02 / 2017

julimagazin

Landtagswahlkampf – Ein Resümee
Unsere vier MdLs im Interview

Bundestagswahlkampf, auf geht's!

Bildquelle: PolaRocket / photocase.de

„Zum Start“
02 **Impressionen LaKo Inhaltsverzeichnis**
03 **Vorwort, Impressum**

„Zum Thema“
04 **#SHentfesseln – Der Landtagswahlkampf im nördlichsten Bundesland**
07 **Mehr als nur ein Imagewechsel? Über das Wahlprogramm der FDP zur Bundestagswahl**
10 **Wahlkampf - aber wie?**
12 **„Haben Sie mal was gemacht, von dem Sie überzeugt waren, dass es richtig ist?“**
14 **Düsseldorf oder Berlin – Hauptsache Italien!**
16 **Happy End am Infostand**
18 **Zwischen Inhalten und Emotionen – die U18-Wahl in NRW**

„Interview“
22 **Interview Moritz Körner**
23 **Interview Henning Höne**
24 **Interview Franziska Müller-Rech**
25 **Interview Alexander Brockmeier**

„Aus dem Verband“
26 **Neumitglied der Ausgabe**

Liebe JuLis,

wir haben es geschafft! Die FDP ist sowohl in Nordrhein-Westfalen als auch in Schleswig-Holstein mit außerordentlich guten Ergebnissen in den Landtag eingezogen. Außerdem ist die FDP in beiden Bundesländern ab sofort in Regierungsverantwortung!
Wie der Wahlkampf gelaufen ist berichten einige JuLis in dieser Ausgabe. Léon hat zum Beispiel das erste Mal für den Landtag kandidiert, und Simon hat das beste Ergebnis in ganz Nordrhein-Westfalen eingefahren! Zudem haben wir vier Mitglieder des Landtags, die zugleich JuLis sind: Moritz, Franziska, Henning und Alexander. Besser hätte es für uns nicht laufen können, das steht fest. Unsere vier MdLs habe ich interviewt und sie erzählen euch, wo sie Schwerpunkte setzen wollen und was ihnen am Wichtigsten in der Landespolitik ist.
Auch die Schleswig-Holsteiner JuLis haben einen Artikel verfasst, wie sie ihren Wahlkampf durchgeführt und erlebt haben – aus diesen Erfahrungsberichten können wir sicherlich einige Aspekte für den Bundestagswahlkampf ziehen!
Ich wünsche euch eine schöne Sommerpause – erholt euch, bis September ist es nicht mehr lange!

Viel Spaß bei der Lektüre!

Eure
Benita

Benita

junge liberale
Nordrhein-Westfalen

IMPRESSUM

Herausgeber und Verlag
Junge Liberale Landesverband NRW e.V.
Sternstraße 44
40479 Düsseldorf
Telefon (0211) 4925185
julimagazin@julis-nrw.de

Chefredaktion / V.i.s.d.P.
Benita Henning (benita.henning@julis-nrw.de)

Redaktion
Marc Bauer, Léon Beck, Fin Christian Brauer, Alexander Brockmeier, Henning Höne, Simon Kell, Moritz Körner, Christoph Liesen, Rainer Matheisen, Franziska Müller-Rech, Tim Schuetz

Fotos
photocase.com, Design.Sorgenfrei. UG (haftungsbeschränkt)

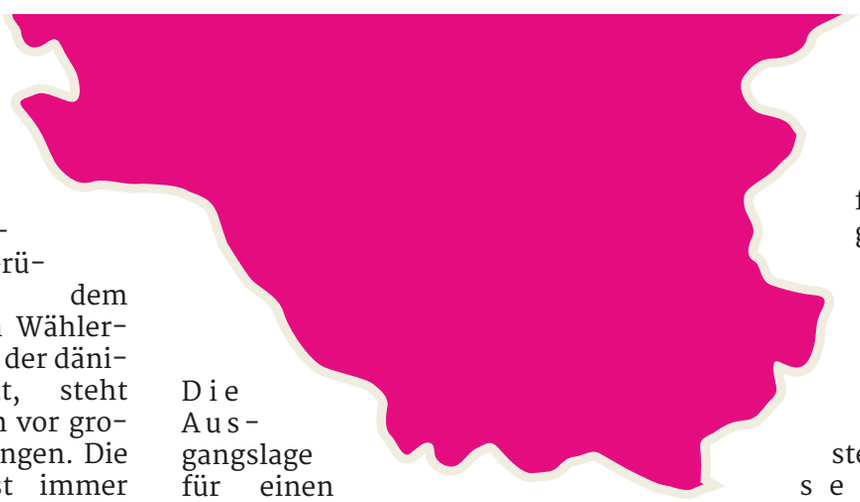
Gestaltung
Design.Sorgenfrei. UG (haftungsbeschränkt), Bochum

Druck
Design.Sorgenfrei. UG (haftungsbeschränkt), Bochum

Das julimagazin ist die Zeitschrift des Landesverbandes NRW der Jungen Liberalen. Es erscheint viermal jährlich. Für Mitglieder der Jungen Liberalen ist der Bezugspreis mit dem Mitgliedsbeitrag abgegolten. Die im julimagazin abgedruckten Beiträge und Artikel geben alleine die Meinung des jeweiligen Verfassers und nicht unbedingt die der Redaktion oder der Herausgeber wieder.

#SHentfesseln

Der Landtagswahlkampf im nördlichsten Bundesland



Nach fünf Jahren Küsten-Koalition bestehend aus SPD, Grünen und dem Südschleswigschen Wählerverband, der Partei der dänischen Minderheit, steht Schleswig-Holstein vor großen Herausforderungen. Die HSH-Nordbank ist immer noch ein Risikofaktor für den Landeshaushalt, die Verkehrspolitik hat es versäumt, Schlaglöcher zu stopfen oder dringend benötigte Autobahnabschnitte im Hamburger Randgebiet zu planen, und der Ausbau der Windenergie spaltet das Land. Dennoch führt die Küsten-Koalition in den Umfragen, durch den Schulz-Hype hat die SPD einige Prozentpunkte Vorsprung vor der CDU, die FDP liegt seit einem Jahr stabil bei 9%. Der bekannteste Landespolitiker ist nicht der Ministerpräsident, sondern der Spitzenkandidat der Freien Demokraten, Wolfgang Kubicki.

Die Ausgangslage für einen Wahlkampf ist hervorragend. Neben fünf der sechs bereits im Landtag sitzenden Abgeordneten schaffen es Parlaments-Neulinge, die sich mitunter in Bürgermeisterwahlkämpfen nur knapp geschlagen geben mussten und der Spitzenkandidat der Jungen Liberalen, Dennys Bornhöft, auf die vorderen Listenplätze. Das Programm ist progressiver als bei den vorangegangenen Landtagswahlen. Der Digitalisierung, inklusive Netzausbau und eGovernment wird ein höherer Stellenwert eingeräumt, zum ersten Mal können sich die Jungen Liberalen mit ihrer Forderung eines Modellversuchs für die Legalisierung von Cannabis in Schleswig-Holstein durchsetzen. Programm und Personal spiegeln die breite Aufstellung der Partei wider.

Der bekannteste Landespolitiker ist nicht der Ministerpräsident, sondern der Spitzenkandidat der Freien Demokraten, Wolfgang Kubicki.

Die Jungen Liberalen bringen ihre Kampagne früh ins Rollen. Während die SPD plakativ davon spricht, Schleswig-Holstein zusammenhalten zu wollen, wird „Schleswig-Holstein entfesseln“ unseren Wahlkampf prägen. Am Ende wird der Hashtag #SHentfesseln

häufiger genutzt werden als diejenigen der Konkurrenz und derjenige der Freien Demokraten.
Insgesamt bringen wir den Wahlkampf ins Netz. Vor allen anderen Jugendorganisationen startet unser Online-Wahlkampf. Er ist gegliedert in Themenwochen, nimmt Bezug auf die großen Zukunftsfragen, die Schleswig-Holstein beschäftigen. Mit Witz, Übertreibung und einer positiven Grundhaltung erreichen wir jede Woche neue Höhen in unserer Reichweite. Während wir schon mitten im Wahlkampf sind, wundern sich unsere Kontrahenten noch, ob wir eine Agentur beschäftigen und wie wir es schaffen können, zeitnah professionelle Videos zu erstellen. Es sind aber weder eine Agentur noch Unsummen an Spendengeldern oder hauptamtliche Kräfte, die dies möglich machen. Es ist das Engagement einer kleinen Gruppe JuLis, die sich Tag für Tag in den Wahlkampf stürzen, Fotos und Videos machen und es ist der unbedingte Siegeswille, es endlich allen zu zeigen, die uns in der Zeit nach der Bundestagswahl nicht mehr ernst nehmen wollten.

