



Pause

LIVE - Event zum Wahlkampfauftakt!


**EUROPA
NEU DENKEN!**



Infostandschulung Live!
Im Kreis Gießen, direkt an der Autobahn A45
Samstag der 20.04.2024 - 10-15 Uhr
Anmeldung unter afd-gi.ac-page.com/iss Hessen

TEAMSCHULZ 

AfD 
**Kreisverband
Gießen**

Pohlheim, 20. März 2024
Landesverband Hessen

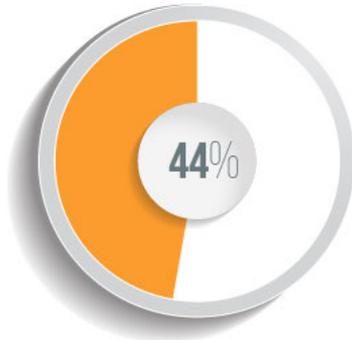
Schulung Infostand

Exklusiv für aktive AfD-Repräsentanten

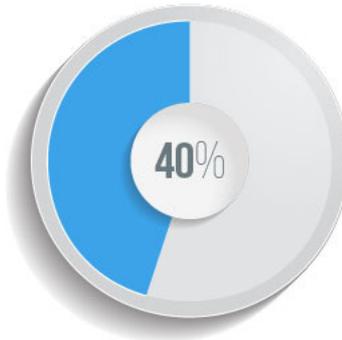
**Kreisverband
Gießen**



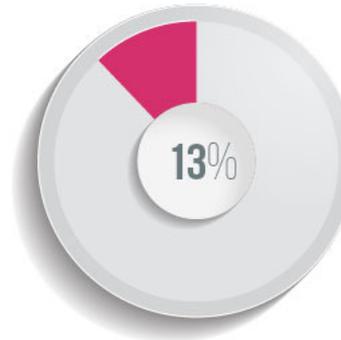
Wahrnehmung von Präsentationen



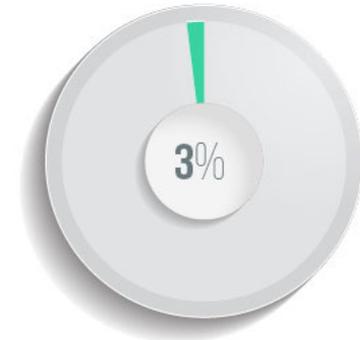
langweilig



einschläfernd



okay



begeisternd





Handys stumm schalten

Pausenzeiten einhalten



**Keine politisch-
inhaltlichen Diskussionen**

Nicht mitschreiben

**Marketing
Marke
CI**

**Infostand:
Regeln
Planung
Besetzung**

**Kommunikation/
Verhalten
Mensch/Material**

**Werkzeuge und
Übungen:**



**Pausen
Essen
Trinken
Rauchen**

**Fragen und
Austausch
erwünscht

Hausaufgaben**



**WERDEN SIE PROFI AM INFOSTAND DER
ALTERNATIVE FÜR DEUTSCHLAND**

INFOSTAND-SCHULUNG ONLINE



Anmeldung

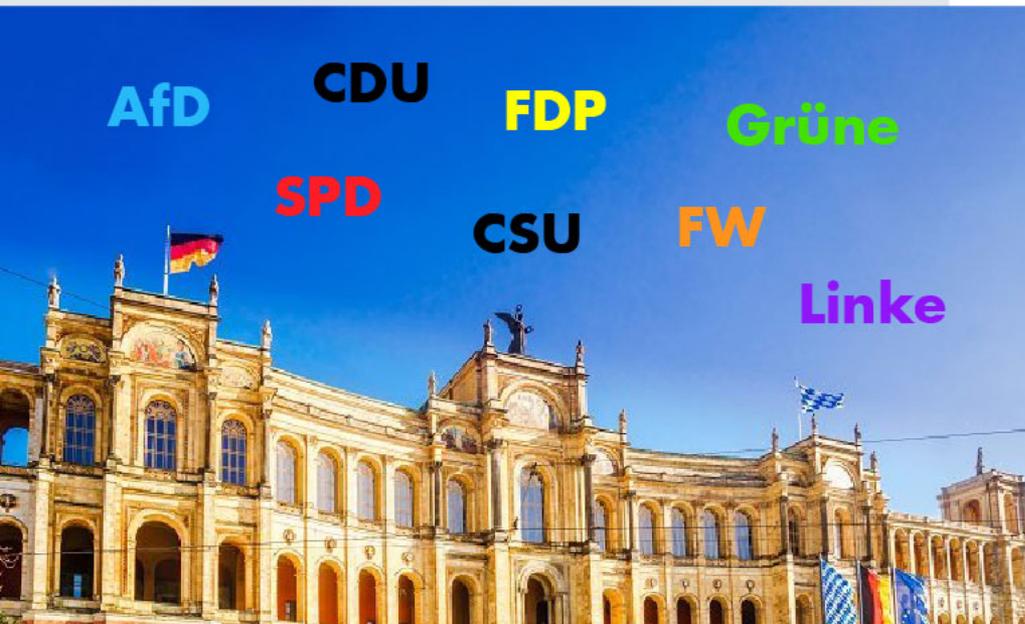
Selbstlernkurs.
Wann immer es
Ihre Zeit erlaubt.



afd-digital.org



Unternehmen und Parteien: Sooo verschieden?



Führung

Strategie • Kommunikation • Kultur • Werte

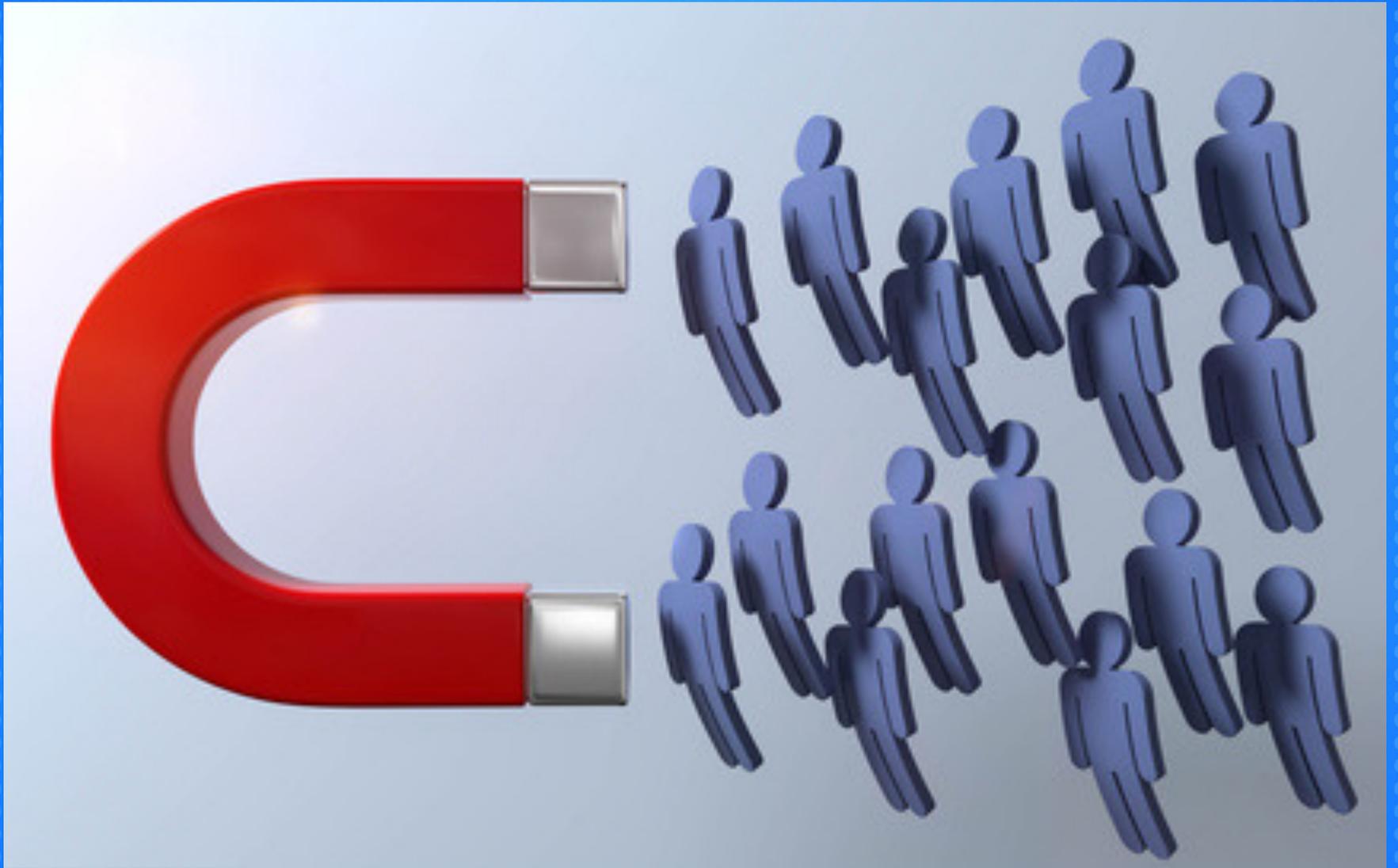
Personal

Finanzen
•
Buchhaltung
•
Controlling
•
Regulierung

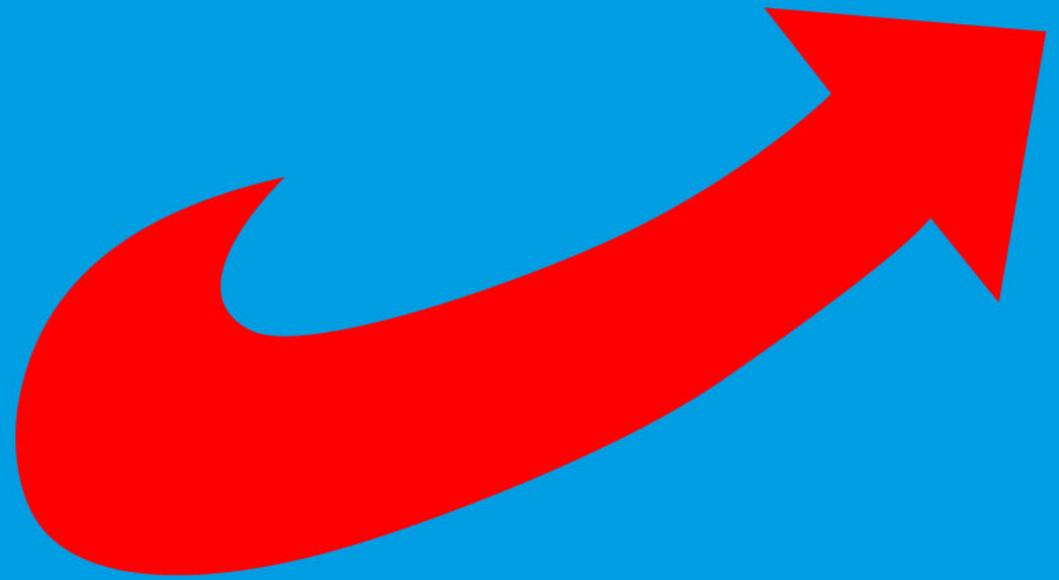
Organisation
•
Admin
•
Einkauf
•
Prozesse

Markt
•
Produkt
•
Service
•
Kunde

Regeln und Abhängigkeiten



wow!





Alternative

für

Deutschland



Alternative

**für
Deutschland**

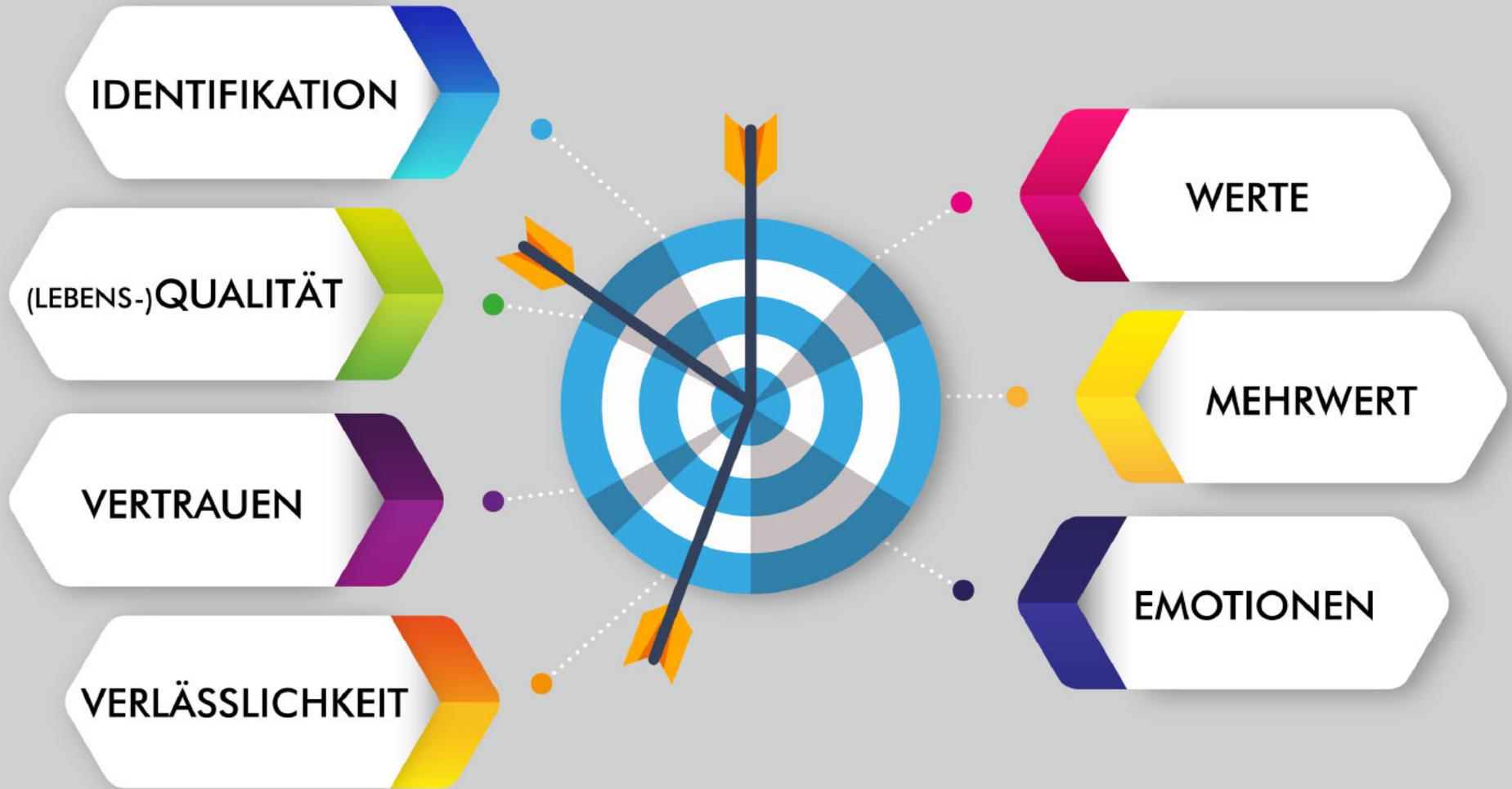
KREISVERBAND GIESSEN

Marke

Marke

MARKE

© Thomas Eberwein





DIE LINKE.

Freie
Demokraten
FDP



Alternative
für
Deutschland

CDU



Frisch und frei.

Das neue Erscheinungsbild der Alternative.
Stand Februar 2022.



