



HANDBUCH FÜR KANTONALE SP60+-GRUPPEN

INHALTVERZEICHNIS

VORWORT.....	4
TEIL 1 : KOMMUNIKATIONSMITTEL.....	5
1. GRUNDLAGEN.....	6
1.1 Zielgruppe erreichen.....	6
1.2 Dialog statt Monolog.....	7
1.3 Persönliches Umfeld bedienen.....	7
1.4 Post- und E-Mail-Adressen sammeln.....	7
2. KOMMUNIKATIONSMITTEL.....	8
2.1 Post und E-Mail.....	8
2.2 Seiten auf der kantonalen SP-Website.....	8
2.3 Soziale Medien.....	8
2.4 Flyer.....	9
2.5 Plakate.....	9
2.6 Inserate.....	10
2.7 Podium durchführen.....	10
2.8 Präsenz an der Gemeindeversammlung.....	11
3. MEHR SICHTBARKEIT MIT MEDIEN.....	12
3.1 Umgang mit Journalist:innen.....	12
3.2 Leser:innenbriefe.....	12
3.3 Medienmitteilungen.....	13
Teil 2: RECHTLICHE VERANKERUNG IN DEN KANTONALPARTEIEN.....	15
4. ALLGEMEINES.....	16
5. VERANKERUNG VON SP60+-GRUPPEN IN IHREN SEKTIONEN.....	17
6. MUSTERREGLEMENT.....	18
TEIL 3 : VERNETZUNG UND ZUSAMMEN-ARBEIT.....	20
7. EINLEITUNG.....	21
8. ORGANE DER SOZIALDEMOKRATISCHEN PARTEI.....	22
8.1 SP-Sektionen.....	22
8.2 Kantonal- und Zentralsekretariat.....	22

8.3 Themenkommissionen und Arbeitsgruppen.....	22
8.4 Jungsozialist:innen (JUSO).....	23
8.5 SP Frauen*	23
8.6 SP Migrant:innen.....	23
8.7 SP queer.....	23
9. STRUKTUREN AUSSERHALB DER SP.....	24
9.1 Gewerkschaften.....	24
9.2 AVIVO.....	24
9.3 VCS / ATE / ATA.....	25
9.4 Pro Senectute.....	25
9.5 Klima-Grosseltern CH / Grands-parents pour le climat.....	25
9.6 MV / ASLOCA / ASI.....	25
9.7 Casafair / HabitatDurable.....	26
9.8 Wohnbaugenossenschaften.....	26
9.9 Spitex.....	26
9.10 Alter ohne Gewalt / Vieillesse sans violence / Vecchiaia senza Violenza.....	27
9.11 Lokale Vereine.....	27
9.12 Andere Strukturen.....	27

Pour certains thèmes abordés dans ce manuel, il existe des exemples, des fiches d'information ou des listes de contrôle supplémentaires. Vous les trouverez sous <https://www.sp-ps.ch/fr/parti/organisation/futur-ps/manuels-de-section>.

VORWORT

Dieses Handbuch für die SP60+ Kantonalgruppen entstand auf Wunsch der Delegiertenversammlung der SP60+, ein Dokument zu erstellen, das die Arbeit der Kantonalgruppen erleichtert.

In einem ersten Schritt wurde den Delegierten der SP60+ ein Fragebogen vorgelegt, um ihre Bedürfnisse und Wünsche besser kennen zu lernen. Die wichtigsten Themen, die angesprochen wurden, sind

- die Nutzung von klassischen Medien, sozialen Netzwerken, Websites und Newsletters
- die Zusammenarbeit mit den internen Organen der SP und anderen Organisationen
- die Beziehungen zur Kantonalpartei und die Formalisierung dieser Beziehungen
- die Rekrutierung, Aufnahme, Unterstützung und Mobilisierung von Mitgliedern
- die Organisation und die Instrumente von Kampagnen
- das Management, die Organisation einer Kantonalgruppe
- die Vorbereitung, Organisation und Moderation von Sitzungen.

Die SPS hat ein ausgezeichnetes Handbuch für Sektionen erstellt, das einerseits eine Inspiration für die Autoren dieses kleinen Handbuchs war und andererseits direkt für viele der von den Delegierten angesprochenen Themen verwendet werden kann.

Nach zwei Workshops, die an der DV Anfang 2021 in Bern durchgeführt wurden, wählten die Autoren schliesslich drei Hauptthemen aus, für die nicht bereits alles im Handbuch der Sektionen geschrieben war. Jedes dieser Themen bildet einen Teil des Handbuchs für die SP60+ Kantonalgruppen.

Der erste Teil befasst sich mit den Kommunikationsinstrumenten, wobei daran erinnert wird, dass die externe Kommunikation in den Zuständigkeitsbereich der Kantonalpartei fällt; in diesem Teil findet man die verschiedenen Instrumente, die zur Verfügung stehen, um die Empfänger:innen der Botschaften zu erreichen.

Der zweite Teil enthält Beispiele für die Verankerung der Gruppe SP60+ in der Kantonalpartei, wobei zu beachten ist, dass der Dialog wesentlich ist, um gute Beziehungen zu gewährleisten, da formelle Maßnahmen zwar wichtig, aber nicht immer ausreichend sind.

Der dritte Teil enthält einen nicht abschliessenden Katalog der internen Strukturen der sozialdemokratischen Partei und von externen Organisationen, mit denen es von großem Interesse sein kann, Synergien und Zusammenarbeit aufzubauen.

Dieses Handbuch ist ein kleiner Beitrag, der euch hoffentlich gute Dienste leisten wird.

Luzern und Courtemaury, November 2022
Martin Reichlin und Dominique Hausser

TEIL 1 :

KOMMUNIKATIONSMITTEL

1. GRUNDLAGEN

Die interne Kommunikation innerhalb einer Kantonalgruppe der SP60+ liegt in der Verantwortung der Kantonalgruppe.

Die externe Kommunikation liegt in der Verantwortung der Kantonalpartei. Die Kantonalgruppe der SP60+ kann eine Kommunikation initiieren und muss in eine Kommunikation einbezogen werden, die sie betrifft und/oder von ihr initiiert wurde.

Jede Kantonalgruppe der SP60+ versucht, ihre Aktivitäten, Standpunkte und Personen intern oder gegenüber der Öffentlichkeit bekannt zu machen. Entsprechend wichtig ist die richtige Kommunikation.

Jede Kommunikation findet zwischen Sender:in und Empfänger:in statt. Damit eine Information im Sinne der Senderin bzw. des Senders verstanden wird, ist es wichtig, dass sich diese:r in die Empfängerin bzw. den Empfänger hinein versetzen kann. Die Kommunikation muss also zielgruppengerecht sein:

- die Zielgruppe muss betroffen sein (Interesse an der Information)
- die nötigen Daten (z.B. E-Mail-Adressen) müssen vorhanden sein (Sektionsportal)
- Informationen müssen glaubwürdig und aktuell sein
- Informationen müssen die Zielgruppe dort abholen, wo sie steht (Art der Formulierung)
- es müssen die richtigen Kommunikationsmittel verwendet werden.

Die Kommunikation muss aber auch das Profil der SP60+ und damit der SP schärfen, um Menschen für die Unterstützung der sozialdemokratischen Bewegung zu motivieren. Dazu ist es wichtig, das einheitliche grafische Erscheinungsbild der SP zu verwenden.

Ziel und Botschaft dürfen nicht verwechselt werden. „Wählen Sie SP“ ist keine Botschaft, sondern ein Ziel. Eine Botschaft bringt den Grund auf den Punkt, weshalb die Zielgruppe etwas tun soll. Zum Beispiel „Gleicher Lohn für gleiche Arbeit! Wählen Sie SP.“

Rückmeldungen zur Kommunikation und ihre Berücksichtigung bei der weiteren Arbeit sind wichtig. Wurden die Ziele erreicht? Was kommt gut an? Was könnte besser gemacht werden?