Alle Stimmen FDP

Es ist der Verdienst der Jungen Liberalen, dass der Wahlkampf weitestgehend ohne Anti-Campaigning auskommt. Der klare Fokus der Freien Demokraten und der Jungen Liberalen liegt auf unseren Inhalten und dem Personal, das dieses Programm im Landtag vertreten soll. Wir lassen uns von einer Zweitstimmenkampagne „Zweitstimme ist Kubicki-Stimme“ nicht beirren, kämpfen weiter für beide Stimmen. Der Spruch „Erststimme ist Heiner-Stimme, Zweitstimme ist Kubicki-Stimme, Alle Stimmen FDP“ (in Bezug auf den Landesvorsitzenden Heiner Garg) wird die letzte Tage des Wahlkampfes immer wieder skandiert. Ohne unser Zutun kann die Partei keinen reinen Zweitstimmenwahlkampf machen, im Internet gar dominiert unsere Haltung „Alle Stimmen FDP“.

Auch offline profilieren sich die Jungen Liberalen. Im Rahmen des Landtagswahlkampf bietet der Verband Politischer Jugend allen Schulen mit Sekundarstufe Podiumsdiskussionen an. In Schleswig-Holstein dürfen zum ersten Mal auch die 16- und 17-Jährigen wählen. Die Schulen nehmen dieses Angebot frequentierter denn je in Anspruch. Schließlich werden wir an über einem Drittel der Schulen in Schleswig-Holstein Podiumsdiskussionen haben, was die Jugendverbände an die Grenze ihrer Leistungsfähigkeit bringen wird. Nur eine Jugendorganisation wird es schaffen, an jeder dieser Podiumsdiskussionen teilzunehmen, die Jungen Liberalen.

Während die Freien Demokraten die zweitgrößte Wählergruppe weitestgehend ignorieren und sich auf andere Zielgruppen fokussieren, treten wir mit Nachdruck dafür ein, Erstwählerstimmen zu akquirieren. Die Podiumsdiskussionen werden mit Videos begleitet, für die wir Werbung im Einzugsgebiet der Schulen schalten. Einige Videos arbeiten humoristisch die Wahlkampfthemen auf und zeigen auch unseren Spitzenkandidaten verkleidet als Thor, der in Schleswig-Holstein den Schulz-Zug zum Stehen bringt oder junge Gründer, die vor den Toren des Rathauses auf einen Termin warten.

Schon zu Wahlkampfbeginn werden Sticker in den frequentierten Party-Locations in Kiel und anderswo aufgeklebt. „Wolfgang Kubicki – Anwalt der Freiheit”. Zweimal die Woche dann stehen wir in Kiel und verteilen im Party-Wahlkampf Energydrinks und Feuerzeuge an junge Menschen. Die positive Stimmung und der wiederkehrende Einsatz haben Wiedererkennungswert, immer häufiger bleiben junge Menschen stehen, um mit uns ins Gespräch zu kommen. Die FDP ist plötzlich wieder cool.

Die letzte Woche vor der

Landtagswahl, die Woche, die vielleicht alles entscheiden wird, beginnt mit neuen Umfragewerten. Nach über einem Jahr, in dem die Freien Demokraten stabil bei 9% liegen, erreichen wir das erste Mal einen zweistelligen Wert. Unser Wahlkampf scheint sich endlich auszuzahlen. Wir starten unsere Tour durch Schleswig-Holstein, in fünf Tagen besuchen wir etliche Kandidaten und unterstützen auf den letzten Metern, um landesweit Aufmerksamkeit zu erregen. Die Tour endet bei der Wahlkampfendspurt-Veranstaltung in Kiel zu, doch für uns geht es danach weiter. In der Landesgeschäftsstelle bauen wir eine Live-Lounge auf, koordinieren in der Nacht die Aktionen für die letzten 50 Stunden.

Freitagmorgen, 6.00 Uhr. Nach einer schlaflosen Nacht ist es so weit. Wir gehen live, berichten bis zur Öffnung der Wahllokale von unseren Wahlkampfaktionen, sprechen mit Wahlkämpfern, interviewen Kandidaten. Zeitgleich sind in und um Kiel, manchmal in ganz Schleswig-Holstein, unsere Wahlkämpferinnen und Wahlkämpfer im Einsatz. Am ehemaligen Hindenburgufer, der heutigen Kiellinie unweit des Landtages geben wir mit unserem Open-Mic allen Bürgern die Chance, Worte an die vielen Spaziergänger zu richten. Die AfD und ihre „Bürgerwehr“ vertreiben wir durch die Konfrontation mit unseren Werten, sie scheuen die Diskussion und ziehen von dannen. Gefühlt kann uns an diesem Abend nichts mehr stoppen. Der Wahlkampf endet am Sonntagmorgen um 8.00 Uhr mit einem Wahlaufruf durch den Landesvorsitzenden der Freien Demokraten, Heiner Garg.

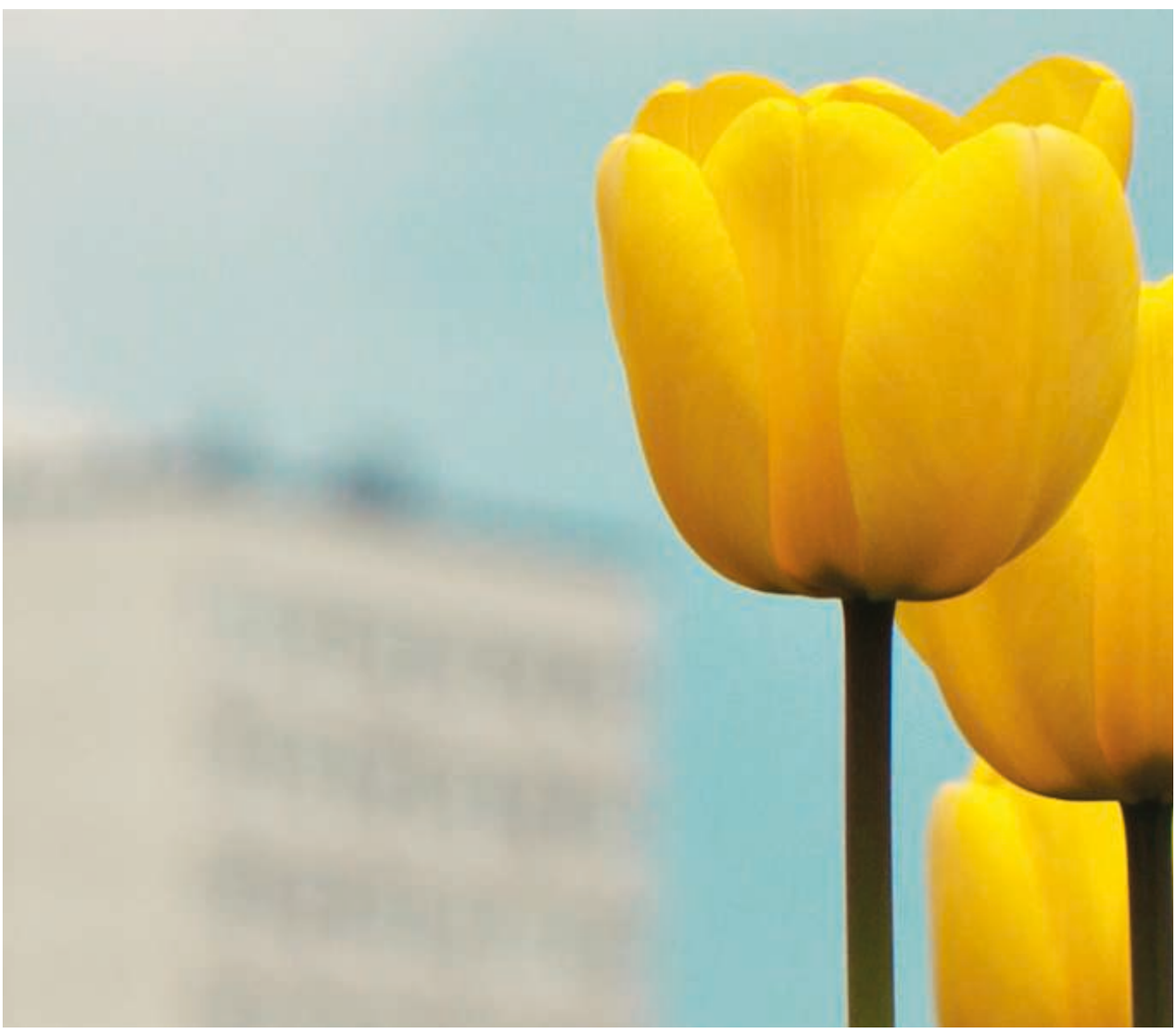
Es ist vollbracht, wir haben alles gegeben, es stehen die zehn längsten Stunden des Wahlkampfes bevor. Warten, nichts tun können, auf die Wähler hoffen. Am Abend dann die Erlösung, 18.00 Uhr, die Prognose, 11%, Jubel.

Es hat sich gelohnt. Die FDP hat mit 11,5% das zweitbeste Ergebnis in der Geschichte des Landesverbandes eingefahren. Drei Junge Liberale werden in der kommenden Legislatur für die Freien Demokraten im schleswig-holsteinischen Landtag sitzen. Wir haben ein Zwischenziel genommen, jetzt geht es darum, die Voraussetzungen für den Wiedereinzug der Freien Demokraten in den deutschen Bundestag zu schaffen. Auf uns ist Verlass, wir werden unser Bestes geben!

