Ihrem Anlass präsent waren. **Jedoch:** Es ist besser, kein Bild zu verwenden, als ein qualitativ schlechtes Bild!

6.3. Umgang mit Lokalradios

Medienarbeit war bisher auf der Stufe Kreis- oder Ortspartei im Wesentlichen gleichbedeutend mit Pressearbeit (von der Tageszeitung bis zum Gratisanzeiger). Das Schweizer Radio und Fernsehen liegt – Ausnahmen vorbehalten – ausserhalb der “Reichweite” einer Parteisektion. Dagegen ist zu beachten, dass auch die Lokalradios als Vermittler unserer Botschaften in Frage kommen.

An ein Lokalradio gelangt man grundsätzlich auf gleiche Weise wie an die gedruckten Medien: Man schickt ihnen die Information, die man gerne verbreitet sehen möchte, in Form einer Medienmitteilung zu. Zusätzlich haben Sie sich auf zwei Formen der Nachrichtenverbreitung einzurichten (die allerdings beide voraussetzen, dass da Lokalradio von sich aus aktiv wird und sie angeht):

- › Das Interview: Darunter ist eine Abfolge mehrerer Fragen und Antworten zu verstehen
- › Das Statement: Hier wird von Ihnen eine präzise, sachliche Erklärung zu einem bestimmten Thema gewünscht, und zwar im Solo-Auftritt.

Wichtig dabei

- › **Einfache Sprache verwenden:** Sie müssen sich stets bewusst sein, dass der Zuhörer – anders als der Zeitungsleser – keine Chance zu einer Wiederholung hat. Er kann nicht zurückblättern. Muss der Radiohörer über Ihren ersten Satz, den Sie gesprochen haben, nachdenken, vermag er Ihrem zweiten Satz nur noch mit halbem Ohr zu folgen. Er schaltet ab, zumeist geistig.
- › Für Statements wie Interviews gilt: Lassen sie sich vom Mikrophon vor Ihrer Nase **nicht aus der Fassung bringen**. Wenn Sie nicht gerade “live” auf der Sendung sind – und das kommt bei politischen Sendungen kaum je vor -, können Sie in aller Seelenruhe zurückfragen (“Ich habe die Frage nicht verstanden, was haben Sie genau gemeint?”) und ersuchen, dass die entsprechende Stelle des Tonbandes hinausgeschnitten wird. Auf jeden Fall empfiehlt es sich, **ruhig zu bleiben**. Polemische Angriffe – mit erregter Stimme vorgetragen – wirken gewöhnlich kontraproduktiv, und zwar noch ausgeprägter als angriffige Formulierungen in den Printmedien.
- › Wenn man Sie – meist telefonisch – darum bittet, ein Statement oder ein Interview zu geben, dann **lassen Sie sich die Konzeption der Sendung schildern** und sagen Sie erst zu, wenn Sie genau wissen, wer an der Sendung beteiligt ist und wenn Sie sich ein konkretes Bild machen können.

Beharren Sie auch darauf, dass man Ihnen zumindest den Rahmen nennt, innerhalb welchem sich die konkret gestellten Fragen bewegen werden.

- › Seien Sie besonders vorsichtig, was das Wegschneiden und Kürzungen von Aussagen anbetrifft. Falls der Programmgestalter nicht von sich aus darauf zu sprechen kommt, fragen Sie ihn ruhig, ob das Statement oder Interview so wie vorliegend gesendet wird. Ist das nicht der Fall, verlangen Sie, dass vor der Ausstrahlung der Sendung Ihr Einverständnis über vorzunehmende Kürzungen eingeholt wird.

6.4. Social Media

Immer mehr Menschen sind auf Social Media unterwegs.

Facebook ist klar führend und der grösste Teil der Wähler ist dort präsent. Es bietet sich an, um Themen zu diskutieren und Präsenz zu markieren. Die Interaktion ist zentral, erfordert jedoch Ressourcen. Aufgrund des unscharfen Profils der Nutzer kommt Werbung und damit der Zielgruppendefinition eine höhere Bedeutung zu.