1.1 Zielgruppe erreichen

Es empfiehlt sich, die Medien mitzudenken: Auch wenn euer Flugblatt auf eine bestimmte Zielgruppe ausgerichtet ist, schadet eine zusätzliche Verbreitung über Medien nie. Darum müsst ihr bei jeder Aktion überlegen, wie die Originalität und Exklusivität so dargestellt werden können, dass ihr ein mediales Echo auslöst.

Auch Personen können Träger einer Botschaft sein: Schon bekannte Personen oder Genoss:innen, die ihr bekannt machen wollt, sollten das Gesicht eurer Kommunikation sein – so verhilft ihr ihnen zu Bekanntheit und Glaubwürdigkeit.

Die SP hat ein einheitliches grafisches Erscheinungsbild. Das Manual sowie ein Dossier mit Logos, Schriften und verschiedenen Layout-Vorlagen könnt ihr beim Kantonalsekretariat beziehen.

Habt ihr die richtigen politischen Inhalte, könnt ihr mit eurem Engagement viel für unsere Ideale erreichen. Dazu braucht ihr keine teuren Inserate, sondern einfach gezielte Aktionen und Veranstaltungen, um Öffentlichkeit zu schaffen.

1.2 Dialog statt Monolog

Meistens ist Öffentlichkeitsarbeit monologisch. Ihr habt eine Botschaft und tragt sie an eure Zielgruppe. Bei der direkten politischen Arbeit in eurem Umfeld aber ist die Hemmschwelle tief und die Chance gross, einen Dialog zu führen. Ihr könnt auf die Anliegen des Gegenübers eingehen, seine Meinung berücksichtigen und darauf reagieren.

Versucht, die Öffentlichkeitsarbeit so zu gestalten, dass ein Dialog möglich ist. Ein gelungenes Gespräch ist wertvoller als hundert verteilte Flyer.

1.3 Persönliches Umfeld bedienen

Jede und jeder von uns hat bereits eine interessierte Öffentlichkeit, nämlich euer persönliches Umfeld. Das geht viel zu oft vergessen. Die erfolgreichste Öffentlichkeitsarbeit mit der grössten Glaubwürdigkeit geschieht über eure persönlichen Kontakte.

Euer Umfeld vertraut euch, so wie ihr euren Freund:innen, Kolleg:innen und Familienmitgliedern vertraut. Wenn ihr euch ehrlich und engagiert für etwas einsetzt, dann ist eure Glaubwürdigkeit in eurem Umfeld sehr hoch. So seid ihr selbst die besten Träger:innen eurer Botschaft und euer Umfeld ist eure wichtigste Zielgruppe.

Euer Umfeld ist nicht zufällig zusammengesetzt. Euch verbindet etwas: Sei es die Arbeit in einem Betrieb, ein gemeinsames Anliegen wie Sport oder das Quartier, eine Vorliebe für Kino und Konzerte oder die Aktivitäten eurer Kinder. Dieses Umfeld könnt ihr mit dem passenden Thema leicht in eurem Alltag erreichen – ohne teure Giveaways oder Plakatstellen.

Mit Inhalten punkten: Oft denken wir, unser Umfeld reagiert allergisch, wenn wir sie auf Politik ansprechen. Die Ablehnung ist aber oft nur diffus. Wenn du ganz konkrete Anliegen und Themen ansprichst, ist das Interesse da!

Fahnen an Balkonen haben sich zu einem Evergreen entwickelt. Diese Menschen sind niederschwellig aktiv geworden und vielleicht auch bereit, noch mehr zu tun. Und ihr habt ihre Kontaktdaten, um sie dazu anzufragen.

1.4 Post- und E-Mail-Adressen sammeln

Kampagnen scheitern oft daran, dass sie ihr Publikum kaum erreichen, weil die Datenbasis fehlt. Darum ist es nützlich, wenn ihr eure Mitgliederdaten im Sektionsportal stets aktuell haltet, mit E-Mail-Adressen ergänzt, und regelmässig Daten von Sympathisant:innen eintragt. Ihr kennt eure Gemeinde am besten, ihr wisst, wohin ihr euren Newsletter schicken müsst. Haltet das schriftlich fest und tragt Post- und E-Mail-Adressen von SP-nahen Personen im Sektionsportal ein (keine Listen in einer Tabellenkalkulation!).

2. KOMMUNIKATIONSMITTEL

Eigene Medienprodukte zu schaffen, ist auch mit wenigen Ressourcen möglich. Damit habt ihr die Möglichkeit, das mitzuteilen, was ihr wollt. Die hier vorgestellten Elemente sind euer Weg, um eine breite Öffentlichkeit direkt anzusprechen. Was dabei oft vergessen geht: Durch die Kommunikation über Flyer und Plakate überzeugt ihr selten Menschen von einer Idee, vielmehr erinnert ihr sie an Abstimmungen und Wahlen. Darum ist die Arbeit an euren Zielgruppen entscheidend und eure Medienprodukte sollten immer auf diese ausgerichtet sein.

2.1 Post und E-Mail

Newsletter per Post oder E-Mail sind eine gute Möglichkeit, um eure Mitglieder und Sympathisierenden auf dem Laufenden zu halten. Seid dabei persönlich, denn niemand will die gleichen Informationen, die er oder sie der Zeitung entnehmen könnte.

Bei Newslettern liegt die Würze in der Kürze. Vermittelt die wichtigen Informationen kurz und knapp. Verschickt nicht täglich einen Newsletter. Einmal pro Quartal ist genug, einmal pro Jahr zu wenig.

Vergesst nie, auf kommende Veranstaltungen hinzuweisen und damit Möglichkeiten zum Mitmachen zu schaffen.

Benutzt beim Versand über Email eine Mailing-Liste, das Bcc (Blindkopie) oder ein in der Schweiz gehostetes Vertriebstool.

Die Posttarife sind ab einer bestimmten Anzahl von Sendungen degressiv (informiert euch an eurem Postschalter oder unter www.post.ch/de).

2.2 Seiten auf der kantonalen SP-Website

Ihr braucht eine oder mehrere Seiten auf der Website der Kantonalpartei.

Die Website ist eure Visitenkarte, auf der ihr eure eigenen Infos, Mitteilungen, Positionen und vor allem eure Personen präsentiert. Je persönlicher, desto besser. Gebt der Gruppe SP60+ ein sympathisches Gesicht und benutzt ansprechende Bilder anstatt zu viel Text. Wie bei Powerpoint-Präsentationen gilt auch hier: Keine Animationen, keine komischen Farbkombinationen. Eine Website sollte schlicht und gut lesbar, kurz und prägnant sein.

Das Wichtigste sind wie bei jeder Visitenkarte die Kontaktmöglichkeiten. Menschen besuchen eine Website oft, um eure Vertreter:innen zu kontaktieren. Darum von allen wichtigen Personen eine Telefonnummer, E-Mail und Adresse publizieren und das Foto nicht vergessen.

Eure Webseite sollte regelmäßig aktualisiert werden: Es gibt nichts Traurigeres als eine Webseite, deren letzter Inhalt sich auf ein Ereignis, eine Stellungnahme oder eine Entscheidung bezieht, die zwei Jahre zurückliegt.

2.3 Soziale Medien

Bei sozialen Medien gilt wie bei jeder anderen Aktivität: Halbbatzig ist peinlich und unseriös. Nur wer ernsthaft soziale Medien nutzen will, die Kenntnisse und genug Zeit zur Verfügung hat, sollte die Präsenz der Gruppe SP60+ auf gewissen Plattformen ausbauen. Ansonsten verzichtet ihr besser darauf – der persönliche Kontakt mit den Wähler:innen ist wichtiger.

Entscheidend ist das Monitoring. Nichts ist unangenehmer als eine Facebook-Seite voller feindseliger Kommentare. Bei sozialen Medien ist es mit Push Notifications über das Smartphone nicht schwierig, diese zu unterbinden. Kommentare in Blogs oder auf Webseiten können mithilfe eines RSS-Feeds überwacht werden.