Fin Christian Brauer (23)
ist der Landesvorsitzende der JuLis in Schlesweig-Holstein. Erreichen könnt ihr ihn unter fin.brauer@julis-sh.de.

Mehr als nur ein Imagewechsel?

Über das Wahlprogramm der FDP zur Bundestagswahl



Die höchste Form der Anerkennung ist bekanntlich die Parodie. Daran gemessen, ist die FDP gerade so erfolgreich wie lange nicht mehr. Extra 3 parodierte die FDP kürzlich als altes, schrottreifes Auto, dem notdürftig ein neuer Anstrich verliehe wurde. Jetzt wird auch wieder gerne das Feindbild der Steuersenkungs-, Mövenpick-und Klientelpartei genutzt. Was ist dran am Vorwurf, die FDP habe sich nur optisch verändert? Ist die FDP wirklich das gleiche in Magenta? Die Antwort lässt sich am besten anhand des

Wahlprogramms zur Bundestagswahl beantworten. Es ist die Grundlage für die Parlamentsarbeit in den nächsten 4 Jahren und spiegelt die Schwerpunktsetzung der Partei wider.

Liberalismus ist mehr als Steuersenkungen: Neue Schwerpunkte

Die Fokussierung auf das Thema Steuersenkungen wurde als eine der Ursachen für die Krise der FDP identifiziert. In den Kapitelüberschriften taucht es gar nicht auf. Das Bundestagswahlprogramm widmet sich im ersten Kapitel der Bildungspolitik. Zwei weitere Schwerpunkte sind Digitalisierung und Start Ups. Diese drei Themen haben eines gemeinsam: Den Blick nach vorne, in die Zukunft.

Die Bildung ist nicht nur an den Anfang des Wahlprogramms gerückt, sie nimmt auch vom Umfang her einen zentralen Platz ein. Die zentrale Grundvoraussetzung individueller und gesellschaftlicher Freiheit, die Dahrendorf schon vor über 50 Jahren unter dem Titel „Bildung ist Bürgerrecht" betonte, erhält einen ihr angemessenen Platz. Zugleich setzt man mit Vorschlägen zur Digitalisierung des Unterrichts auch eigene, neue Akzente, die über die Ablehnung rot-rot-grüner Gleichmacherei und Leistungsfeindlichkeit hinausgehen. Das schon im NRW-Wahlkampf stark bespielte Thema Bildung könnte ein Schlüssel zum Erfolg der erneuerten FDP werden.

Digitalisierung als Querschnittsthema

Die Digitalisierung ist nicht nur für unser im globalen Wettbewerb stehendes Land, sondern auch für das eigene Leitbild ein ideales Thema. Nichts kann aktuell das positive Menschenbild des Liberalismus und seinen Zukunftsoptimismus besser verkörpern als die gewaltigen Möglichkeiten, die die Digitalisierung bietet, um das Leben der Menschen zu verbessern und gesellschaftliche Probleme zu lösen. Zugleich ist es ein Querschnittsthema, das bei Bildung, Wirtschaft, Verkehr und Gesundheit jeweils seinen Platz hat. Die FDP möchte die Vorteile der Digitalisierung nutzen, statt ängstlich-abwartend zuzusehen, wie andere Länder diese Früchte ernten. Mit diesem Wahlprogramm stellt sich die FDP auch im digitalen „Neuland" als Kraft der Veränderung auf.

Neu ist nicht immer besser

In Medien und Kabarett wird kritisiert, dass vieles im Programm gleichgeblieben ist. Neuausrichtung wird offenbar mit Selbstverleugnung verwechselt. Nicht die liberalen Grundüberzeugungen haben den Absturz der FDP verursacht, sondern die Art, wie diese in die Öffentlichkeit getragen und in der Regierung umgesetzt wurden. Insbesondere die Einsicht, dass Freiheit unteilbar ist, dass auf wirtschaftliche Freiheit nicht verzichtet und diese von individueller Freiheit nicht getrennt werden kann, ist aktueller denn je. Allen Spott zum Trotz haben deshalb auch Steuersenkungen ihren Platz im Wahlprogramm. Das Verhältnis zwischen Staat und Individuum wird nirgendswo sichtbarer als auf der Gehaltsabrechnung. Je mehr Geld der Staat dem Bürger für seine persönlichen Wünsche belässt, desto stärker schätzt er auch die Freiheit des Einzelnen. Das Bundesverfassungsgericht hat mit viel Sinn für Symbolik einmal entschieden, dass Steuern und Abgaben höchstens die Hälfte des Brutto-Einkommens erreichen dürften. Dieser Halbteilungsgrundsatz ist für viele Angehörige der Mittelschicht schon lange verletzt. Angesichts stetig steigender Steuereinnahmen ist das angepeilte Entlastungsvolumen von 30 Milliarden vollkommen gerechtfertigt.

Liberale in Zeiten des Populismus

Seine Kritik an der Flüchtlingspolitik Angela Merkels hat Christinan Lindner den Vorwurf des Populismus eingebracht. CDU-Generalsekretär Tauber verglich ihn gar mit AFD-Politiker Gauland. Als Opposition, besonders als außerparlamentarische Opposition, darf und muss auch zuweilen scharfe Kritik an der

Regierung geübt werden. Ein entscheidender Unterschied zu Populisten ist, dass Kritik mit eigenen, realistischen Lösungsvorschlägen verknüpft wird. So spricht sich die FDP gegen immer neue Gesetze und Gesetzesverschärfungen zur Terrorabwehr und Verbrechensbekämpfung aus, die zudem wie die Vorratsdatenspeicherung unverhältnismäßig in Grundrechte eingreifen. Die FDP sieht aber auch das Bedürfnis nach einer starken Reaktion des Rechtsstaats auf die Gefahren unserer Zeit, und fordert deutlich mehr Polizisten und bessere Ausrüstung für diese. Hier gelingt es also, ein wichtiges Thema positiv für die FDP zu besetzen, und zugleich liberale Lösungen zu präsentieren. Die Vorstöße von FDP-Generalsekretärin Nicola Beer zum Wahlrechtsentzug für Doppelstaater hingegen waren eine kaum umsetzbare und überzogene Antwort auf das Türkei-Referendum. Das ansonsten klare Bekenntnis zu doppelter Staatsangehörigkeit, erleichterter Einbürgerung und einem liberalen Einwanderungsgesetz wurde durch eine Begrenzung auf die Enkelgeneration relativiert. Die Parteiführung sollte darauf achten, durch solche Vorstöße oder auch Kommentare wie jenen von Christian Lindner zum Singen der Nationalhymne durch Mesut Özil keine unnötige Angriffsfläche zu bieten.

Die Handschrift der Jungen Liberalen ist gut erkennbar

Der Erneuerung der FDP wäre undenkbar ohne die Mithilfe der Jungen Liberalen. Bei der Landtagswahl in NRW war die Jungwähler die Wählergruppe mit dem höchsten Stimmanteil. Auch programmatisch haben die Julis die Partei entscheidend mitgestaltet. Digitalisierung und Bildung sind auch und gerade besondere Schwerpunkte der Jungen Liberalen. Sehr schön ist, dass die Legalisierung von Cannabis endlich auch von der Mutterpartei gefordert wird. Ein großer Erfolg war die Durchsetzung der (freilich auch intern umstrittenen) Impfpflicht. Die Schwerpunktsetzung der FDP entspricht damit in außergewöhnlichen Maße auch dem der Jungen Liberalen.

Die Stimme der Freiheit fehlt im Bundestag

Die FDP fehlt im deutschen Bundestag. Sie fehlt als Verteidigerin von Freiheitsrechten, egal ob sie zur Terrorabwehr oder zur Verhinderung von hatespeech eingeschränkt werden. Sie fehlt als Anwältin der Marktwirtschaft, des Mittelstandes und der Generationengerechtigkeit.

Die FDP wird wieder benötigt. Sie hat ihren liberalen Markenkern modernisiert und Antworten auf die aktuellen Herausforderungen Deutschlands formuliert. Die Gratwanderung zwischen Tradition und Innovation ist nie leicht, auch nicht als Partei. Aber nicht zuletzt die vielen tausend Neueintritte zeigen: Die FDP hat die Idee der Freiheit wieder attraktiv gemacht. Sie hat das richtige Programm, um im September an die Erfolge im Mai anzuschließen und wieder in den Bundestag einzuziehen!

Marc Bauer (22)
studiert Jura im achten Semester und ist Mitglied der Jungen Liberalen Köln. Ihr erreicht ihn unter bauer@lhg-nrw.de.

WAHLKAMPF ABER WIE?

