

Mitteilung des Vorstandes der Bremischen Bürgerschaft**Abschlussbericht Kommunikationskampagne für das neue Bremer Wahlrecht zur Bürgerschaftswahl im Mai 2011****I. Bericht**

Der Vorstand der Bremischen Bürgerschaft und der Senat hatten am 4. Mai 2010 dem Konzept für eine „Kommunikationskampagne Neues Wahlrecht“ zugestimmt; die Mitglieder der Bürgerschaft sind seinerzeit durch eine Mitteilung des Vorstandes unterrichtet worden. Der anliegende Abschlussbericht fasst nunmehr die Maßnahmen der vom Präsidenten der Bremischen Bürgerschaft und dem Senator für Inneres und Sport koordinierten Kampagne einschließlich Kostenübersicht zusammen.

Der Vorstand empfiehlt, die mit der erfolgreichen Kampagne gemachten Erfahrungen und die in der Kampagne entwickelten Formen, Mittel und Wege der Kommunikation (z. B. das „Gib mir fünf“-Motto und die diesbezügliche Webseite mit Probewahlmöglichkeit, die direkte Kommunikation von Infoteams mit verschiedenen Wählergruppen, die Förderung von Projekten wie Juniorwahl und Demokratie macht Schule) auch für künftige Bürgerschaftswahlen in aktualisierter und gegebenenfalls weiterzuentwickelnder Weise zu nutzen und so die Wahlbeteiligung zu fördern.

Der Vorstand dankt allen, die sich in und für diese Kampagne im Land Bremen engagiert haben.

Das für die Kampagne für die Jahre 2010/2011 von der Bürgerschaft bewilligte Budget von insgesamt bis zu 320 000 € ist lediglich mit rd. 195 000 € in Anspruch genommen worden. In diesem Umfang wurden die für diese Kampagne im Bürgerschaftshaushalt 2010/2011 zweckgebunden im Wege eines Haushaltsvermerks veranschlagten Mittel entsprechend diesem Vermerk aus der allgemeinen Budgetrücklage entnommen.

II. Antrag

Die Bürgerschaft (Landtag) nimmt von der Mitteilung des Vorstandes mit dem Abschlussbericht über die Kommunikationskampagne zur Bürgerschaftswahl 2011 Kenntnis.

Christian Weber
(Präsident)

Britta Alex

Felix Kalvelage

Abschlussbericht zur Wahl-Informations-Kampagne „Gib Mir Fünf!“

1. Problemstellung und Zielsetzung
2. Maßnahmen
3. Details zur Umsetzung der Maßnahmen
4. Budgetaufstellung
5. Zusammenfassung
6. Anlagen

1. Problemstellung und Zielsetzung

Die Wahlen zur Bremischen Bürgerschaft, den Beiräten im Stadtgebiet Bremen sowie zur Stadtverordnetenversammlung Bremerhaven fanden am 22. Mai 2011 erstmals nach dem neuen Wahlrecht statt. Die Wählerinnen und Wähler haben 5 Stimmen, die beliebig auf den Stimmzetteln verteilt werden können. Zusätzlich ist das aktive Wahlrecht für die Wahlen zur Bürgerschaft und zur Stadtverordnetenversammlung Bremerhaven für die 16- und 17-Jährigen eingeführt worden.

Diese Änderungen erforderten im Vorfeld eine umfassende Information der wahlberechtigten Bürgerinnen und Bürger, mit besonderem Augenmerk auf die Erst- und Jungwähler. Zu diesem Zweck wurde eine breit angelegte Kampagne geplant. Sie sollte für eine möglichst hohe Beteiligung an der Wahl werben und über die Möglichkeiten des neuen Wahlrechts aufklären. Ziel war, dass möglichst wenige Stimmzettel aus Unkenntnis ungültig gekennzeichnet oder Stimmen verschenkt werden. Die Kampagne wurde vom Vorstand der Bremischen Bürgerschaft und vom Senat am 4. Mai 2010 beschlossen.

Strikte Maßgabe aller Aktivitäten innerhalb der Informationskampagne ist das Kriterium der politischen Neutralität gewesen. Nur bei absoluter Sachorientierung und neutraler Informationsvermittlung findet eine derartige Kampagne breite Akzeptanz bei den Wählerinnen und Wählern. Weiterhin konnte nur so die Bremische Bürgerschaft beteiligt und bei privaten Unternehmen und Verbänden um weitere Mittel und Unterstützung geworben werden.

Die Informationskampagne wurde von einer Arbeitsgruppe (AG) unter Federführung des Senators für Inneres und Sport konzipiert und in ihrem Verlauf weiterentwickelt. Beteiligt waren insbesondere der Direktor und der Sprecher bei der Bremischen Bürgerschaft, der

Landeswahlleiter, der stellvertretende Wahlbereichsleiter Bremerhaven, Vertreter der Senatorin für Bildung und Wissenschaft sowie der Landeszentrale für politische Bildung. Unterstützt wurde die AG durch die Wirtschaftsförderung Bremen GmbH (WFB). Ferner wurden die Fraktionsgeschäftsführer in der Bremischen Bürgerschaft, der Arbeitskreis Wahl-, Parteien- und Partizipationsforschung der Universität Bremen, der Verein Mehr Demokratie e.V. sowie die Wilhelm-Wagenfeld-Schule für Gestaltung einbezogen.

2. Maßnahmen

Zur Erreichung der Kampagnenziele wurden verschiedene Maßnahmen ergriffen, welche die Wahl und das neue Wahlrecht zum Stadtgespräch machen sollten.

Die tatsächliche Durchführung der im Folgenden beschriebenen Maßnahmen wurde von einem zu diesem Zweck eingesetzten Kampagnenbüro übernommen. Als zentrale Organisationsstelle für die Kampagne wurden von hier aus in Absprache mit der Arbeitsgruppe alle Maßnahmen koordiniert und umgesetzt sowie die Einhaltung des Budgets der Informationskampagne überwacht.

a) Logo



Grundlage für die weiteren Arbeiten war der Entwurf eines einheitlichen Logos, welches dem Motto „Gib mir fünf!“ entsprach und sämtliche Maßnahmen der Kampagne kennzeichnete. In Zusammenarbeit mit Schülern der Wilhelm-Wagenfeld-Schule entwarf die Grafikerin Astrid Ose das Kampagnen-Logo. Die Endfassung wurde in der AG und mit dem Vorstand der Bremischen Bürgerschaft abgestimmt und im Oktober 2010 freigegeben.

b) Flyer

Auf dem Logo aufbauend wurde ein Flyer (DIN-Lang Format) entwickelt, der die wichtigsten Informationen zum neuen Wahlrecht sowie einige Beispiele der möglichen Stimmverteilungen beinhaltete. Der Text wurde im Rahmen der AG abgestimmt, Grundlage war die Zulieferung eines selbständigen Texters (Herr Kelschbach). Um die Besonderheiten der Wahlen in Bremen und Bremerhaven zu berücksichtigen, wurde jeweils ein Flyer für die Wahlen in Bremen und ein Flyer für die Wahlen in Bremerhaven angefertigt (s. Anlage 1).

b) Plakate

Zur Verbreitung der zentralen Botschaften der Kommunikationskampagne in der Öffentlichkeit wurden verschiedene Plakatmotive von den 12. bzw. 13. Klassen der Wilhelm-Wagenfeld-Schule entworfen. Die Ergebnisse waren originell und kreativ, sie gingen teilweise auch in den Jugendwettbewerb „Wahlwerbung“ der Konrad-Adenauer-Stiftung ein. Im Rahmen der Kampagne wurden sie letztlich nicht übernommen, da die Kampagne ein einheitliches Erscheinungsbild haben sollte, um den Wiedererkennungswert zu steigern und die Botschaft eindeutig, unkompliziert und aufmerksamkeitssteigernd zu transportieren. Zur Steigerung des Wiedererkennungswerts wurde daher die Vorderseite des Flyers aufgegriffen und um Angaben zu den Informationsmöglichkeiten (Hotline, Homepage) ergänzt. Es wurden Varianten für Bremen und Bremerhaven erstellt.