Koordiniert euch mit eurer Kantonalpartei, um Inhalte auf den von der Kantonalpartei verwalteten Flächen einzubinden.

2.4 Flyer

Es schadet nie, ein Flugblatt dabei zu haben. Sie kosten wenig und eignen sich darum auch nur für einzelne Aktionen, egal ob Standaktion oder Briefkastenverteilen.

Wenn ihr sie in Briefkästen verteilt, macht es selbst von Hand. Und immer so, dass es mit der Briefpost im Briefkasten liegt. Unter einem Haufen Werbung verschwindet ihr, benutzt darum wenn möglich keine Direct-Mailing-Firmen. PromoPost hingegen ist wirkungsvoll, hat aber ihren Preis.

Politische Werbung dürft ihr laut Postgesetz auch in Briefkästen mit Reklame-Stopp-Klebern werfen.

Verwendet ausschliesslich Bilder und Grafiken in guter Qualität mit mindestens 300 dpi. Sind eure Bilder verpixelt, wirkt das sehr unprofessionell.

Verzichtet auf selbstgemachte Flyer, wenn ihr nicht mit gängigen Illustrationsprogrammen umgehen könnt. Es gibt immer Parteimitglieder (oder deren Kinder), die so was können.

Der Flyer braucht als Titel einen Blickfang, der zum Weiterlesen motiviert! Überladet das Flugblatt nicht, es hat nur Platz für eine einzige, kurze und prägnante Botschaft. Achtung: Humor oder gar Ironie sind schwierig zu verstehen.

Bei der Planung einer Aktivität gehört das Flugblatt fast immer dazu. Beginnt frühzeitig, denn der Entwurf, das Layout, das Korrekturlesen, der Druck und die Lieferung dauern oft länger als erwartet. Informiert euch über die Druckzeiten und holt Angebote von mehreren Druckereien ein.

Flyer müssen nicht immer das gleiche Format haben: Es gibt zum Beispiel auch Postkarten oder die Möglichkeit, Post-It bedrucken zu lassen und sie an Briefkästen zu kleben usw.

Eine andere Möglichkeit für einmalige oder regelmässige Präsenz ist ein ausführlicheres Infoblatt. Darin könnt ihr Genoss:innen portraituren und bekannt machen und eigene Themen innovativ und kreativ diskutieren. Für ein solches Blatt könnt ihr euch auch gut mit anderen kantonalen SP60+-Gruppen zusammentun. Ein regelmässiges Infoblatt ist teuer und zeitintensiv. Denkt an eure Mitglieder, die die redaktionellen Aufgaben übernehmen könnten. Analysiert in jedem Fall das Potenzial einer solchen Publikation im Hinblick auf die mögliche Leserschaft und konsultiert andere Kantonalgruppen bzw. die Kantonalpartei.

2.5 Plakate

Zur Erinnerung: Plakate sind eine externe Kommunikation, die von der Kantonalpartei gutgeheissen werden muss.

Bei Plakaten und Inseraten sind eure grössten Konkurrenten nicht andere Parteien, sondern die gigantischen Werbebudgets kommerzieller Unternehmen. Gemeinhin wird die Wirkung von Plakaten überschätzt. Es gibt zwei Möglichkeiten, um sich von kommerziellen Plakaten abzuheben.

Einige Gemeinden stellen im Vorfeld von Wahlen und Abstimmungen Plakatflächen zur Verfügung oder bieten die Möglichkeit, solche zu mieten und durch den Werkhof aufstellen zu lassen. Nutzt diese Möglichkeit, denn so einfach und günstig kommt ihr sonst nie an Plakatflächen.

Schafft euch ein eigenes Netz von Plakatstellen: Bei Mitgliedern, Sympathisierenden, auf den Anschlagbrettern von Bushaltestellen oder mit eigenen Plakatwänden. Das ist zwar aufwändig, aber ein besserer Blickfang als die gekauften Plakatflächen. Besonders eigene Plakatstände an

den Strassen bei Ortseingängen sind gut sichtbar. Informiert euch jeweils bei der Gemeinde, wo wildes Plakatieren erlaubt ist.

Um auffälliger zu sein, gibt es viele kreative Ideen: Ein Beispiel sind Plakatserien, die räumlich direkt hintereinander stehen oder zeitlich nacheinander folgen. Sie wecken Aufmerksamkeit und erzählen eine Geschichte, die länger in den Köpfen hängen bleibt.

2.6 Inserate

Zur Erinnerung: Inserate sind eine externe Kommunikation, die von der Kantonalpartei gutgeheissen werden muss.

Inserate lohnen sich nur dann, wenn sie häufig und prominent plaziert sind. Das ist sehr teuer. Inserate machen deshalb nur dann Sinn, wenn ihr das Budget dazu habt.

Inserate funktionieren dann besonders, wenn sie sehr zielgruppenspezifisch sind. Dazu braucht es das passende Medium, sei es ein Kulturmagazin, die Zeitschrift eines Vereins oder Fachpresse. Solche Publikationen haben oft die günstigeren Konditionen.

Ein einzelnes Inserat bewirkt meist nichts, ausser es ist grossflächig und inhaltlich auffällig. Verzichtet auf Inserate, nur damit ihr auch eins gemacht habt. Gerade bei Wahlen gehen einzelne Inserate oft völlig unter.

Inserate müssen professionell gestaltet werden, damit sie trotz kleinem Format die optimale Wirkung entfalten.

Inseriert lieber in einem Medium häufiger, als in allen Zeitungen mit nur einem Inserat. Analysiert dazu die Mediensituation. Vergesst dabei auch nicht zu überlegen, ob eure Zielgruppe überhaupt dieses Medium nutzt.

Wirkungsvoller als einfache Inserate sind Testimonial-Inserate: Das sind Inserate, auf denen eine Person mit einem Bild und ihrem Namen für ein Anliegen wirbt. Das ist überzeugend und bleibt besser in Erinnerung.

2.7 Podium durchführen

Noch vor einigen Jahren waren Podien ein fester Bestandteil des öffentlichen politischen Austausches. Heute kommen meist nur noch wenige Leute an Podien und diejenigen, die kommen, haben bereits eine Meinung.

Gäste: Ein Podium braucht bekannte und kontroverse Persönlichkeiten, damit es Publikum anzieht. Sorgt aber immer dafür, dass eure Position am stärksten vertreten ist. Einen frisch gewählten SP-Einwohnerrat gegen Christoph Blocher antreten zu lassen, ist vermutlich nicht die beste Konstellation. Sorgt nicht zuletzt auch dafür, dass ihr keine reinen Männerrunden veranstaltet.

Thema: Das Thema muss aktuell und umstritten sein – dann ist ein kontradiktorisches Podium interessant. Es ist aber auch gut denkbar, ein Podium in erster Linie für Genoss:innen zu veranstalten. Dann ist es eher eine Bildungsveranstaltung und eure Gäste kommen alle aus dem linken Spektrum. Das bietet sich an, um ein spezifisches Problem vertieft zu diskutieren.

Moderation: Ohne kreative Moderation bleibt letztlich auch ein spannendes Thema langweilig. Fragt deshalb frühzeitig Medienschaffende oder erfahrene Politiker:innen dafür an.

Denkt daran, die Medien über eure Diskussionsrunde zu informieren: Versendet die Einladung früh genug und einen kurzen Bericht im Nachhinein. Vergesst nicht, Fotos beizufügen! Verlasst euch nicht auf bezahlte Anzeigen, um die Leute anzulocken: Sie werden keine Wirkung erzielen. Werbung durch Berichterstattung, Veranstaltungshinweise, Social Media und Flyer sind viel effektiver.

Vergesst nicht, vor Ort klar zu machen, dass es ein Podium der SP ist: Eine lokale SP-Politikerin oder ein lokaler SP-Politiker soll die Begrüssung und die Verabschiedung übernehmen und ihr legt SP-Flyer auf. Geht zudem auf neue Leute zu und begrüsst sie persönlich.