Die Geschichte meines Landtagswahlkampfs beginnt im September 2016, als mich die Kreiswahlversammlung für meinen Wahlkreis aufstellte. Dieser besteht aus den Kommunen Meerbusch, Kaarst, Korschenbroich und Jüchen und liegt zwischen Düsseldorf und Mönchengladbach. Mein Vorgänger im Wahlkreis, ein bekannter Arzt und Karnevalspräsident aus Meerbusch hatte mir ein schweres Erbe hinterlassen: Bei der Landtagswahl holte er ein starkes Ergebnis von fast 15% Zweitstimmen – für mich war von Anfang an klar, dass ich dieses Ergebnis um mindestens zwei Prozent toppen wollen würde.

Im November habe ich mich dann erstmals mit Freunden und Bekannten aus den unterschiedlichsten Gruppen zusammengesetzt – Schulfreunde, Kommilitonen, Kollegen und natürlich JuLis beziehungsweise Parteifreunde. Wir haben uns zuerst die Struktur des Wahlkreises angeschaut und dabei zum Beispiel anhand von Statistiken geschaut, wie ich als Kandidat auftreten sollte. Sollte ich bestimmte Laster (Rauchen) aufgeben? Welcher Teil von mir steht für den privaten Simon und kann als Aufbau für eine persönliche Bindung zu den Wählern dienen (in diesem Fall meine Liebe zur einzig wahren Borussia aus Mönchengladbach)?

Es war klar, dass in meinem ländlichen Wahlkreis ein besonderer Fokus auf die ältere Bevölkerung gelegt werden müsste. Dem sind wir mit klassischen Werbestrategien wie 50.000 Kandidatenflyer für die Haustürverteilung, fast 50 Wahlkampfständen (mit Aktionen zu Ostern und Muttertag) sowie über 50 Großflächen- und 1500 Wahlplakaten begegnet. Auch Veranstaltungen zu innerer Sicherheit, Gesundheitspolitik und Digitalisierung standen auf der Tagesordnung.

Social Media als fester Bestandteil des Wahlkampfs

Zudem wollte ich als junger Kandidat natürlich einen starken Fokus auf die sozialen Medien legen und damit Wähler jungen und mittleren Alters ansprechen. Dazu habe ich mit einfachsten Mitteln kleine Videos, Kacheln, Grafiken und Fotos zu verschiedenen Themen entwickelt. Neben Inhalten ging es aber vor allem darum, Vitalität zu erreichen. Das gelang vor allem durch zwei Aktionen: Die Linke hatte eines meiner Plakate beim Aufhängen ihres eigenen nach unten geschoben – ich habe diese wieder getauscht und davon ein Video gemacht und auf Fairness in der Demokratie hingewiesen. Am Wochenende der Wahl war zudem in einem Dorf in meinem Wahlkreis Schützenfest – wer sich im Rheinland etwas auskennt, wird die Bedeutung dieser traditionellen Feste kennen – um also das Fest nicht zu stören haben wir die Plakate im Dorf etwas früher abgehängt und dazu eine Mail an den Präsidenten des Heimatvereins versendet. Die Reaktion: Großer Applaus des gesamten Festzeltes sowie ein Bild von den abgehängten Plakaten mit einer Reichweite von fast 10.000 Personen. Gut funktioniert hat auch ein Gewinnspiel zu einem Stadionbesuch mit mir bei Borussia – der Gewinner hat sich sehr gefreut und mir auch direkt erzählt, er würde uns wählen.

Ansonsten haben wir im Bereich Social Media fast 130.000 Menschen erreicht – bezahlt sowie viral. Dabei konnten wir 220.000 Impressionen erzielen. Die Videos wurden fast

15.000 mal angeklickt. Wichtig war mir hier, vor allem persönlich meinen Wahlkampf zu dokumentieren. Also nicht nur schnöde Zeitungsartikel mit liberaler Botschaft zu verbreiten, sondern auch darzustellen, was so ein Wahlkampf eigentlich alles bedeutet.

Für Erstwähler haben wir zudem eine Postkarte mit direkten Kommunikationskanälen entworfen, die auch freudig angenommen wurde. Weiterhin haben wir eine Erstwählerparty mit fast 50 Teilnehmern (davon die Hälfte Interessenten - und mittlerweile drei Neumitglieder) veranstaltet. Gerade die Ansprache der jungen Wähler hat aus meiner Perspektive hervorragend funktioniert - auch wenn es keine Statistiken dazu gibt, bin ich fest davon überzeugt, dass wir bei dieser Gruppe deutlich überperformt haben.

Provokation, Provokation, Provokation

Ansonsten war mein Wahlkampf an vielen Stellen auf Provokation ausgelegt. Ich war auf meinen Plakaten und Flyern jeweils nur mit halbem Gesicht zu sehen - etwas, worauf ich im Wahlkampf von fast jedem Wähler angesprochen wurde. Es ging darum, mehr als nur die üblichen 2-3 Sekunden Aufmerksamkeit auf mich zu ziehen. Genau diesen Effekt habe ich erreicht. All diese Maßnahmen plus der klassische Wahlkampf haben dazu geführt, dass ich fast alle meine Ziele teils deutlich übertreffen konnte. Ich habe fast 13% Erst- und 20% Zweitstimmen geholt und bin damit stimmstärkster Wahlkreis in ganz NRW geworden. In meiner Heimatkommune wurden es sogar fast 15% Erststimmen (bei "nur" 18% Zweitstimmen), in meiner direkten Nachbarschaft über 20% Erststimmen. Und auch der Stimmbezirk des oben erwähnten Schützenfestes schnitt deutlich über den letzten Ergebnissen ab. In Meerbusch sind wir zweitstärkste Kraft mit fast 25% der Zweitstimmen geworden.

Insgesamt bin ich mit meiner ersten Kandidatur mehr als nur zufrieden - ich bin unglaublich Stolz darauf, was wir als Team geleistet haben. Und hier kommt auch mein Appell an euch: Solltet ihr jemals für ein öffentliches Amt kandidieren, dann sucht euch ein Team, was euch in allen Belangen den Rücken freihält. So ein Wahlkampf ist unglaublich zeitintensiv und belastend - habt ihr keinen entsprechenden Rückhalt, ist er vermutlich nicht zu absolvieren. Bezieht nicht nur Menschen aus dem politischen Umfeld ein, sondern fragt auch mal eure eher unpolitischen Freunde um eine Meinung zu Plakaten und Ähnlichem. Ihr werdet viel besser herausfinden, was gut ankommt und was nicht, als wenn ihr euch nur in eurer politischen Blase bewegt. Mein Dank geht also in erster Linie an die "Wahlkreis 46"-WhatsApp-Gruppe, die stets in Gänze zu mir gehalten hat. Auch wenn ich nach langen Tagen und kurzen Nächten mal wieder angespannt war oder das eine oder andere zu autorisierende Textdokument vergessen hatte - ihr wart trotzdem gnädig und das bedeutet mir unglaublich viel. Was die Ansprache der Wähler angeht, ist es eigentlich recht leicht: Achtet auf eure Umgebung und die kleinen Probleme der Menschen - bietet Unterstützung an und bleibt ihr selbst. Der Rest kommt (fast) von allein.

Simon Kell (25)
ist IT-Experte bei der Santander Consumer Bank und Kreistagsabgeordneter im Rhein-Kreis-Neuss. Erreichen könnt ihr ihn unter
politik@simonkell.de.

„Haben Sie mal was gemacht, von dem Sie überzeugt waren, dass es richtig ist?“

Gerade für uns Junge Liberale ist es eine Kernaufgabe, mit unserem hohen Organisationsgrad, unserer programmatischen Schärfe und unserem Einsatz für unsere und zukünftige Generationen die FDP einerseits zu unterstützen und ihr andererseits in entscheidenden Phasen Druck zu machen. In Zeiten des Wahlkampfes – besonders im viel beschworenen Superwahljahr 2017 – kann die FDP jede Unterstützung durch uns JuLis gebrauchen. Ob beim Diskutieren, Plakatieren, oder selbst als Kandidat.

Im August 2016 schenkte mir mein FDP Kreisverband Bochum das Vertrauen und stellte mich für die Landtagswahl als Direktkandidat im Wahlkreis 107 (Bochum I) auf. Später wurde ich auf der Landeswahlversammlung der FDP NRW auf Platz 40 der Landesliste gewählt.

Ganz zu Beginn des Wahlkampfes begab ich mich also im Netz auf „Feindbeobachtung“: Wer würden meine Gegenkandidaten im Wahlkreis sein? Die Wahlkreisinhaberin war und ist (so viel Spoiler darf im tiefroten Ruhrgebiet wohl erlaubt sein) die nun ehemalige Landtagspräsidentin Carina Gödecke von der SPD. Von der CDU wurde mit Regina van Dinther eine Amtsvorgängerin in diesem Amt ins Rennen geschickt.