Die Plakate wurden in verschiedenen Formaten produziert:

- Großflächen (18/1)
- City-Light-Poster (4/1)
- DIN-A1
- DIN-A2
- DIN-A3

c) Anzeigen

Für die Verbreitung der zentralen Kampagnenbotschaften wurden entsprechende Anzeigen networkt, die wenige Wochen vor der Wahl geschaltet wurden.

d) Musterstimmzettel

Um den Wählerinnen und Wählern die Unsicherheit in Bezug auf die neuen Stimmzettel zu nehmen, wurden Musterstimmzettel zum Einsatz im Rahmen der Kampagne gedruckt. Die erste Version enthielt keine Namen, die zweite Auflage Fantasienamen. Auch hier wurden verschiedene Versionen für Bremen und Bremerhaven erstellt. Später – nach Zulassung der Wahlvorschläge – wurden Musterstimmzettel mit den echten Namen der kandidierenden Parteien/Wählervereinigungen sowie den Kandidatinnen und Kandidaten gedruckt. Sie entsprachen dem bei der Wahl eingesetzten Original-Stimmzettel und wurden mit einem Erläuterungsschreiben der Wahlbereichsleiter an alle Haushalte verschickt. Im Verlauf der Kampagne kamen stets die aktuellen Versionen (insbesondere in den Schnupperwahllokalen und durch die Schulungsteams) zum Einsatz.

e) Power-Point-Präsentation

Zur Erklärung des neuen Wahlrechts wurde vom Kampagnenbüro eine Power-Point-Präsentation erstellt, die in einfacher und ansprechender Weise eine Informationsbasis für die Zielgruppen darstellen sollte.

f) Quiz zur Wahl

Als spielerisches Element sollte ein Quiz zur Wahl erstellt werden, welches auf das neue Wahlrecht aufmerksam machen und über die Neuerungen informieren sollte. Mit der Beantwortung von 2 mal 5 Fragen konnten die Wählerinnen und Wähler ihr „Wählerdiplom“ erringen.

g) Schnupperwahllokale

In Bremen und Bremerhaven wurden insgesamt 5 „Schnupperwahllokale“ eingerichtet. Sie sollten während der Kampagne zentrale Anlaufstellen für die Bürgerinnen und Bürger darstellen. Überwiegend pensionierte Lehrer waren in der Zeit von Februar bis Mai als Schnupperwahllokal-Betreuer im Einsatz. Die Schnupperwahllokale wurden mit Kampagnenmaterial ausgestattet und im Februar 2011 bis kurz vor der Wahl geöffnet.

h) Mobile Schulungsteams

Zur Informationsverbreitung über das neue Wahlrecht kamen mobile Schulungsteams zum Einsatz, die sich vornehmlich aus Politikstudierenden der Universität Bremen zusammensetzten. Die Teams klärten auf Veranstaltungen und Versammlungen mit Hilfe der vom Kampagnenbüro erstellten Power-Point-Präsentation über das neue Wahlrecht auf und verfolgten zugleich das Ziel, Multiplikatoren für die Weitergabe der Kampagnenbotschaften zu gewinnen. Des Weiteren waren die mobilen Schulungsteams in Einkaufszentren sowie auf Wochenmärkten in Bremen und Bremerhaven tätig. Die Teams wurden für Ihre Einsätze mit dem entsprechenden technischen Equipment sowie mit Flyern und Musterstimmzetteln ausgestattet.

- i) Website
Sämtliche Informationen über das neue Wahlrecht wurden auf einer eigenen Homepage zusammen getragen. Erstellt wurde sie von der Fa. Haase & Knels. Neben einem interaktiven Probestimmzettel enthielt die Seite Antworten auf häufig gestellte Fragen zur Wahl, das Quiz sowie Informationsmaterialien zum Download. Auch ein Erklärfilm zum neuen Wahlrecht wurde Ende März 2011 eingestellt. Des Weiteren wurden aktuelle Nachrichten verschiedener Zeitungen auf der Seite verlinkt und Aktuelles zur Wahl im Rahmen der Kampagne eingestellt. Die Pflege der Website wurde vom Kampagnenbüro und der Bürgerschaft übernommen.
- j) Telefonhotline
Damit sich die Bürgerinnen und Bürger auch per Telefon über das neue Wahlrecht informieren konnten, wurde je eine Hotline für Bremen und Bremerhaven eingerichtet (Bremen: 0421/361-55555, Bremerhaven: 0471/590-2971).
- k) Werbespots
Zur Verbreitung der Kampagnenbotschaften wurden durch die Bremedia Produktion GmbH ein Kino-/TV-Spot sowie ein Radiospot produziert. Die Spots wurden von Ende April bis zur Wahl ausgestrahlt.
- l) Menschen mit Lernschwierigkeiten
Für die gezielte Ansprache von Menschen mit Lernschwierigkeiten sowie mit Sehbehinderung und Gehörlose wurden eine bedarfsgerechte Broschüre entworfen und spezielle Veranstaltungen durchgeführt.
- m) Juniorwahl
Aufgrund der Absenkung des Wahlalters auf 16 Jahre sind viele Schülerinnen und Schüler erstmals wahlberechtigt gewesen. Im Rahmen des Projekts „Juniorwahl“ sollte jede Klasse, die in größerem Umfang aus wahlberechtigten Schülerinnen und Schülern besteht, ausführlich über das neue Wahlrecht informiert und zur Teilnahme an der Bürgerschaftswahl animiert werden.
Der Schwerpunkt der Juniorwahl lag in der politischen Bildung, besonderes Augenmerk galt einer Simulation der Bürgerschaftswahlen ca. eine Woche vor dem tatsächlichen Wahltermin.
- n) Kampagnenbus
Im Beschluss des Senats war der Einsatz eines sog. Kampagnenbusses vorgesehen, der ein mobiles „Schnupperwahllokal“ darstellen und verschiedene Stadtteile über das neue Wahlrecht informieren sollte.

3. Details zur Umsetzung der Maßnahmen

- a) Flyer
Nach der Freigabe der Flyer wurden 150.000 Flyer für Bremen und 30.000 Flyer für Bremerhaven gedruckt. Das Kampagnenbüro organisierte die Verteilung (z.B. an Schulen, BSAG, Juniorwahl, Parteien, andere interessierte Multiplikatoren) im Land Bremen. Die mobilen Schulungsteams und die Schnupperwahllokale waren ebenfalls mit Flyern ausgestattet. In der Zeit von der 14. Kalenderwoche (KW) bis zur 18. KW lagen die Flyer der Bremerhaven-Version in den Bussen in Bremerhaven aus. Die BSAG stimmte in Bremen einer Auslage in Bussen und Bahnen in der 14. KW und der 18. KW zu. Zusätzlich kamen die Flyer bei der Ladenverteilung Anfang Mai zum Einsatz.

b) Plakate

Mit Unterstützung der WFB und der Firmen WallDecaux und Ströer wurde ein kostenloser Plakataushang in Bremen und Bremerhaven ermöglicht. Das Kampagnenbüro gab die Druckaufträge an die WFB und koordinierte die Lieferorte.

- 08.02. – 14.02.2011
Bremen, WallDecaux, Haltestellen – CLP 450 Flächen
- 22.03. – 28.03.2011
Bremen, Telekomkästen – CLP 300 Stück
- 25.03. – 04.04.2011
Bremen – Großfläche 14 Stück
- 03.05. – 07.05.2011
Bremen, WallDecaux, Haltestellen – CLP 450 Flächen
- 06.05. – 16.05.2011
Bremen – Großfläche 30 Stück
- 10.05. – 16.05.2011
Bremen, Telekomkästen – CLP 150 Stück

Für den Aushang in Schulen und Behörden in Bremen und Bremerhaven ließ das Kampagnenbüro A2-Plakate drucken und organisierte die entsprechende Verteilung. Für die Ladenhängung wurden A3-Plakate in Auftrag gegeben. Begleitend zum Spot benötigten einige Kinos A1 und A3 Plakate. Auf Anfrage wurden unterschiedliche Interessenten (Schulen, Parteien usw.) vom Kampagnenbüro mit Plakaten versorgt.

c) Anzeigen

Die verschiedenen Anzeigen wurden sowohl in Online- als auch in Print-Medien geschaltet. Das Kampagnenbüro buchte die Anzeigenschaltungen über die Firma MediaPartner.