<https://www.afd.de/erscheinungsbild/>



ÜBER UNS

MEHR VON UNS

MITGLIEDER

PRESSE

SPENDEN



Unser Erscheinungsbild

EINZIGARTIG | EINDEUTIG | EINHEITLICH

Mit seinen klar definierten Elementen (Logos, Farben, Schriften, Sprache...) und deren Zusammenspiel transportiert unser Erscheinungsbild Botschaften und Werte, die uns Einzigartigkeit verleihen und eindeutig von unseren Wettbewerbern unterscheiden.

Nur wenn wir uns einheitlich an die Richtlinien halten, kann erfolgreiche Kommunikation in der Öffentlichkeit gelingen.

Frisch und frei.

Das neue Erscheinungsbild der Alternative.
Stand Juni 2021.



WEB | PDF 1 MB

DRUCK | PDF 4 MB

Grafische Elemente



LOGO BLAU | ZIP 167 KB



LOGO WEISS | ZIP 141 KB



LOGO GRAU | ZIP 109 KB



LOGO SW | ZIP 109 KB

Das Logo

Unser Logo hat sich im Laufe der letzten Jahre etabliert. Aufgrund dessen haben wir es bei der Weiterentwicklung des Erscheinungsbildes nicht verändert.

Bis auf die Optimierung der Farbwerte.

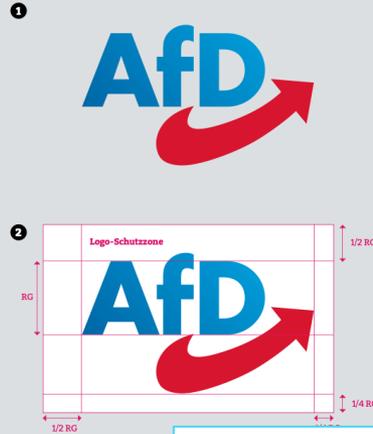
Um den neuen Sehgewohnheiten und Anwendungen Rechnung zu tragen und dem Logo einen etwas frischeren Ausdruck zu verleihen, haben wir die Farbtöne durch Farbverläufe ersetzt.

1 Die hellblaue „Wortmarke“ ist nun als Farbverlauf angelegt.

2 Logo-Schutzzone
Damit das Logo immer prominent auf dem Format steht und nicht mit anderen Elementen in Konflikt gerät, gibt es um das Logo herum eine Schutzzone.

Hierbei richtet sich alles nach der Versalhöhe der Wortmarke: RG (Rastergröße).

Rechts und oben müssen andere grafische Elemente $\frac{1}{2}$ RG Abstand halten. Links und unten jeweils $\frac{1}{4}$ RG.

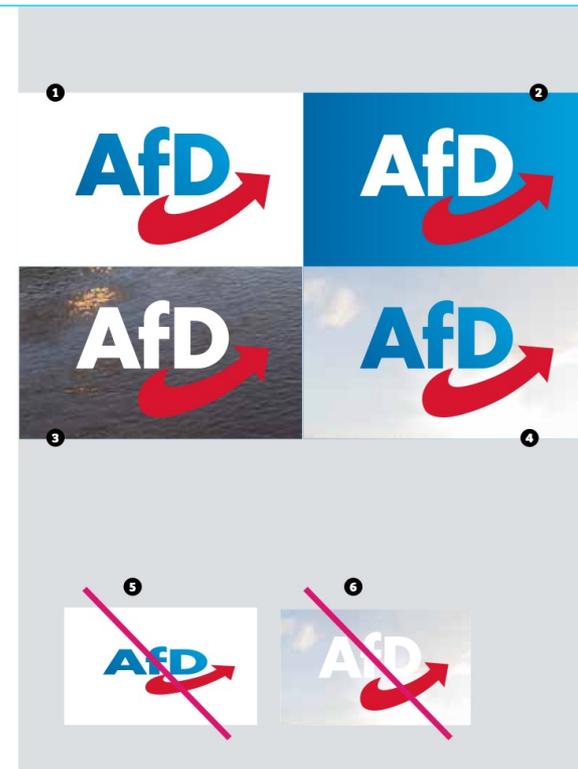


Das Logo in der Anwendung

Unser Logo muss in verschiedenen Anwendungsfällen funktionieren. Dafür wurden entsprechende Versionen angelegt, die im jeweiligen Fall verwendet werden müssen.

- 1** Wenn das Logo vor weißem Hintergrund steht, wird die Version mit blauer Wortmarke verwendet.
- 2** Wenn das Logo vor blauem Hintergrund steht, wird die Version mit weißer Wortmarke verwendet.
- 3** Wenn das Logo vor dunklem Foto-Hintergrund steht, wird die Version mit weißer Wortmarke verwendet.
- 4** Wenn das Logo vor hellem Foto-Hintergrund steht, wird die Version mit blauer Wortmarke verwendet.

- 5** Unzulässig ist eine Stauchung des Logos, egal in welcher Achse.
- 6** Auf die Kontrastverhältnisse ist immer zu achten.



**HESSSEN
KANN'S!**
UNSER LANDTAGSWAHLPROGRAMM 2023 - KURZFOR
www.afd-h



**WIR SCHÜTZEN SIE
UND IHR EIGENTUM
VOR DEN GRÜNEN!**



HESSSEN KANN'S!

**DIE CDU REGIERT
MIT DEN
GRÜNEN!!!**



**GRENZ-
KONTROLLE
STATT HEIZUNGS-
KONTROLLE**



HESSSEN KANN'S!

**AUF-
NAHME
STOPP!
ILLEGALE
ABSCHIEBEN!**



HESSSEN KANN'S!

**FRIEDEN
IN EUROPA**



**KERN-
ENERGIE
WEITER
NUTZEN!**



HESSSEN KANN'S!

HESSSEN KANN'S!





Alternative

für
Deutschland

DIE WELTWOCH



«Kultur ist das Vorfeld des Politischen»: Kommunikationsstratege Renner.

Der Mann, der die AfD erfand

< >

Martin Renner gab der erfolgreichen deutschen Oppositionspartei **Namen und Logo**. Ohne ihn wäre aus dem einstigen Professorenklub nie eine politische Kraft geworden. Wie sieht er sein Werk heute?

Weltwoche vom 22.2.24

SCHAUFENSTER



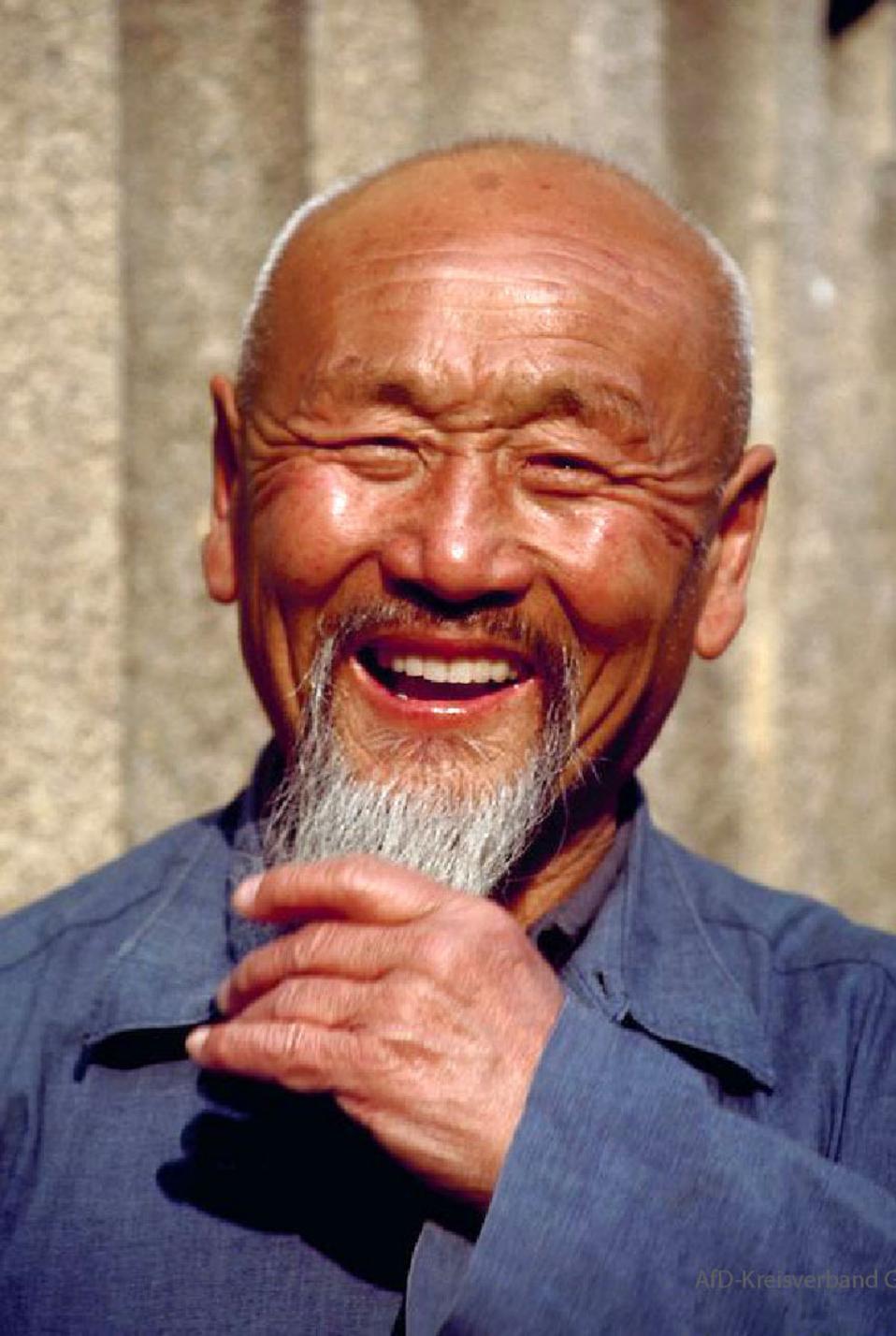
Bei uns entstehen aus steinernen Dächern lebendige Oaseninseln.

Wir sitzen
auf
Laternen.

Die
Zukunft
kann
hft m
rten

Bei uns entsteht
ein neues
Leben.





Alte chinesische Weisheit:

**„Du sollst nur
ein Geschäft aufmachen,
wenn Du ein lachendes
Gesicht hast“**

Ziele Infostand



Ziele Infostand



- Präsenz und Gesicht zeigen ... Duftmarken setzen
- Flyer, Broschüren und Werbemittel überreichen
- Informieren - Fragen beantworten - Gespräche führen
- Fremdwähler umberaten ... Nichtwähler gewinnen
- Eigene Wähler bestärken
- Interessenten finden ... Mitglieder gewinnen



Vorbereitung: Wann? Wie? Wo?



Frequenz:

Wann:

Wo:

Anlässe:

Fixtermine:

Themen:



Vorbereitung: Wann? Wie? Wo?



Frequenz: Regelmäßig und verlässlich

Wann: Auch in Nichtwahljahren

Wo: Fußgängerzonen, Supermärkte, Bürgersteige (...)

Anlässe: Regionale Feste, Messen, Ausstellungen,
bevorstehende AfD - Veranstaltungen

Fixtermine: Muttertag, Advent, Winteranfang, Sommeranfang (...)

Themen: Aktuelles; Schwerpunkte mit Experten vor Ort;
Ereignisgesteuert



**REGELN BEACHTEN. Sonst drohen
Chaos und BLAMAGE.**





Feinplanung



Vorstandskonsens:

Einigung auf Konzept: KEINE EIGENMÄCHTIGKEIT

Termine:

Fest einplanen durch den Vorstand und Infostand-Teams

Verantwortung:

Definition eines Verantwortlichen plus Stellvertreter

Vorarbeit:

Genehmigungen einholen, Plätze sichten und „buchen“
Mitglieder und Interessenten informieren

Standverantwortlicher agiert als:

- Organisator
- Anmelder
- Ansprechpartner für Ordnungsamt
Polizei, Presse

Einsatzfähigkeit herstellen:

- Standpersonal & Teams definieren
- Material „Hardware“ parat haben
- „Software“ = Flyer und Werbemittel

Infostand intern bewerben und um Teilnahme bitten

Kernteam festlegen

Auf Basisteam vertrauen

Gelegenheitsbetreuer einbinden



Rechtliches



Ein Infostand ist i.d.R. anmeldepflichtig.

Es ist vorher zu klären, ob es sich bei dem gewählten Ort um **öffentlichen** Raum oder **Privateigentum** handelt.

Grundsätzlich muss eine Aktion, die im öffentlichen Raum (z.B. in der Fußgängerzone) stattfindet und von mehr als zwei Personen durchgeführt wird, als **„Versammlung unter freiem Himmel“** beim **Ordnungsamt** angemeldet werden. Das beinhaltet alles von der Großdemo bis zum ‚Flyern‘ **ab drei Personen**. (Achtung: Lokale Regeln beachten / Auflagen)

Verteilaktionen/Infostände in **privaten Räumen** oder auf **privatem Grund**, wie z.B. in der Schule, der Uni, vor dem Supermarkt müssen vom **Eigentümer** oder demjenigen, der das **Hausrecht** hat, **genehmigt werden**. Niemals ohne eine **schriftliche Genehmigung** agieren (Beweisfunktion).



Anmeldung und Genehmigung im öffentlichen Raum:

Für eine sogenannte „Sondernutzung“ des öffentlichen Raumes durch einen Infostand wird eine Genehmigung gefordert.

Die Genehmigung kann entgeltlich sein. Sie ist als Dokument am Stand bereitzuhalten.

Anmeldung bei zuständiger Behörde (je nach Ort: Ordnungsamt, Rathaus, Polizei)
mindestens 2 Wochen vorher (vor Ort erkundigen, Anruf genügt)

Es reicht eine formlose, schriftliche Anmeldung, manchmal gibt es aber auch Formulare.
Die Genehmigung kommt als Amtsverfügung per Papier oder elektronisch per Mail.





Beantragung einer Sondernutzung; Details:

- Veranstalter mit Anschrift (Einzelperson oder Organisation)
- Ansprechpartner
- Aktions-Platz (oder Weg bei einem Umzug)
- Datum, Zeit und Dauer (eher großzügig bemessen)
- Thema (eher allgemein halten, nicht zu präzise)
- Versammlungsleiter (muss volljährig und dauernd anwesend sein) mit kompletter Anschrift und Telefonnummer.

Tipp:

Einen Vertreter angeben (für Krankheits- oder Verhinderungsfall)





Rechtliches



Es gibt sehr gute Leitfäden für Versammlungsrecht bei linken „Aktivisten“



Anmeldung einer öffentlichen Versammlung unter freiem Himmel

Bitte ausgefüllt und unterschrieben zurücksenden an:

Oberbürgermeisterin der Stadt Giessen
Ordnungsamt
-Ordnungs- und Gewerbeabteilung-
Berliner Platz 1
35390 Giessen

Für Rückfragen:
Sachbearbeiter
Dirk Drobos
Telefon
0641 306-2406
E-Mail
ordnungsamt@giessen.de

Zimmer-Nr.
01-114
Telefax
0641 306-2403

Die Angaben der mit * gekennzeichneten Felder werden für die Bearbeitung der Anmeldung dringend benötigt.

Anmeldende Person/ggfls. Institution	
Institution:	
Name, Vorname/-n:*	
Straße, Haus-Nr.:	
PLZ, Ort:*	
Telefon-Nr.:*	E-Mail:

Gegenstand der Versammlung gemäß § 14 Versammlungsgesetz *	

Art der Versammlung* (bitte ankreuzen und Datum und Uhrzeit angeben)				
<input type="checkbox"/> Aufzug	Datum:	Uhrzeit: von	bis	Uhr
<input type="checkbox"/> Aufzug mit Kundgebung	Datum:	Uhrzeit: von	bis	Uhr
Kundgebungsorte	Uhrzeit		voraussichtliche Teilnehmerzahl	
	von		bis	

Streckenverlauf des Aufzuges:

Lediglich Kundgebung			
Datum	Uhrzeit		voraussichtliche Teilnehmerzahl
	von		bis

Ort der Kundgebung:

HANDBUCH VERSAMMLUNGS- RECHT

Eine praxisorientierte Betrachtung
für Veranstalter und Versammlungsleiter

GELÖSCHT ..
aber gerettet ☺
https://mobit.org/Material/Handbuch_Versammlungsrecht.pdf

wow!



