

1
2 **Antragstitel:** **Entwicklung eines Briefings für eine moderne**
3 **Kommunikationsstrategie der FDP NRW**

4
5 **Antragsteller:** **Dr. Marek Jenöffy, Markus K. Jaskolski, Britta Diet-**
6 **mann, Lars Pennekamp, Stephan Meyer, Barbara**
7 **Pryla, AK Strategie und Planung,**

8
9 **Der Kreisparteitag möge beschließen und den Kreisvorstand auffordern,**
10 **dem Landesvorstand zur Entscheidung vorzulegen:**

11
12 **Wir fordern den Landesvorstand der FDP NRW zur Entwicklung eines**
13 **Briefings für eine neue Kommunikationsstrategie auf, sowohl für den par-**
14 **teiintern Einsatz als auch für die hybride (neue und klassische Medien)**
15 **Außenkommunikation:**

16
17 1. Erarbeitung des Briefings:

- 18
19 a. Der Landesvorstand beauftragt hierzu eine bestehende Kommis-
20 sion oder Arbeitskreis. (Der AK Strategie und Planung der FDP
Düsseldorf bietet sich hierfür als erweiterbare Plattform an.)
21 b. Es wird gemeinsam mit allen Bezirksvorständen des Landesver-
22 bandes erarbeitet.
23 c. Das Briefing wird dem Landesvorstand zur weiteren Verarbeitung
24 vorgelegt und präsentiert.

25
26 2. Inhalte des Briefings:

- 27
28 a. Ein überarbeitetes Leitbild, dass die soziodemografischen Kern-
29 probleme der Bundesrepublik für eine sinus-milieu übergreifende
Ansprache der Bürgerinnen und Bürger adressiert.
30 b. Die Erarbeitung eines zeitgemäßen Wordings, welches das breite
31 Spektrum der potenziellen FDP-Wählerschaft erreicht und nach-
32 haltig anspricht. Auf Basis empirischer Erhebungen und selbst-
33 durchgeföhrter Wählerbefragungen, die für die laufende Erarbei-
34 tung des Briefings durchgeführt werden.
35 c. Die Keywords des liberalen Lebensgefühls sollen argumentativ
36 neu aufgenommen werden, um zukünftig eine bessere emotiona-
37 le Erreichbarkeit der Wählerschaft über die Ansprache zu ermög-
38 lichen.
39 d. Um eine deutlichere Eigenständigkeit zu erreichen, soll unsere
40 zukünftige Kommunikation gewollt disruptive Qualitäten enthal-
41 ten. Die Kommunikation soll so ausgearbeitet werden, dass auch
42 bei wechselnder Gemengelage der Eindruck von Kontinuität
43 deutlich wird.
44 e. Das Kommunikationskonzept soll auch Maßnahmenpakete ent-
45 halten, welche es den Verbänden vor Ort ermöglichen, in einer
46 positiven und bürgernahen Ansprache als helfende Hand wahr-
47 genommen zu werden.

Seite 2

Antrag Nr. 2/2023

48

49 Begründung:

50

51 Begründung erfolgt mündlich