- Hanse-Schnack (print, erscheint monatlich)
- Bremen 4u (print, erscheint monatlich)
- Bremer (print, erscheint monatlich)
- MIX (print, erscheint monatlich)
- Sonntagsjournal Bremerhaven
- Weser Report (print)
- Bremer Anzeiger (print)
- BLV (print)
- Weserkurier Extrajournal (print)
- Weser Kurier (online)
- Nordsee Zeitung (online)

Die Schalttermine sind in Anlage 2 enthalten.

d) Power-Point-Präsentation

Zur Veranschaulichung der Änderungen im Wahlrecht sowie der Visualisierung von Stimmverteilungsmöglichkeiten wurde vom Kampagnenbüro eine Power-Point-Präsentation angefertigt, die das Logo sowie farbliche Elemente des Flyers aufgriff. Neben den Grundinformationen enthielt die Präsentation Charts, die die Möglichkeiten der Sitz-/Mandatsverteilung darstellten und bei Bedarf durch die Kampagnenhelferinnen/helfer erklärt wurden. Die Präsentation war die Grundlage für die Schulungen der Kampagnenhelferinnen/helfer, welche vom Kampagnenbüro durchgeführt wurden. Sie kam zusätzlich in den Schnupperwahllokalen sowie bei den Einsätzen der mobilen Teams zum Einsatz. Des Weiteren wurde eine PDF-Version

erstellt, die unter Auswahl diverser Sicherheitseinstellungen auf die Kampagnenhomepage gestellt wurde.

e) Quiz zur Wahl

Die ursprüngliche Version des Quiz wurde vom Kampagnenbüro an die erstellte Power-Point-Präsentation angepasst, damit die Fragen auf Grundlage der Präsentation beantwortet werden konnten. Das Quiz kam als visualisierte Power-Point-Präsentation u. a. bei den Schulungen und einigen Informationsveranstaltungen zum Einsatz. Druckversionen lagen in den Schnupperwahllokalen aus. Zusätzlich wurde das Quiz auf die Startseite der Kampagnenhomepage eingebettet.

f) Schnupperwahllokale

In Bremerhaven wurde das Schnupperwahllokal in das Bürgerbüro integriert. In Bremen befanden sich die Schnupperwahllokale im Postamt 5, in der Bremischen Bürgerschaft sowie in der Zentralbibliothek Am Wall. In Bremen Nord wurde das Schnupperwahllokal zunächst im Bauamt Nord eingerichtet und (infolge eines Umzuges des Bauamtes) später in das Gustav-Heinman-Bürgerhaus am Sendanplatz verlegt.

Aufgrund eines Schreibens des Kampagnenbüros, welches über die Bildungsbehörde an pensionierte Lehrer weitergeleitet wurde, konnten insgesamt acht freiwillige Helfer geworben werden, die bereit waren, die Schnupperwahllokale gegen eine geringe Aufwandsentschädigung zu betreuen. Zwei weitere Helfer konnten durch Kontakte des Wahlamtes zusätzlich gewonnen werden. Das Kampagnenbüro hat die Betreuer geschult und monatliche Einsatzpläne erstellt. Bei gelegentlichen Engpässen wurden die mobilen Schulungsteams herangezogen.

Die Schnupperwahllokale wurden zum Großteil mit Kampagnenlogoaufklebern an den Scheiben versehen und vom Kampagnenbüro mit Promotion-Theken, einer Wahlkabine, Flyern, Musterstimmzetteln, dem Quiz zur Wahl, einer ausgedruckten Version der Power-Point-Präsentation sowie Notebook und Beamer für die Präsentation ausgestattet. Zusätzlich verfügten die Schnupperwahllokale im Postamt 5 und in der Bürgerschaft über eine Offlineversion der Kampagnenhomepage. Die Betreuer trugen Buttons mit dem Kampagnenlogo.

g) Mobile Schulungsteams

Die eingesetzten Studierenden meldeten sich überwiegend nach einem Vortrag des Kampagnenbüros über die Informationskampagne zum neuen Wahlrecht in einem Seminar bei Prof. Dr. Probst an der Universität Bremen. Zusätzliche Kräfte wurden über das Career-Center der Universität gewonnen. Die mobilen Schulungsteams wurden ebenfalls geschult und auf Ihre Einsätze vorbereitet. Das Kampagnenbüro stellte jeden Monat die Einsatzpläne zusammen und koordinierte die anstehenden Veranstaltungen. Um gezielt auf die Wählergruppen in Alten- und Pflegeheimen einzugehen, wurde ein Anschreiben an diese Institutionen in Bremen und Bremerhaven versandt. Daraufhin wurden sehr viele Informationsveranstaltungen angefragt. Darüber hinaus wurde in den Medien über die Möglichkeit informiert, Schulungsteams zu engagieren. Weitere Anfragen gingen u. a. von Bürgervereinen, Ortsverbänden von Parteien, Stadtteilkonferenzen, Schulen und Arbeitsloseninitiativen ein. Im Rahmen der Informationsveranstaltungen wurde die Power-Point-Präsentation vorgeführt sowie der Musterstimmzettel erläutert. Bei Bedarf erklärten die Teams die Sitz-/Mandatszuteilung.

Beim Einsatz der Schulungsteams auf den Wochenmärkten und in den Einkaufszentren wurde auf die Abdeckung verschiedener Stadtteile in Bremen und Bremerhaven geachtet. Eine Übersicht über die Einsatzorte kann der Anlage 3 entnommen werden.

h) Website

Mit der Erstellung der Website wurde die Agentur Haase & Knels beauftragt. Sie ging am 28. Januar 2011 online (vorher war bereits der Flyer zum Download eingestellt). Die Pflege der Website lag in den Händen des Kampagnenbüros und der Bürgerschaft. So wurden nach und nach weitere Informationsmaterialien eingepflegt, FAQs eingefügt, Aktuelles zur Wahl bzw. der Kampagne bekannt gegeben und Öffnungszeiten der Schnupperwahllokale aktualisiert. Zur Beantwortung von Bürgerfragen wurde ein Kontaktformular eingefügt (info@5stimmen.de), welches auf die E-Mail-Adressen des Kampagnenbüros umgeleitet wurde. Damit der elektronische Probestimmzettel mit dem Musterstimmzettel übereinstimmte, pflegte das Kampagnenbüro die darin enthaltenen Fantasienamen zunächst ebenfalls in das System ein. Nach Zulassung der Wahlvorschläge wurden die echten Namen der kandidierenden Parteien, Bewerberinnen und Bewerber aufgenommen.

i) Telefonhotline

Die bremische Telefonhotline wurde in der Anfangszeit vom Kampagnenbüro bedient. Als die Zahl der Anrufe in den letzten Wochen vor der Wahl stieg – insbesondere nach Versand der Wahlbenachrichtigungen und dem Start der Briefwahl – wurde die Hotline auf das von der Performa betreute Bürgertelefon umgestellt. Dort wurden insbesondere allgemeine Fragen zur Wahlorganisation (Briefwahl, Wahllokale etc.), die den größten Teil der Anfragen ausmachten, direkt beantwortet. Anrufe mit spezifischen Fragen zum neuen Wahlrecht wurden an das Kampagnenbüro weitergeleitet (bei Nicht-Erreichbarkeit an das Wahlrechtsreferat beim Senator für Inneres und Sport). Am Wochenende war eine Rufumleitung in das Wahlamt eingerichtet.

j) Werbespots

Die Spots wurden von der Bürgerschaftskanzlei in Abstimmung mit der AG in Auftrag gegeben. Erstellt wurden sie von der Bremedia Produktion GmbH. Das Kampagnenbüro buchte im Auftrag der WFB die Kinos bei MediaPartner und veranlasste die Kopienproduktion. Der Spot wurde vom 28. April 2011 bis zur Wahl am 22. Mai 2011 gebucht. Eine Übersicht ist in Anlage 4 zu finden.