Es wird ernst.



AfD-Kreisverband Gießen; © Uwe Schulz



Es wird ernst.



Logistik: Trockenübung ... vertraut machen mit Standutensilien, insbesondere Zelt / Pavillon ... **Keine Blamage beim Auf- und Abbau**
DAS PRÄSENTIEREN DER AfD BEGINNT BEIM AUFBAU

Pünktlich: Genauer Treffpunkt / Uhrzeit Aufbau UND Abbau
Standverantwortliche bei Aufbau bis Ende vor Ort

**Team-
besetzung:** **Schichtbetrieb: Feste Dienstzeiten erhöhen die Motivation**
Nicht weniger als 4 Personen ... Rollenverteilung klären

1. **Kommunikative Mitglieder:**
Direktansprache und Flyerverteilung (erste Reihe)
2. **Zurückhaltende Mitglieder:**
„Augen auf“, Ausgabe von Werbemitteln, „Back Office“.
3. **Ggf. Experten vor Ort haben oder örtliche Mandatsträger**

Führungsaufgabe: Motivation & Vertrauen erzeugen



Die verbalen Attacken, mit denen unser „Personal“ konfrontiert wird, können hart sein. Argumentative Widerstände bewältigen zu können, erscheint für viele von uns aussichtslos.

ABER:

Vertrauen und Teamgeist sowie die perfekte Organisation „retten alles“ ...
oder „vieles“ 😊

Die richtige Geisteshaltung verinnerlichen:

- **Wir sind die Guten – Raus aus der Opferrolle**
- **Unsere Ideale müssen siegen**
- **Unsere Argumente sind die Richtigen**

- **Wir sind es, die Lösungen erarbeiten und vermitteln**
- **Wir stehen für eine sichere und lebenswerte Heimat**
- **Wir sind die einzige Opposition in Deutschland**



Material und Ausstattung



Wir sind die Alternative. Unser Corporate Design.

Gestaltungs-Richtlinie für Druckerzeugnisse und Onlinemedien.
Leitfaden für Erstellung unserer Werbemittel.



Alternative
für
Deutschland

Wir sind die Alternative.



Alternative
für
Deutschland

ORGANISATION

IST ALLES.

OHNE

ORGANISATION

IST ALLES NICHTS.

Material und Ausstattung



Material und Ausstattung



Material und Ausstattung



Pavillon

(Gewichte, Kabelbinder)

Sonnenschirm

Stehtisch mit Husse

Messtheke

Transportboxen

Displays für Flyer

Flyer/Broschüren/Programme

Mitgliedsanträge

Kontaktzettel

Streuartikel & Aufkleber

Plakate & Banner & Deko

Werkzeug

Zange, Teppichmesser, Klebeband,
Schere, Gummiringe, Beschwerer

Verbandszeug

Sonstiges:

Zewarolle/Kleenex,
Feuchttücher, Handdesinfektion,
Regenschirme, (Aschenbecher),
Mülltüten, Kabelbinder

Klemmbretter

Kulis & Blöcke & Visitenkarten

Wasser und Kleinverpflegung



Kleine Geschenke ...



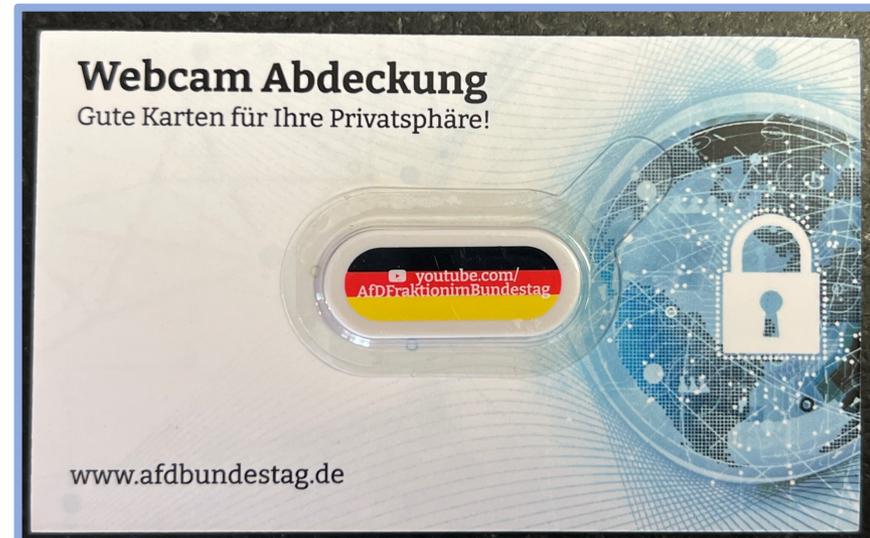
... erhalten die Freundschaft ...



“Give Aways“ ... Ideen haben !



Mal n'en Euro mehr investieren !



Mal n'en Euro mehr investieren !

(LTW-Kampagne 2023, Sandra Weegels, MdL, KV GI)



Der Infostand ist keine Resterampe. Nur aktuelles Material an der Front



Umgang mit „Fremd-Material“



24 Stunden
täglich auf Sendung

Das einzigartige, unabhängige
liberal-konservative Radio
für alle deutschsprachigen Länder

- : Nachrichten zur vollen Stunde
- : Täglich aktuelles Info-Magazin
- : Politische Diskussionen
- : Literarische Lesungen
- : Wissenschaftliche Vorträge
- : Talkshows und Comedy
- : Fachsendungen zu Wirtschaft, Ernährung, Recht
- : Sonntagsgottesdienst
- : Musikstunde

Live im Internet
www.kontrafunk.radio
oder in der App



Fühlen Sie sich
einseitig informiert?

ALTERNATIVE MEDIEN
UMSETZIG



Umgang mit „Fremd-Material“



Nochmal: Aufkleber – Eigen und „Guerilla“!

Wir haben das
GRÜNE
„Wirtschaftswunder“ satt!

Ihr **nehmt uns die**
ENERGIE

Ihr **zerstört unsere**
NATUR

Ihr **vernichtet unser**
ERSPARTES

TEAMSCHULZ



Nochmal: Aufkleber – Eigen und „Guerilla“!

GRÜNE FLASCHEN
gehören hier hinein
und nicht in den
BUNDESTAG!

VERPISST EUCH!
GRÜNE

Ihr nehmt uns die **ENERGIE**
Ihr zerstört unsere **NATUR**
Ihr vernichtet unser **ERSPARES**

VERPISST EUCH!
GRÜNE

Ihr nehmt uns die **ENERGIE**
Ihr zerstört unsere **NATUR**
Ihr vernichtet unser **ERSPARES**

Eure Heimat
wird **NICHT** Deutschland sein!

Unsere Kultur

ist keine Ramschware!

DANN LASS DICH DOCH IMPFEN ...

DU DUMME SAU!

SPD
Inflation & Armut

1923 Jubiläum 2023

Regierungstradition
Alle 100 Jahre wieder!

© AIO Gießen und Vogelsberg

BOOSTER-ABO
NÄCHSTER QUARTALS-SCHUSS

11:03

HEIMATSCHUTZ
STATT
MUNDSCHUTZ!

JUNGE ALTERNATIVE

AfD ist tragbar!



Neues wagen ... Kunden locken





Pause

Phasen zum Erfolg: AIDA



A ATTENTION

Wahrnehmungsphase
Zugang zu Kunden finden und
generelle Aufmerksamkeit
erlangen

**Passant „droht“
mit Blickkontakt**

I INTEREST

Kontaktphase
Interesse für ein bestimmtes
Angebot wecken

**AfD'ler „droht“
mit Flyer und Ansprache**

D DESIRE

Informationsphase
Interesse des Kunden zum
Kaufbegehren steigen

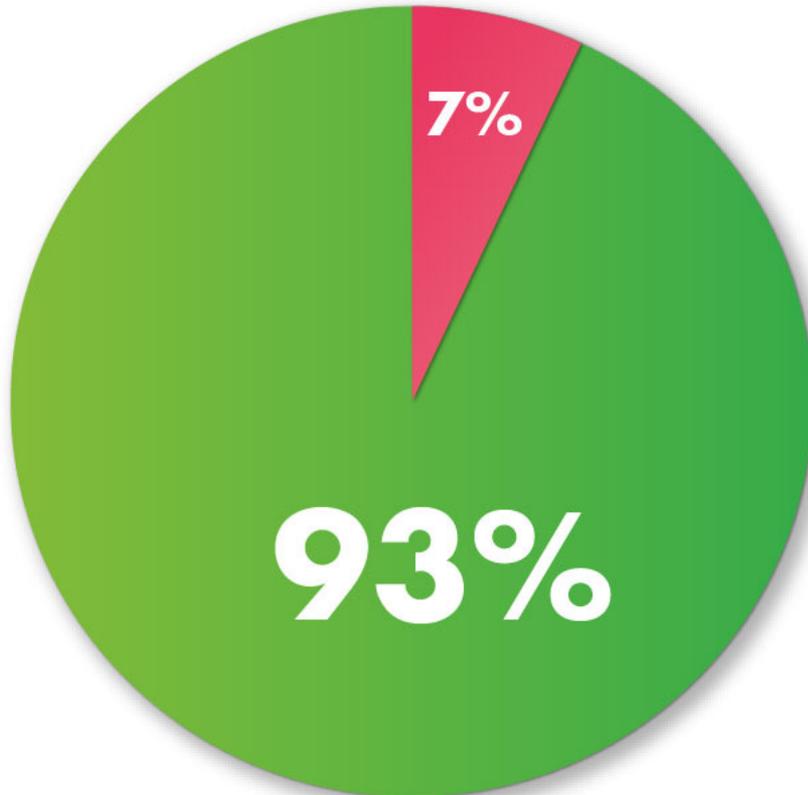
Kontakt und Gespräch

A ACTION

Vertrauensphase
Kaufabschluss herbeiführen
Admin-Phase

**Kontaktdaten austauschen
Einladung Stammtisch etc.
Interessent/Mitglied werden**

Der erste Eindruck zählt



Inhalt

Geschichte, Fakten, etc.

Körpersprache

Körperbau, Bewegung, Haltung, Gang, Gestik, Mimik

Kleidung

Qualität, Stilrichtung, Passform, Farbe

Sprache

Stimmhöhe, Klang, Modulation, Lautstärke, Dialekt, Wortwahl

Geruch

Parfüm, Körpergeruch

Für einen **ersten Eindruck** braucht es nur eine Zehntelsekunde – und er ist meist korrekt, wie Studien zeigen.

Wahrnehmungsphase Unsere Ausrüstung



„Hardware“:

Der ideale Infostand ... ist der gründlich Durchdachte, der saubere, ordentliche, nicht unbedingt der Teuerste, aber immer ausgestattet mit unseren Standelementen.

„Software“:

Die ideale Bestückung ... aktuelle Flyer, Sortiment netter Werbemittel, vor allem Saisonartikel („Vergissmeinnicht an Muttertag“) ... Zur Eigenwerbung des OV / KV: Broschüre mit eigenen KV-Daten und Adressen bereithalten

Erscheinungsbild des Infostandes:

Sauber und ordentlich, gut sortiert, alles im Corporate Design AfD-Regeln für Farben, Schriften etc. beachten.
KEINE Eigenkreationen des Standpersonals dulden.

Wahrnehmungsphase

WIR = Sie und ich





A

ATTENTION

**Wie Du kommst gegangen,
so wirst Du auch empfangen!**

A

ATTENTION



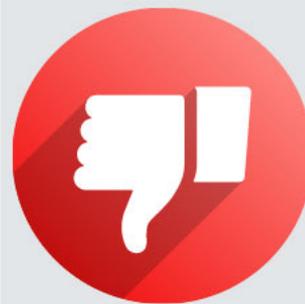
**Die größte
Modesünde
der Männer?**

A ATTENTION



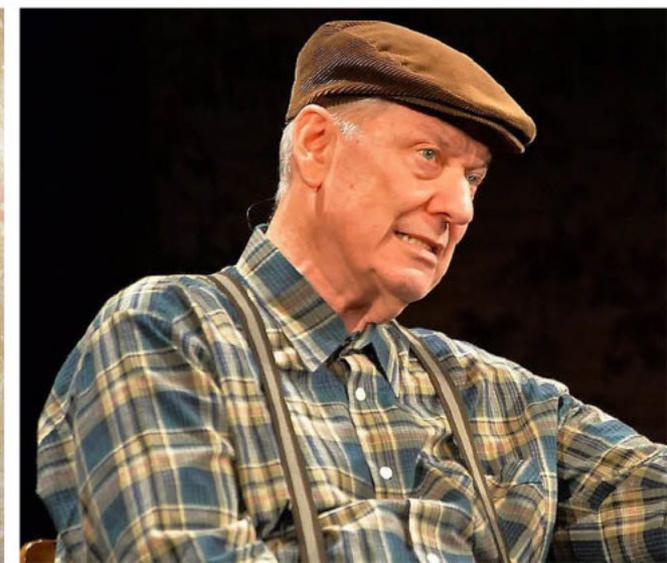
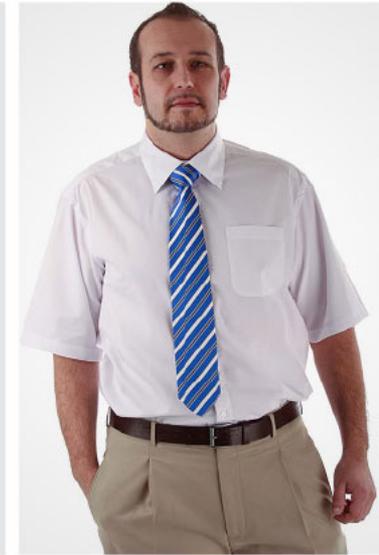
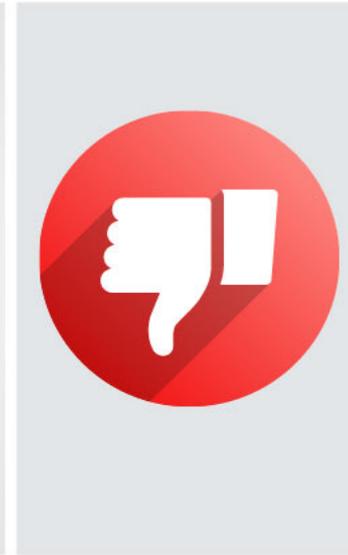
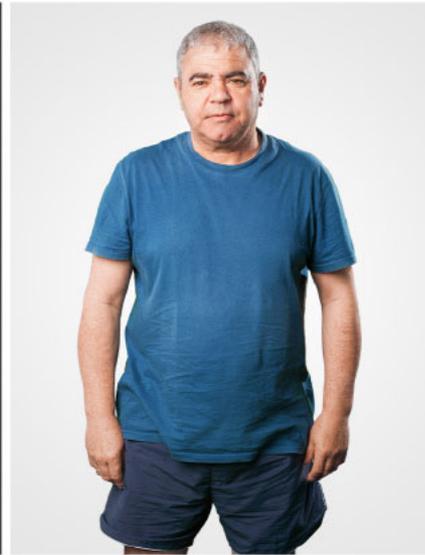
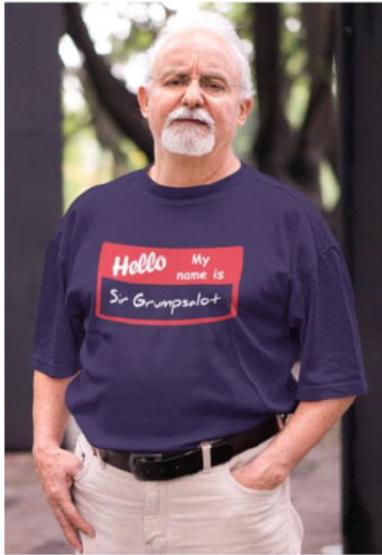


A ATTENTION



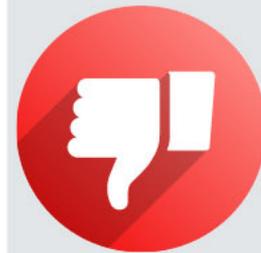


A ATTENTION





A ATTENTION



A

ATTENTION

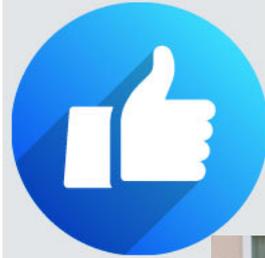


One is never over-dressed or underdressed with a Little Black Dress.