2.8 Präsenz an der Gemeindeversammlung

In vielen Gemeinden gibt es kein Parlament, sondern eine Gemeindeversammlung. Wenn an der Gemeindeversammlung etwas thematisiert wird, dass ihr unbedingt verhindern oder durchbringen wollt, dann sorgt bereits im Vorfeld für Meinungsbildung – mit Flyer-Aktionen, Mobilisierung eures Umfeldes, Leser:innenbriefe, etc. Nur mit einer systematischen Vorbereitung könnt ihr an einer Gemeindeversammlung erfolgreich sein. Führt dazu auch Namenslisten und kontaktiert im Vorfeld der Gemeindeversammlung nochmals alle, damit sie auch sicher teilnehmen.

3. MEHR SICHTBARKEIT MIT MEDIEN

Es ist naheliegend: Medienberichterstattung ist die beste und billigste Werbung. Die Glaubwürdigkeit erhöht sich, wenn eine in der öffentlichen Wahrnehmung unabhängige Stelle über euch berichtet. Diese Berichterstattung ist im besten Fall positiv. Kritische Berichterstattung ist aber auch nicht nur schlecht.

Natürlich ist es gut, wenn ihr persönliche Kontakte zu den lokalen JournalistInnen habt. Aber das braucht viel Erfahrung, Zeit und immer auch glückliche Zufälle. Trotzdem könnt ihr auch mit wenig Aufwand medial präsent sein: Veranstaltungsberichte, LeserInnenbriefe und Medienmitteilungen sind nicht zeitintensiv und trotzdem erfolgreich.

3.1 Umgang mit Journalist:innen

Zur Erinnerung: Es handelt sich um eine externe Kommunikation, die in der Regel von der Kantonalpartei gutgeheissen werden muss. Für den Fall, dass ihr – z.B. im Zusammenhang mit einer Veranstaltung eurer SP60+-Gruppe – kontaktiert werdet, folgen hier ein paar Hinweise.

Journalist:innen stehen immer unter Zeitdruck, denn sie haben eine Deadline. Auf Anrufe von Journalist:innen müsst ihr jedoch nicht umgehend antworten. Wenn ihr einen Anruf bekommt, lasst euch das Anliegen erklären und antwortet: „Vielen Dank für die Anfrage, ich melde mich gerne in spätestens einer halben Stunde wieder“ Diese Zeit könnt ihr nutzen, um euch eine Antwort zu überlegen oder Rücksprache zu halten. Bei allen Medien gilt: Je früher die Mitteilung reinkommt, desto eher wird sie verwendet.

Das wichtigste ist, die Botschaft klar und deutlich im Kopf zu haben. Mehr als eine Botschaft mit wenigen Aspekten könnt ihr nicht vermitteln. Formuliert darum den gleichen Inhalt auf verschiedene Arten. Fokussiert euch auf die Botschaft und wiederholt euch, das ist kein Problem. Betont am Anfang und am Schluss des Gespräches den wichtigsten Standpunkt, dann bleibt er in Erinnerung.

Alles, was ihr zu einem bzw. einer Medienschaffenden sagt, kann gegen euch verwendet werden. Formuliert eure Aussagen überlegt und weicht ein Medium nur so weit ein, wie es für euch interessant ist. Verlangt bei schriftlichen Medien Zitate immer zum Gegenlesen. Sie werden euch das nicht immer von sich aus anbieten, ihr habt aber das Recht dazu. Dort könnt ihr eure Aussagen nochmals überprüfen und Missverständliches anpassen. Dabei dürft ihr aber nicht übertreiben. Umgekehrt müsst ihr euch auch nicht alles gefallen lassen. Ruft Journalist:innen umgehend an und beschwert euch, wenn sie gegen euch arbeiten.

3.2 Leser:innenbriefe

Leser:innenbriefe werden wie Todesanzeigen sehr häufig gelesen. Leser:innenbriefe vermitteln den Eindruck, so etwas wie der Puls der Bevölkerung zu sein. Darum ist es für euch als Gruppe SP60+ sehr wichtig, auf diesen Seiten präsent zu sein. Vergesst die Lokalzeitungen nicht! Dort wird so ziemlich alles abgedruckt, was ihr schickt, und auch gut gelesen. Leser:innenbriefe werden publiziert, wenn ihr euch an einige wenige Regeln haltet.

Oft werden Leser:innenbriefe nur abgedruckt, wenn der/die Schreibende die entsprechende Zeitung abonniert hat. Oder die Zeitung begrenzt die Länge eines Leser:innenbriefes.

Verschickt den Leser:innenbrief nicht als Massenmail, sondern schreibt jede Zeitung und die euch bekannten Journalist:innen separat an. Ihr könnt problemlos Variationen des gleichen Briefes an mehrere Zeitungen schicken.

Bei einem für euch wichtigen Thema könnt ihr auch ein paar Leser:innenbriefe vorbereiten und Mitglieder bitten, sie unter ihrem Namen und ihrer Adresse zu veröffentlichen.

Organisiert das Schreiben systematisch, wenn es um ein wichtiges Thema geht. Unterstützt euch gegenseitig beim Verfassen der Leser:innenbriefe, z.B. durch Gegenlesen (Verständlichkeit, Fehlerkorrektur).

Ein Leser:innenbrief muss prägnant sein, damit er gedruckt wird. Bezieht euch immer auf einen Artikel aus der Zeitung, fokussiert euch auf ein Argument und haltet euch kurz.

Je persönlicher, desto besser. Zeigt eure Betroffenheit mit der Formulierung von „Ich“-Sätzen. Der Schreibstil kann kritisch oder positiv sein. Humor oder Ironie werden hingegen in der Öffentlichkeit selten verstanden, geht daher vorsichtig und sparsam damit um.

Vergesst nicht euren vollständigen Namen und euren Wohnort anzugeben. Ob ihr in eurer Funktion in der SP auftreten wollt, hängt vom Thema ab.

Zu kantonalen und nationalen Themen gibt es oft Bausteine für Leser:innenbriefe. Informiert euch frühzeitig und motiviert eure Vorstands- und Behördenmitglieder zum Verfassen von Leser:innenbriefen.

3.3 Medienmitteilungen

Zur Erinnerung: Es handelt sich um eine externe Kommunikation, die von der Kantonalpartei gutgeheissen werden muss.

Jede Aktion oder Versammlung, jeder Beschluss und jede Ankündigung kann mit einer gelungenen Medienmitteilung in ihrer Wirkung verstärkt werden. Gerade auf lokaler Ebene gibt es eine Regionalpresse, die bereit ist, allerlei Berichte abzudrucken – wenn ihr sie ihnen passend liefert.

Ankündigungen sind im Gegensatz zu Berichten kürzer, dort müssen aber ebenso alle relevanten Informationen enthalten sein sowie eine Einladung an die Medienschaffenden. Es ist nicht übertrieben, vor und nach der Veranstaltung eine Mitteilung zu verschicken: Einmal eine Ankündigung bzw. Einladung, einmal einen Bericht mit Foto. Lokalzeitungen publizieren oft beides. Ihr könnt aber nicht davon ausgehen, dass ihr immer den gewünschten Raum erhaltet.

Schreibt in der Regel keine Medienmitteilung, die länger als eine A4-Seite ist. In der Kürze liegt die Würze.

Denkt beim Formulieren an die Journalist:innen und macht ihnen die Arbeit einfach. Die Sätze sollten kurz und einfach formuliert sein.

Viele Journalist:innen haben keine Zeit, um bei euch ein Zitat einzuholen. Zitiert euch deshalb in der Mitteilung gleich selbst und packt die Kernaussage in einen knackigen Satz.

Zu einer Aktions-Medienmitteilung gehört ein inszeniertes Foto. Wenn ihr keine Kamera habt, probiert es mit dem Smartphone. Verschickt eure Textdokumente immer im PDF-Format und eure Bilder immer in gängigen Formaten wie JPG oder PNG.