Der Radiospot wurde wenige Wochen bzw. einige Tage vor der Wahl kostenfrei bei Radio Bremen1 und 4 sowie Energy Bremen ausgestrahlt. Der Fernsehspot lief die letzten drei Wochen vor der Wahl sowohl bei Radio Bremen TV als auch bei center.tv.

k) Menschen mit Lernschwierigkeiten

Im Rahmen der Informationskampagne für das neue Wahlrecht war eine zielgruppengerechte Ansprache notwendig. Im Rahmen dessen fanden in Zusammenarbeit mit dem Landesbehindertenbeauftragten sowie der Lebenshilfe e.V. / Büro für Leichte Sprache Gespräche bzgl. der Informationsaufbereitung für Menschen mit Lernschwierigkeiten statt. Darauf aufbauend entstand eine Broschüre mit Wahlinformationen in leichter Sprache. Für das Projekt wurde eine Mischfinanzierung vereinbart. Die Translation sowie der Druck und der anschließend notwendige Nachdruck der Broschüren wurden aus Kampagnenmitteln bezahlt.

Des Weiteren stellte der Martinsclub ein methodisch-didaktisches Veranstaltungskonzept vor, das neben allgemeinen politischen Informationen zum Thema Wahlen auch die Parteien und ihre inhaltlichen Differenzen bzw. Programme aufgriff. Grundmodule, welche das neue Wahlrecht betrafen wurden aus Kampagnenmitteln gefördert.

Menschen mit Sehbehinderungen und Gehörlose stellten eine weitere Zielgruppe dar, die spezifische Wahlinformationen benötigten. In Zusammenarbeit mit dem Blinden- und Sehbehindertenverein Bremen (BSVB) und dem Landesverband der Gehörlosen Bremen (LVG) wurde eine zielgruppenspezifische Informationsveranstaltung durchgeführt. Die

mobilen Schulungsteams waren bei dieser Informationsveranstaltung als Präsentatoren eingebunden.

l) Juniorwahl

In Kooperation mit dem Trägerverein Kumulus e.V. konnten das Landesinstitut für Schule und die Landeszentrale für politische Bildung 87 der ursprünglich avisierten 90 in Frage kommenden Schulen für das Projekt gewinnen. Dies entspricht einer Quote von 96,6%, es konnten also 13.384 von ca. 15.000 wahlberechtigten Schülerinnen und Schülern erreicht werden. Tatsächlich an der Wahl teilgenommen haben 10.920 Schülerinnen und Schüler, was einer Wahlbeteiligung von 81,6% entspricht (s. Anlage 5).

Die Gesamtkosten der Juniorwahl belaufen sich auf ca. 42.500,- €. Davon sind 5.000,-€ über den Senator für Bildung, 5.000,- € über die Landeszentrale für politische Bildung, 4.000,-€ über Zuwendungen der entsprechenden Ortsämter in Bremen und Bremerhaven sowie einem Betrag von 3.750,- € aus Bremerhaven abgedeckt. Der Differenzbetrag von 24.750,- € wird aus den Mitteln der Informationskampagne bestritten.

l) Kampagnenbus

Vorgesehen war die Zusammenarbeit mit der Omnibus gGmbH, welche bereit war, ihren Bus inklusive Fahrer kostenpflichtig zur Verfügung zu stellen. Da es sich bei dem Unternehmen jedoch um einen gemeinnützigen privaten Verein handelt, war der Bus hinten und an den Seiten mit Eigenwerbung für direkte Demokratie (Volksbegehren) versehen. Auf Grund des verbleibenden Schriftzuges am hinteren Teil des Busses wurde die Zusammenarbeit mit der Omnibus gGmbH beendet. Bemühungen einen kostenfreien Bus von der BSAG zu bekommen schlugen fehl, sodass auf den Einsatz des Kampagnenbusses verzichtet wurde.

4. Budgetaufstellung

Durch den Wegfall einiger Posten (z.B. Kampagnenbus) und das effiziente sowie kostengünstige Arbeiten konnte bei der zielgerechten Umsetzung der Maßnahmen konnte ein großer Anteil des kalkulierten Budgets einbehalten werden (s. Anlage 6).

5. Zusammenfassung

Das durch den Senat und den Vorstand der Bremischen Bürgerschaft beschlossene Konzept wurde umgesetzt. Lediglich der Ausfall des Kampagnenbusses stellt eine Ausnahme dar. Die Informationskampagne hatte vor allem durch Flyer, Plakate und Schulungsteams eine breite Öffentlichkeitswirksamkeit. Es ist gelungen, die Wählerinnen und Wähler auf das neue Wahlrecht aufmerksam zu machen und dieses Thema somit zum Stadtgespräch werden zu lassen. Auf Grund des einheitlichen Auftritts der Kampagnenmaterialien (Plakat, Flyer, Homepage, Button etc.) war ein hoher Wiedererkennungswert gewährleistet. Durch die Möglichkeiten der Homepage, der Schnupperwahllokale und der Telefonhotline wurde es den Bürgerinnen und Bürgern ermöglicht, sich selber aktiv zu informieren. Der Internetauftritt griff die Farbelemente des Kampagnenlogos auf und wurde durch die anschauliche und freundliche Gestaltung ein geeignetes Informationsmedium für alle Zielgruppen.

Im Rahmen der angebotenen Informationsveranstaltungen durch die mobilen Schulungsteams entstand ein viel genutztes Angebot, welches von unterschiedlichen Anspruchsgruppen (Alten- und Pflegeheime, Schulen, Arbeitsloseninitiativen etc.) wahrgenommen und viele überaus positive Rückmeldungen verbuchte. Insbesondere die

direkte Ansprache der unterschiedlichen Zielgruppen an verschiedenen Kontaktpunkten erwies sich als effizientes Informationsinstrument zur Zielerreichung im Rahmen der Kampagne. Auf diese Weise konnten Unsicherheiten und Skepsis gegenüber dem neuen Wahlrecht entgegengewirkt und abgebaut werden. Das Interesse an der direkten Ansprache spiegelte sich auch im Medieninteresse an mobilen Schulungsteams und Schnupperwahllokalen wider.

Die Ausstattung der Schnupperwahllokale und der mobilen Schulungsteams mit Musterstimmzetteln verhalf vielen Wählerinnen und Wählern zum Verständnis und zur Akzeptanz der neuen Wahlmöglichkeiten. Auch der Versand der Musterstimmzettel an die Haushalte förderte die Aufmerksamkeit und das Auseinandersetzen mit dem neuen Wahlrecht.

Besonderes Augenmerk auf die Zielgruppe der Erstwählerinnen und -wähler wurde im Rahmen der Juniorwahl gelegt. Die breite Teilnahme der Schulen in Bremen und Bremerhaven sorgte für eine erhöhte Aufmerksamkeitssteigerung. Auch der Verein Mehr Demokratie e.V. unterstützte diese gezielte Ansprache mit dem Projekt „Demokratie macht Schule“.

Die ergriffenen Maßnahmen waren stets auf die Ziele einer möglichst hohen Wahlbeteiligung, einer Vermeidung von zu vielen ungültigen Stimmzetteln oder verschenkter Stimmen sowie Verständnis, Akzeptanz und Nutzung des neuen Wahlrechts ausgerichtet. Es hat sich gezeigt, dass die Wählerinnen und Wähler das neue Wahlrecht verstanden und auch genutzt haben. Weitere Informationsmaßnahmen bei den nächsten Wahlen in vier Jahren sind dennoch empfehlenswert.