— *Karl Lagerfeld* —



A ATTENTION

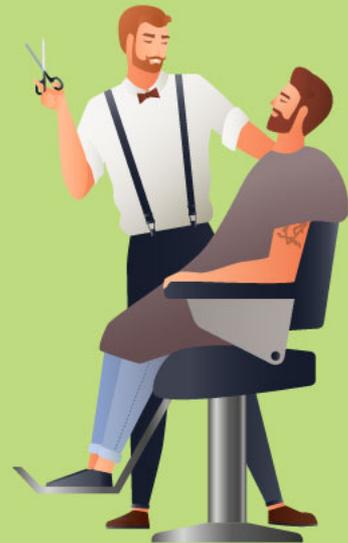
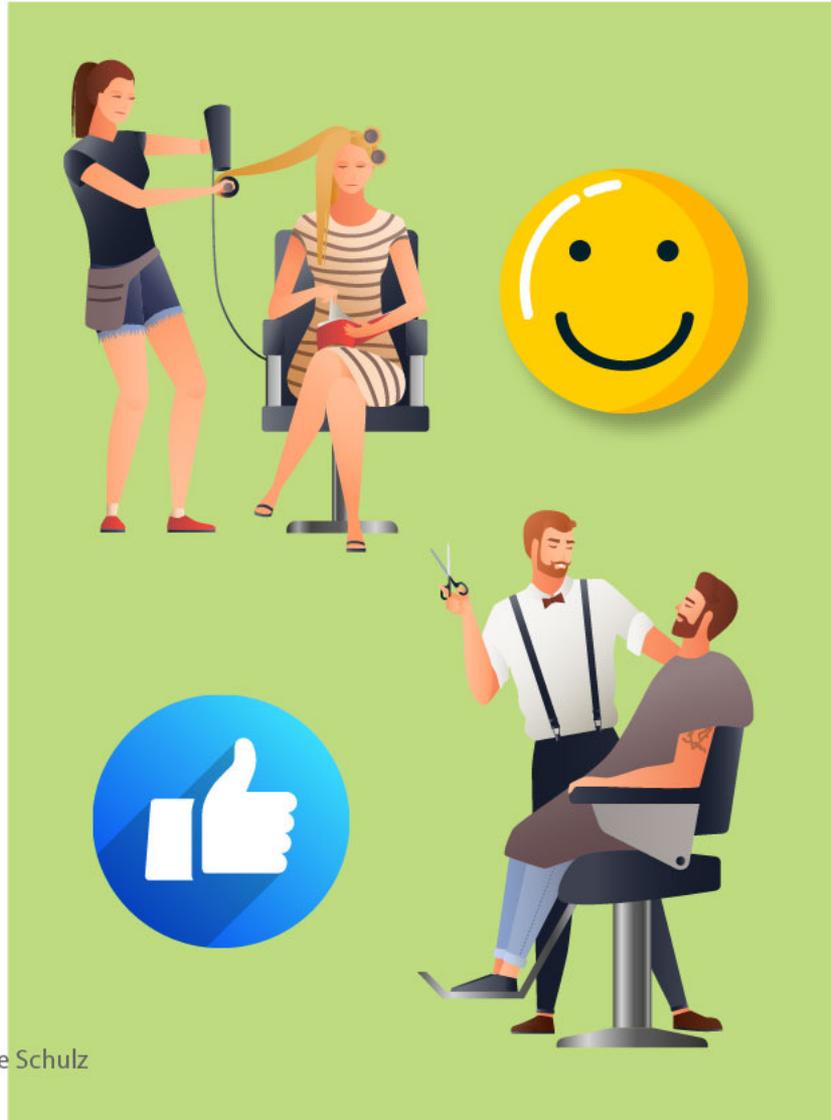




A ATTENTION



A ATTENTION



STAND ist nicht STRAND



Kurze Hosen

Kurze Röcke

Bermudas

Wander-Sandalen/

Adiletten & Co.

Farbenmix

Mustermix

T-Shirt

Abgetragene Pullover



Jeans mit Hemd

Jeans mit Sacco

Jeans mit

Turnschuhen/Sneakers

Röcke/Kleider > knielang

Anzug/Anzughose

Harmonisches Farbspiel

Harmonische Muster

Musterlose Krawatte





TYPGERECHT

*„Persönlichkeiten
überzeugen
Persönlichkeiten“*



Lese-Tip:
www.karrierebibel.de
Dress Codes

A

ATTENTION



- Wild gemusterte Hawaiihemden oder Kleidung mit lustigen Aufdrucken.
- Alles, was zu eng, zu kurz oder zu weit ausgeschnitten ist wie beispielsweise ein Muscle Shirt, Boxershorts.
- Vorsicht bei Accessoires wie Baseballcap, zu vielen Armbändern oder gar auffälligen Goldkettchen. Ebenfalls riskant: sichtbare Tattoos und Piercings.



- Ausgebeulte Hosen, bei Cordhosen und -anzügen: abgewetzter Cordstoff.
- Flipflops, Turnschuhe, Tennissocken.
- Ungeeignet außerdem Kleidung, die der Abendmode zugeordnet würde, also schwarze, dunkelgraue oder dunkelblaue Anzüge, Krawatten und Fliegen.



- Kleidung mit wilden Mustern oder Neonfarben, mit auffälligen Verzierungen, Schleifen oder Rüschen versehene Kleidungsstücke.
- Zu enge Kleidung, unter der sich alles abzeichnet, tief ausgeschnittene, durchsichtige oder bauchfreie Oberteile.
- So wie alles, das zu viel Haut zeigt, also: auf Muscle Shirt, Minirock und Hotpants verzichten.
- Ebenfalls ungeeignet: Alles, was einem Galaempfang vorbehalten wäre, wie ein langer Seiden-Hosenanzug, Cocktailkleid etc.



DER
HORROR-
SATZ
DES TAGES





Für den
ersten Eindruck
gibt es *keine*
zweite Chance.

Attention



Phasen zum Erfolg: AIDA



A ATTENTION

Wahrnehmungsphase
Zugang zu Kunden finden und
generelle Aufmerksamkeit
erlangen

**Passant „droht“
mit Blickkontakt**

I INTEREST

Kontaktphase
Interesse für ein bestimmtes
Angebot wecken

**AfD'ler „droht“
mit Flyer und Ansprache**

D DESIRE

Informationsphase
Interesse des Kunden zum
Kaufbegehren steigen

Kontakt und Gespräch

A ACTION

Vertrauensphase
Kaufabschluss herbeiführen
Admin-Phase

**Kontaktdaten austauschen
Einladung Stammtisch etc.
Interessent/Mitglied werden**

Kontaktphase: Cool – nicht kühl



Vorbereitung: Reden Sie sich vor dem Standdienst schon warm.
Seien Sie bereits in Gesprächslaune, wenn Sie zum Standplatz gehen.

Kontaktsätze Immer den Tagesgruß ... dann den sog. „Opener“

„Opener“: „Kennen Sie das Kommunal-Programm der AfD schon?“
„Kennen Sie die Haltung der AfD zum Thema X schon?“
„Darf ich Ihnen Infos der AfD mitgeben?“

Immer freundlich und menschennah bleiben. Auch dann, wenn unsere Ansichten durch den Bürger nicht geteilt werden. Und: Sprechen Sie nicht unflätig über andere Parteien und deren ‚*mieses, schäbiges, deutschlandhassendes*‘ Personal.

Bleiben Sie locker, ruhig und geduldig. Hören Sie gut zu – viele Menschen haben immer mehr das **Bedürfnis, sich „Luft“ zu machen.**



Kontaktphase: Wir sind anders!



Die Kern-BOTSCHAFT am Infostand und immer und überall:

Wir entsprechen nicht dem medial-vermittelten Bild

Bei Pöblern ... STÄRKE UND PROFESSIONALITÄT zeigen:

„Ich wünsche Ihnen **trotzdem** einen schönen Tag“.

ACHTUNG:

Unser Kürzel AfD ist leider teilweise „verbrannt“. Bitte **anstelle "AfD"** gerne unseren **ganzen Parteinamen** nutzen: **Alternative für Deutschland**

Wir **vermitteln Lösungen** für eine sichere und lebenswerte Heimat.

Wir **belehren** den Bürger **nicht**.

Wir **bieten** alternative **Konzepte** an.

Wir sind **nicht politisch korrekt**.

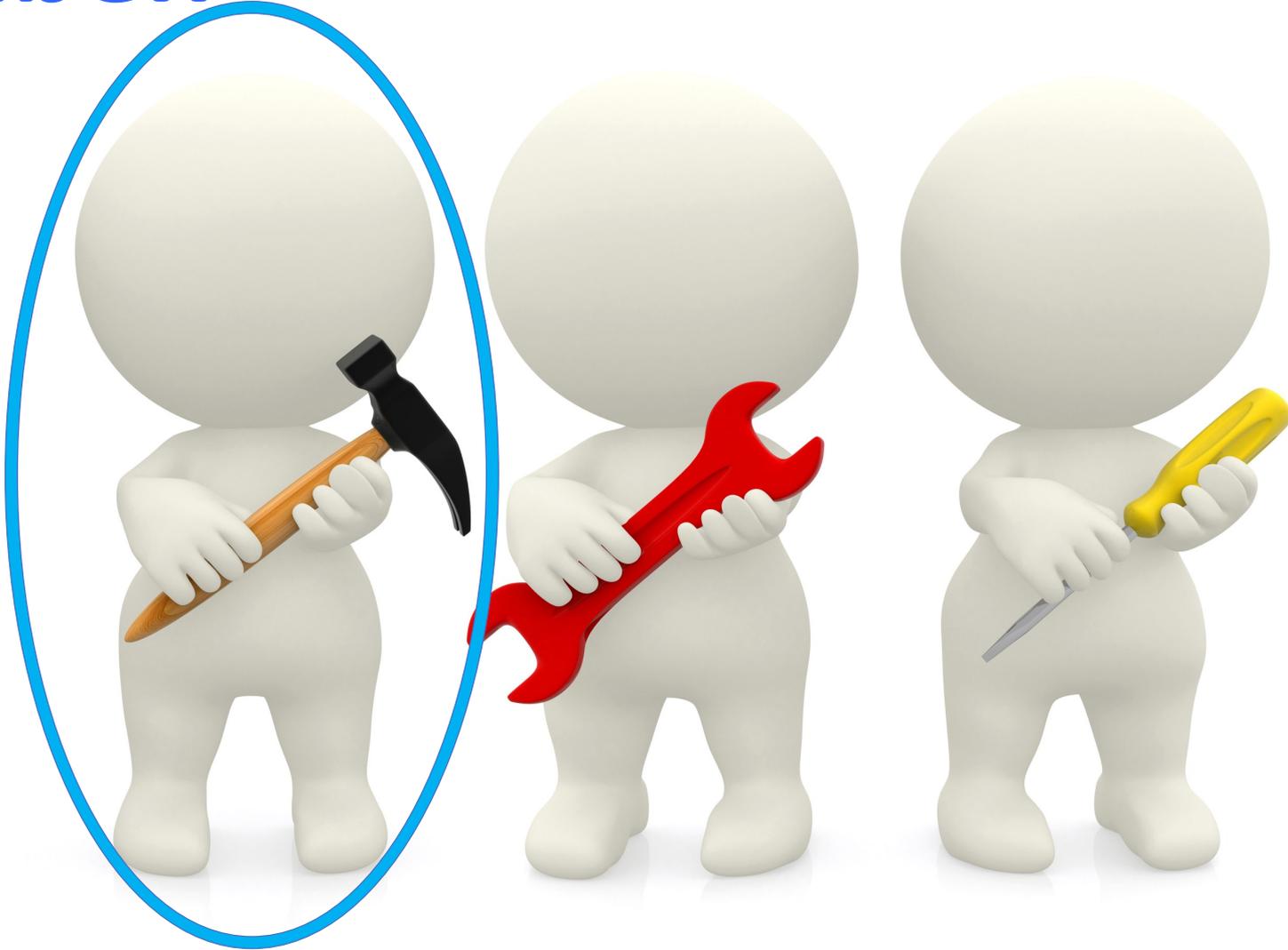
Wir treten **seriös** auf.



3 Werkzeuge unterschiedlicher Komplexität



Werkzeug 1: Fakten parat haben



ÜBUNG 1: Paarübung

Bildung von Zweier-Teams

Beide Partner stehen sich gegenüber

Partner A & Partner B festlegen



ÜBUNG 1.1.



Partner A: A ist AfD-Repräsentant am Infostand Fußgängerzone

**Partner A schildert dem Passanten B
die 5 wesentlichen Gründe, AfD zu wählen**

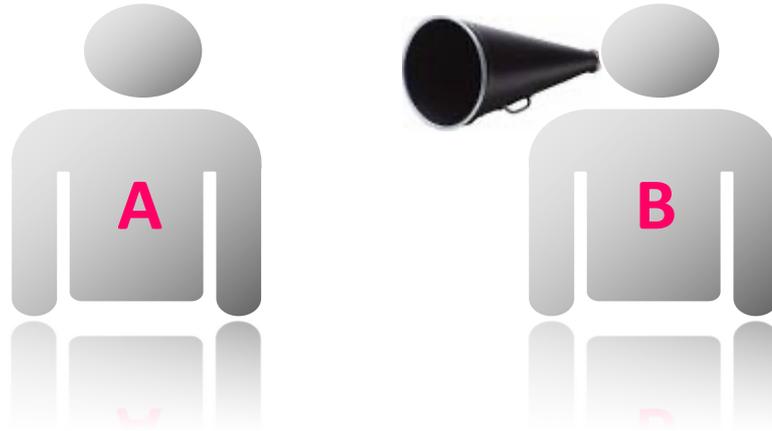
Partner B: B ist Passant in der Fußgängerzone / Gast am AfD-Stand
Hört zu

Dauer: 2 Minuten.

Auswertung Übung 1.1.:

5 wesentliche Gründe, die AfD zu wählen

ÜBUNG 1.2.



Partner B: B ist AfD-Repräsentant am Infostand Fußgängerzone

Partner B schildert dem Passanten A 5 persönliche Punkte, warum **ER SICH in der AfD engagiert**

Partner A: A ist Passant in der Fußgängerzone / Gast am AfD-Stand
Hört zu

Dauer: 2 Minuten.

Auswertung Übung 1.2.:

5 wesentliche Gründe für AfD-Engagement

DIE LÖSUNG

Sound Bites

(Werkzeug 1)



SOUND BITES



Was sind SOUND BITES?