Kennt ihr die zuständige Journalistin oder den zuständigen Journalisten persönlich, dann ruft auch gleich an und fragt nach: „Habt ihr unsere Medienmitteilung bekommen?“

Verschickt Medienmitteilungen immer zeitnah. Eine Aktion ist zwei Tage später nicht mehr interessant.

Auf Anrufe von Journalist:innen müsst ihr nicht umgehend antworten. Wenn ihr einen Anruf bekommt, lasst euch das Anliegen erklären und antwortet: „Vielen Dank für die Anfrage, ich melde mich gerne in spätestens einer halben Stunde wieder.“ Diese halbe Stunde könnt ihr nutzen, um euch eine Antwort zu überlegen oder Rücksprache zu halten.

Auf jeder Medienmitteilung stehen die Kontaktdaten von einer oder mehreren Personen, die kompetent Auskunft geben können. Diese Personen müssen wissen und miteinander absprechen, was sie auf (möglicherweise kritische) Medienanfragen antworten wollen. Es hilft, die

exakten Formulierungen gemeinsam abzusprechen. Meistens reicht es aber, einfach die Inhalte der Medienmitteilung in sprachlichen Variationen zu wiederholen. Damit erreicht ihr, dass es beim Medienbericht auch wirklich um euer Thema geht.

Jede Medienmitteilung hat einen identischen Aufbau:

- **Titel:** Der Titel muss neugierig machen. Medien bekommen täglich Dutzende Medienmitteilungen.
- **Lead:** Im Lead müssen alle wichtigen Informationen vorkommen und gleichzeitig muss klar sein, dass sich ein Weiterlesen lohnt. Er sollte nicht mehr als fünf Zeilen umfassen.
- **Text:** Hier muss stehen, was JournalistInnen interessiert. Knackige Aussagen und gleichzeitig die Beantwortung aller W-Fragen. Gliedert längere Texte unbedingt in Abschnitte mit Zwischentiteln. Vergesst die Zitate nicht.
- **Kontakt:** Eine bis zwei Personen sollten mit E-Mail und Handy-Nummer als Kontaktpersonen angegeben werden und telefonisch erreichbar sein. Weist die zeitliche Erreichbarkeit auf der Medienmitteilung aus.
- **Anhänge:** Separat mitschicken könnt ihr Bilder, das beschlossene Positionspapier oder den Aktions-Flyer – alles das sollte aber nie eine Medienmitteilung ersetzen.

Teil 2:
RECHTLICHE VERANKERUNG
IN DEN KANTONALPARTEIEN

4. ALLGEMEINES

Die SP60+ Schweiz und ihre kantonalen, regionalen und lokalen Gruppen bilden (im Gegensatz zur SP Schweiz, ihren Kantonalparteien und Sektionen) keine Vereine nach Art. 60 ff ZGB, sondern statutarische Parteigremien innerhalb der jeweiligen SP. Für die statutarischen Parteigremien gilt:

- Ihre Rechte und Pflichten werden in den Statuten der jeweiligen SP festgelegt.

Zum Beispiel gilt für die SP60+ Schweiz:

Auszug aus den Statuten der SP Schweiz

Art. 10 | SP60+

- ¹ Die SP60+ ist das Dachorgan der kantonalen und regionalen Altersorganisationen in der SP. Sie vertritt auf dem Hintergrund ihrer Erfahrungen und ihrer Lebenssituation die Sicht der älteren Generation. Sie beschränkt sich dabei nicht auf die Wahrnehmung von altersspezifischen Interessen, sondern ist solidarisch mit allen Generationen. SP60+ kämpft für die Gleichberechtigung und Selbstbestimmung sowie die Achtung der Würde von älteren Menschen in der Gesellschaft. Sie fördert die Beteiligung von älteren Genossinnen und Genossen am gesellschaftlichen und politischen Geschehen.
- ² Die Organisation, Zusammensetzung und Kompetenzen der Gremien der SP60+, die Mitgliedschaft sowie die Finanzbefugnisse sind in einem Reglement geregelt.

Art. 13 | Die statutarischen Parteigremien

- ¹ Die statutarischen Parteigremien sind:
 - h. die SP60+

Art. 14 | Der Parteitag

- ³ Er besteht aus:
 - e. zwölf Delegierten der SP60+

Art. 15 | Der Parteirat

- ⁷ Der Parteirat besteht aus:
 - d. je zwei Delegierten der JUSO, der SP Frauen*, der SP Migrant:innen, der SP 60+ und der SP queer, die Mitglieder des obersten Leitungsgremiums des jeweiligen Organs sein müssen
- ⁸ Der Parteirat ist insbesondere zuständig für
 - w. die Genehmigung der Reglemente der Fraktion, der SP Frauen*, SP60+, der SP Migrant:innen und der SP queer

Als statutarische Parteigremien haben die SP60+ und ihre Gruppen selbst keine Statuten, sondern können ihre Ziele, ihre Organisation, die Zusammensetzung und Kompetenzen ihrer Organe, die Mitgliedschaft sowie die Finanzbefugnisse in einem Reglement festlegen, das von der jeweiligen SP genehmigt werden muss.

So wird im Reglement der SP60+ Schweiz festgehalten, dass die SP60+ kantonale und nach Bedarf regionale und lokale Gruppen bilden kann (Art. 1 Abs. 3). Der Delegiertenversammlung (DV) gehören u.a. je zwei Delegierte pro Kantonalpartei an (Art. 5 Abs. 1). Zu den Aufgaben der DV gehört u.a. die Sicherstellung des Austauschs mit den kantonalen Gruppen der SP60+ (Art. 5 Abs. 2 lit. g).

Vollständiger Text: https://www.sp-ps.ch/sites/default/files/documents/reglement_sp60per-01-01-2022-dt.pdf).

5. VERANKERUNG VON SP60+-GRUPPEN IN IHREN SEKTIONEN

Die Statuten der SP Schweiz befassen sich nur mit den nationalen statutarischen Parteigremien wie z.B. SP60+ Schweiz, nicht mit ihren kantonalen, regionalen oder lokalen Gruppen. Es ist daher sinnvoll, alle kantonalen (regionalen, lokalen) Gruppen wie z.B. die kantonale SP60+ in den kantonalen (regionalen, lokalen) Statuten zu verankern. Dies gilt insbesondere auch für kleine, noch wenig strukturierte SP60+-Gruppen. Nebst der Verankerung sollte dabei zumindest das Antragsrecht definiert werden.

Beispiel für die Verankerung und die Definition des Antragsrechts:

Auszug aus der Statuten der SP Kanton Schwyz

Art. 6 | SP-Frauen*, SP60+, SP Migrant:innen

² Die Mitglieder der SP Frauen*, der SP60+ und der SP Migrant:innen können kantonale, regionale und lokale Gruppen bilden. Reglemente kantonalen Gruppen sind der kantonalen Geschäftsleitung zur Genehmigung zu unterbreiten.

Art. 8 | Parteitag

⁵ Antragsberechtigt sind die Sektionen, die Geschäftsleitung, die Gruppen nach Art. 6 Abs. 2 und die JUSO Kanton Schwyz. Anträge der Sektionen, der Gruppen nach Art. 6 Abs. 2 und der JUSO müssen von deren Mitgliederversammlung beschlossen worden sein.

⁷ Alle antragsberechtigten Organe erhalten spätestens acht Wochen vor dem Parteitag die provisorische Traktandenliste.

⁸ Den antragsberechtigten Organen ist eine Frist von mindestens drei Wochen zur Einreichung von Anträgen einzuräumen.

Wächst die SP60+-Gruppe, kann sie durch diese statutarische Verankerung und das Antragsrecht via Statutenänderung zusätzliche Rechte wie z.B. Vertretungsansprüche in den Organen oder jährliche Beiträge der jeweiligen Kantonalpartei oder Sektion beantragen.