„Unsere Demokratie muss es einfach aushalten, sich auch mit unangenehmen Fragen und Parteien auseinander zu setzen.“

Dem Gegenkandidaten der Alternative für Deutschland, der am 14. Mai in den Landtag gewählt wurde, habe ich mich im Laufe des Wahlkampfes leider bei keiner einzigen Veranstaltung stellen können. Ich wurde allerdings nicht müde, mein Bedauern über eben diesen Umstand regelmäßig kundzutun, wenn die Frage nach einem angemessenen Umgang mit der AfD oder dem erstarkten Rechtspopulismus insgesamt aufkam. Unsere Demokratie muss es einfach aushalten, sich auch mit unangenehmen Fragen und Parteien auseinander zu setzen. Auch wurde bei der Auswahl der Podiumsteilnehmer jeweils mit zweierlei Maß gemessen. Die LINKE

war bei so gut wie jeder Veranstaltung dabei, die Piraten seltener, die AfD nie. Entweder lädt man aber alle im Landtag vertretenen Parteien ein (dann wäre die LINKE auch nicht einzuladen) oder aber man gibt allen Parteien, die eine realistische Chance auf einen Einzug haben, (dann wäre neben der Linkspartei auch die AfD, nicht aber die PIRATEN einzuladen) die Möglichkeit, auf dem Podium zu diskutieren. Ich hoffe, dass man den Umgang mit der AfD für die Zukunft überdenkt.

„Herr Beck, Sie machen doch Wahlkampf hier!“

Trotz des nicht immer ganz nachvollziehbaren Kandidatenfeldes waren es die Podiumsdiskussionen, die mir am meisten Spaß bereiteten. Mehrere Anekdoten werden mir besonders in Erinnerung bleiben.

Sinnbildlich für die zuweilen aufkommende Arroganz (positiv gesprochen: für das Selbstverständnis) der SPD im Ruhrgebiet in diesem Wahlkampf wurde ich von der Landtagspräsidentin bei nicht bloß einer Veranstaltung empört gefragt, wie ich es denn wagen könne, „Wahlkampf“ zu machen. Bei einer Veranstaltung wurde sie sogar durch die Moderatorin zurecht darauf hingewiesen, dass sie sich ja auf einer Wahlkampfveranstaltung befände, zu der nicht ohne Grund Landtagskandidaten eingeladen worden seien. Ein Schmunzeln konnte ich mir an dieser Stelle nicht verkneifen.

„Als ob man bei snapchat einfach so mit einem Politiker schreiben kann…“

Im Kontakt mit Jung- und Erstwählern merkte man eindrucksvoll, was für einen Unterschied es macht, dass sie sich mit einem jungen Kandidaten tatsächlich identifizieren können. Das eröffnete gleichzeitig auch neue Wege der Kommunikation. Ganz ungläubig wurde ich beispielsweise anfangs bei snapchat angeschrieben („Als ob man bei snapchat einfach so mit einem Politiker schreiben kann:O“). Sehr viele Fragen der Schüler konnten so geklärt und zuweilen Interessenten gewonnen werden.

Neben dem enorm wichtigen Einsatz sozialer Medien wie Instagram, facebook und Snapchat war der Umgang mit klassischen Medien eine spannende Facette des Wahlkampfes. Vor dem WDR Kandidatencheck, bei dem jeder Wahlkreiskandidat ein exakt vierminütiges Interview mit den immer gleichen Fragen geben musste, war ich naturgemäß aufgeregt. Außerdem wurde ich einen Tag lang von David Ehl von „Perspective Daily“ begleitet, was am Ende in die lesenswerte Reportage „Ist die FDP zurück?“ resultierte. Genau darauf zu achten, was man sagt und was besser nicht, war in diesem Grad schon etwas Neues.

„Haben Sie mal was gemacht, von dem Sie überzeugt waren, dass es richtig ist?“
Nach diesem Wahlkampf mit all den spannenden neuen Erfahrungen kann ich die Frage „Haben Sie mal ´was gemacht, von dem Sie überzeugt waren, dass es richtig ist?“ aus dem vielzitierten Wahlkampfspot mit einem ganz klaren „Ja“ beantworten.

Nun liegt es aber vor allem an uns JuLis, genau zu schauen, ob das, wofür wir uns im Wahlkampf stark gemacht und in der jüngsten Wählergruppe einen deutlichen Zuwachs verzeichnen konnten, auch ausreichend in einen Koalitionsvertrag mit der CDU einfließt.

Léon Beck (21)
ist Student, Kreisvorsitzender der JuLis Bochum und Beisitzer im Landesvorstand der JuLis NRW. Erreichen könnt ihr ihn unter leon.beck@julis-nrw.de.

Düsseldorf oder Berlin - Hauptsache Italien!

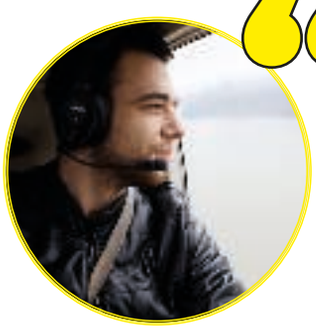
Nach der JuLis-Unterstützung am Wahlwochenende in Berlin, der JuLis-Delegation in der entscheidenden Woche in den Niederlanden und dem Wochenende in Saarbrücken mit der FDP ging für mich der erste heimische Wahlkampf los. Mein persönlicher Ansporn waren die Versäumnisse während der Kommunal- und EU-Wahl sowie vom ehemaligen Parteiortsvorsitzenden wettzumachen.

Ob kreisweites Plakatieren, Stecken oder mit landesweiter JuLis-Unterstützung Veranstaltungen besuchen -Vollgas stand an. Eine JuLi eines anderen Ortsbandes meines Kreises berichtete anfangs von 9 Stunden bis 3 Uhr morgens Schilderaufhängen für ihren Musikverein, was mir gleich den Maßstab setzte. So verwandelten wir manch eine Allee zur Christi-

an-Lindner-Straße, hängten demonstrativ vor Zentralen -„Polizisten“ bei der Linken, „Chancen“ vor den Grünen, „Digitalisierung“ vor SPD-geführten Schulen & „Unternehmen“ bei der Kreisverwaltung, die angeblich bis zum Hausmeister rot ist- und konnten dank politischer Werbemonopolstellung sowie passendem Merchandise sogar in Hochhaussiedlungen 14,6% holen. Als ich 22,7% von einem kirchlichen Wahlbüro las, kam ich nicht um die Überlegung herum, ob ich dort etwas ins Grundwasser gemischt hatte. Dass Herr Lindner in meinem Kaff, Johannes Vogel und Herr Theurer im Kreis auftraten, wird ebenfalls seine Wirkung gehabt haben, zumal wir nicht gerade das Epizentrum des Liberalismus sind.

Auch direkte Rückmeldung gab es nicht zu knapp, von „Ich werde mich morgen zwar nicht daran erinnern können, aber ich bin euch gerade beigetreten!“ (Anmerkung der Redaktion: Neumitglied war angeheiterter Teilnehmer der 1. Mai-Wanderung am Cappenberger See bei meinem JuLis-Bezirksvorsitzenden in Lünen) bis „Scheiß FDP! Muss das vor meinem Haus sein?! Morgen ist das weg. Das gibt ‘ne Beschwerde!“. Letzterer Wutbürger bekam als Dankeschön noch ein Plakat so hoch, dass er es nicht abmachen konnte -dieses so gedreht, dass es ihm in die Küche reinlächelte. Als Konsequenz daraus und dem Parkplatzmangel, lernte ich die geradezu gespenstische Ruhe meiner Heimat während der Morgenstunden kennen. Um mittags das Schulterklopfen von Kollegen zu korrigieren, da ich -anders als von ihnen angenommen- die ganze Nacht lediglich parteilich aktiv war.

Während des Kreishauptausschusses mussten wir feststellen, dass nicht weniger als 4 vereinbarte Faktoren der Plakate nicht eingehalten wurden, was der Stimmung bei allen Versammelten einen Dämpfer verpasste und Warnung für die Bundestagswahl ist. Beim neueingeführten Ortsstammtisch der Partei war die Planung des nächsten Wahlkampfes ein Schwerpunkt: Da wir weder in der Fraktion, noch bei den Mitgliedern zahlenmäßig auftrumpfen können, kam die Idee auf, externe Bekannte einzuladen. So freu ich mich, dass Verbandsvorsitzende, Parteivorstände und Mitglieder des Landtages bereits zugesagt haben. Auch sollten wir bezüglich Berichterstattung nicht die Hände in den Schoß legen mit Begründungen à la „Wir sind liberal, die nicht, also schreiben die nicht über uns.“. Sei es Cross Media, Guerilla oder Old School -der 24. September 2017 ist für uns der ultimative Grund, in die Vollen zu gehen. Solange man eine Überzeugung vertritt, muss man es, wenn es hart auf hart kommt, mit den Beastie Boys halten: „You gotta fight!“



Christoph Liesen (25)
kommt aus Unna, ist für Internationales allzeit zu haben und ist programmatisch bei Digitalisierung sowie Automobiles zuhause. Ihr erreicht ihn unter c.liesen@gmx.de.