- Ausgewählte, wohlüberlegte, verinnerlichte KURZ-AUSSAGEN
- Knackige Erfolgsmeldungen ... ZAHLEN-DATEN-FAKTEN der AfD

Wie sind sie formuliert?

- Aktuell aus dem Tagesgeschäft heraus
- Bildreich und prägnant
- Leicht zitierbar – kurz – brutal einfach

Was ist zu beachten?

- Sound Bites müssen wahr und real sein
- Sound Bites „leben“ und müssen immer wieder aktualisiert werden
- Sound Bites sind zur Steigerung der Authentizität durch den Nutzer sprachlich anzupassen (eigene Worte finden / eigenen Stil bewahren)

Sound Bites.



Warum Sound Bites?

- Wir verkaufen uns zu schlecht nach außen
- Erfolge bleiben verborgen
- Mangel an Spontaneität und Prägnanz, da wir Fakten und Argumente nicht immer parat haben.

Hat man Sound Bites definiert und verinnerlicht, ist man freier und gelassener in spontanen Diskussionen und selbstsicherer im Auftreten gegenüber allen anderen Personen (-gruppen)

- Sound Bites sind jederzeit einstreubar, universell verwendbar
- Sie müssen wahr und nachprüfbar sein
- Sie können „markig“ & auf den Nutzer sprachlich zugeschnitten sein

Sound Bites. Beispiele.



„Wir sind im Laufe von nur 6 Jahren in alle Landesparlamente eingezogen und ins Europaparlament“

„Auf kommunaler Ebene sind wir deutschlandweit mit X Mandats-trägern in Y Parlamenten vertreten“

„Wir sind die größte und einzige Oppositionspartei in Deutschland“

„Wir haben den Ausländerbeirat in die Schranken verwiesen. Sein Rückhalt bei den Altparteien geht immer mehr zurück“

„Wir haben mit unserer Resolution gegen Straßenbaubeiträge die Regierungskoalition gespalten und eine Mehrheit für uns erzeugt.“

„Wir haben im Kreistag 38 Anträge gestellt“

„Durch unseren Druck im Kreistag ist es gelungen, die Bahnstrecke „Lumdatal“ zu reaktivieren“

Hausaufgabe 1

SOUND BITES



5 bis 7
wissenswerte
Fakten zur AfD
... Bund
... Land
... KV / OV

5 bis 7
Fakten, die Erfolge
im örtlichen
Parlament
beschreiben
(alternativ Landtag
oder Bundestag)

5 bis 7
Fakten,
die beschreiben,
warum
Deutschland
die AfD braucht

Informationsverlust

Was wir behalten ...



Üben, Üben, Üben

**Sachverhalt kurz schriftlich aufbereiten
und verdichten**

**Mit diesem „Spickzettel“ Zuhause üben...
... im Stehen, laut, alleine !**

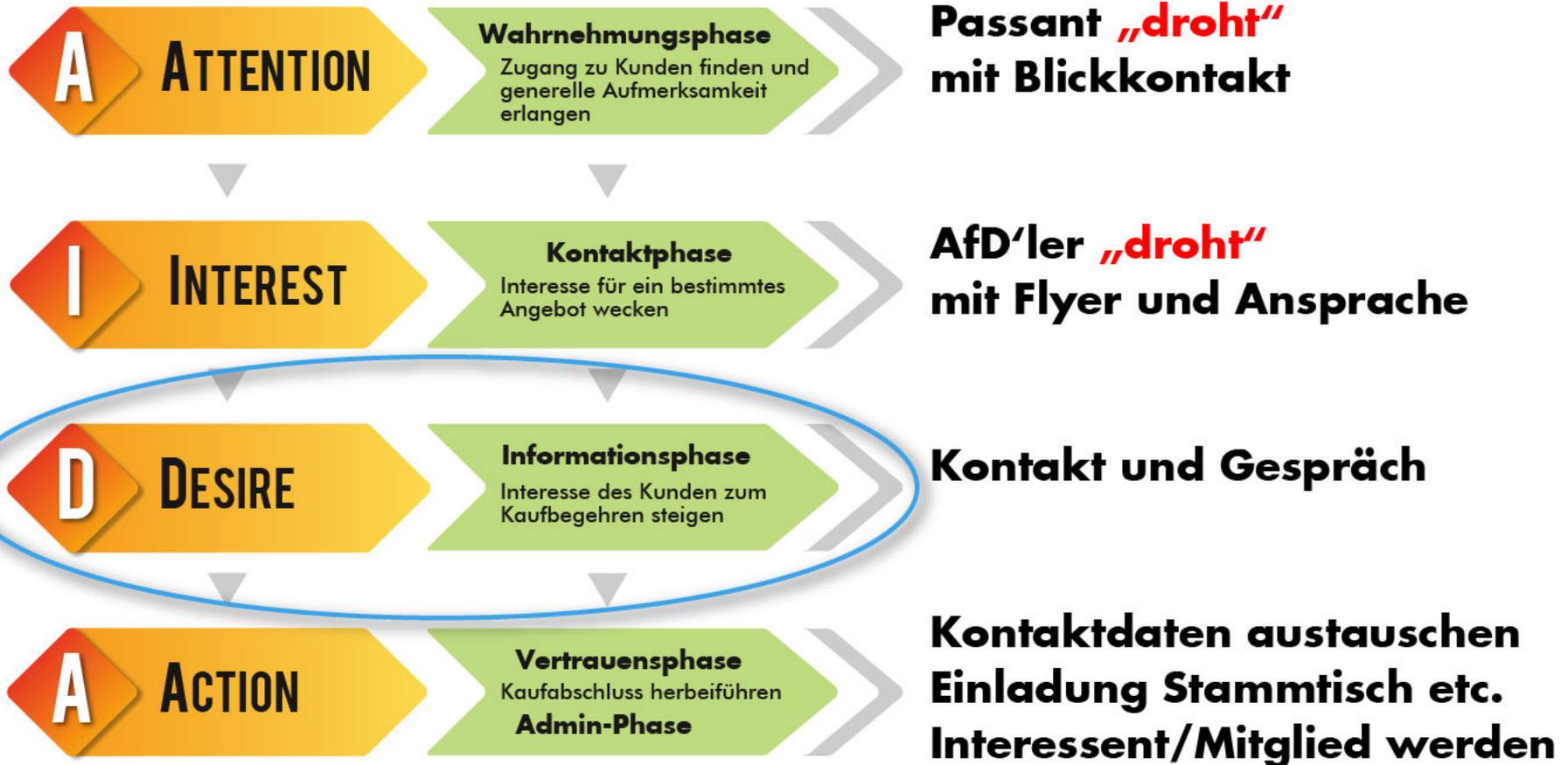
Später gerne einem Partner vortragen.





Pause

Phasen zum Erfolg: AIDA





Informationsphase: Keine Opfer



Wir haben Anstand und sind seriös.

Keine provokativen Anmerkungen und Unmut bei Ablehnung des Flyers zeigen.

Kein Nachrufen. Keine süffisanten Bemerkungen.

Bitte geben Sie Ihre persönlichen Ansichten nicht als Positionen der Partei aus.

Die AfD ist zu jedem Thema auskunftsfähig. Sollten Details abweichend innerhalb der Partei diskutiert werden, kann darauf hingewiesen werden.

▶▶▶ Sie repräsentieren die Partei, nicht sich selbst!

Raus aus der Opferrolle.

Darstellen, WAS WIE zu verändern ist. Wege und AfD-Strategien aufzeigen.

Informationsphase: Nichtwissen



Wenn Sie über ein Thema überhaupt nicht Bescheid wissen, sagen Sie es offen.

Schlagen Sie niemals im Parteiprogramm nach, das setzt Sie unter Druck und ist nicht überzeugend.

Übergeben Sie aktiv an einen Parteifreund, der mit Ihnen am Infostand ist und **mehr vom Thema versteht**. Wichtig ist, dass das Standpersonal die Leib-Und-Magen-Themen der anwesenden Kollegen kennt.

Wenn es keine Lösung gibt, Verweis auf die Internetauftritte bzw. Thema außerhalb des Gesprächs klären und **Rückruf zusichern** ... Das dient auch der Bindung, vielleicht wird der Fragende dann ja zum Interessenten!



Man kann nicht alles wissen.

Da hilft: PARETO

Weder berufliche Mandatsträger noch unsere geschätzten Freiwilligen, Aktiven und Eifrigen der Parteibasis überschauen alle Themen und sind immer und auf jedem Gebiet aussagefähig. Dafür dreht sich die Welt einfach zu schnell.

Hier hilft der Mut zur Lücke ... und das Pareto-Prinzip. Diese „80/20-Regel“ besagt, dass man mit nur 20 % der Arbeit 80 % der Resultate erzielt.

Das bedeutet konkret: Die jeweils relevanten und gesellschaftlich akut diskutierten Themen im Blick haben, sich in diese vertiefen (siehe unsere 3 Werkzeuge dazu) und dann mit einem guten Gefühl ins Gefecht mit den Kunden gehen!



WERDEN SIE PROFI AM INFOSTAND DER
ALTERNATIVE FÜR DEUTSCHLAND

INFOSTAND-SCHULUNG ONLINE



Anmeldung

Selbstlernkurs.
Wann immer es
Ihre Zeit erlaubt.



afd-digital.org

Lügen und Falschdarstellungen zur AfD



Uwe Schulz

Mitglied des Deutschen Bundestages
Wahlkreis 173 Gießen / Alsfeld

3. Auflage

Merksätze und Handlungsempfehlungen zur Kommunikation am Infostand



Erstellt durch das Team Uwe Schulz

#TEAMSCHULZ

Mit der Ampel in den Abgrund Deutschland 2023: Fakten statt Fake News

„Und ich hab ja auch ein ganz ordentliches Einkommen, deshalb gehöre ich ja nicht zu den Leuten, die jetzt immer auf den letzten... die also ganz genau bei jedem Preis hingucken.“

Bundeskanzler Scholz

„Was sind die Folgen für ein Land, das Hunderttausende Kilometer entfernt liegt?“

Außenministerin Baerbock

„Warum reagieren Ureinheimische so empfindlich, wenn sie ‚Kartoffel‘ genannt werden?“

Bundesbeauftragte für Antidiskriminierung Altmann

„Dann sind die nicht insolvent automatisch, aber sie hören vielleicht auf zu verkaufen.“

Wirtschaftsminister Habeck

„Unser Land wird sich ändern, und zwar drastisch. Und ich freue mich darauf.“

Vizepräsidentin des Bundestags Göring-Eckardt

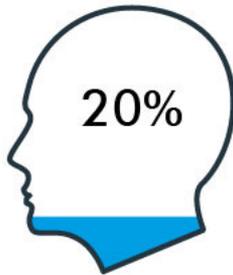


Informationsverlust

Was wir behalten ...



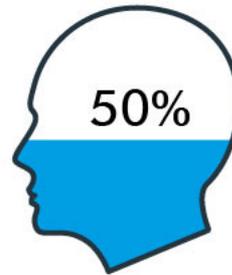
...von dem,
was wir
lesen.



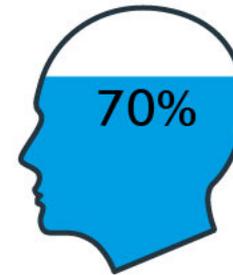
...von dem,
was wir
hören.



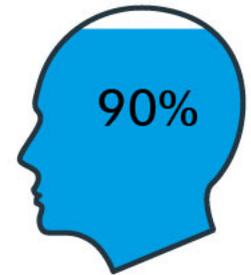
...von dem,
was wir
sehen.



...von dem,
was wir
hören
sehen.



...von dem,
was wir
selbst
sagen.



...von dem,
was wir
selbst tun.

VON NIXX KOMMT NIXX



Informationsphase: DAS geht gar nicht!



**! Weltkriege, Kriegsschuld, deutsche Grenzen, Ostgebiete !
! Deutschlands „Rechtsform“ bzw. unser rechtlicher Status !
! Vermeintliche „Spitzfindigkeiten“ aus dem Grundgesetz !**

**Wir diskutieren und bewerten diese Themen nicht
Geschichtsleugnern kein Forum geben**

**Nicht auf Diskussionen einlassen, sondern sich lohnens-
werten Kunden zuwenden**

*„Die Vergangenheit arbeiten wir auf, wenn wir die gegenwärtigen
Probleme gelöst haben!“*

*„Wir widmen uns der Gegenwart und der Zukunft,
nicht der Vergangenheit! Dafür haben wir keine Zeit.“*

Informationsphase: DAS geht gar nicht!



**Reichsbürger-Gedanken haben bei uns keinen Platz.
Diese Leute abwimmeln!**

„Wir leben in den Grenzen von 1989/90“

**„Deutschland ist keine GmbH und
der Kanzler kein GmbH-Geschäftsführer.“**

**„Wo die Wehrmacht siegreich war, interessiert nicht, denn
der 2. Weltkrieg ist vorüber und das
Hitler-Regime ist überwunden“**

„Unsere Verfassung ist das Grundgesetz!“

„Unsere Armee ist die Bundeswehr“



Informationsphase: Fokus (Neu-) Kunde



„Promis“ sowie Mandatsträger und Kandidaten von eigenen Leuten freihalten = Keine Belagerung durch eigene Leute.

Ja, ROTGRÜN ist schlimm, aber das muss man sich untereinander **nicht ständig neu erzählen**. Es ist auch davon auszugehen, dass die einschlägigen neuen Videos und Artikel **jedem Aktiven bekannt** sind. Nicht intern wiederkauen. Dafür haben wir keine Zeit.

******* Viele eigene Mitglieder am Stand symbolisieren hohe Besucherfrequenz und ziehen andere Menschen an. *******

Aber bitte keine Selbstbeschäftigung, keine ausgiebigen Privatgespräche innerhalb des Standpersonals. **Den Bürger nicht vernachlässigen**. Denn er ist unser Fokus und nur darum machen wir uns so viel Arbeit mit dem Infostand.

Kein Klamauk. -> Immer: FOKUS KUNDE

Wir werden gefilmt, fotografiert, wahrgenommen und beobachtet. Kaffeetrinken, Essen, Trinken, Rauchen einschränken. **Keine Frühstücksbar für Interne.**



Informationsphase: Fokus (Neu-) Kunde



Den Infostand-Kunden nicht „überrollen“

Es gilt der Grundsatz: Gesicht zu Gesicht 😊

Das bedeutet: Nur EIN AfD-ler kümmert sich um EINEN Kunden oder um EINE Kundengruppe (bspw. Ehepaar, kleine Gruppe). Alles andere wirkt hilflos auf die Kunden und die vorbeiziehenden Passanten.

Ausnahme 1: Es wird „brenzlig“ – dann gesellt sich ein weiterer AfD-ler dazu zur STILLEN Verstärkung und als eventueller Zeuge

Ausnahme 2: Es wird thematisch tiefergehend – dann übernimmt ein im Thema versierterer Kollege und der andere AfD-ler wendet sich neuen Kunden zu und verabschiedet sich wertschätzend vom Kunden.



Informationsphase: Fokus (Neu-) Kunde



Eigene „Labertaschen“ im Griff haben

Wir dürfen unsere Kunden nicht mit Belanglosigkeiten, persönlichen Befindlichkeiten oder sogar den eigenen Lebensgeschichten nerven. Ziel ist einfach und allein, Informationen über uns zu vermitteln und uns professionell darzustellen. Als AfD – Nicht als Individuum.

Kein „Zeugen Jehovas - Image“

Wir wollen informieren, nicht missionieren!



Informationsphase: Erkennen von Kundentypen



Informationsphase: Erkennen von Kundentypen



ACHTUNG: IMAGE-ZERSTÖRER !

Optisch unangenehme Zeitgenossen oder laute Passanten, die ein schlechtes Bild auf uns werfen, stellen immer wieder ein Problem dar.