Beispiel für die Regelung von Vertretungsansprüchen und jährlichen Beiträgen:

Auszug aus den Statuten der SP Kanton Bern

Art. 6

2. Der Parteitag besteht aus:

- i) 4 Delegierten der SP60+ Kanton Bern

Art. 11

1. Die Geschäftsleitung besteht aus:

- d) 8 vom Parteitag frei gewählten Mitgliedern, worunter (...) ein Mitglied der SP60+ Kanton Bern (...)

Art. 25

- 4. Die SP Kanton Bern leistet jährliche Beiträge an die SP60+ Kanton Bern, deren Höhe von der Geschäftsleitung im Rahmen des Budgets festgelegt wird.
- 5. Die SP60+ Kanton Bern kann zuhanden der Geschäftsleitung Projekte einreichen, die zusätzlich finanziert werden können.

Beispiele für vollständige kant. Statuten: <https://www.sp-ps.ch/de/partei/sozialdemokratische-bewegung/sp-60/beispiele-kantonaler-gruppen-examples-des-groupes>.

Wächst die SP60+-Gruppe, sollte sie ihre Ziele, ihre Organisation, die Zusammensetzung und Kompetenzen ihrer Organe, die Mitgliedschaft sowie die Finanzbefugnisse in einem Reglement festlegen, das von der jeweiligen SP genehmigt werden muss.

6. MUSTERREGLEMENT

Das folgende Musterreglement ist als Anstoss gedacht und ist angelehnt an das Reglement der SP60+ Schweiz (vgl. www.sp-ps.ch/de/partei/sozialdemokratische-bewegung/sp60) und der SP60+ Aargau (vgl. www.sp-ps.ch/de/partei/sozialdemokratische-bewegung/sp-60/beispiele-kantonaler-gruppen-examples-des-groupes).

- b) Abnahme des Berichts des Vorstandes und der Jahresrechnung
- c) Beratung und Entscheid über die ihr von den Mitgliedern unterbreiteten Anträge
- d) Revision des Reglements der SP60+ ... (unter Vorbehalt der Genehmigung durch die Geschäftsleitung der SP Kanton ...).

- ³ Die ordentliche Mitgliederversammlung findet einmal jährlich statt und wird vom Vorstand einberufen. Er legt Ort, Zeit und die Traktandenliste fest.
- ⁴ Ausserordentliche Mitgliederversammlungen werden einberufen, wenn der Vorstand oder mindestens 1/4 der Mitglieder dies verlangen.
- ⁵ Die Einladung zur Mitgliederversammlung erfolgt spätestens fünf Wochen vor dem Versammlungsdatum unter Beilage einer vorläufigen Traktandenliste.
- ⁶ Anträge der Mitglieder auf Behandlung von Geschäften und Wahlvorschläge sind dem Vorstand bis spätestens drei Wochen vor der Versammlung einzureichen. Die bereinigte Traktandenliste, die Anträge und der Tätigkeitsbericht werden den Mitgliedern zwei Wochen vor der Versammlung per Mail zugestellt.

Art. 6 | Der Vorstand

- 1 Der Vorstand besteht aus mindestens fünf Mitgliedern und konstituiert sich selber.
- 2 Die Aufgaben des Vorstandes sind
 - a) Erarbeitung von Jahreszielsetzungen
 - b) Erledigung der laufenden Geschäfte
 - c) regelmässiger Austausch zwischen den Mitgliedern und dem Vorstand
 - d) Einberufung und Vorbereitung der Vorstandssitzungen und der Mitgliederversammlung
 - e) Erstellen des Jahresberichtes und des Jahresbudgets
 - f) Vorbereitung der Wahlen von Mitgliedern des Vorstandes
 - g) Wahl von Delegationen und Einsetzen von Arbeitsgruppen
 - h) Vorbereitung von Wahlvorschlägen zuhanden von Gremien der SP Kanton ...
 - i) Zusammenarbeit mit den Parteigremien der SP Kanton ...

Art. 7 | Finanzierung

- ¹ Die SP60+ ... finanziert sich aus Beiträgen der Kantonalpartei und durch Spenden. Die SP60+ entscheidet im Rahmen des Budgets autonom über die Verwendung der ihr zugeteilten Mittel.
- ² Die SP60+ erhebt keine eigenen Mitgliederbeiträge.

Art. 8 | Schlussbestimmungen

- ¹ Für alle hier nicht geregelten Fragen gelten sinngemäss die Statuten der SP Kanton ... und das Reglement der SP60+ Schweiz.
- ² Dieses Reglement wurde von der Mitgliederversammlung der SP60+ ... vom ... verabschiedet und tritt nach Genehmigung durch die SP Kanton ... in Kraft.

TEIL 3 : VERNETZUNG UND ZUSAMMEN-ARBEIT

7. EINLEITUNG

Um unsere Werte und Ideen umzusetzen, brauchen wir weder millionenschwere Werbekampagnen noch teure PR-Agenturen. Wir sind erfolgreich, wenn wir den direkten und persönlichen Kontakt mit den Menschen vor Ort pflegen. Die Identifikation der Bürger:innen mit der Sozialdemokratischen Partei ist mehr wert als geschliffene Reden in den Medien – und doch ist nichts zeitaufwändiger als diese persönliche politische Arbeit. Sie kann nicht delegiert oder ausgelagert werden. Es ist diese Fleissarbeit, die jede Genossin und jeder Genosse leisten muss, damit wir die Politik in diesem Land weiterhin beeinflussen können.

Wir sind nicht isoliert - das wird oft vergessen, ganz besonders, wenn wir das Gefühl haben, die "letzten Kämpfer" in unserer Gemeinde zu sein. Unsere Stärke liegt in unserer Fähigkeit, Allianzen mit parteiinternen Gruppen wie der JUSO, den SP Frauen* oder thematischen Kommissionen der Kantonalpartei zu bilden. Wer zur richtigen Zeit mit den richtigen Organisationen zusammenarbeitet, erschliesst sich neue Ressourcen und Möglichkeiten.

Je nach behandeltem Thema ist es sinnvoll, Partner:innen auf lokaler und kantonaler Ebene aufzulisten, mit denen man Kontakt aufnehmen sollte, um Informationen oder zusätzliche Unterstützung zu erhalten („gemeinsam sind wir stark!“).

8. ORGANE DER SOZIALDEMOKRATISCHEN PARTEI

Die SP Schweiz, die Kantonalparteien und die Sektionen sind als Vereine organisiert und statutarisch miteinander verbunden. Jeder dieser Vereine hat eigene Organe, Instanzen und Entscheidungskompetenzen.

Die SP60+ ist wie auch andere Gruppen in den Statuten der SPS verankert (siehe https://sp-ps.ch/sites/default/files/documents/sp-statuten_a5_d_2022_2.pdf).

Entsprechend sollte eine kantonale SP60+-Gruppe in den Statuten der Kantonalpartei verankert werden (dies ist bereits in einigen Kantonalparteien der Fall). Dieser Aspekt wird in Teil 2 des Handbuchs für SP60+-Kantonalgruppen weiter ausgeführt.

8.1 SP-Sektionen

Die Sektionen spielen eine entscheidende Rolle auf dem Weg der Aktivistinnen und Aktivisten. Sie sind nicht einfach nur Vereine, die von Zeit zu Zeit Generalversammlungen abhalten; sie sind Träger einer gemeinsamen Hoffnung. Die Sektionen sind das Laboratorium für gesellschaftlichen Wandel. Die Sektion ist die Basis für das politische Engagement, das Spass machen und motivieren soll.

Alle Mitglieder der SP60+-Gruppe gehören einer Sektion an, es besteht also eine Verbindung zur Sektion. Es ist wichtig, Mitglieder der Sektion zu motivieren, der SP60+-Gruppe beizutreten, um diese Verbindung zu vertiefen. Die Erfahrung der SP60+ kann sehr nützlich sein, um neue Aktivistinnen und Aktivisten zu gewinnen und zu begleiten.