Happy End am Infostand

Ein Infostand im Herzen von Düsseldorf an einem sonnigen Samstagvormittag mitten im NRW-Wahlkampf. Wir verteilen wie immer motiviert unsere Luftballons und Flyer und führen angeregt Gespräche mit mehr oder weniger interessierten Wählerinnen und Wählern. Als Partei der Digitalisierung probieren wir auch etwas Neues aus: In einem 360Grad-Video in einer VR-Brille erläutere ich den Menschen die Kernpunkte unseres Programmes. Auch dieser bundesweite erste „virtuelle Wahlkampfstand“ kommt super an. Die Stimmung ist gut, so kann es bleiben. Doch

plötzlich kommt er um die Ecke, der Wahlkämpferschreck. Ca. 65 Jahre alt, Brusttoupet, der stattliche Bierbauch gut kaschiert von einer großzügig geschnittenen Jogginghose. „Guten Tag, was habt Ihr denn da? Aha, Kugelschreiber. Ich nimm mir mal einen. Und noch einen für meine Frau. Habt Ihr auch die Chips für den Einkaufswagen? Ich nimm mir mal welche.“ Er greift ordentlich zu. Was als Beigabe für zu verteilende Kandidatenbriefe gedacht ist, verschwindet mit einer schnellen Bewegung in der linken Jogginghosentasche. Dabei rutscht ihm eine Tube Sonnencreme mit SPD-Logo heraus, die er hastig wieder aufhebt. Doch dann wendet er sich erneut unserem Werbemittel-Fundus unter dem Sonnenschirm zu. „Kochlöffel hamse dieses Mal? Da wird sich meine Frau freuen.“ Aus der rechten Jogginghosentasche taucht eine löchrige Netto-Tüte auf, die mit der neuen Errungenschaft befüllt wird. Um ins Gespräch zu kommen, erkundige ich mich, ob der Herr denn auch selber kochen würde. „Was geht Dich das an?“ werde ich angeraunzt. Ich sichere die Überreste des geplünderten Wahlgeschenkestandes mit dem Verweis auf andere Bürger, die sich auch noch über Kulis, Kochlöffel und Einkaufswagenchips freuen würden.

„Ihr Politiker habt doch genug Geld, dann bringt mal ein bisschen mehr Sachen mit. Sonst tut Ihr ja nix für uns, deshalb geh ich auch nicht wählen.“ So langsam reicht es mir. Ich sage mir innerlich: Rainer, bleib ruhig, aber sei jetzt bestimmt. Doch noch bevor ich die Stimme erheben kann, höre ich plötzlich hinter mir eine Dame. „Herr Matheisen, wie schön Sie zu sehen.“ Ich drehe mich um und sehe meine Nachbarin, eine ältere freundliche Dame, die jeden Tag die Geranien auf ihrem Balkon gießt und gerne Pakete annimmt, wenn man mal nicht zu Hause ist. Sie wendet sich dem nettotütentragenden Jogginghosenträger zu. „Der Herr Matheisen ist wirklich ein Guter, seien Sie mal nicht so unfreundlich zu ihm. Das gehört sich nicht!“, sagt sie in resolutem Ton. „Er kümmert sich seit Jahren um die Probleme hier im Stadtteil und Sie beschimpfen ihn? Denken Sie mal drüber nach, wie sie sich hier verhalten. Ich habe das alles mitbekommen.“ Ich weiß gar nicht, was ich sagen soll, diese Unterstützung habe ich nicht erwartet. Der Jogginghosenträger offensichtlich auch nicht, beschämt hält er meiner Nachbarin den Kochlöffel entgegen mit den Worten „Nehmen se den ruhig“ und verschwindet. Meine Nachbarin schaut mich freundlich an und sagt: „Mein Vater hat schon SPD gewählt, mein verstorbener Mann und ich auch immer. Aber dieses Mal haben Sie meine Stimme, Herr Matheisen, trotz ihrer Partei. Was Sie sich so anhören müssen, das geht ja auf keine Kuhhaut. Toll, dass Sie sich dennoch weitermachen. Viel Erfolg!“ Ich bedanke mich herzlich und wir reden noch ein wenig, bevor sie weiter Richtung Supermarkt zieht. Ich fahre gutgelaunt weiter zum nächsten Infostand im Wahlkreis und freue mich. Manchmal kann aus einer unangenehmen und negativen Situation etwas richtig Positives werden: ein Happy End am Infostand!

Rainer Matheisen (36)
ist seit dieser Legislaturperiode Mitglied des Landtags. Erreichen könnt ihr ihn unter rainer.matheisen@landtag.nrw.de.

Zwischen Inhalten und Emotionen – die U18-Wahl in NRW

Überrascht zucken meine Augenbrauen nach oben. Ein leicht unglaubwürdiger Blick folgt. Wahlergebnis NRW: SPD 28%, CDU 22%, die Grünen 15,5%, FDP 6%, Piraten 4,7%, Linke 7%, AFD 4,5% und sonstige Parteien 12,5%. Doch handelt es sich nicht um die Wahl zum Landtag, sondern bloß um die U-18 Wahl in NRW, bei der knapp 35.000 Kinder und Jugendliche in 400 Wahllokalen nach ihrer Stimme für eine Partei gefragt wurden.

Doch was bedeutet „bloß“? Immerhin werden diese Stimmen einen gewichtigen Anteil bei der nächsten NRW- Wahl einnehmen. Was sagen die Wahlergebnisse aus? Was begeistert die Jugend? Vielleicht gilt es vor allem die Frage zu beantworten, inwieweit das Wort „begeistert“ und Politik für junge Menschen überhaupt zusammenpassen. Folgende Punkte dürften eine Rolle gespielt haben:

Inhalte

Überspitzt gesagt ist es kaum verwunderlich, dass sich auf den Schulhöfen des Landes häufiger über die Bundesliga unterhalten wird als über Politik. Zudem polarisieren und motivieren Themen wie die Erbschaftssteuer oder Rentenpolitik eher eine Minderheit zu hitzigen Diskussionen. Bildungspolitik, Digitalisierung aber auch Drogenpolitik, Einwanderungspolitik und Umweltpolitik sind vielmehr im Interessenbereich vieler junger Menschen. Auffällig ist, dass ein hoher Stimmenanteil an sonstige Parteien vergeben wurde. Vor allem die Satirepartei „DIE PARTEI“ dürfte dabei den Zeitgeist vieler Jugendlicher treffen: Eine Protestpartei, die ironisch die Politiklandschaft beleuchtet. Dennoch fühlen sich Wähler der sonstigen Parteien vermutlich weder inhaltlich noch emotional von einer Partei „abgeholt“. Das Parteien, wie die Piraten und die Grünen, welche sich für Digitalisierung, direktere Demokratieformen und Umweltschutz einsetzen inhaltlich attraktiver wirken als die FDP wirkt auf den ersten Blick nachvollziehbar. Doch stehen die Grünen nicht in besonderer Form für eine gescheiterte Bildungs- und Inklusionspolitik in NRW? Und setzt sich die FDP nicht auch für konkrete Maßnahmen im Bereich Bildung, Digitalisierung und Einwanderungspolitik ein? Aus meiner Sicht hat die FDP und vor allem die Forderungen der JuLis großes Potential für jüngere Generationen. Das Wahlergebnis wirft zumindest Fragen auf, die sich aber auch auf die Kommunikationspolitik der FDP zurückführen lässt.

Image

Laut einer Umfrage lesen knapp 30% der Männer und 50% der Frauen zwischen 16 und 19 nur die Überschriften bei politischen Fragen. Klischees und Image spielen in der Wirtschaft, im zwischenmenschlichen Bereich und in der Politik eine tragende Rolle. Gerade wenn man sich nur oberflächlich mit gewissen Dingen beschäftigt: Hört man einem Schüler, der zum zweiten Mal eine Klasse wiederholen muss nicht zu und hinterfragt die Gründe, so wird er in den Augen der meisten Schüler immer als zu wenig intelligent oder faul abgestempelt. Hinterfragt man die konkreten Inhalte von Parteien nicht, sind Inhalte sehr sekundär. Wer die Umwelt liebt und sich nicht mit der Mainstream-Politik identifizieren kann wählt die Grünen; wem soziale Gerechtigkeit wichtig ist wählt die SPD und wem die soziale Gerechtigkeit in höchstem Maße wichtig ist wählt die LINKE. Die FDP leidet noch unter dem Image der Partei für Reiche, Egoisten und Kapitalisten. Zwar konnten durch die inhaltlichen und personellen Korrekturen die Weichen in die richtige Richtung gelenkt werden, aber es ist wichtig, dass die FDP in Zukunft für den freien Jugendlichen, geglückte Digitalisierung und für faire soziale Bedingungen für alle steht. Gerade die junge Generation hat die Chance das neue Bild der FDP kennenzulernen und zu verbreiten!