Kostenplan			
Maßnahme	Posten	Betrag	Budgetplanung
Schnupperwahllokale			
	Honorare Lehrer (inkl. Fahrtkosten)	10.500,60 €	
	Promotheke 4x	937,90 €	
	Beamer 5x	1.285,20 €	
	Netbook 5x	1.255,45 €	
	Notebook 2x (Offline-Website)	861,13 €	
	Kundenstopper mit Plakaten 3x	330,89 €	
	Musterstimmzettel Bremen 5900x	2.310,98 €	
	Musterstimmzettel BHV 1600x	956,76 €	
	Aufkleber "Gib Mir Fünf" 40x	318,54 €	
		18.757,45 €	55.000,00 €
Mobile Schulungsteams			
	Honorare Studenten	13.697,84 €	
	Auswertung / Bericht	4.602,16 €	
	Promotheke 5x	1.171,38 €	
	Netbook 2x	502,18 €	
	Beamer 2x	514,08 €	
	Buttons, Taxikosten, Auslagen	326,34 €	
		20.813,98 €	21.000,00 €
Internetauftritt			
	Erstellung www.5stimmen.de	11.206,23 €	
	Zusatzmodul Testimonials	1.190,00 €	
	Erweiterung Zusatzmodul Testimonials	464,10 €	
		12.860,33 €	20.000,00 €
Telefonhotline			
	Technikerkosten Kampagnenbüro	107,10 €	
	Kosten Schaltung Bürgertelefon	59,50 €	
		166,60 €	
Werbespots			
	Produktionskosten Kinospot	10.849,80 €	
	Produktionskosten Erklärstück	3.000,00 €	
	Produktionskosten Radiospot	1.029,00 €	
	Kosten Kinokopien	5.363,59 €	
	Mediakosten Kinos	7.277,97 €	

		27.520,36 €	40.500,00 €
Maßnahme	Posten	Betrag	Budgetplanung
Einheitliches Motto & Logo			
	Kelschebach Motto- & Textentwicklung	3.439,10 €	
	Ose Logo, Flyer, Plakate & Anzeigen	7.924,76 €	
		11.363,86 €	19.000,00 €
Plakate			
	Plakatierung WallDecaux & WfB	0,00 €	
	Druck City-Light-Plakate (4/1)	2.007,81 €	
	Druck Großflächenplakate	3.256,43 €	
	Druck Kleinformat, Vorlagen, Versand	957,65 €	
		6.221,89 €	14.500,00 €
Flyer			
	Druck Flyer	6.745,44 €	
	Ladenverteilung Flyer & Plakate	2.901,54 €	
		9.646,98 €	29.000,00 €
Anzeigen Print/Online			
	Sonntagsjournal BHV	683,36 €	
	Bremen4u	446,25 €	
	Weser Report	5.282,17 €	
	Bremer Anzeiger	4.720,97 €	
	Bremer	499,23 €	
	BLV	1.060,29 €	
	MIX	1.096,70 €	
	Hanse Schnack	438,00 €	
	Nordsee-Zeitung.de	883,58 €	
	Weser-Kurier.de	1.606,50 €	
		16.717,05 €	45.000,00 €
Leichte Sprache/Sonstiges			
	Broschüre in leichter Sprache	2.470,00 €	
	Info-VA in leichter Sprache/Martinsclub	405,00 €	
	Zuwendung Mehr Demokratie	7.500,00 €	
		10.375,00 €	0,00 €
Juniorwahl			
	Zuwendung BB an SfBW	24.750,00 €	

		<u>24.750,00 €</u>	<u>0,00 €</u>
Maßnahme	Posten	Betrag	Budgetplanung
Kampagnenbüro			
	Personal- und Sachmittel	36.296,66 €	
		<u>36.296,66 €</u>	<u>35.000,00 €</u>
Gesamtsumme		<u>195.490,16 €</u>	<u>279.000,00 €</u>
	Materialien Musterwahlschulung	entfallen	<u>2.000,00 €</u>
	Kampagnenbus	entfallen	<u>15.000,00 €</u>
	Material (Sonderdrucke)	entfallen	<u>24.000,00 €</u>
		Gesamtbudget	<u>320.000,00 €</u>
		Ausgaben Kampagne	<u>195.490,16 €</u>
		Differenz	<u>124.509,84 €</u>

Anlagen

Anlage 1

Flyer

5 Gründe,
5 Stimmen:
Noch Fragen?
**Bremen wählt
22. Mai 2011**

Ihr gutes Recht wahrzunehmen:

- Wählen ist das wichtigste demokratische Recht.
- Alle haben gleich viel zu sagen.
- Wer wählt, bestimmt mit.
- Wer nicht mitbestimmt, wird fremdbestimmt.
- Wählen bewirkt mehr als Meckern.

5 Vorteile für Sie

- Sie können sich gezielt für Personen entscheiden, die Sie schätzen.
- Sie können zum Ausdruck bringen, welche Koalition Sie wünschen.
- Die Kandidatinnen und Kandidaten werden stärker auf Sie zugehen, um Sie zu gewinnen.
- Es wird für Sie interessanter, sich über Kandidatinnen und Kandidaten und deren Absichten zu informieren.
- Auch Personen ohne Toplistenplatz haben eine Chance, wenn die Wählerinnen und Wähler das wollen.

Kampagnen-Homepage:
www.5stimmen.de

Jedem Haushalt wird vor der Wahl ein Musterstimmzettel zugesandt.

► Dieser Flyer ist Teil der Öffentlichkeitsarbeit der Bremischen Bürgerschaft und des Senats und darf nicht für Zwecke der Wahlwerbung durch politische Parteien oder Wahlvereinigungen verwendet werden.



Herausgeber:
Bremische Bürgerschaft / Am Markt 20 | 28195 Bremen
Städtisches Landesamt (Wahlen) |
Kampagnesbüro | Am de Wiede 14-16 | 28195 Bremen

Grafikdesign: Adolf Die, Atelier für Grafik-Design & Illustration
Layout: Schiller der Medien | Wolfgang Schick, Bremen
(V. Birkmeier, R. Steinhilber, T. Steffing, metix, One)

Das neue Wahlrecht

5 Stimmen – mehr Einfluss!

Neues Wahlrecht wie gewünscht!

Per Volksbegehren haben sich Bürgerinnen und Bürger der Freien Hansestadt Bremen ein neues Wahlrecht gewünscht. Danach wird am 22. Mai 2011 erstmals gewählt: die Bremische Bürgerschaft und die 22 Beiräte im Gebiet der Stadt Bremen.

Neu:
Sie haben 5 Stimmen.

Erstmals dürfen auch Jugendliche ab 16 Jahren die Bürgerschaft wählen.

Neu in Bremen und Bremerhaven, in anderen Ländern wie Hamburg oder Bayern bewährt: Das Wählen mit mehreren Stimmen wird bei verschiedenen Kommunal- und Landtagswahlen bereits praktiziert. Es ist ganz einfach und gibt dem Wähler mehr Einfluss.

► 5 Kreuze machen und dabei dem eigenen Urteil vertrauen.

5 macht Sinn und ist ganz einfach.

Allein Ihr Wählerwille entscheidet. Sie können Ihre 5 Stimmen beliebig vergeben: an Parteien und/oder an Personen.

Zum Beispiel:
Sie können Ihre Stimmen der Partei geben, die Ihnen am meisten zusagt. Wenn Sie Kandidatinnen und Kandidaten kennen und schätzen, können Sie diese direkt mit bis zu 5 Stimmen wählen.

Sie können Ihre 5 Stimmen auf mehrere Parteien und/oder Personen verteilen. Dabei ist es egal, auf welcher Liste die Personen kandidieren. Jede Kombination ist zulässig.

Sie können ausdrücken, welche Koalition Sie befürworten, indem Sie z. B. einer Partei drei und dem gewinschten Koalitionspartner zwei Stimmen geben. Auch jede andere Verteilung auf Parteien/Wahlvereinigungen und Personen ist möglich.

► Jede Aufteilung ist möglich, solange Sie insgesamt nicht mehr als 5 Kreuze machen.



Wahlmöglichkeit 1
Zum Beispiel alle 5 Stimmen für eine Partei (Gesamtliste)

Wahlmöglichkeit 2
Zum Beispiel alle 5 Stimmen auf eine Kandidatin oder einen Kandidaten konzentrieren

Wahlmöglichkeit 3
Personen verschiedener Listen wählen, zum Beispiel:
2 Stimmen für Benno Beispiel, Partei B
2 Stimmen für Eva Exemplaria, Partei C
1 Stimme für Monika Muster, Partei A

Wahlmöglichkeit 4
Verteilen der Stimmen innerhalb einer Liste, zum Beispiel:
2 Stimmen für die Gesamtliste der Partei A
2 Stimmen für Monika Muster, Partei A
1 Stimme für Paul Prototyp, Partei A

Wahlmöglichkeit 5
Mehrere Listen wählen, zum Beispiel:
3 Stimmen für Partei A (Gesamtliste)
2 Stimmen für Partei B (Gesamtliste)

Wahlmöglichkeit 6
5 Stimmen auf mehrere Listen/Personen verteilen, zum Beispiel:
2 Stimmen für Partei D (Gesamtliste)
3 Stimmen für Eva Exemplaria, Partei C

5 Kreuze in 5 Kreisen = voll gültig gewählt.
 Weniger als 5 Kreuze = gültig gewählt, aber Stimmen verschenkt.
 Mehr als 5 Kreuze = ungültig gewählt.