8.2 Kantonal- und Zentralsekretariat

Die SP Schweiz, aber auch eure Kantonalparteien sowie die grossen Sektionen verfügen über professionelle Sekretariate. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter kümmern sich nicht nur um die administrativen Aufgaben, die Beziehungen zur Parteileitung oder zu den Mandatsträgerinnen und Mandatsträgern oder um Abstimmungs- und Wahlkampagnen: Sie sind auch da, um eure SP60+-Gruppe zu unterstützen oder eure Fragen zu beantworten.

8.3 Themenkommissionen und Arbeitsgruppen

Alle sind eingeladen, in Themenkommissionen (früher: Fachkommissionen) oder Arbeitsgruppen der SP Schweiz, der Kantonalparteien, der SP60+ Schweiz bzw. der kantonalen oder lokalen SP60+-Gruppen mitzuarbeiten.

Arbeitsgruppen sind themenbezogene, manchmal zeitliche begrenzte Gruppen, die sich mit einem bestimmten Thema auseinandersetzen oder einen bestimmten Auftrag umsetzen. Sofern sinnvoll, könnt ihr Arbeitsgruppen öffnen und auch Nicht-Mitglieder einbinden. Wenn es z.B. um einen Wahlkampf geht, können Sympathisierende mitarbeiten. Arbeitsgruppen sind auch darum nützlich, weil sie den Mitgliedern und besonders auch Sympathisant:innen eine Möglichkeit bieten, sich zeitlich begrenzt für ein bestimmtes Thema zu engagieren, ohne gleich im Vorstand mitzuarbeiten. Das erleichtert den Zugang: Menschen nähern sich damit einer engagierten Mitgliedschaft.

8.4 Jungsozialist:innen (JUSO)

Die JUSO ist die Jungpartei der SP. Sie ist aber unabhängig und nicht an die Entscheide der SP Schweiz gebunden. Die JUSO hat viele motivierte und engagierte Mitglieder - jede Zusammenarbeit ist daher im Interesse der SP.

Viele Themen beschäftigen die SP60+ und die JUSO, wie die Sozialversicherungen, der öffentliche Verkehr, die Energieversorgung, der Klima- und Umweltschutz oder die Verkehrsberuhigung. Die Zusammenarbeit zwischen der SP60+-Gruppe und der Kantonalsektion der JUSO ist empfehlenswert und kann die Debatten in der Kantonalpartei nur anregen.

8.5 SP Frauen*

Die SP Frauen* ist eine Organisation innerhalb der SP. Sie sind auch in Kantonen organisiert. Hier geht es um die Gleichstellung von Mann und Frau in allen Bereichen des Lebens.

8.6 SP Migrant:innen

Die SP Migrant:innen sind ein Zusammenschluss der Menschen mit Migrationshintergrund innerhalb der SP. Das Ziel der SP Migrant:innen ist es, allen in der Schweiz wohnhaften Personen mit Migrationshintergrund innerhalb und ausserhalb der Partei zu einer besseren Partizipation und politischer Repräsentation zu verhelfen.

Die SP60+-Gruppe kann von der Dynamik dieses Gremiums profitieren und ihre Erfahrung insbesondere bei der Aufnahme in die SP einbringen.

8.7 SP queer

Die SP queer ist Teil der SP Schweiz sowie Teil der LGBTQIA+-Bewegung in der Schweiz und international. Sie besteht aus verschiedenen Gremien und setzt sich aus Menschen unterschiedlichster sexueller Orientierungen, Geschlechtsidentitäten und Geschlechtsausdrücken zusammen. Die SP queer engagiert sich innerhalb der sozialdemokratischen Partei sowie in der Öffentlichkeit für die Anliegen queerer Menschen.

Ziel ist das gute Leben für alle, ungeachtet der romantischen Anziehungen, der Sexualität, des Geschlechts, der Hautfarbe, des Körpers oder der Klasse. Ferner setzt sich die SP queer für eine Stärkung der Repräsentation queerer Personen in der Politik und im öffentlichen Leben ein.

9. STRUKTUREN AUSSERHALB DER SP

Externe Strukturen gibt es viele und ihre Ziele können sehr unterschiedlich sein. Schematisch kann man sie in drei Kategorien unterteilen: Strukturen mit sehr spezifischen und oft lokalen Zielen, Strukturen, die Werte vertreten, oft in sektorieller Form, und Strukturen, die Leistungen für eine oder mehrere Bevölkerungsgruppen anbieten.

Die Zusammenarbeit von SP60+ mit den verschiedenen Strukturen wird in der Regel an ein bestimmtes Thema geknüpft, das von der kantonalen SP60+-Gruppe behandelt wird.

9.1 Gewerkschaften

Der Schweizerische Gewerkschaftsbund (SGB) ist die grösste Organisation der Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer in der Schweiz. Eine starke Gemeinschaft: 20 Gewerkschaften (<https://sgb.ch/der-sgb/angeschlossene-verbaende>) haben sich im SGB zusammengeschlossen und bilden den grössten Dachverband für die Interessenvertretung der Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer in der Schweiz. Die Mitgliedsgewerkschaften des SGB sind für die Tarifverhandlungen und die Lohnpolitik in den verschiedenen Sektoren zuständig. Sie bieten ihren Mitgliedern eine breite Palette an Dienstleistungen, Beratung und Unterstützung an.

Die Gewerkschaften sind Partnerinnen der SP und es gibt zahlreiche Aktionen, die von den Gewerkschaften und der SP gemeinsam durchgeführt werden.

Die Gewerkschaften setzen sich sehr stark für eine würdige, solidarische Rente ein, die ein menschenwürdiges Leben ermöglicht.

Auch als Rentnerin oder Rentner ist die Mitgliedschaft in einer Gewerkschaft ein Akt der Solidarität mit den Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern und eine Unterstützung für Organisationen, die sich auch für ältere Menschen einsetzen.

9.2 AVIVO

1943 wurden in der Schweiz 180 000 Unterschriften für eine Petition gesammelt. Sie forderte die Einführung einer Rente für Witwen, Invalide, Alte und Waisen, die bis dahin keinen Anspruch auf eine solche Unterstützung hatten. Dies führte nicht nur zur Entstehung der AHV, sondern auch zur Gründung der AVIVO (Association des Vieillards, Invalides, Veuves et Orphelins - Verband der Alten, Invaliden, Witwen und Waisen) in der Schweiz. Mit der Gründung der Genfer Sektion wurde die AVIVO 1948 unter der Leitung von Roger Dafflon, der Bürgermeister von Genf und bis 1993 Präsident der Schweizer AVIVO war, offiziell ins Leben gerufen. Sie wurde durch ihre unermüdlichen Stellungnahmen zugunsten der sozialen Solidarität bekannt und unterstützt mit ihren Sozial- und Rechtsdiensten täglich Tausende von bescheidenen, älteren und nicht älteren Menschen, Mieter:innen und Steuerzahler:innen.

Seitdem hat die AVIVO, während sie ihren Gründungsprinzipien treu geblieben ist, unzählige Kämpfe ausgefochten, nicht nur um bessere Lebensbedingungen durch die Sozialversicherungen, insbesondere die AHV/IV, zu garantieren, sondern auch um eine gerechtere und solidarischere Gesellschaft zu fördern.

Die AVIVO Schweiz umfasst die Sektionen Basel, Bern, Genf, Jura, Neuenburg, Wallis, Waadt, Zürich, die Stadt Biel und die Stadt Lausanne (<https://avivo-ch.ch/sektionen>).

9.3 VCS / ATE / ATA

Der Verkehrs-Club der Schweiz VCS setzt sich seit 1979 für eine zukunftsweisende Mobilität ein. Er bringt innovative und relevante Ideen für die Umwelt und die Mobilität hervor.