Twitter ist ein Muss für die Meinungsführer. Es geht primär um rechtzeitige und regelmässige Präsenz, in zweiter Linie um Interaktion. Journalisten und andere Multiplikatoren sind eine wichtige Zielgruppe auf Twitter.

Instagram spricht eine jüngere Zielgruppe, primär mit visuellem Inhalt an. Es eignet sich für einen Einblick hinter die Kulissen, von Lifestyle sowie für die Personalisierung.

LinkedIn ist für die Professionals, wo auch mal komplexere Themen diskutiert und Netzwerke gepflegt und geknüpft werden können.

Wichtige Herausforderungen

Der Kommunikationsstil auf Social Media ist knapper, zugespitzter und (audio-)visueller als normalerweise. Dem gilt es Rechnung zu tragen, gleichzeitig besteht der hohe Anspruch an Qualität und Korrektheit.

7. Finanzierung

Die Geldbeschaffung einer (Orts-)Partei erschliesst sich klassischerweise aus folgenden Einnahmequellen:

- › Mitgliederbeiträge
- › Mandatsbeiträge
- › Gönner-, Spender- und Donatorenbeiträge, Legate
- › Projektbezogene Sonderaktionen (Projekt-, Eventsponsoring)
- › Weitere Aktionen

7.1. Koordination zwischen den FDP-Sektionen aller Stufen

Durch die föderale Struktur der FDP sind die Mitgliedschaften in vielen Fällen auf mehrere Stufen verteilt: Wer Mitglied einer Ortspartei ist, besitzt dadurch auch die Mitgliedschaft zur Bezirks- (Amts-) und Kantonalpartei. Daher ist gerade in Wahljahren eine entsprechende Koordination zwischen der Kantonalpartei und ihren zugehörigen Sektionen dringend zu empfehlen. Idealerweise bestehen zwischen den einzelnen FDP-Sektionen des Kantons Absprachen darüber, welche Sektion (Kanton, Bezirk, Ort) an die einzelnen Sponsoren gelangen soll.

7.2. Mandatsbeiträge

Die Personen, die unter dem Label „FDP“ ein öffentliches Amt oder Mandat ausüben, insbesondere die regulär besoldeten, sollen einen angemessenen Beitrag an die Partei leisten.

Es ist auch empfehlenswert, die Mandatsbeiträge in einem speziellen Abschnitt der Statuten oder einem gesonderten Papier detailliert festzuschreiben (wer bezahlt wie viel, Berechnungsgrundlagen, usw.). Damit lassen sich Unklarheiten, auch gegenüber möglichen Kandidatinnen und Kandidaten für ein politisches Amt, im Voraus vermeiden. Dies erleichtert die Budgetierung der verlässlichen Einnahmen.

7.3. Gönner-, Spender- und Donatorenbeiträge

Hierzu können alle ausserordentlichen Einnahmen gezählt werden, deren Zufluss und Höhe in der Regel nicht im Voraus bekannt und damit auch nur schätzungsweise budgetierbar sind.

Als **Gönner** kann eine Person bezeichnet werden, die aus eigenem Antrieb der Partei einmalig oder regelmässig freiwillige Zuwendungen in selbst bestimmter Höhe zukommen lässt. Der Gönnerbeitrag kann als Einlage zur freien Verfügung oder als Leistung zu einem bestimmten Projekt, Anlass, usw. zugewiesen werden. Analoges gilt für den (begriffsmässig noch häufigeren) **Spender**.

Als **Donator** kann eine Person bezeichnet werden, die gestützt auf eine ausdrücklich abgegebene Erklärung bereit ist, der Partei regelmässig einen Beitrag in voraus festgelegter Höhe zuzuwenden. Für Donatoren bestehen oftmals eigenständige «Clubs» oder «Vereine» innerhalb der (Orts-) Partei, in denen die zahlungswilligen FDP-Mitglieder besonders gepflegt werden. Dazu gehört beispielsweise ein besonderer Parteianlass, ein Ausflug, eine Besichtigung, ein spezielles Abendessen usw.