5 Gründe,

Ihr gutes Recht wahrzunehmen:

-  Wählen ist das wichtigste demokratische Recht.
-  Alle haben gleich viel zu sagen.
-  Wer wählt, bestimmt mit.
-  Wer nicht mitbestimmt, wird fremdbestimmt.
-  Wählen bewirkt mehr als Meckern.

5 Stimmen:

5 Vorteile für Sie

-  Sie können sich gezielt für Personen entscheiden, die Sie schätzen.
-  Sie können zum Ausdruck bringen, welche Koalition Sie wünschen.
-  Die Kandidatinnen und Kandidaten werden stärker auf Sie zugehen, um Sie zu gewinnen.
-  Es wird für Sie interessanter, sich über Kandidatinnen und Kandidaten und deren Absichten zu informieren.
-  Auch Personen ohne Toplistenplatz haben eine Chance, wenn die Wählerinnen und Wähler das wollen.

Noch Fragen?

Kampagnen-Homepage:
www.5stimmen.de

Jedem Haushalt wird vor der Wahl ein Musterstimmzettel zugesandt.

► Dieser Flyer ist Teil der Örtlichen Wahlwerbung der Bremischen Bürgerschaft und des Satzes und darf nicht für Zwecke der Wahlwerbung durch politische Parteien oder Wahlvereinigungen verwendet werden.



Gib mir fünf!



Das neue Wahlrecht
5 Stimmen –
mehr Einfluss!

Herausgeber:
Bremische Bürgerschaft | Am Markt 20 | 28195 Bremen
und Statistisches Landesamt (Wahlamt)
Kampagnenbüro | An der Weide 14-16 | 28195 Bremen

Gestaltung: Astrid Owe, Atelier für Grafik-Design & Illustration
Logo: Schüler der Wilhelm-Wagenfeld-Schule, Bremen
(V. Brückmann, R. Bockel, T. Dellring, M.A. Owe)

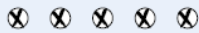
Neues Wahlrecht wie gewünscht!

Per Volksbegehren haben sich Bürgerinnen und Bürger der Freien Hansestadt Bremen ein neues Wahlrecht gewünscht.

Danach wird am 22. Mai 2011 erstmals gewählt: die Bremische Bürgerschaft (Landtag) und die Stadtverordnetenversammlung Bremerhaven.

Neu:

Sie haben 5 Stimmen.



Erstmals dürfen auch Jugendliche ab 16 Jahren die Bürgerschaft und die Stadtverordnetenversammlung wählen.

Neu in Bremen und Bremerhaven, in anderen Ländern wie Hamburg oder Bayern bewährt. Das Wählen mit mehreren Stimmen wird bei verschiedenen Kommunal- und Landtagswahlen bereits praktiziert. Es ist ganz einfach und gibt dem Wähler mehr Einfluss.

- 5 Kreuze machen und dabei dem eigenen Urteil vertrauen.

5 macht Sinn und ist ganz einfach.

Allein Ihr Wählerwille entscheidet.

Sie können Ihre 5 Stimmen beliebig vergeben: an Parteien und/oder an Personen.

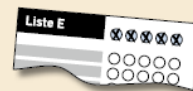
Zum Beispiel:

Sie können Ihre Stimmen der Partei geben, die Ihnen am meisten zusagt. Wenn Sie Kandidatinnen und Kandidaten kennen und schätzen, können Sie diese direkt mit bis zu 5 Stimmen wählen.

Sie können Ihre 5 Stimmen auf mehrere Parteien und/oder Personen verteilen. Dabei ist es egal, auf welcher Liste die Personen kandidieren. Jede Kombination ist zulässig.

Sie können ausdrücken, welche Koalition Sie befürworten, indem Sie z. B. einer Partei drei und dem gewünschten Koalitionspartner zwei Stimmen geben. Auch jede andere Verteilung auf Parteien/Wahlvereinigungen und Personen ist möglich.

- Jede Aufteilung ist möglich, solange Sie insgesamt nicht mehr als 5 Kreuze machen.



Wahlmöglichkeit 1
Zum Beispiel: alle 5 Stimmen für eine Partei (Gesamtliste)



Wahlmöglichkeit 2
Zum Beispiel: alle 5 Stimmen auf eine Kandidatin oder einen Kandidaten konzentrieren



Wahlmöglichkeit 3
Personen verschiedener Listen wählen, zum Beispiel:
2 Stimmen für Benno Beispiel, Partei B
2 Stimmen für Eva Exemplaria, Partei C
1 Stimme für Monika Muster, Partei A



Wahlmöglichkeit 4
Verteilen der Stimmen innerhalb einer Liste, zum Beispiel:
2 Stimmen für die Gesamtliste der Partei A
2 Stimmen für Monika Muster, Partei A
1 Stimme für Paul Prototyp, Partei A



Wahlmöglichkeit 5
Mehrere Listen wählen, zum Beispiel:
2 Stimmen für Partei A (Gesamtliste)
2 Stimmen für Partei B (Gesamtliste)



Wahlmöglichkeit 6
5 Stimmen auf mehrere Listen/Personen verteilen, zum Beispiel:
2 Stimmen für Partei A (Gesamtliste)
2 Stimmen für Partei D (Gesamtliste)
1 Stimme für Eva Exemplaria, Partei C



 5 Kreuze in 5 Kreisen = voll gültig gewählt.

 Weniger als 5 Kreuze = gültig gewählt, aber Stimmen verschenkt.

 Mehr als 5 Kreuze = ungültig gewählt.

Anlage 2

Beispiele Plakataushang



Anlage 4

Anzeigenschaltung

Medien	Ausgestaltung	Laufzeit	Bemerkung
BREMER	1/4 seitige Anzeige + 2 Stopper	Monat Mai	In der Maiausgabe gab es eine Berichterstattung zu den Wahlen und dem neuen Wahlrecht.
MIX	1/2 Seite im Innenteil eck	Monat Mai	MIX berichtete im Mai über die Wahlen.
Hanse-Schnack	1/4 seitige Anzeige	Monat Mai	
Bremen4u	Titelfußanzeige	Monat Mai	
Weser Report	1/4 Seite im Innenteil	08.05.2011 15.05.2011	
Bremer Anzeiger	1/4 Seite im Innenteil	08.05.2011 15.05.2011	
Sonntagsjournal Bremerhaven	Titelkopfanzeige (recht/links)	08.05.2011 (rechts) 15.05.2011 (links)	
das BLV	Innenteil (92,4mm*150mm)	11.05.2011 18.05.2011	
Weser Kurier Extrajournal	Innenteil (93mm*120mm)	14.05.2011	
Weser-Kurier online	Banner "Superbanner" auf Homepage	01.05. - 22.05.2011	Platzierung oben auf der Seite; (100.000 Kontakten)
Nordsee Zeitung online	Banner "Fullbanner" auf Homepage	01.05. - 22.05.2011	Platzierung unter dem jeweiligen Leitartikel (50.000 Kontakte)

Monat	Ort	Datum	Uhrzeit	
Februar	Waterfront	12.02.2011	12.00-16.00	1
	Havenplaza	12.02.2011	12.00-16.00	2
	Lloyd-Passage	12.02.2011	12.00-16.00	3
	Werder-Karree	19.02.2011	12.00-16.00	4
	Walle Center	19.02.2011	12.00-16.00	5
	Sander Center	19.02.2011	12.00-16.00	6
März	Berliner Freiheit	05.03.2011	12.00-16.00	7
	Haven Hööv't	26.03.2011	12.00-16.00	8
April	Berliner Freiheit	02.04.2011	12.00-16.00	9
	Lloyd-Passage	02.04.2011	12.00-16.00	10
	Werder-Karree	16.04.2011	12.00-16.00	11
	Walle Center	30.04.2011	12.00-16.00	12
	Havenplaza	30.04.2011	12.00-16.00	13
Mai	Walle Center	07.05.2011	12.00-16.00	14
	Berliner Freiheit	14.05.2011	12.00-16.00	15
	Haven Hööv't	14.05.2011	12.00-16.00	16
	Lloyd-Passage	21.05.2011	12.00-16.00	17
	Werder-Karree	21.05.2011	12.00-16.00	18