Emotionen

Kennt Ihr Dietmar Woidke, Carsten Sieling oder Stephan Weil? Drei Ministerpräsidenten deutscher Bundesländer. Politisches Spitzenpersonal in Deutschland. Oder sind Alexander Gauland, Beatrix von Storch oder Björn Höcke bekannter? Donald Trump hat die vielleicht bedeutendste Wahl der Welt über Emotionen, (mediale) Präsenz und fragwürdige Tweets gewonnen. Die AfD schürt nach ähnlichen Prinzipien Angst ohne inhaltlich zu brillieren. Gerade Parteien der politischen Ränder gewinnen über Emotionen Wähler. Natürlich sollte weder das Schüren von Angst, noch das Werben mit holen Wahlplakaten mit Herzen oder Kätzchen ein adäquates Mittel sein, um die FDP der Jugend bekannter zu machen. Doch eine größere Präsenz von mehreren Politikern neben Christian Lindner, welcher Social Media und Emotionen fernab von inhaltlosen und propagierenden Thesen vorbildlich nutzt, würde der FDP mit Sicherheit guttun.

Junge Gesichter für die FDP in Kombination mit beliebten etablierten Politikern, die für die „neue FDP“ stehen und positive Emotionen verbreiten.

Identifikation

„Gregor Gysi interpretiert KIZ-Songtexte“. Eigentlich war ich auf YouTube unterwegs, um mir ein paar Politikvideos anzugucken. Jetzt tauchen viele Videos auf, die vor allem Politiker der LINKEN und der Grünen in unpolitischen Videos zeigen. Vielen jüngeren Menschen fehlt die Identifikation mit der Politik und ihren Politikern. „Warum sind auf Wahlplakaten nie Leute unter 30?“, fragte mich einmal ein Klassenkamerad. Das Parlament repräsentiert die Bürger Deutschlands. Zumindest in der Theorie. Viele jüngere Leute begeistert ein Christian Lindner; ich persönlich bin zudem sehr beeindruckt von Moritz Körner. Viele Freunde halten Gregor Gysi (69) für den coolsten Politiker der Gegenwart. Ein Mann, der bereits das Rentenalter erreicht hat, eine fragwürdige DDR-Vergangenheit besitzt und in einer Partei tätig ist, die ein Großteil der Bürger für nicht regierungsfähig hält. Dass es in der Politik nicht auf Coolness ankommt erscheint logisch. Das Inhalte aber nicht ausschließlich entscheiden gehört eindeutig auch zur Wahrheit. Christian Lindner ist ein Segen für die FDP- mit ihm können sich viele Menschen identifizieren. Das Besondere dabei ist, dass sich sowohl der 15-Jährige als auch mein Opa von ihm verstanden und repräsentiert fühlen. Folgen ihm weitere junge Gesichter und frische Ideen in den Bundestag, könnte dies eine große Chance darstellen.

Das Wahlergebnis in NRW verlief für die FDP richtungsweisend positiv. Dennoch macht es durchaus Sinn sich mit den Wählern der Zukunft, ihren Inhalten, ihren Präferenzen und ihren Gewohnheiten auseinanderzusetzen. In Kanada und in Frankreich blüht der Liberalismus mit jungen und charismatischen Politikern förmlich auf. Ein liberaler Bundeskanzler in Deutschland ist hingegen (noch) undenkbar. In einer Zeit mit vielen politischen Irrungen sollte mehr als je zuvor die Chance bestehen neue Gedankenbilder zu etablieren. Dabei sind die jetzigen Wähler der U-18 Wahl die Zielgruppe, die es mit guter Politik zu entflammen gilt, um populistischen oder inhaltslosen Parteien nicht weiter die Titelschlagzeilen der Zeitungen bzw. die überwiegende Anzahl an Facebook-Meldungen einzuräumen.

Tim Schütz (20)
ist dualer Student im Bereich BWL bei einem großen Bauunternehmen in Essen. Seit 2017 engagiert sich Tim bei den JuLis und der FDP und ist zudem Kandidat bei dem Politwettbewerb "Germanys next Bundeskanzler". Ihr erreicht ihn unter schuetz.tim97@gmail.com.

JuLis
im Landtag

Seit dem 14. Mai sitzen vier Junge Liberale im Nordrhein-Westfälischen Landtag. Wir haben bei Moritz, Henning, Franziska und Alexander einmal nachgefragt…

INTERVIEW MORITZ KÖRNER

Moritz ist 26 Jahre alt und nicht nur der Landesvorsitzende der JuLis, sondern seit dieser Legislaturperiode Mitglied des Landtags. Erreichen könnt ihr ihn unter moritz.koerner@julis-nrw.de.

Welche Themenschwerpunkte möchtest du in der kommenden Legislaturperiode besetzen?

Ich möchte mich vor allem um das Thema beste Bildung kümmern. Das war eines unserer zentralen Themen im Wahlkampf und ich freue mich, dass wir mit unserem Ministern Verantwortung von der Kita bis zur Schule tragen. Aber auch unsere Hochschulen sind eine riesige Stärke von NRW. Ich will, dass wir alle unsere Bildungseinrichtungen wirklich weiterentwickeln, ihnen mehr Freiheit geben und damit Chancengerechtigkeit für junge Menschen in NRW schaffen.

Wie wirst du die Interessen der JuLis im Landtag vertreten?

Vor allem in der Landtagsfraktion. Es geht darum ganz konkret unsere Idee immer wieder in die Diskussionen einzubringen. Wir müssen gleichzeitig aber im engen Kontakt zu den Ministerien stehen, denn hier werden oft die wichtigsten Eckpunkte schon entwickelt. Wir können gerade in Regierungszeiten viele Ideen umsetzen. Diese Chance müssen wir nutzen!

Was ist für dich der wichtigste Punkt im Koalitionsvertrag, den du am liebsten sofort umsetzen möchtest?

Digitale Bildung in ganz NRW: Nicht den Windows 95 Rechner in jedem Klassenraum oder den Overheadprojektor im Hörsaal, sondern digitale Konzepte!

Wie wird Nordrhein-Westfalen in fünf Jahren aussehen?

Wir arbeiten daran, dass NRW in fünf Jahren freier, fairer, digitaler und weltoffener als heute ist.

Was können wir deiner Meinung nach aus dem NRW-Wahlkampf mit in den Bundestagswahlkampf nehmen?

Wir waren im Landtagswahlkampf insbesondere mit unserem Social Media Wahlkampf sehr erfolgreich. Das können wir direkt weiter in den Bundestagswahlkampf nehmen. Viele unserer Ideen und auch die Agentur mit der wir zusammengearbeitet haben, sind schon an den Bundesverband der JuLis weitergeleitet worden.

Wie sieht deine Prognose für die Bundestagswahl aus?

8%

INTERVIEW HENNING HÖHNE

Henning ist 30 Jahre alt und ist bereits zum zweiten Mal in den nordrhein-westfälischen Landtag eingezogen. Ihr könnt ihn unter Henning.hoene@landtag.nrw.de erreichen.

Welche Themenschwerpunkte möchtest du in der kommenden Legislaturperiode besetzen?

Als Münsterländer Abgeordneter habe ich hautnah erlebt, wie der ländliche Raum unter Rot-Grün vernachlässigt worden ist. Dabei ist dieser nicht nur die grüne Lunge unseres Landes, sondern auch Heimat vieler erfolgreicher Handwerksbetriebe sowie kleiner und mittelständischer Unternehmen. Daher werde ich mich in er kommenden Legislaturperiode insbesondere für die Stärkung und Förderung des Ländlichen Raums einsetzen. Auch die Ordnung der Kommunalfinanzen liegt mir besonders am Herzen. Unsere Kommunen müssen handlungsfähig sein, damit dort das direkte Umfeld der Bürger aktiv gestaltet werden kann.

Wie wirst du die Interessen der JuLis im Landtag vertreten?

So wie in der Vergangenheit auch: Mit einem Blick auf die Beschlusslage der besten Jugendorganisation der Welt! Außerdem hat mich die Art und Weise, wie die JuLis Politik machen und Liberalismus verstehen, nachhaltig geprägt!

Was ist für dich der wichtigste Punkt im Koalitionsvertrag, den du am liebsten sofort umsetzen möchtest?

Für mich ist die Botschaft, die wir mit dem Koalitionsvertrag vermitteln, zentral: Wir wollen die Menschen endlich wieder machen lassen. Anstatt den Menschen vorzuschreiben, wie sie leben sollen, wollen wir sie befähigen, ihren eigenen Lebensweg zu entdecken. Statt Vorgaben und Planungen setzen wir auf Kreativität und Eigeninitiative.

Wie wird Nordrhein-Westfalen in fünf Jahren aussehen?

Das ist einfach: Moderner, sicherer, offener, gründungsfreundlicher, lebenswerter, ... als jetzt!

Was können wir deiner Meinung nach aus dem NRW-Wahlkampf mit in den Bundestagswahlkampf nehmen?

Als besonders positiv habe ich die Geschlossenheit der Partei nach außen wahrgenommen. Meinungsverschiedenheiten –sowohl inhaltlicher als auch strategischer Art – sind zweifelsohne ein wichtiger Bestandteil parteipolitischer Arbeit. Doch wenn nach intensiver Diskussion ein Beschluss gefasst worden ist, dann sollte dieser geschlossen nach außen getragen werden.

Wie sieht deine Prognose für die Bundestagswahl aus?