7.4. Legate

Legate sind durch letztwillige Verfügung (Testament) bestimmte Zuwendungen, die im Falle des Todes der verfügenden Person der Partei zufließen. Legate können mit dem Wunsch nach Erfüllung eines bestimmten Zwecks bzw. einer bestimmten Verwendung des Vermächtnisses gebunden werden. Einem solchen Wunsch des/der Verstorbenen ist selbstverständlich nachzukommen, sofern die Umstände dies nicht als „sinnlos“ oder unerfüllbar erscheinen lassen.

7.5. Projektbezogene Sonderaktionen (Projekt-, Eventsponsoring)

Statt allgemein um eine Spende zu bitten, bietet es sich an, **für spezifische Projekte oder Aktionen, um finanzielle Hilfe anzufragen**. Dies ist nicht nur im Wahlkampf möglich, sondern auch bei der finanziellen Unterstützung von Anlässen, Werbung für Abstimmungen oder für Inserate.

8. Ideenspeicher für Veranstaltungen

Veranstaltungen:	Ziele, im Fokus:				Organisation:				
	Polit-Themen	Sympathie	Kontakte für Kandidaten	Mittelbeschaffung	FDP.Die Liberalen	FDP Kanton	Region o. Amt	Sektion	Kandidierende
Veranstaltungen im Zusammenhang mit Wahlen:									
› Podiumsdiskussion mit Kandidierenden (wichtig: parteiübergreifend, gute Moderation)	Ja	Ja	ja	Nein	Nein	Ja	Ja	ja	Mitmachen
› Standaktionen mit Kandidierenden z.B. inkl. Sammlung von Unterschriften für eine Petition, Umfrage, Abgabe von give aways wie Apfel, Kaffee und Gipfeli, Schöggeli	Ja	Ja	Ja	Nein	Nein	Ja	Ja	ja	Mitmachen
› Kandidierende betreiben ein Restaurant/Bar am Dorffest, Sportanlass usw.	Nein	Ja	Ja	Ja	Nein	Nein	Ja	Ja	Mitmachen
› Kandidierende nehmen an einem lokalen Sportanlass teil (z.B. Grümpelturnier, Plauschlauf)	Nein	Ja	Ja	Nein	Nein	Nein	Ja	Ja	Mitmachen
Veranstaltungen zu politischen Themen:									
› Bürger fragen - Politiker antworten (Alternativen: Journalisten fragen, Junge fragen, Unpolitische befragen, die FDP lässt sich von der Konkurrenz befragen)	Ja	Ja	Ja	Nein	Nein	Ja	Ja	Ja	Mitmachen
› Anstehende Abstimmungen (lokal, kantonale, eidgenössisch)	Ja	Ja	Ja	Nein	Ja	Ja	Ja	Ja	Mitmachen
› Aktuelle Themen (z.B. Ausländer in der Schweiz)	Ja	Ja	Ja	Nein	Ja	Ja	Ja	Ja	Mitmachen
› Vorstellen/Diskussion Werte der FDP, Liberale Werte	Ja	Ja	Ja	Nein	Ja	Ja	Ja	Ja	Mitmachen
› Referate von interessanten Persönlichkeiten (Politik, Wirtschaft, Gesellschaft)	Ja	Ja	Ja	Nein	Ja	Ja	Ja	Ja	Mitmachen
› Regionale Zusammenarbeit	Ja	Ja	Ja	Nein	Nein	Ja	Ja	Ja	Mitmachen
› Hearing/Aussprache mit Wirtschaftsvertretern (Gewerberein, KMU-Vertreter)	Ja	Ja	Ja	Nein	Ja	Ja	Ja	Ja	Mitmachen
› Hearing/Aussprache mit Lehrern, Beamten, Vertretern des Gesundheitswesens, usw.	Ja	Ja	Ja	Nein	Ja	Ja	Ja	Ja	Mitmachen