Anlage 6

Ausstrahlung Kinospot

Agentur:	MediaPartner
Kunde:	Stadt Bremen - Bürgerschaftswahlen
Kinowochen:	2011 [18-20]
Kampagnenzeitraum:	ab 28.04.2011
Kampagnendauer:	ca. 3 Wochen - Die Kampagnenlaufzeit wird NICHT garantiert, bei Buchung gesteht der Kunde eine Verlängerung oder Verkürzung der Laufzeit gemäß der Kampagnenperformance zu!
Werbefilmlänge:	30"
Zeitschiene:	Ganztagesbuchung
Buchungsschiene:	IVW + Geofocus

Kinoeinzelliste - Gesamt

Nielsen	BL Nr.	Bundesland	Ort	TEW Kinoname	Kinoart
	4	Bremen	BREMEN	551 ATLANTIS	Filmkunst kino
	4	Bremen	BREMEN	551 CINEMA OSTERTOR	Filmkunst kino
	4	Bremen	BREMEN	551 CINEMAXX 1	Multiplex kino
	4	Bremen	BREMEN	551 CINEMAXX 2	Multiplex kino
	4	Bremen	BREMEN	551 CINEMAXX 3	Multiplex kino
	4	Bremen	BREMEN	551 CINEMAXX 4	Multiplex kino
	4	Bremen	BREMEN	551 CINEMAXX 5	Multiplex kino
	4	Bremen	BREMEN	551 CINEMAXX 6	Multiplex kino
	4	Bremen	BREMEN	551 CINEMAXX 7	Multiplex kino
	4	Bremen	BREMEN	551 CINEMAXX 8	Multiplex kino
	4	Bremen	BREMEN	551 CINEMAXX 9	Multiplex kino
	4	Bremen	BREMEN	551 CINEMAXX 10	Multiplex kino
	4	Bremen	BREMEN	551 CINESPACE 1	Multiplex kino
	4	Bremen	BREMEN	551 CINESPACE 2	Multiplex kino
	4	Bremen	BREMEN	551 CINESPACE 3 MAX	Multiplex kino
	4	Bremen	BREMEN	551 CINESPACE 4	Multiplex kino
	4	Bremen	BREMEN	551 CINESPACE 5	Multiplex kino
	4	Bremen	BREMEN	551 CINESPACE 6	Multiplex kino
	4	Bremen	BREMEN	551 CINESPACE 7	Multiplex kino
	4	Bremen	BREMEN	551 CINESPACE 8	Multiplex kino
	4	Bremen	BREMEN	551 CINESPACE 9	Multiplex kino
	4	Bremen	BREMEN	551 CINESPACE 10	Multiplex kino
	4	Bremen	BREMEN	551 CINESPACE 11	Multiplex kino
	4	Bremen	BREMEN	551 CINESTAR 1	Multiplex kino
	4	Bremen	BREMEN	551 CINESTAR 2	Multiplex kino
	4	Bremen	BREMEN	551 CINESTAR 3	Multiplex kino
	4	Bremen	BREMEN	551 CINESTAR 4	Multiplex kino
	4	Bremen	BREMEN	551 CINESTAR 5	Multiplex kino
	4	Bremen	BREMEN	551 CINESTAR 6	Multiplex kino
	4	Bremen	BREMEN	551 CINESTAR 7	Multiplex kino
	4	Bremen	BREMEN	551 CINESTAR 8	Multiplex kino
	4	Bremen	BREMEN	551 CINESTAR 9	Multiplex kino
	4	Bremen	BREMEN	551 CINESTAR 10	Multiplex kino
	4	Bremen	BREMEN	551 CINESTAR 11	Multiplex kino
	4	Bremen	BREMEN	551 GONDEL	Filmkunst kino
	4	Bremen	BREMEN	551 SCHAUBURG 1	Programm kino
	4	Bremen	BREMEN	551 SCHAUBURG 2	Programm kino
	4	Bremen	BREMERHAVEN	130 CINEMOTION 1	Multiplex kino
	4	Bremen	BREMERHAVEN	130 CINEMOTION 2	Multiplex kino
	4	Bremen	BREMERHAVEN	130 CINEMOTION 3	Multiplex kino
	4	Bremen	BREMERHAVEN	130 CINEMOTION 4	Multiplex kino
	4	Bremen	BREMERHAVEN	130 CINEMOTION 5	Multiplex kino
	4	Bremen	BREMERHAVEN	130 CINEMOTION 6	Multiplex kino
	4	Bremen	BREMERHAVEN	130 PASSAGE 1	Familien kino
	4	Bremen	BREMERHAVEN	130 PASSAGE 2	Familien kino

Gesamt

95.134 Kontakte

Bürgerberatung über das neue Bremer Wahlrecht

07.06.2011

Bauamt Nord

Zeitraum: 10 - 14 Uhr

FEBRUAR

Datum	Zahl	Monat	Bemerkungen
04.02.2011	9		
08.02.2011	13		vorwiegend Ältere
10.02.2011	13		7 gezielt gekommen
11.02.2011	5		
15.02.2011	4		
17.02.2011	8		
18.02.2011	4		
22.02.2011	15		
24.02.2011	18		
25.02.2011	2		um 12 Uhr beendet
Februar			91

Zentralbibliothek

Zeitraum: 10 - 18 Uhr / Sa 10 - 16 Uhr

FEBRUAR

Datum	Zahl	Monat
08.02.2011	27	
11.02.2011	18	
15.02.2011	13	
17.02.2011	20	
18.02.2011	32	
22.02.2011	73	
24.02.2011	28	
25.02.2011	52	
Februar		263

März

Datum	Zahl	Bemerkungen
01.03.2011	10	
03.03.2011	6	
08.03.2011	16	
10.03.2011	14	
15.03.2011	6	
17.03.2011	13	
22.03.2011	2	
24.03.2011	13	
29.03.2011	8	
31.03.2011	25	18 Schül. 2 Le.
März		113

März

Datum	Zahl	Vor-/Nachm.
01.03.2011	84	23 / 59
03.03.2011	58	41 / 17
04.03.2011	72	35 / 38
08.03.2011	82	44 / 38
10.03.2011	66	48 / 18
11.03.2011	90	37 / 53
15.03.2011	72	35 / 37
17.03.2011	78	60 / 18
18.03.2011	37	19 / 18
22.03.2011	85	36 / 49
24.03.2011	48	28 / 20
25.03.2011	50	19 / 31
29.03.2011	60	40 / 20
31.03.2011	68	46 / 22
März		950

April

Datum	Zahl	Bemerkungen
05.04.2011	7	
07.04.2011	3	
12.04.2011	4	40 Flyer+ 40 Flyer an Seniorenheim
14.04.2011	41	davon 20 Schüler
19.04.2011	15	
ab hier Beratung im Bürgerhaus		
21.04.2011	15	
26.04.2011	34	
April	119	

April

Datum	Zahl	
01.04.2011	84	25 / 59
05.04.2011	62	35 / 27
07.04.2011	80	50 / 30
08.04.2011	44	29 / 15
12.04.2011	61	17 / 44
14.04.2011	57	38 / 19
15.04.2011	34	10 / 24
19.04.2011	36	25 / 11
21.04.2011	34	24 / 10
26.04.2011	24	11 / 13
28.04.2011	92	38 / 54
29.04.2011	67	20 / 47
April	675	

Mai

Datum	Zahl	Bemerkungen
03.05.2011	54	
05.05.2011	14	
06.05.2011	7	
10.05.2011	24	
12.05.2011	33	
13.05.2011	15	
17.05.2011	45	
19.05.2011	17	
20.05.2011	25	
Mai	234	

