

L5**Abteilung 10 Schillerpark****Die KDV möge beschließen:****Der Landesparteitag möge beschließen: Der Bundesparteitag möge beschließen:****Empfehlung der Antragskommission****Überweisen an: Kreisvorstand (Konsens)****Modernisierung der Struktur des geschäftsführenden Vorstandes auf Ortsvereins/ Abteilungsebene zur Schaffung digitaler Kompetenz**

- 1 • Schaffung einer „Vertreter*in für digi-
- 2 tale Kommunikation“ im geschäftsfüh-
- 3 renden Ortsvereins-/ Abteilungsvor-
- 4 stand durch erforderliche Anpassung
- 5 des Statutes.
- 6 • dass die Person, welche die digitale
- 7 Kommunikation eines Ortsvereines/ ei-
- 8 ner Abteilung übernimmt, voll stimm-
- 9 berechtigtes, gleichwertiges Mitglied
- 10 im geschäftsführenden Ortsvereins- /
- 11 Abteilungsvorstand ist und ihre Arbeit
- 12 damit macht- und personalpolitisch ho-
- 13 noriert wird.
- 14 • Für die neue Position sind die
- 15 Ortsvereins-/ Abteilungsvorstände
- 16 nicht zu vergrößern, sondern eine
- 17 Stellvertreter*innenposition ist zu
- 18 ersetzen.

19

20 Begründung

21 Die Gesellschaft ändert sich, aber unsere
22 Strukturen ziehen nicht mit. Sie entsprechen
23 nicht den aktuellen Bedingungen und Be-
24 darfen parteipolitischer Arbeit im digitalem
25 Raum.

26 Der SPD ist der Transfer von der traditionel-
27 len Medienlandschaft in die virtuellen Räu-
28 me nicht geglückt. Die Analysen zur Europa-
29 wahl 2024 haben z. B. gezeigt, dass Inhalte
30 der SPD in den Kommunikationswelten und
31 damit Lebenswelten der U25 Wähler*innen
32 nicht stattfinden und die Botschaft der SPD
33 unsichtbar ist. Diese Lücke wird u.a. durch po-
34 pulistische Parteien gefüllt.

35 Die sogenannten “Sozialen Medien” sind Teil
36 des politischen Alltags. Nicht nur, aber insbe-
37 sondere vor Wahlen steigt die Bedeutung di-
38 gitaler Kanäle, um auf die politische Willens-

39 bildung - im Sinne der verfassungsgemäßen
40 Aufgabe von Parteien - Einfluss zu nehmen.
41 Politiker*innen und Parteien können und soll-
42 ten hier mit Menschen und Zivilgesellschaft
43 kommunizieren.

44 Die SPD benötigt dringend über alle Ebenen
45 ineinandergreifende Strukturen, welche die
46 Professionalisierung im Bereich Social Media
47 an der Basis aus der Zufälligkeit holen und un-
48 terstützen. Dafür ist eine feste Ansprechpart-
49 ner*in auf Ortsvereinsebene zwingend not-
50 wendig.

51 Bestehende erfolgreiche digitale Kommuni-
52 kation der Partei im ehrenamtlichen Bereich
53 ist derzeit nicht strategisch aufgebaut, son-
54 dern die Folge von Einzelaktionen. Die SPD
55 kann es sich politisch nicht leisten, digitale
56 Kompetenz erst auf Ebene der Mandatsträ-
57 ger*innen und bezahlten Mitarbeiter*innen
58 zu starten.

59 Die statutarisch nicht verankerte Funktion
60 der*des sogenannten „Internetbeauftragten“
61 in einigen Ortsvereinen ist veraltet und benö-
62 tigt ein Upgrade. Sie würdigt den gestiege-
63 nen Aufwand der involvierten Personen nicht.
64 Eine der wichtigsten und permanenten Zu-
65 kunftsaufgaben der SPD kann nicht durch Be-
66 auftragte gelöst werden. Die Funktion des Be-
67 auftragten spiegelt Wichtigkeit, Zeitaufwand
68 und Verantwortungsgrad der Social Media
69 Arbeit und Netzpräsenz in der Ortsvereinsar-
70 beit nicht wider.

71 Die neue Funktion der Vertreter*in für digi-
72 tale Kommunikation fordert die Ortsvereine,
73 sich in ihrer Rekrutierungs- und Aktivierungs-
74 arbeit aktiv um Mitglieder zu bemühen, wel-
75 che die notwendige Medienkompetenz ein-
76 bringen oder aufbauen möchten. Nur so kann
77 ein zukunftsfähiges Fundament für politische
78 Arbeit im Web in den Parteigliederungen ent-
79 stehen.