Veranstaltungen:	Ziele, im Fokus:				Organisation:				
	Polit-Themen	Sympathie	Kontakte für Kandidaten	Mittelbeschaffung	FDP.Die Liberalen	FDP Kanton	Region o. Amt	Sektion	Kandidierende
Gesellige/Gesellschaftliche Anlässe:									
› FDP-Apéro für Neuzuzüger (die FDP stellt sich vor)	Ja	Ja	Ja	Nein	Nein	Nein	Nein	Ja	Mitmachen
› Sommerfest	Nein	Ja	Ja	Ja	Nein	Ja	Ja	Ja	Mitmachen
› Eiertütschen, Verkaufserlös zu Gunsten einer wohltätigen Organisation oder Verein in der Gemeinde	Nein	Ja	Ja	Ja	Nein	Nein	Nein	Ja	Mitmachen
› FDP-Geburtstag (z.B. 30 Jahre Sektion xy)	Nein	Ja	Ja	Ja	Nein	Ja	Ja	Ja	Mitmachen
› Weihnachtskonzert	Nein	Ja	Ja	Ja	Nein	Ja	Ja	Ja	Mitmachen
› Besuche bei Unternehmen (ortsansässige KMU, Gewerbe, Grossunternehmen), Institutionen (z.B. Schulen)	Nein	Ja	Ja	Nein	Nein	Nein	Nein	Ja	Mitmachen
› Ehrung für spezielle Verdienste (im Rahmen der HV)	Nein	Ja	Ja	Nein	Ja	Ja	Ja	Ja	Mitmachen
› Neujahrsbegrüssung, -empfang, -apéro	Ja	Ja	Ja	Nein	Ja	Ja	Ja	Ja	Mitmachen
› Nachtessen, Kaminfeuergespräch mit prominenten Persönlichkeiten	Ja	Ja	Ja	Nein	Ja	Ja	Ja	Ja	Mitmachen
› Freiwilligen-Einsätze (FDP hilft Lawinen-/Hochwassergeschädigten, Wald- oder Bachputzete)	Nein	Ja	Ja	Nein	Nein	Nein	Ja	Ja	Mitmachen
› Auszeichnung für Jugendliche Leistungen im Umfeld "Schule", "Soziales" und "Sport"	Ja	Ja	Ja	Nein	Nein	Ja	Ja	Ja	Mitmachen
Veranstaltungen zu Themen von allgemeinem Interesse:									
› So füllen Sie die neue Steuererklärung aus! (Jan/Feb/März.)	Nein	Ja	Ja	Ja	Nein	Nein	Ja	Ja	Mitmachen
› Schutz vor Einbrechern (vor den Ferien)	Nein	Ja	Ja	Ja	Nein	Nein	Ja	Ja	Mitmachen
› Wie kann ich meine Krankenkassenversicherung optimieren	Nein	Ja	Ja	Ja	Nein	Nein	Ja	Ja	Mitmachen
› So finanziere ich mein Eigenheim	Nein	Ja	Ja	Ja	Nein	Nein	Ja	Ja	Mitmachen
› Internet für Pensionierte	Nein	Ja	Ja	Ja	Nein	Nein	Ja	Ja	Mitmachen
› Informationsveranstaltung zu neuen Bauprojekten	Nein	Ja	Ja	Ja	Nein	Nein	Ja	Ja	Mitmachen
› Infoabend über Nützlinge und Schädlinge im Garten	Nein	Ja	Ja	Ja	Nein	Nein	Ja	Ja	Mitmachen