Im Hinblick auf die Umfragen der letzten Monate bin ich zuversichtlich, dass uns der Einzug in den Deutschen Bundestag wieder gelingen wird. Gewiss sein können wir jedoch nicht. Daher rufe ich jeden Liberalen dazu auf, aktiv für unsere Positionen zu werben.

INTERVIEW FRANZISKA MÜLLER-RECH

Franziska ist 32 Jahre alt und erstmalig in den nordrhein-westfälischen Landtag eingezogen. Erreichen könnt ihr sie unter franziska.mueller-rech@landtag.nrw.de.

Welche Themenschwerpunkte möchtest du in der kommenden Legislaturperiode besetzen?

Ich würde mich sehr gerne weiter in meinem Schwerpunkt Schulpolitik einsetzen. Da gibt es sehr viel zu tun! Im Bereich Digitalisierung und Prozessoptimierung bringe ich Erfahrungen aus meinem bisherigen Berufsleben mit. Was das Thema angeht, haben wir in allen Ressorts viel Nachholbedarf!

Wie wirst du die Interessen der JuLis im Landtag vertreten?

Im Team, mit Mut und lauter Stimme! Und natürlich mit ständiger Rückkopplung, nicht nur in meinem eigenen Kreisverband, den Julis Bonn.

Was ist für dich der wichtigste Punkt im Koalitionsvertrag, den du am liebsten sofort umsetzen möchtest?

Die Schulfreiheit - sie wird unsere Schulen von der kurzen Leine und zu Schulen mit ganz individuellen Schwerpunkten werden lassen. Das schafft Vielfalt! Und ich möchte die Talent-Schulen schnell angehen, damit gerechte Chancen nicht mehr vom Elternhaus abhängen.

Wie wird Nordrhein-Westfalen in fünf Jahren aussehen?

Moderner, freier, glücklicher!

Was können wir deiner Meinung nach aus dem NRW-Wahlkampf mit in den Bundestagswahlkampf nehmen?

Der Teamgeist und die Motivation der vielen Wahlkämpfer hat uns alle, insbesondere die Kandidaten, beflügelt. In Bonn sagen wir: zesamme stonn. Mit einem tollen Team und viel Spaß können wir nämlich auch viele Wähler von unseren guten Ideen in der FDP überzeugen. Das müssen wir uns beibehalten!

Wie sieht deine Prognose für die Bundestagswahl aus?

Prognosen sind schwierig, aber ich hoffe, dass wir ein starkes liberales Team in den Bundestag schicken können. Wäre doch toll, wenn wir unser tolles Landtagswahlergebnis in NRW wiederholen können. Ich werde wieder mitkämpfen!

INTERVIEW ALEXANDER BROCKMEIER

Alexander ist 24 Jahre alt und somit der jüngste Abgeordnete des nordrhein-westfälischen Landtags. Erreichen könnt ihr ihn unter alexander.brockmeier@landtag.nrw.de.

Welche Themenschwerpunkte möchtest du in der kommenden Legislaturperiode besetzen?

Als jüngster Abgeordneter wird einer meiner Schwerpunkte natürlich die Jugendpolitik sein. Es ist mir ein besonders wichtiges Anliegen, junge Menschen (wieder) für Politik zu begeistern und sie aktiv in politische Prozesse einzubinden.

Wie wirst du die Interessen der JuLis im Landtag vertreten?

Bei meiner Arbeit als Abgeordneter werde ich mein Bestes geben inhaltliche Akzente zu setzen, die jungliberale Ansichten widerspiegeln. Auch den Kontakt zu den JuLis möchte ich intensiv aufrechterhalten. Die Diskussion mit den JuLis möchte ich sowohl auf Veranstaltungen als auch in den sozialen Medien suchen.

Was ist für dich der wichtigste Punkt im Koalitionsvertrag, den du am liebsten sofort umsetzen möchtest?

Die Einführung des Schulfaches Wirtschaft. Ich halte es für sehr wichtig die Wirtschaftskompetenz der Schülergeneration zu fördern, insbesondere weil ich überzeugt davon bin, dass die Schüler mit den gewonnenen Kenntnissen aus diesem Fach gestärkter in ihr Arbeits- und Berufsleben nach der Schule einsteigen können. Das Fach hätte also automatisch einen elementaren Einfluss sowohl auf die Allgemein- als auch auf die fachspezifische Bildung und führt somit zu einem selbstbestimmteren und unabhängigeren Leben.

Wie wird Nordrhein-Westfalen in fünf Jahren aussehen?

Ich werde alles dafür geben, dass NRW die aktuelle Aufbruchsstimmung mitnimmt und sich selbst wieder nach vorne arbeiten kann. Letzte Plätze in bundesweiten Vergleichen müssen in fünf Jahren der Vergangenheit angehören. Gerade in Bildungsangelegenheiten – und zwar von der Kita bis zur Hochschule – müssen enorme Qualitätsverbesserungsmaßnahmen erfolgen.

Was können wir deiner Meinung nach aus dem NRW-Wahlkampf mit in den Bundestagswahlkampf nehmen?

Die FDP hat sehr gute Ergebnisse bei den Jung- und Erstwählern erzielt. Das konnten wir nur durch einen modernen und progressiven Wahlkampf erreichen. Daran sollten wir auch bei der Bundestagswahl festhalten.

Wie sieht deine Prognose für die Bundestagswahl aus?

Unser aller Ziel ist es natürlich erstmal den Wiedereinzug in den Bundestag zu schaffen. Drittstärkste Kraft sollte dabei das Ziel sein, das wir anvisieren. Ob wir das erreichen können, wird sich zeigen.

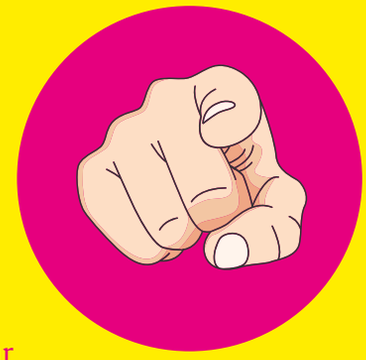
Ich bin Mitglied, weil...

...für mich Freiheit ein Gut ist, für das gekämpft werden muss, nicht eines das uns auf Ewigkeit versprochen wurde. Dieser Einsatz wird nie ein Ende finden und dennoch müssen wir uns wegen eben jener Selbstverständlichkeit für diese Werte immer und immer wieder einsetzen, damit wir weiterhin in einer liberalen Demokratie leben können. Man könnte diese Arbeit wie eine, die Sisyphos betreiben musste, bezeichnen. Das aber wäre falsch, denn wir, die freien Bürger, sehen in unserem täglichen Leben das Ergebnis dieser Arbeit.

Dafür möchte ich mich bei den JuLis einsetzten damit jeder Mensch in diesem Land frei ist. Ich freue mich auf spannende Diskussionen und interessante Gespräche in netter Gesellschaft. Ich möchte mich aktiv einbringen, denn nur so kann ich auch etwas zum Guten verändern.

Tim Krügler (15) ist Schüler und seit Mai Mitglied bei den JuLis im Kreis Lippe.
Erreichen könnt ihr ihn unter 2002tmk@gmail.com.

Wir suchen dich!



Du schreibst gern und möchtest das julimagazin grundsätzlich als Autor/Autorin unterstützen, bist dir aber noch nicht sicher, ob dich die Themen der nächsten Ausgabe interessieren? Dann lass' dich in unseren Autorenverteiler aufnehmen. Wir schi- cken dir vor jeder neuenAusgabe die geplanten Themen und wenn etwas für dich dabei ist, kannst du uns Bescheid geben und mit dem Schreiben loslegen. Selbstverständlich kannst du uns auch eigene Vorschläge machen, wir freuen uns auf deine Ideen.
Melde dich einfach bei:

Benita (benita.henning@julis-nrw.de).

Sebastian T. Stachelhaus
02151 6535653
sebastian.stachelhaus@ergo.de
www.ergo-stachelhaus.de
ERGO
Versichern heißt verstehen.
Jeder ist mal kurz abgelenkt.
Aber wer zahlt für den Schaden?
Die ERGO Privat-Haftpflichtversicherung sichert Schäden finanziell ab. Weil jedem einmal etwas passieren kann – aber nicht jeder die Kosten alleine tragen kann.

liberaler
mittelstand
Landesverband Nordrhein-Westfalen

Das Wichtigste,
das Du in Deinem Leben machen solltest,
ist nicht das Leben eines anderen zu behindern.

Frank Zappa

Damit Dein Start-up durchstarten kann,
setzen wir uns für Dich ein.

Olaf in der Beek
Landesvorsitzender
des Liberalen Mittelstands NRW

www.Liberaler-Mittelstand.nrw

Liberaler Mittelstand Nordrhein-Westfalen e.V. - Landesgeschäftsstelle, Sternstraße 44, 40479 Düsseldorf, Telefon: 0211. 49 70 940, Fax: 0211. 88 25 31 237, E-Mail: info@liberaler-mittelstand.nrw

Gestaltet durch BTW MARKETING Agentur für visuelle Kommunikation, www.btw-marketing.de