Wenn freundliche Nichtbeachtung nicht hilft:

- Lösung 1: An einen Kollegen in der zweiten Reihe übergeben
- Lösung 2: Selber mit der Person in die zweite Reihe/Hintergrund treten
- Lösung 3: Je nach Sachverhalt, die Person bitten, zu gehen



Informationsphase: Erkennen von Kundentypen



Informationsphase: Erkennen von Kundentypen



ACHTUNG: ZEITDIEBE und BESSERWISSER !

Lange Belegung des Standpersonals kann Ziel des Gegners sein. Einfach, um uns von Kundenkontakten abzuhalten. Auch mehr oder wenige freundliche Selbstdarsteller rauben uns wertvolle Zeit am Kunden.

Lösung 1: Die Kollegen beobachten und vorher vereinbaren, wie man damit umgeht. Tipp: „Thomas, ich habe einen Anruf für Dich“.

Lösung 2: Oder selber abweisen:

„Bitte entschuldigen Sie, dass ich das Gespräch beende. Ich denke, wir haben alles ausgetauscht.“

Lösung 3: „Toll, dass wir einer Meinung sind. Da gibt es aber noch Hunderte, die ich überzeugen muss. Sie haben mir viel Kraft gegeben für meine Mission. Vielen Dank dafür.“ (Stammtisch-Einladung aussprechen; Interessentendatei)



Informationsphase: Erkennen von Kundentypen



Informationsphase: Erkennen von Kundentypen



ACHTUNG: PROVOKATEURE !

Es gilt: Die Unentschlossenen zu gewinnen und die Überzeugten in ihrer Ansicht zu bestätigen. **Redeschlachten lohnen sich nicht.** Dafür haben wir keine Zeit!

Ziel des Gegners ist, uns so zeigen, wie es nach außen vermittelt wird:
Rüpelhaft, unseriös, platt, dumm. **Diesen Gefallen tun wir ihm nicht.**
Erteilen wir dem Gegner einen kräftigen **WOW-Effekt in Sachen Professionalität.**

Streit und Lautstärke verschrecken interessierte Bürger.
Daher dieses bereits im Ansatz bannen und emotionale Gespräche beenden.

Eventuelle **Sachschäden dezent und geräuschlos behandeln.**

Körperliche Angriffe:

Niemals erwidern. Nur abwehren. Sofort Polizei rufen. Möglichst Filmen.

Gegenattacken gehen immer zu unseren Lasten.





Pause



UMGANG MIT DER POLIZEI

Neutralitätsgebot / Kommunikation / Gefährdungslage



KOMMUNIKATION MIT BEHÖRDEN

- ▶ Im Vorfeld offen kommunizieren und Sachlagen klären, bspw. ob Mandatsträger anwesend sein werden
- ▶ Höflich und seriös bleiben
- ▶ Keine Verbrüderungsversuche unternehmen
- ▶ Ämter entscheiden meist selbst über Schutzbedarf



POLIZEI IST NICHT ANWALT DER AfD

- ▶ Polizei ist kein privater Sicherheitsdienst
- ▶ Polizisten sind zur Neutralität verpflichtet
- ▶ Immer EIN agierender AfD-Ansprechpartner
- ▶ Sachlich bleiben



WENN EIN INFOSTAND-KOLLEGE EIGENMÄCHTIG MIT DER POLIZEI INTERAGIERT, DORT DIE OPFERROLLE SPIELT UND UNS DAMIT LÄCHERLICH MACHT

- ▶ Klares NO GO
- ▶ Auf die Polizei geht NUR der Stand-Verantwortliche zu, der „Chef“
- ▶ Auch in kleinen Polizeiteams gibt es einen „Chef“, gibt es eine Hierarchie-Struktur
- ▶ Polizeibeamte mögen keine Jammerlappen
- ▶ Wir dürfen auf keinen Fall Zeichen für organisatorisches CHAOS setzen
- ▶ Auch hier: KEINE Verbrüderung



WAS TUN MIT STÖRERN

- ▶ Nicht verprügeln
- ▶ Kein Handy abnehmen
- ▶ Zusammenreißen
- ▶ Polizei anrufen, um Hilfe bitten
- ▶ Ggf. Security eingreifen lassen

→ BRIEFT EURE LEUTE



Werkzeug 2: Kurz & knapp überzeugen!



ELEVATOR PITCH

ÜBUNG 2: Paarübung

Bildung von Zweier-Teams

Stuhl gegenüber Stuhl oder stehend gegenüber

Partner A & Partner B festlegen



ÜBUNG 2: Vorbereitung

Das tollste
Buch, das ich
je gelesen
habe

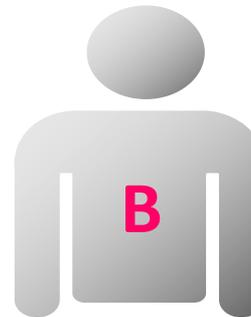
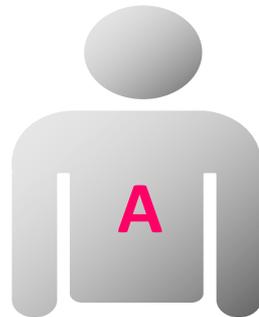
2 Minuten

DENKZEIT

Inhalt durchdenken

Was hat mich gefesselt?

Der tollste
Film, den ich
je gesehen
habe



ÜBUNG 2.1.



Partner A: A steigt mit B in einen Lift ein, der beide zusammen in einer guten Minute in den 83. Stock bringen wird.

A brennt darauf, seinem Kumpel B vom tollsten Buch, das er je gelesen hat, zu berichten, damit B es auch unverzüglich lese.

Partner B: B ist in freudiger Erwartung auf die Aufzugfahrt.

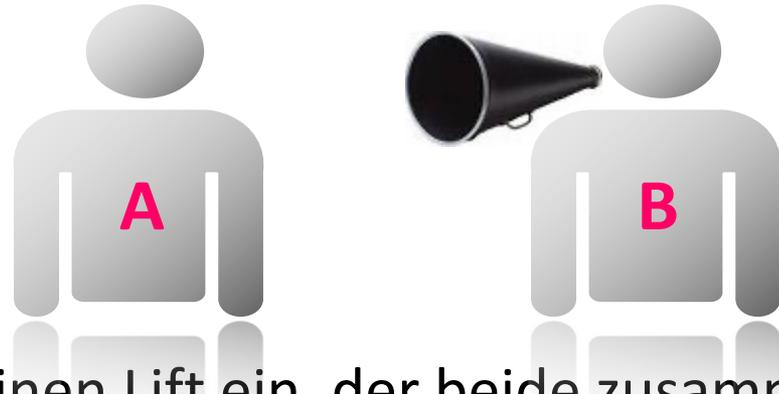
ZIEL: A muss B vom Reiz, das Buch zu lesen, überzeugen

ZEIT: 1 Minute Durchführung

Auswertung Übung 2.1.:

Spannendstes Buch

ÜBUNG 2.2.



Partner B: B steigt mit A in einen Lift ein, der beide zusammen in einer guten Minute in den 83. Stock bringen wird.

B brennt darauf, seinem Kumpel A vom spannendsten Film zu berichten, den er je gesehen hat, damit A ihn sich auch ansehe.

Partner A: A ist in freudiger Erwartung auf die Aufzugfahrt

ZIEL: B muss A vom Reiz, den Film zu sehen, überzeugen

ZEIT: 1 Minute Durchführung

Auswertung Übung 2.2.:

Spannendster Film

DIE LÖSUNG

Elevator Pitch

(Werkzeug 2)



Was ist das?



Man stellt sich den kleinen sehr intimen Raum „Aufzug“ vor und nutzt die beschränkte Zeit, jemanden von etwas zu überzeugen.

Kommt aus den Verkaufs- und Führungstrainings

Für uns geht es darum, vorgefertigte Sachverhalte, Programminhalte, Partei-ansichten sehr verdichtet in EINER Minute seinem Gegenüber rüberzubringen.

Unterschied zu Sound Bites: Sound Bites sind kurze Botschaften schnell mit dem Hammer eintrichtern. Fakten, die man auswendig kann.

Der Elevator Pitch ist anspruchsvoller und etwas für den geübteren und ambitionierten Infostand-Profi.

Den PITCH machen, bedeutet, die Leute überzeugt zu haben ... aber es reicht schon aus, die Story gekonnt an den Mann gebracht zu haben!

Regeln



1. Starker Einstieg: Bereits der erste Satz muss sitzen. Wecken Sie Neugier
2. Blickkontakt halten: Das strahlt Selbstbewusstsein aus!
3. Nicht ausholen. Die Inhalte priorisieren. Details ausblenden. Fakten zählen, kein Fachjargon
4. Eigene persönliche Verbindung zum Thema schaffen
5. Herausarbeiten des Nutzens für das Gegenüber
6. Großmuttertest: Würde Ihre Großmutter verstehen, wovon Sie sprechen?
7. Zeigen Sie Begeisterung und Emotionen. Wir sind „Täter“, keine Opfer
8. Sie müssen sich wohlfühlen mit dem Text. Legen Sie stattdessen Persönlichkeit hinein. Verstellen verboten. Liegt Ihnen Humor, seien Sie humorvoll
9. Schließen Sie mit einer Aufforderung. Was wäre der nächste Schritt für Ihr Gegenüber?

Übung macht den Meister



Fehlende Spontaneität zerstört den Pitch

Wissen, was man sagen will ist essentiell

Nicht-Trauen der eigenen Argumente zerstört den Pitch

Bei Nicht-Anwenden des Elevator Pitch:

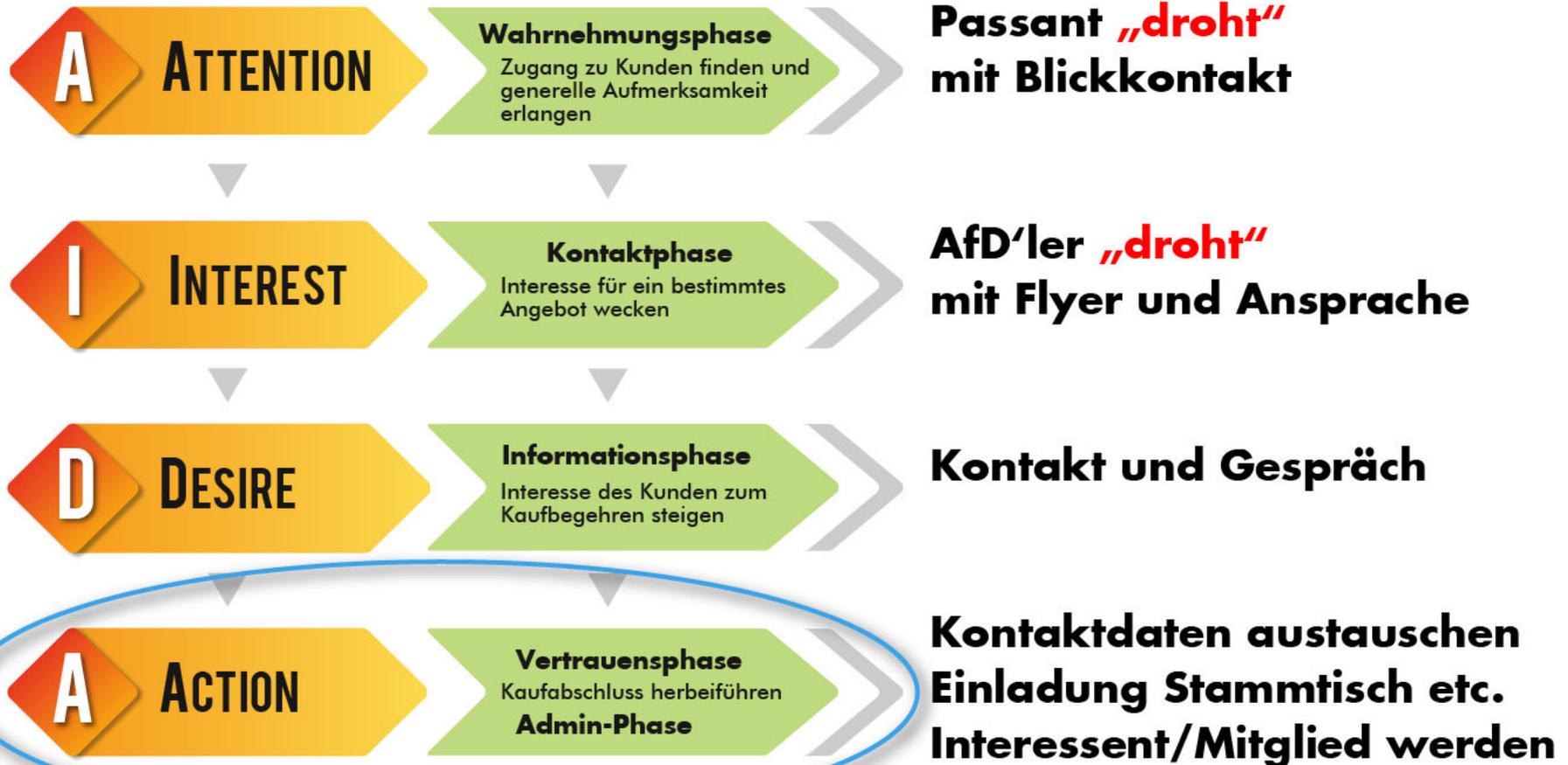
... Verlust des Roten Fadens.

... Stottern, Stammeln und stimmhaftes Ventilieren.

Gefahr: Argumentieren aus Eigensicht, anstelle aus Kundensicht zu argumentieren. Es kommt nicht drauf an, was Sie an Ihrem „Angebot“ toll finden, sondern was es für Ihren Gegenüber interessant macht, die AfD zu mögen oder gar zu wählen.

Wichtig: Es kommt auf die Parteimeinung an. Nicht auf Ihre Meinung. Die persönliche Meinung darf man nur zur Wahrung der Authentizität behutsam einsetzen.

Phasen zum Erfolg: AIDA



Vertrauensphase: Früchte ernten!



Kontaktdaten sammeln:

Auf keinen Fall Sammelliste erstellen, nur Einzelblätter.
Folgekontakt vereinbaren bzw. unbedingt durchführen.

Kontaktblatt vorbereiten:

Anschrift, Mail, Telefonnummer der Interessenten
Ankreuzen lassen: Newsletter, Einladung, Rückruf,
Festhalten der Themenpunkte,
Übersendung weiterer Unterlagen

Kontaktzettel sofort in die Hosentasche. Nicht am
Stand sammeln, da **Diebstahlgefahr**.

Mitgliedsformulare:

Unbedingt dabei haben ... Ggf. Rückpostumschlag

Am Ende des Tages:

Standverantwortlicher sammelt alle Kontaktdaten
ein und bearbeitet sie unverzüglich **innerhalb
max. 2 Tagen**

Tue Gutes & rede darüber:

Erfolg vermelden. Intern und extern. Erfolgsmail an Mitglieder
stärkt die Bereitschaft, auch mal selber mitzumachen.



Vertrauensphase: Früchte ernten!





Vorname, Nachname _____

E-Mail Adresse _____

Telefon / Handy _____

Straße, Hausnummer _____

PLZ, Ort _____

Geburtsdatum _____

DSGVO Erklärung: Die von Ihnen angegebenen personenbezogenen Daten dienen allein dem Zweck der Kontaktaufnahme zwischen Ihnen und der Alternative für Deutschland. Die Daten werden auf Grundlage der gesetzlichen Vorgaben verarbeitet und nur intern mit Ihrem Einverständnis weitergegeben.

Ich willige ein, dass die von mir angegebenen Daten zum Zwecke der Kontaktaufnahme und Information durch die Alternative für Deutschland verwendet werden.