Mai

Datum	Zahl	
03.05.2011	70	31 / 39
05.05.2011	66	43 / 23
06.05.2011	62	32 / 30
07.05.2011	39	
10.05.2011	37	15 / 22
13.05.2011	21	6 / 15
14.05.2011	33	21 / 12
17.05.2011	24	15 / 9
19.05.2011	32	21 / 11
20.05.2011	53	41 / 12
21.05.2011	20	8 / 12
Mai	436	

msoxl:=SL Beratungen
BREMEN NORD

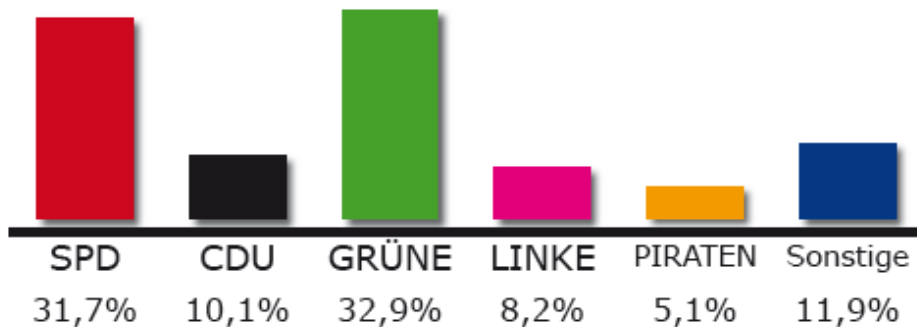
msoxl:=SL Beratungen
ZENTRALBIBLIOTHEK

für die Richtigkeit: Dankwart Reichelt

Anlage 7

Juniorwahl (Quelle: Landeszentrale für politische Bildung)

Endergebnis Juniorwahl parallel zur Bürgerschaftswahl 2011



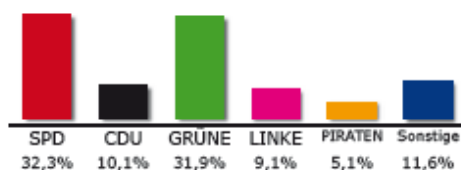
Stand: 22.5.2011 - 18.00 Uhr

Anzahl der Wahlberechtigten	13.384
Anzahl der Wählenden	10.920
Wahlbeteiligung	81,6%
Ungültige Stimmzettel	410
Abgegebene Stimmen	53.179

Von den gültigen Stimmen
nach neuem 5-Stimmen-Wahlrecht entfallen:

Partei	Anzahl der Stimmen	Anteil in Prozent
SPD	16.866	31,7%
CDU	5.397	10,1%
GRÜNE	17.520	32,9%
LINKE	4.355	8,2%
FDP	1.459	2,7%
BW	1.069	2,0%
BBL	96	0,2%
Dialog Grundeinkommen	85	0,2%
B+B	230	0,4%
BIP	782	1,5%
Für Bremerhaven	151	0,3%
FREIE WÄHLER	148	0,3%
NPD	1.876	3,5%
PIRATEN	2.729	5,1%
PdB	45	0,1%
RRP	371	0,7%

Teilergebnis Bürgerschaftswahl Bremen

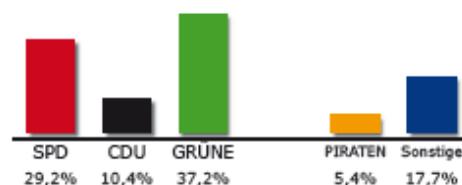


Anzahl der Wahlberechtigten	30.880
Anzahl der Wählenden	8.774
Wahlbeteiligung	80,6%
Ungültige Stimmzettel	342
Abgegebene Stimmen	42.788

Von den gültigen Stimmen
nach neuem 5-Stimmen-Wahlrecht entfallen:

Partei	Anzahl der Stimmen	Anteil in Prozent
SPD	13.828	32,3%
CDU	4.314	10,1%
GRÜNE	13.656	31,9%
LINKE	3.879	9,1%
FDP	1.170	2,7%
BW	805	1,9%
BBL	96	0,2%
Dialog Grundeinkommen	85	0,2%
B+B	171	0,4%
BIP	691	1,6%
FREIE WÄHLER	148	0,3%
NPD	1.473	3,4%
PIRATEN	2.167	5,1%
RRP	305	0,7%

Teilergebnis Bürgerschaftswahl Bremerhave

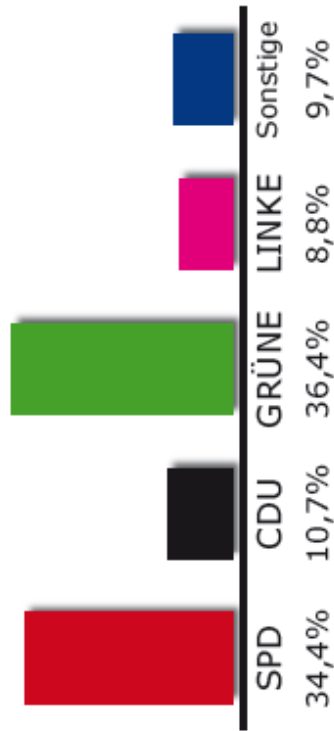


Anzahl der Wahlberechtigten	2.504
Anzahl der Wählenden	2.146
Wahlbeteiligung	85,9%
Ungültige Stimmzettel	68
Abgegebene Stimmen	30.391

Von den gültigen Stimmen
nach neuem 5-Stimmen-Wahlrecht entfallen:

Partei	Anzahl der Stimmen	Anteil in Prozent
SPD	3.038	29,2%
CDU	1.083	10,4%
GRÜNE	3.864	37,2%
LINKE	476	4,6%
FDP	289	2,8%
BW	264	2,5%
B+B	59	0,6%
BIP	91	0,9%
Für Bremerhaven	151	1,5%
NPD	403	3,9%
PIRATEN	562	5,4%
PdB	45	0,4%
RRP	66	0,6%

Endergebnis Beiratswahlen

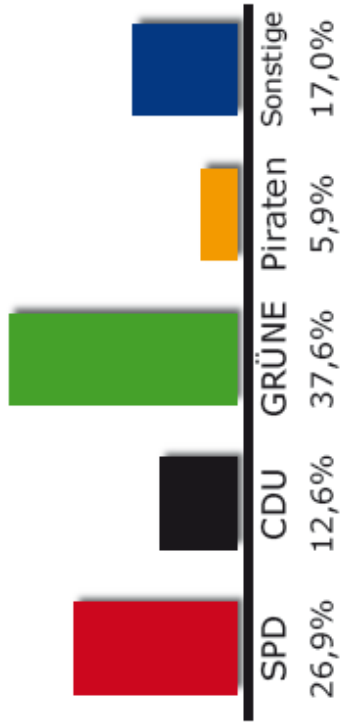


Anzahl der Wahlberechtigten	8.765
Anzahl der Wählenden	7.051
Wahlbeteiligung	80,4%
Davon ungültig	341
Stimmen insgesamt	33.166

Von den gültigen Stimmen
nach neuem 5-Stimmen-Wahlrecht entfielen:

Partei	Anzahl der Stimmen	Anteil in Prozent
SPD	11.416	34,4%
CDU	3.538	10,6%
GRÜNE	12.083	36,4%
LINKE	2.910	8,8%
FDP	1.070	3,2%
BIW	490	1,5%
B+B	237	0,7%
BIP	15	0,0%
NPD	481	1,4%
PIRATEN	696	2,1%
RRP	131	0,4%
Die Konservativen	44	0,1%
BIG	55	0,2%

Endergebnis Stadtverordnetenversammlung



Anzahl der Wahlberechtigten	2.541
Anzahl der Wählenden	2.161
Wahlbeteiligung	85,0%
Davon ungültig	44
Stimmen insgesamt	10.416

Von den gültigen Stimmen
nach neuem 5-Stimmen-Wahlrecht entfielen:

Partei	Anzahl der Stimmen	Anteil in Prozent
SPD	2.800	26,9%
CDU	1.312	12,6%
GRÜNE	3.917	37,6%
LINKE	414	4,0%
FDP	340	3,3%
BIW	271	2,6%
B+B	93	0,9%
Für Bremerhaven	451	1,4%
NPD	398	3,8%
PIRATEN	618	5,9%
PdB	39	0,4%
RRP	63	0,6%