

Antragstitel: Entwicklung eines Briefings für eine moderne Kommunikationsstrategie der FDP NRW

Antragsteller: Dr. Marek Jenöffy, Markus K. Jaskolski, Britta Dietmann, Lars Pennekamp, Stephan Meyer, Barbara Pryla, AK Strategie und Planung,

Der Kreisparteitag möge beschließen und den Kreisvorstand auffordern, dem Landesvorstand zur Entscheidung vorzulegen:

Wir fordern den Landesvorstand der FDP NRW zur Entwicklung eines Briefings für eine neue Kommunikationsstrategie auf, sowohl für den parteiintern Einsatz als auch für die hybride (neue und klassische Medien) Außenkommunikation:

1. Erarbeitung des Briefings:

- a. Der Landesvorstand beauftragt hierzu eine bestehende Kommission oder Arbeitskreis. (Der AK Strategie und Planung der FDP Düsseldorf bietet sich hierfür als erweiterbare Plattform an.)
- b. Es wird gemeinsam mit allen Bezirksvorständen des Landesverbandes erarbeitet.
- c. Das Briefing wird dem Landesvorstand zur weiteren Verarbeitung vorgelegt und präsentiert.

2. Inhalte des Briefings:

- a. Ein überarbeitetes Leitbild, dass die soziodemografischen Kernprobleme der Bundesrepublik für eine sinus-milieu übergreifende Ansprache der Bürgerinnen und Bürger adressiert.
- b. Die Erarbeitung eines zeitgemäßen Wordings, welches das breite Spektrum der potenziellen FDP-Wählerschaft erreicht und nachhaltig anspricht. Auf Basis empirischer Erhebungen und selbstdurchgeführter Wählerbefragungen, die für die laufende Erarbeitung des Briefings durchgeführt werden.
- c. Die Keywords des liberalen Lebensgefühls sollen argumentativ neu aufgenommen werden, um zukünftig eine bessere emotionale Erreichbarkeit der Wählerschaft über die Ansprache zu ermöglichen.
- d. Um eine deutlichere Eigenständigkeit zu erreichen, soll unsere zukünftige Kommunikation gewollt disruptive Qualitäten enthalten. Die Kommunikation soll so ausgearbeitet werden, dass auch bei wechselnder Gemengelage der Eindruck von Kontinuität deutlich wird.
- e. Das Kommunikationskonzept soll auch Maßnahmenpakete enthalten, welche es den Verbänden vor Ort ermöglichen, in einer positiven und bürgernahen Ansprache als helfende Hand wahrgenommen zu werden.

48

49 Begründung:

50

51 Begründung erfolgt mündlich