Datum / Unterschrift _____



Uwe Schulz
Mitglied des Deutschen Bundestages

Deutscher Bundestag
Platz der Republik 1
11011 Berlin

Tel.: +49 (0)30 227 78242
Fax: +49 (0)30 227 70242
uwe.schulz@bundestag.de

www.bundestag.de

**AfD-Visitenkarte
immer parat haben**





TIP: Feedback-Runde nach dem Stand



- Tolle Erlebnisse gehabt?
- Wie war die Stimmung?
- Unangenehme Situationen erlebt?
... wie wurde die Situation gelöst?
- Was hat gefehlt am Stand?
- Was hatten wir Überflüssiges dabei?
- Anzahl erforderlicher Flyer/Material reflektieren: Wieviel / was läuft?

Jedes Mal ein bisschen besser werden!

Ermitteln Sie die WOW-Momente jedes Mal neu.

REFLEKTIEREN Sie den beendeten Infostand gemeinsam im Team

Damit bereiten Sie sich und ihr Team bestmöglich

auf den nächsten Infostand vor!

Mach Deinen Kunden glücklich



INTENSIV - HART - ERFOLGREICH

ZUSAMMENFASSUNG



Kreisverband
Gießen



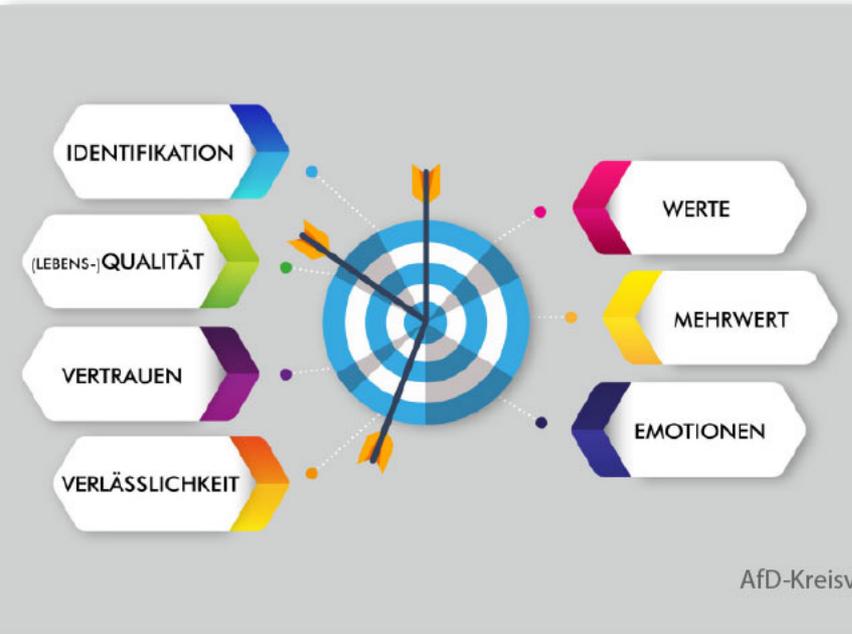


Alternative

für
Deutschland



Unternehmen und Parteien: Sooo verschieden?





Merksätze und Handlungsempfehlungen zur Kommunikation am Infostand



Erstellt durch das Team Uwe Schulz

#TEAMSCHULZ



Informationsverlust

Was wir behalten ...



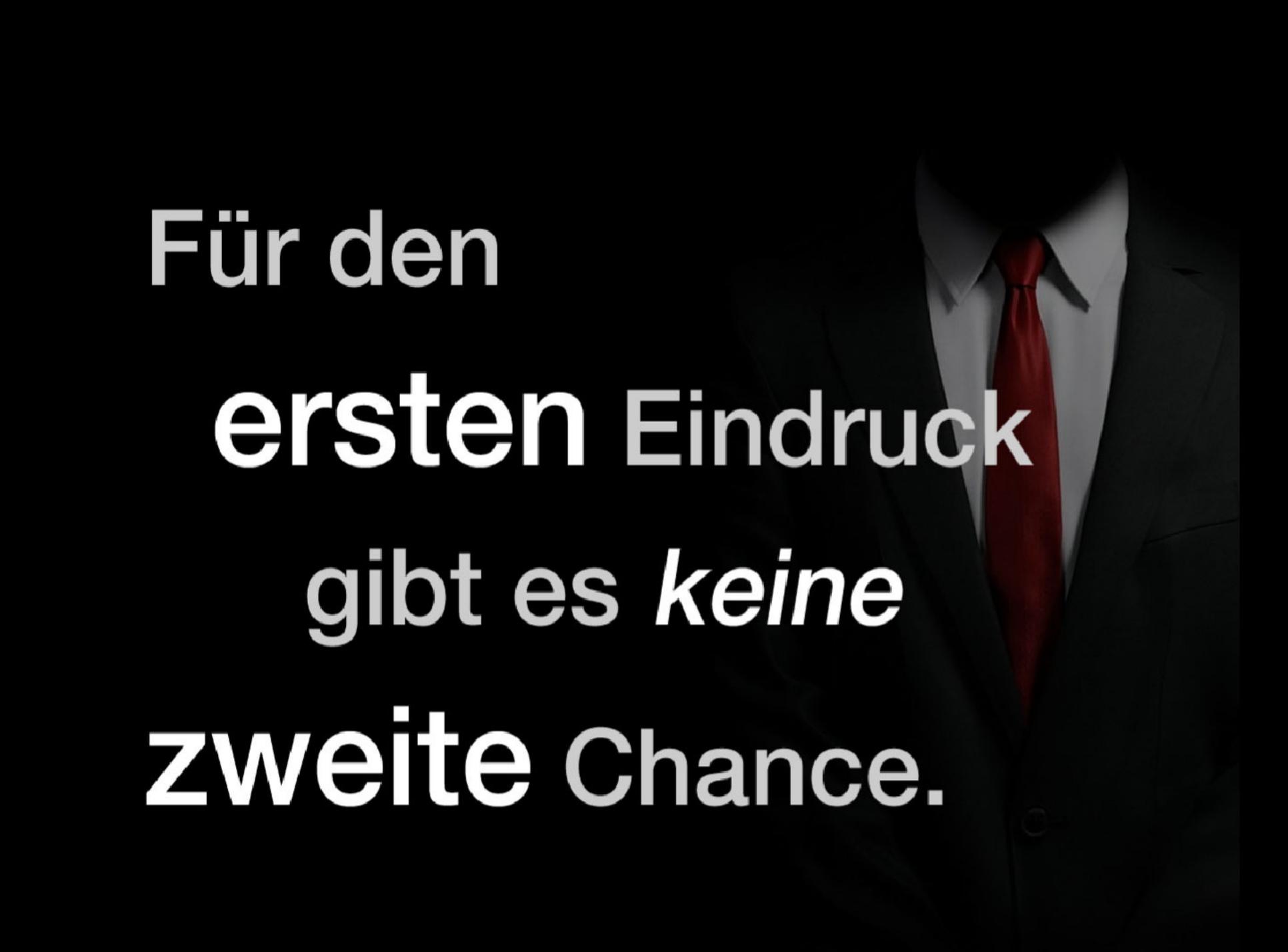
Üben, Üben, Üben

**Sachverhalt kurz schriftlich aufbereiten
und verdichten**

**Mit diesem „Spickzettel“ Zuhause üben...
... im Stehen, laut, alleine !**

Später gerne einem Partner vortragen.





Für den
ersten Eindruck
gibt es *keine*
zweite Chance.

**DANKE
...und Tschüss**





**"Unser Job ist es,
die politische Schieflage
zu korrigieren."**

Uwe Schulz

Mitglied des Bundestages
Wahlkreis 173 Gießen/Alsfeld

So erreichen Sie mein Team und mich:

 030 227 78242

 uwe.schulz@bundestag.de

 zukunftistblau.de

 Platz der Republik 1, 11011 Berlin

www.zukunftistblau.de



*Hier finden Sie eine
ausführliche Aufstellung
meiner Leistungen als
Mitglied des Bundestages
seit 2017*

EXKURS: Operative Ideen





Du sorgst Dich um meine Zukunft ?

Dann tu endlich was!

Informieren & mitarbeiten: www.AfD-Gi.de
V.i.S.d.P.: AfD-Kreisverband Giessen Postfach 1001218 D-35313 Giessen

Alternative Deutschland
Kreisverband Giessen

Alternative für Deutschland

IR
arden jeden Tag **MEHR**
Machen Sie mit.

Informieren & mitarbeiten: www.AfD-Gi.de

Alternative Deutschland
Kreisverband Giessen

Heimat teilt man nicht mit jedem.

Merkelt Euch das.

Informieren & mitarbeiten: www.AfD-Gi.de

Alternative Deutschland
Kreisverband Giessen

chte „Asyl“-Prognose 2015:
o. Asylbegehrer
+ „Familien-Nachzieher“

R, WEHRT EUCH !

Informieren & mitarbeiten: www.AfD-Gi.de

Alternative Deutschland
Kreisverband Giessen

Das Griechenland-Euro-Bankenrettung-Energie-Asyl-Chaos hat ein Gesicht
Das Griechenland-Euro-Bankenrettung-Energie-Asyl-Chaos hat ein Gesicht

CHAOS

Informieren & mitarbeiten: www.AfD-Gi.de

Alternative Deutschland
Kreisverband Giessen

AFD fordert:

- und Asyl-Aufnahmen stoppen
- traffällige Asylbegehrer abschieben
- registrierte Personen ausweisen
- von Parallelkulturen & -Gesellschaften

Informieren & mitarbeiten: www.AfD-Gi.de

Alternative Deutschland
Kreisverband Giessen



Aktion „Hallo, Nachbar!“



Alternative für Deutschland

Aktion „Hallo, Nachbar!“

Liebe Freunde,

unsere Alternative für Deutschland wird immer stärker. Das verdanken wir auch unserem unbedingten Durchhaltewillen und Kampfgeist – seit mehr als 10 Jahren.

Leider haben noch immer viele Menschen Vorbehalte uns gegenüber – aber jeder Kontaktpunkt zur AfD zählt, um das endlich zu ändern. Mit ganz einfachen Aktionen, wie zum Beispiel dem Streuen von Handzetteln/Flyer, setzen wir solche Kontaktpunkte.

Ich frage Sie:
Haben wir nicht alle genug Gelegenheiten, mal eben einen Flyer in einen Briefkasten in der Nachbarschaft zu stecken? Oder beim Spaziergang mit dem Hund ein paar davon einfach ‚irgendwo‘ einzustreuen? Unsere Botschaften auf diese Art zu streuen, strengt nicht an, tut nicht weh.

Bitte machen Sie mit und helfen Sie Ihren Hausmitbewohnern, den Bürgern und verbreiten Sie unsere politische Botschaft gesteckt oder im Zug in der Sitztasche. Unser Flyer, die Werbepostkarte, symbol - unser prägnantes Logo -

Sie erhalten anbei **um 50 Flyer**. Wenn nur **100 von uns das 50 „Kontaktpunkt“** für die AfD geben wollen, einfach melden.

Es ist komplett egal, in welcher Aktion braucht man keine Anwesenheit.

Bitte machen Sie mit. Für

Ihr
Uwe Schulz, MdB
Sprecher AfD-Kreisverband

1.

Brief auf KV individualisieren und doppelseitig ausdrucken



2.

Geeignete Flyer zusammenstellen, zB 50 Stück je Umschlag; wild gemischt oder gleichartig

Flyer konfektionieren und mit Brief als „Bedienungsanleitung“ eintüten



3.

Ggf. Aufkleber auf Umschlag oder beschriften mit „Aktion Hallo Nachbar“ → VERTEILEN, zB Stammtisch: Jeder Gast erhält einen Umschlag; Aktion kurz erläutern



4.

1-2-3...SEI DABEI!



1-2-3...SEI DABEI!

Alternative für Deutschland
Kreisverband Gießen

Uwe Schulz, MdB - Postfach 100/123 - 35331 Gießen

Uwe Schulz
Mitglied des Deutschen Bundestages

Mitglieder und Freunde der AfD

AFD-Kreisverband Gießen
Postfach 100 123
35331 Gießen
www.afd-gi.de
uwe.schulz@afd-hessen.de
Mobil: 0170 6000 111
www.uveschulz.info

Gießen, im Sommer 2018

Sehr geehrte Damen und Herren!

Unser Deutschland verändert sich gerade in dramatischer und besorgniserregender Weise. Wenn wir nicht gegensteuern, werden wir in wenigen Jahren unser Heimatland - aber auch unser schönes Mitteleuropa - nicht mehr wiedererkennen. Die Gefahr, zu Fremden in eigenen Land zu werden, ist schon heute akut.

Kaum bemerkt von der Öffentlichkeit schwellt die Euro-Krise weiter. Brüssel »vergemeinschaftet« den vom deutschen Volk erarbeiteten Wohlstand innerhalb Europas. Unsere Rücklagen und Ersparnisse schmelzen sichtbar dahin.

Mit dem unkontrollierten Einstromen illegaler erleben wir die Unterwanderung der deutschen Gesellschaft. Durch einen nicht vorstellbar gewesenen Rechtsbruch, sollen Migranten, die meist aus wirtschaftlichen Gründen aus ihrer Heimat »fliehen«, dauerhaft hier ansässig gemacht werden. Es ist eine Einwanderung in unsere Sozialsysteme. Ein Großteil dieser aus anderen Kulturen kommenden Menschen ist weder integrationsfähig noch willig, sich auch nur ansatzweise anzupassen.

Vielleicht haben auch Sie der AfD bei der Bundestagswahl 2017 Ihre Stimme gegeben. Ich bin einer von 92 hoch ambitionierten AfD-Parlamentarierern. Aber um ehrlich zu sein: Es ist frustrierend, mitanzusehen, wie sich sämtliche Altparteienvvertreter im Bundesparlament mehr darum bemühen, die Welt zu retten, als sich für unsere Nation, für Deutschland, einzusetzen. Nur die AfD ist das notwendige Korrektiv zu diesem Irrsinn. Wir sind es, die sich zu allererst für unser Land und für unser Volk stark machen.

Unser nächstes Ziel ist der Einzug in den hessischen Landtag am 28. Oktober 2018. Denn auch in Hessen brauchen wir die Stimme und den Druck der AfD.

-bitte wenden-

Bankverbindung:
AFD-Kreisverband Gießen
Volksbank Mittelhessen
IBAN: DE 17 5139 0000 0021 1057 08
BIC: VBMHDE33

Alternative für Deutschland
Kreisverband Gießen

Meine Damen und Herren, die Alternative für Deutschland ist eine junge und stetig wachsende Partei. Um nachhaltig erfolgreich zu sein, müssen wir aber noch stärker werden. Daher benötigen wir weitere Mitglieder und Unterstützer. Nur dann haben wir eine echte Chance, die durch die Altparteien verursachten schlimmen Entwicklungen aufzuhalten. Wir dürfen keine Zeit verlieren.

Unser AfD-Kreisverband Gießen weist seit Jahren ein solides Wachstum auf. Innerhalb der hessischen Kreisverbände setzen wir mit unserer Organisation Maßstäbe. Durch unsere Aktivitäten haben wir viele Mitglieder gewonnen, aber auch zahlreiche Förderer und Interessenten greifen uns durch aktives Tun oder finanzielle Zuwendungen unter die Arme.

Wir »Gießener« sind für die AfD eine verlässliche, harmonische und leistungsstarke Kraft. Stark vertreten im Kreisrat und im Stadtparlament Gießen, stellen wir mit Joana Colar und mir auch zwei Bundestagsabgeordnete. Für die Landtagswahl befinden sich Arno Enners und Nikolaus Pethö auf vorzüglichen Landeslisten-Plätzen ... kurz: Wir sind ein Erfolgsmodell!

