Ä-1 zu V-1: Wahlkampf mit den Wahlkämpfenden aufarbeiten, auswerten und Schlussfolgerungen für kommende Wahlkämpfe ziehen

Antragsteller*innen Kreisvorstand (dort beschlossen am: 06.11.2026)

Antragstext

Von Zeile 0 bis 2:

Während in anderen Bundesländern Landtags- und Kommunalwahlen häufig in verschiedenen Jahren sind, finden sie in Berlin als Einheitsgemeinde zeitgleich statt. Die Differenzierung zwischen Zweit- und Drittstimme für die Wahlen zum Abgeordnetenhaus (AGH) und zur Bezirksverordnetenversammlung (BVV) wird durch den parallelen Wahlkampf und Urnengang erschwert. Wir sind als Bündnisgrüne in den Bezirken daher deutlich stärker vom Landestrend abhängig als andernorts – je nach Wahljahr zieht uns der Landesverband hoch oder hinunter. Eine Abgrenzung von der Zweitstimmenkampagne des Landesverbands in den Bezirken ist nicht einfach, aber durch Personeneffekte bei der AGH-Erststimme (Wahlkreiskandidat:in) und BVV-Drittstimme (Bürgermeisterkandidat:in) möglich.Bei der Abgeordnetenhauswahl 2026 haben die Berliner Grünen das schlechteste Wahlergebnis seit 20 Jahren erzielt. In Mitte lag der Zweitstimmenanteil mit 18,2% aufgrund der Innenstadtlage höher als im Landesschnitt (14,3%). Mit der BVV-Drittstimme haben wir 22,4% erzielt und liegen +4,2 Prozentpunkte über der AGH-Zweitstimme in Mitte. Auch in den sieben Wahlkreisen liegen wir mit der Erststimme durchgängig darüber – unsere Wahlkreiskandidat:innen haben im Schnitt ein um +6,1 Prozentpunkte besseres Erst- als Zweitstimmenergebnis erhalten (nach Wahlkreisen 1-7: +4,2; +3,5; +7,3; +15,4; +2,4; +6,9; +2,5). Im Wahlkreis 4 hat Taylan Kurt mit 15,4 Prozentpunkten über der Parteienstimme den berlinweit stärksten Personeneffekt erzielt. Unser Anspruch ist es, entsprechende Effekte in künftigen Wahlkämpfen zu verstärken.Dafür wollen wir in einen strukturierten Austausch mit Mitgliedern, Kandidierenden und Kreisvorstand gehen.
~~Der~~In einem ersten Schritt hat der Kreisvorstand im Oktober ein Formular geteilt, in dem Mitglieder Feedback zum Wahlkampf geben konnten. Im nächsten Schritt stellt der Kreisvorstand ein Format zur Verfügung, das allen Mitgliedern ermöglicht, Erfahrungen und Einschätzungen zu unserem Wahlkampf in Mitte und

Von Zeile 9 bis 10:

übergeordnete, Wahlkampfaktionen und -formate, offline- und online-Wahlkampf - sollen aufgeführt ~~und~~sowie systematisch und wo immer möglich datengetrieben bewertet werden.
In die Auswertung werden auch die Wahlkampfführung und die strategischen Entscheidungen der Direktkandidierenden einbezogen, da der Mitte-Wahlkampf 2026 im Vergleich zu vergangenen Wahlkämpfen stark dezentralisiert geführt wurde. Das umfasst u.a. die selbstständige Verausgabung des Wahlkreisbudgets einschließlich Spenden und damit zusammenhängend die Anzahl, Motive und Standorte der Plakate; das Verhältnis zwischen Kopf- und Themenplakaten; die Gestaltung der Flyer und sonstigen Materialien; die Werbung an Bahnhöfen, Litfaßsäulen und Spätis sowie strategische und operative Wahlkampfentscheidungen zum Digital-, Haustür- und Straßenwahlkampf und zur Struktur von und Kommunikation in dezentralen Wahlkampfteams. Zentralisierte Elemente des Wahlkampfs waren u.a. organisierte Mitgliederaktionen (insb. Plakataktionen, Halbzeit-Treff, Tag der offenen Haustüren), Elemente des Social-Media-Wahlkampfs, ein zentral programmiertes und verwaltetes Aktionstool, die Bereitstellung einer zentralen Kommunikations- und Mobilisierungsinfrastruktur sowie das Management von Materialbestellungen.Der Bezirkswahlkampf wurde erstmals mit einer eigenen Kampagne einschließlich eigenen Plakaten, Flyern und Nachbarschaftsfesten stark auf die Bezirksbürgermeisterin zugeschnitten.Diese Grundstruktur des Wahlkampfs sowie unterschiedliche Ansätze in der Gestaltung des Wahlkampfs vor Ort sollen vergleichend betrachtet und hinsichtlich ihrer Wirksamkeit bewertet werden. Ziel ist es, aus diesen unterschiedlichen Herangehensweisen Erkenntnisse und konkrete Empfehlungen für zukünftige Wahlkämpfe abzuleiten,

Begründung
Erfolgt mündlich.