Veranstaltungen:	Ziele, im Fokus:				Organisation:				
	Polit-Themen	Sympathie	Kontakte für Kandidaten	Mittelbeschaffung	FDP.Die Liberalen	FDP Kanton	Region o. Amt	Sektion	Kandidierende
› Nachessen mit ..., Kochen mit ..., Musizieren mit ..., Sport mit ..., Kaminfeuergespräch mit XY	Nein	Ja	Ja	Nein	Nein	ja	Ja	Ja	Mitmachen
Informationveranstaltungen zu sozialen Themen:									
› Tagesschulen	Ja	Ja	Ja	Nein	Nein	Nein	Ja	Ja	Mitmachen
› Blockzeiten	Ja	Ja	Ja	Nein	Nein	Nein	Ja	Ja	Mitmachen
› Schulwegsicherung	Ja	Ja	Ja	Nein	Nein	Nein	Ja	Ja	Mitmachen
› Suchtproblematik an den Schulen	Ja	Ja	Ja	Nein	Nein	Nein	Ja	Ja	Mitmachen
› Ausländerproblematik an den Schulen	Ja	Ja	Ja	Nein	Nein	Nein	Ja	Ja	Mitmachen
› Verkehrsberuhigungs-Massnahmen	Ja	Ja	Ja	Nein	Nein	Nein	Ja	Ja	Mitmachen
› Lebenszeit: Arbeitszeit - Sozialzeit - Freizeit	Ja	Ja	Ja	Nein	Nein	Nein	Ja	Ja	Mitmachen
Informationsveranstaltungen für Frauen:									
› Kein geregeltes Arbeitseinkommen - Wie Sorge ich vor?	Nein	Ja	Ja	Ja	Nein	Nein	Ja	Ja	Mitmachen
› Chancen für Frauen in der Politik!	Ja	Ja	Ja	Ja	Nein	Nein	Ja	Ja	Mitmachen
› Selbstverteidigung für Frauen	Nein	Ja	Ja	Ja	Nein	Nein	Ja	Ja	Mitmachen
Informationsveranstaltungen für Vereine, KMU's, usw.									
› Haftungsfragen	Nein	Ja	Ja	Nein	Nein	Nein	Ja	Ja	Mitmachen
› Informationen zur Geschäftsführung etc.	Nein	Ja	Ja	Nein	Nein	Nein	Ja	Ja	Mitmachen
› Lobbying: Wann sinnvoll?	Nein	Ja	Ja	Nein	Nein	Nein	Ja	Ja	Mitmachen
Weitere Ideen:									
› Freiwilligen-Einsatz für Lawinen- oder Hochwasserbetroffene	Nein	Ja	Ja	Nein	Nein	Nein	Ja	Ja	Mitmachen
› Sponsoring eines Anlasses (z.B. in den Bereichen Kultur, Sport)	Nein	Ja	Ja	Nein	Nein	Ja	Ja	Ja	Mitmachen

8.1. Bemerkungen zur Organisation einer Veranstaltung

- › Anlässe sind oft fix oder wiederkehrend (insb. die geselligen Anlässe - > Traditionen pflegen)
- › Mit anderen Organisationen und Parteien zusammenspannen ergibt mehr Teilnehmer und verhindert Inzucht-Veranstaltungen
- › Es ist wichtig, dass auch Leute aus anderen Parteien oder politisch ungebundene Personen (potenzielle Mitglieder) zum Besuch von Veranstaltungen der FDP motiviert werden können. - > Erschliessen von neuen Kreisen
- › Gutes Marketing (es ist nichts so frustrierend wie eine gute Veranstaltung und zu wenig Teilnehmende).
- › Medien einladen
- › **Viele Anlässe können auch digital via Zoom, Teams, etc. stattfinden: digitale Neujahrsapéro, digitales Kaminfeuergespräch mit einer prominenten Persönlichkeit oder digitaler Stammtisch mit einem spezifischen Themenschwerpunkt**

8.2. Vermarktung von Veranstaltungen

8.2.1. Ziel

- › Präsenz für die FDP schaffen
- › Die FDP als aktive Partei vermitteln
- › Möglichst viele Teilnehmerinnen und Teilnehmer
- › Gute Berichterstattung in den Medien

8.2.2. Massnahmen

Mailing

(2 bis 4 Wochen vor der Veranstaltung, wenn möglich und vorhanden möglichst frühzeitig ankündigen, z.B. im Jahreskalender)

- › Parteimitglieder der FDP
- › Weitere Adressen
- › Mitglieder weiterer Parteien (insbesondere, wenn Anlässe gemeinsam durchgeführt werden)
- › Gewerbeverein usw.

Presse, Lokalradio und -TV

- › Auftritte: Voranzeige im Veranstaltungskalender, evtl. Inserat, redaktioneller Bericht
- › Redaktionen einladen/anfragen: Kommt jemand, Eigenproduktion erwünscht (Grösse, mit/ohne Bild)
- › Generell: Kontakt zu Redaktionen und Journalisten pflegen (-> Medienverantwortliche Person im Vorstand)