Damit wir noch stärker werden können, bitte ich Sie heute darum, in Ihrem Umfeld aktiv Werbung für einen Beitritt zur AfD zu machen. Und vor allem, falls Sie noch nicht Mitglied sein sollten, treten Sie der AfD bei oder überzeugen Sie Ihren Partner davon.

Jedes Mitglied bestimmt selbst über den Grad der Aktivität. Natürlich wird keiner gezwungen, mehr zu tun, als er möchte und leisten kann. Niemand muss in die Öffentlichkeit treten. Eine Vielzahl unserer Mitglieder bleiben passiv oder wirken dezent im Hintergrund.

Daher: Helfen Sie mit und geben die beigefügten Antragsformulare an Verwandte, Freunde, Bekannte, Kollegen, Bekannte, Bekannte, Bekannte. Spenden-Flyer auch dafür, die AfD zu unterstützen. Wenn Sie sich für die AfD haben, wenden Sie sich an:

Egal, ob aktiv o

Die Zeit läuft gegen d
Kinder und Enkel. Nie
morgen wird es zu spä

Mit freundlichen Grüßen

Uwe Schulz
Uwe Schulz
Sprecher AfD-Kreisverband G

Rückantwort

Aufnahmeantrag für Neumitglieder



Hiermit beantrage ich die Aufnahme in die Alternative für Deutschland (AfD). Ich erkläre, dass ich die politischen Grundsätze und die Satzung der Partei an. Zu den politischen Grundsätzen der Partei zählen insbesondere die Freiheit, die Gleichheit vor dem Gesetz, die Freiheit des Gewissens und sozialen Rechtsstaat und die Bejahung der Grundrechte.

Hinweis: Personen, die Mitglied einer extremistischen Organisation sind, können nicht in die AfD aufgenommen werden. Insbesondere solche Organisationen, welche in einer vom Bundesvorstand beschlossenen Vereinbarkeitsliste aufgeführt sind. Personen, die in der Vergangenheit Mitglied einer extremistischen Organisation waren, können nur Mitglied der AfD werden, wenn sie darüber im Aufnahmeantrag Auskunft geben und sich einer Einzelfallprüfung mit Zweidrittel seiner Mitglieder für die Aufnahme entscheidet.

Name _____ Vorname _____
Straße _____ PLZ, Wohnort _____
Bundesland _____ Kreis _____
Staatsangehörigkeit _____ E-Mail _____
Telefon _____ Mobil _____

Unsere Datenschutzhinweise finden Sie unter www.afd.de. Bei Bedarf können Sie von uns auf Anfrage auch ein gedrucktes Exemplar anfordern.

Frühere Parteizugehörigkeiten

Bitte nennen Sie alle früheren Zugehörigkeiten in einer politischen Partei oder einer

Mitgliedsbeitrag: Der Mindestmitgliedsbeitrag beträgt 120 Euro pro Kalenderjahr. Der Mitgliedsbeitrag beträgt bis zu 30 Euro pro Kalenderjahr auf Antrag reduziert. Der Mitgliedsbeitrag ist in besonderen hohem Maße zu berücksichtigen. Der Mitgliedsbeitrag ist in besonderen hohem Maße zu berücksichtigen. Der Mitgliedsbeitrag ist in besonderen hohem Maße zu berücksichtigen.

Ich zahle einen Jahresbeitrag von _____ EUR. Als Ausweis

Hinweis: Parteispenderinnen und Mitgliedsbeiträge sind in besonderen hohem Maße zu berücksichtigen.

Was geschieht mit Ihrem Aufnahmeantrag?

Die Mitgliedschaft wird durch den Vorstand der AfD bestätigt.



Porto zahlt Empfänger

AFD-Kreisverband Gießen
Postfach 100 123
35331 Gießen

Bitte beachten Sie die in der Satzung getroffenen Regelungen, nicht der Text des Aufnahmeantrags.

Mitglieder-Werbe-Aktionen

MITGLIED WIRBT NEUMITGLIED



31.12.2022



Verlosung
aus allen Losen



Ihre Kontaktarbeit ist uns Gold wert!



schulz@afd-hessen.de
0171 9397600

Stv. Kreissprecher
ARNO ENNERS
enners@afd-gi.de
0171 6812777

- BEDINGUNGEN:**
- An der Aktion können ausschließlich Mitglieder des Afd-Kreisverbandes Gießen teilnehmen.
 - Als „geworbene Mitglieder“ zählen nur Neumitglieder, die als Mitglied durch den Vorstand des Afd-Kreisverbandes Gießen aufgenommen und von Landesverband/Bundesverband als Mitglied bestätigt wurden.
 - Auch ehemalige Mitglieder können als Neumitglied in dieser Aktion erworben werden, allerdings muss deren frühere Mitgliedschaft spätestens am 31.12.2021 erloschen gewesen sein.
 - Um den 2,5 Gramm Barren, ab dem 3. erworbenen Mitglied (Chance 2), zu erhalten, ist es Voraussetzung, dass sich unter den erworbenen Mitgliedern mindestens 2 Vollzahler (Jahresbeitrag > 120 €) befinden.
 - Für die Ausgabe des 1-Gramm-Barrens ab dem 4. Mitglied ist es Voraussetzung, dass die erworbenen Mitglieder allen teilnehmenden Losen werden 3 Gewinnlose gezogen.
 - Die Neumitglieder müssen im Landkreis Gießen wohnen und den ersten Jahresbeitrag bezahlt haben.
 - Nicht als Werber teilnehmen dürfen berufliche Mandatsträger der Afd.
 - Die Aktion läuft im Jahr 2022. Wir behalten uns vor, die Regeln der Aktion zu verändern oder die Aktion vorzeitig zu beenden. Bis zu diesem Zeitpunkt erworbene Mandatschaften für die Chancen 1 und 2 bleiben bestehen.



A black clapperboard is shown against a dark background. The top edge of the clapperboard has a white checkered pattern. The words "THE END" are written in white, bold, sans-serif capital letters on the main body of the clapperboard. The clapperboard is slightly angled, and its top flap is partially open.

THE END

Werkzeuge und Hausaufgaben



3 Werkzeuge unterschiedlicher Komplexität



SOUND BITES



ELEVATOR PITCH



ABSTRACTS

Werkzeug 1: Fakten parat haben



SOUND BITES

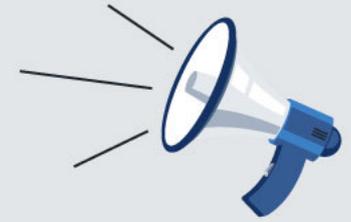
AfD-Kreisverband Gießen; © Uwe Schulz

DIE LÖSUNG

Sound Bites (Werkzeug 1)



SOUND BITES



Was sind SOUND BITES?

- Ausgewählte, wohlüberlegte, verinnerlichte KURZ-AUSSAGEN
- Knackige Erfolgsmeldungen ... ZAHLEN-DATEN-FAKTEN der AfD

Wie sind sie formuliert?

- Aktuell aus dem Tagesgeschäft heraus
- Bildreich und prägnant
- Leicht zitierbar – kurz – brutal einfach

Was ist zu beachten?

- Sound Bites müssen wahr und real sein
- Sound Bites „leben“ und müssen immer wieder aktualisiert werden
- Sound Bites sind zur Steigerung der Authentizität durch den Nutzer sprachlich anzupassen (eigene Worte finden / eigenen Stil bewahren)

Sound Bites.

Warum Sound Bites?

- Wir verkaufen uns zu schlecht nach außen
- Erfolge bleiben verborgen
- Mangel an Spontaneität und Prägnanz, da wir Fakten und Argumente nicht immer parat haben.

Hat man Sound Bites definiert und verinnerlicht, ist man freier und gelassener in spontanen Diskussionen und selbstsicherer im Auftreten gegenüber allen anderen Personen (-gruppen)

- Sound Bites sind jederzeit einstreubar, universell verwendbar
- Sie müssen wahr und nachprüfbar sein
- Sie können „markig“ & auf den Nutzer sprachlich zugeschnitten sein

Sound Bites. Beispiele.



„Wir sind im Laufe von nur 6 Jahren in alle Landesparlamente eingezogen und ins Europaparlament“

„Auf kommunaler Ebene sind wir deutschlandweit mit X Mandats-trägern in Y Parlamenten vertreten“

„Wir sind die größte und einzige Oppositionspartei in Deutschland“

„Wir haben den Ausländerbeirat in die Schranken verwiesen. Sein Rückhalt bei den Altparteien geht immer mehr zurück“

„Wir haben mit unserer Resolution gegen Straßenbaubeiträge die Regierungskoalition gespalten und eine Mehrheit für uns erzeugt.“

„Wir haben im Kreistag 38 Anträge gestellt“

„Durch unseren Druck im Kreistag ist es gelungen, die Bahnstrecke „Lumdtatal“ zu reaktivieren“

Hausaufgabe 1

SOUND BITES



5 bis 7
wissenswerte
Fakten zur AfD
... Bund
... Land
... KV / OV

5 bis 7
Fakten, die Erfolge
im örtlichen
Parlament
beschreiben
(alternativ Landtag
oder Bundestag)

5 bis 7
Fakten,
die beschreiben,
warum
Deutschland
die AfD braucht

Werkzeug 2: Kurz & knapp überzeugen!



ELEVATOR PITCH

DIE LÖSUNG

Elevator Pitch (Werkzeug 2)



Was ist das?



Man stellt sich den kleinen sehr intimen Raum „Aufzug“ vor und nutzt die beschränkte Zeit, jemanden, der nicht aus diesem Raum fliehen kann, von einer Sache zu überzeugen.

Diese Methode kommt aus den Verkaufs- und Führungstrainings.

Für uns als AfD geht es darum, vorgefertigte Sachverhalte, Programminhalte, Parteiansichten sehr verdichtet in EINER Minute seinem Gegenüber rüberzubringen.

Unterschied zu Sound Bites: Sound Bites sind kurze Botschaften, Zahlen, Daten, Fakten, die wie aus der Pistole geschossen kommen.

Der Elevator Pitch ist anspruchsvoller – er ist eine kleine Geschichte ... und etwas für den geübteren und ambitionierten Infostand-Profi.

Den PITCH machen, bedeutet, die Leute überzeugt zu haben ... aber es reicht schon mal aus, die Story gekonnt an den Mann gebracht zu haben!

Übung macht den Meister



- * Fehlende Spontaneität zerstört den Pitch
- * Wissen, was man sagen will ist essentiell: Vorbereiten
- * Nicht-Trauen der eigenen Argumente zerstört den Pitch

ÜBEN, ÜBEN, ÜBEN ... vor dem Spiegel, mit einem Vertrauten

Nicht den Roten Faden verlieren

Stottern, Stammeln und stimmhaftes Ventilieren verhindern einen Pitch

Es ist immer aus der Kundensicht zu argumentieren, nicht aus der Eigensicht. Es kommt am Ende nicht drauf an, was Sie an Ihrem „Angebot“ toll finden, sondern was für Ihr Gegenüber interessant ist, damit er die AfD zu mag oder gar wählt.

Wichtig: Es kommt auf die Parteimeinung an. Nicht auf Ihre Meinung. Die persönliche Meinung darf man nur zur Wahrung der Authentizität behutsam einsetzen.

1. Starker Einstieg: Bereits der erste Satz muss sitzen. Wecken Sie Neugier.
2. Blickkontakt halten: Das strahlt Selbstbewusstsein aus!
3. Nicht ausholen. Die Inhalte priorisieren. Details ausblenden.
Fakten zählen. Kein Fachjargon.
4. Eigene persönliche Verbindung zum Thema schaffen.
5. Den Nutzen der Botschaft für das Gegenüber herausarbeiten.
6. Großmuttertest: Würde Ihre Großmutter verstehen, wovon Sie sprechen?
7. Zeigen Sie Begeisterung und Emotionen. Wir sind „Täter“, keine Opfer.
8. Sie müssen sich wohlfühlen mit dem Text. Legen Sie Persönlichkeit hinein.
Authentizität. Sich Verstellen, ist verboten. Liegt Ihnen Humor, seien Sie humorvoll.
9. Schließen Sie mit einer Aufforderung -> Was wäre der nächste Schritt für Ihr Gegenüber?

Hausaufgabe 2

ELEVATOR PITCH



Meine persönliche 1-Minuten-Geschichte
für das Engagement in der Kommunalpolitik

Mein persönlicher 1-Minuten-Standpunkt
zu einem von mir favorisierten politischen Fachthema

Mein persönlicher 1-Minuten-Standpunkt
zur Lage Deutschlands (politisch/gesellschaftlich)

Werkzeug 3: Langes kurz machen.



**ZU VIEL INFORMATION,
ZU VIEL TEXT UND INHALT**

WAHLPROGRAMM
Programm der Alternative für Deutschland für die
Wahl zum 9. Europarlament

AfD stellt
10 Punkte
für 2014

WAHLPROGRAMM
Leitlinien zur
Europawahl

Alternative
für
Deutschland

TEXT.

Leitlinien zur
Kreisversammlung
Kreisstag des Landkreises Gießen & Münden

Wahlprogramm

AfD

**Kommunal-
programm**

DIE LÖSUNG

Abstracts



Was ist das, ein Abstract?

Die kurze Zusammenfassung eines Buches, eines Textes, eines Artikels, eines Themas, eines Standpunktes ... eines Wahlprogrammes ... einer politischen Lösung!

Komplexität:

Einen Abstract zu schreiben, ist ziemlich schwierig. Es geht nämlich darum, den Inhalt eines beliebig langen Textes auf das Wesentliche zu reduzieren.

Verboten:

Bei einem Abstract darf man nichts ausschmücken, nicht ausschweifen oder hineininterpretieren.

KISS ... Keep It Short an Simple ... !

So kurz wie möglich. Im Idealfall sollen 200 Wörter ausreichen ... maximal jedoch 300.
Dabei ist es egal, wie lang der Ursprungstext ist.

DIE LÖSUNG

Abstracts



Lorem ipsum Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam

nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit

in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur

adipiscing elit, sed diam nonummy uy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation

ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo io consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit

praesent luptatum zzril aug delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi. Nam liber tempor cum soluta no nobis eleifend option congue nihil imperdiet doming id quod mazim placerat facer possim assum.

Hallo. Ich bin ein kleiner Blindtext. Und zwar schon so lange ich denken kann. Es war nicht leicht zu verstehen, was es bedeutet, ein blinder Text zu sein: Man ergibt keinen Sinn.

Wirklich keinen Sinn. Man wird zusammenhangslos eingeschoben und rumgedreht – und oftmals gar nicht erst gelesen. Aber bin ich allein deshalb ein schlechterer Text als andere? Na gut, ich werde nie in den Bestsellerlisten stehen.

Aber andere Texte schaffen das auch nicht. Und darum stört es mich nicht besonders blind zu sein. Und sollten Sie diese Zeilen noch immer lesen, so habe ich als kleiner Blindtext etwas geschafft, wovon all die richtigen und wichtigen Texte meist nur träumen.

Das ist ein A4-Blatt mit
exakt 300 Wörtern.

Abstracts. Was hat man davon?



Man hat einen Text, der das Thema bildet ... den man „nur noch“ verstehen und sich zu eigen machen muss.

Das geht nur durch:



HAUSAUFGABE 3



Abstracts

Nehmen Sie sich 3 Ihrer politischen Lieblingsthemen:
Beschreiben Sie das jeweilige Thema (eins nach dem anderen).
Stellen Sie die Problemlage konkret dar und skizzieren Sie die
Lösung, die die AfD dafür hat!

Dafür dürfen Sie maximal 300, besser nur 200, Zeichen nutzen.

Lesen Sie diesen Text immer wieder laut vor und versuchen Sie,
die Kernelemente auswendig zu lernen.

GESCHAFFT