Er ist in allen Kantonen vertreten (<https://verkehrsclub.ch/ueber-den-vcs/sektionen>) und seine Arbeit ist für ein gutes Leben unerlässlich. Er kann die Gruppe SP60+ bei der Verkehrsberuhigung in bewohnten Gebieten, der Entwicklung von Radwegen und der Sicherheit insbesondere für Fußgänger und Radfahrer massgeblich unterstützen.

9.4 Pro Senectute

Pro Senectute setzt sich seit einem Jahrhundert für das Wohlbefinden älterer Menschen ein. Heute ist sie die grösste Schweizer Dienstleistungsorganisation, die sich auf diesen Bereich spezialisiert hat.

Pro Senectute agiert landesweit über ihre kantonalen und interkantonalen Organisationen, eure direkten Ansprechpartner. Pro Senectute Schweiz vertritt die Gesamtorganisation gegenüber den Bundesbehörden und der Öffentlichkeit.

Die Kontaktdaten aller kantonalen Sektionen findet ihr unter der Rubrik "Über uns" auf <https://prosenectute.ch/de>.

9.5 Klima-Grosseltern CH / Grands-parents pour le climat

Die Schweizer Bewegung "Klima-Grosseltern CH" wurde ins Leben gerufen, um Grosseltern, Eltern, Tanten, Onkeln und anderen Personen, die sich Sorgen um das Klima machen, das unsere Nachkommen erben werden, eine Stimme zu geben.

Der Gründungstext (<https://gpclimat.ch/texte-fondateur-charte>. Siehe auch <https://klimagrosseltern.ch/geschichte>), der das Ziel dieser Bewegung präzisiert, wurde im September 2014 verabschiedet, also nur wenige Monate nach der Veröffentlichung des zweiten Teils des fünften IPCC-Berichts (https://de.wikipedia.org/wiki/Fünfter_Sachstandsbericht_des_IPCC).

Kantonale und regionale Kontakte :

- Klima-Grosseltern CH : <https://www.klimagrosseltern.ch/regionen>
- Grands-parents pour le climat : <https://www.gpclimat.ch/contact>

9.6 MV / ASLOCA / ASI

Der Mieterinnen- und Mieterverband MV unterstützt seine Mitglieder bei Problemen durch ein in jedem Kanton eingerichtetes System von Rechtsberatungsstellen. Er stellt auch den Mieterinnen und Mietern alle Informationen im Zusammenhang mit ihren Rechten zur Verfügung.

Der Verband setzt sich für die Verbesserung der Mieterinnen- und Mieterrechte ein und fördert den Bau und Erhalt von bezahlbarem Wohnraum für alle, indem er auf kantonaler und nationaler Ebene politisch aktiv ist. Er setzt sich für die Mieterinnen und Mieter ein, indem er Initiativen und Petitionen lanciert und je nach Region gezielte Aktionen durchführt:

- Dachverband der regionalen Mieterinnen- und Mieterverbände in der Deutschschweiz (<https://mieterverband.ch>)
- ASLOCA romande (<https://asloca.ch>)

- ASI (<https://asi-infoalloggio.ch>)

9.7 Casafair / HabitatDurable

Casafair – ehemals Hausverein – ist der Verband für umweltbewusste und faire Wohneigentümer:innen. Er steht seit über 30 Jahren für Nachhaltigkeit beim Bauen, für Fairness beim Vermieten, Kaufen und Verkaufen, für aktive Wohnraum- und Bodenpolitik und zukunftsgerichtete Raumplanung. Klimaschutz, Energiewende und Biodiversität brauchen Schub und stehen ganz oben auf seiner Agenda.

Hier findet ihr weitere Informationen zu einzelnen Sektionen in allen Sprachregionen:

- auf Deutsch: <https://casafair.ch/ueber-uns/sektionen/>
- auf Französisch: <https://habitatdurable.ch/a-propos/sections>

9.8 Wohnbaugenossenschaften

Wohnbaugenossenschaften Schweiz ist die Dachorganisation der gemeinnützigen Wohnbauträger und das Kompetenzzentrum für den gemeinnützigen Wohnungsbau in der Schweiz. Mehr als 1200 Wohnbaugenossenschaften und andere gemeinnützige Wohnbauträger mit insgesamt über 150'000 Wohnungen sind Mitglieder des Verbandes. Mit expert+ bietet Wohnbaugenossenschaften Schweiz eine Fachstelle und Veranstaltungsreihe speziell für das Thema Wohnen im Alter an (<https://www.expert-plus.ch/>).

Hier findet ihr weitere Informationen:

- auf Deutsch: <https://www.wbg-schweiz.ch/>
- auf Französisch: <https://www.armoup.ch/>
- auf Italienisch: <https://www.cassi.ch/>

9.9 Spitex

Spitex Schweiz ist der nationale Dachverband der Nonprofit-Spitex mit 24 Kantonalverbänden, welchen nahezu 500 lokale gemeinnützige Organisationen der ambulanten Pflege angeschlossen sind.

Spitex Schweiz ist Gesprächspartner und Anlaufstelle für Behörden, Gesundheitsfachleute und Medienschaffende mit folgenden Aufgaben:

- Vertretung der Interessen der Nonprofit-Spitex gegenüber der Politik, den Partnerorganisationen und den Versicherern
- Erarbeitung von Richtlinien und Standards für Kantonalverbände und deren Basisorganisationen in den Bereichen Bildung, Qualität und Kommunikation
- Erteilung von Studienaufträgen, Veröffentlichung von Fachpublikationen und Informationsmaterial
- Stellungnahmen in Vernehmlassungen zu sozial- und gesundheitspolitischen Grundsatzfragen.

Hier findet ihr weitere Informationen (Deutsch oder Französisch): <https://www.spitex.ch>.

9.10 Alter ohne Gewalt / Vieillesse sans violence / Vecchiaia senza Violenza

Die Plattform Alter ohne Gewalt ist das Ergebnis der Zusammenarbeit von drei wichtigen Akteuren im Bereich der Prävention von Misshandlung älterer Menschen in der Schweiz:

- UBA in der Deutschschweiz (<http://alterohnegewalt.ch>)
- alter ego in der Westschweiz (<http://vieillesesansviolence.ch>)
- Pro Senectute Ticino e Moesano im Tessin und im italienischen Graubünden (<http://vecchiaiasenzaviolenza.ch>).

Im Bewusstsein, dass der Kampf gegen die Misshandlung älterer Menschen auf nationaler Ebene geführt werden muss, haben die drei Institutionen beschlossen, eine nationale Plattform für Prävention, Beratung und schnelle Hilfe in Krisensituationen einzurichten.

9.11 Lokale Vereine

Es ist unmöglich, alle Vereine aufzuzählen, die am örtlichen Leben teilnehmen, aber eine Beteiligung ermöglicht es euch, die Bedürfnisse und Erwartungen der Bewohner eurer Gemeinde, eures Viertels oder eures Wohnorts zu "erspüren".

Einige Beispiele sind der Seniorenclub, der Quartierverein, Umweltschutzvereine, der Chor oder die Blaskapelle, Sportvereine, Selbsthilfegruppen usw.

9.12 Andere Strukturen

Die Liste ist zu lang, um eine vollständige Zusammenstellung zu erstellen.

Die Stiftung "Selbsthilfe Schweiz" agiert auf nationaler Ebene im Dienste der gemeinschaftlichen Selbsthilfe und als Koordinations- und Dienstleistungsstelle der regionalen Selbsthilfezentren. Ihre Links:

- de: <https://www.selbsthilfeschweiz.ch/shch/de/selbsthilfe-gesucht/suche.html>
- fr: <https://www.infoentraidesuisse.ch/shch/fr/selbsthilfe-gesucht/moteur-de-recherche.html>
- it: <https://www.autoaiutosvizzera.ch/shch/it/selbsthilfe-gesucht/selbsthilfe-gesucht.html>.

Auch auf der Seite http://psychologie-ge.ch/Liens_utiles_aines.html findet man eine ganze Reihe von Links zu Selbsthilfeorganisationen u.a. für ältere Menschen in den Westschweizer Kantonen.