12. FEBRUAR 2023:
NEUKÖLLN HAT GEWÄHLT

DIE LINKE.

Neuköllner Wahlstab,
24. Februar 2023

Bericht

zum Wahlkampf und zu den Wahlergebnissen 2023

↑ Gruppenbild beim **Aktionstag von DIE LINKE. Neukölln** im Dezember 2022

1. Zusammenfassung

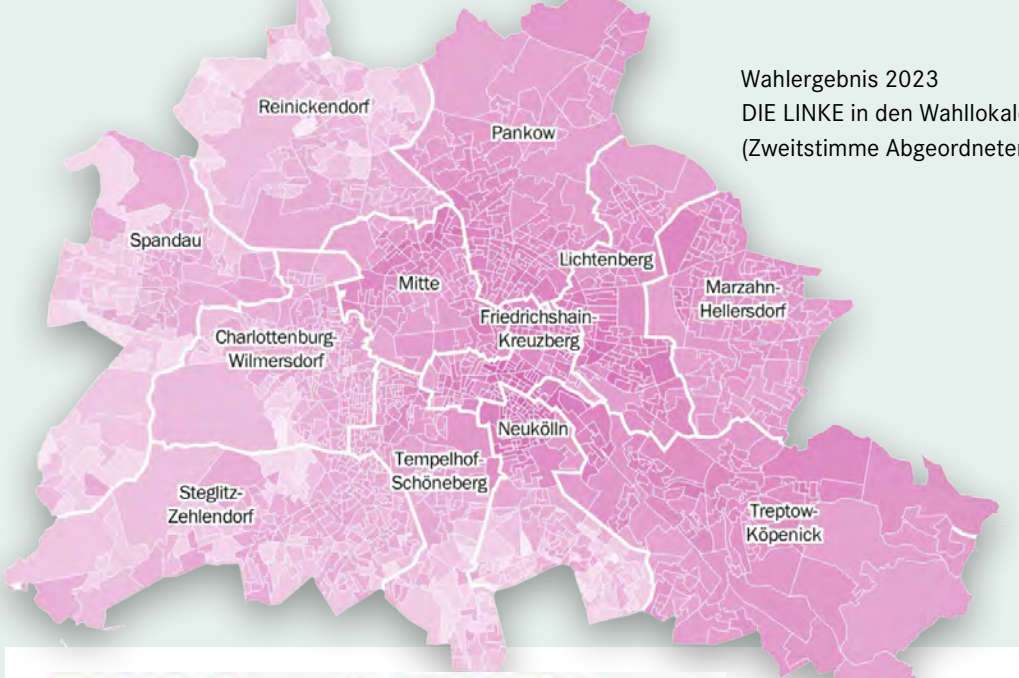
Dank eines leidenschaftlichen Wahlkampfs, getragen vom Einsatz und Elan sehr vieler Mitglieder und Sympathisant:innen, hat es DIE LINKE. Neukölln geschafft, bei den Wiederholungswahlen zum Berliner Abgeordnetenhaus und zur Neuköllner Bezirksverordnetenversammlung ihre sehr guten Ergebnisse aus dem Jahr 2021 zu bestätigen. Trotz extrem kurzer Vorbereitungszeit, unvorteilhafter Witterungsbedingungen und einer ungünstigen Ausgangssituation konnten alle Wahlziele erreicht werden.

Eine solche Leistung ist immer das Werk eines Teams, das Ergebnis einer kollektiven Anstrengung, die Arbeit von vielen Wahlkämpfer:innen! Wenn in diesem Bericht nachfolgend von Wir gesprochen wird, soll damit dieser Teamspirit gewürdigt werden, auch wenn manchmal die gesamte Mitgliedschaft plus Sympathisant:innen, der Neuköllner Wahlstab oder der Bezirksvorstand gemeint ist.

↑ Wahlkreise im Bezirk Neukölln

Ergebnisse Neukölln	2023 absolut	2023 relativ	2021 absolut	2021 relativ	2016 absolut	2016 relativ
Wahlbeteiligung	111.799	57,9%	138.938	71,0%	128.007	63,2%
Abgeordnetenhaus, Zweitstimme	14.522	13,2%	19.624	14,3%	17.017	13,6%
Wahlkreis 1	4.713	24,8%	6.230	26,4%	4.622	21,1%
Wahlkreis 2	4.575	25,7%	6.113	26,9%	4.456	21,7%
Wahlkreis 3	2.818	17,6%	3.982	19,2%	2.933	16,5%
Wahlkreis 4	801	4,6%	1.108	5,2%	1.590	7,8%
Wahlkreis 5	889	4,4%	1.211	5,0%	1.817	8,0%
Wahlkreis 6	726	3,6%	980	4,1%	1.599	7,3%
→ Wahlkreise 1-3 (≈Nord-Neukölln)	12.106	*83,4%**	16.325	*83,2%**	12.011	*70,5%**
→ Wahlkreise 4-6 (≈Süd-Neukölln)	2.416	*16,6%**	3.299	*16,8%**	5.006	*29,5%**
Abgeordnetenhaus, Erststimme	15.898	14,4%	20.825	15,3%	15.718	12,6%
Bezirksverordnetenversammlung	16.631	14,4%	21.525	15,0%	16.187	12,2%

**Die Prozentzahl beschreibt den Anteil der im Norden beziehungsweise im Süden erzielten Stimmen an der Gesamtstimmenzahl für DIE LINKE.*

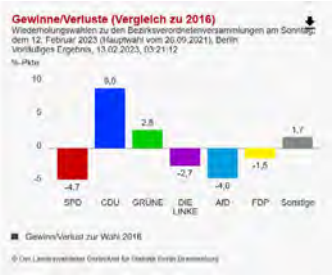


Wahlergebnis 2023
DIE LINKE in den Wahllokalen
(Zweitstimme Abgeordnetenhaus)

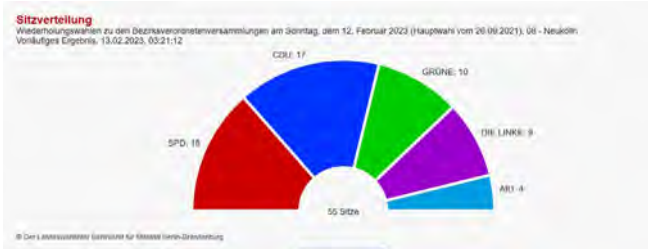
← Wahlergebnis 2023
Abgeordnetenhauswahl in Neukölln

← Wahlergebnis 2023
Abgeordnetenhauswahl in Berlin

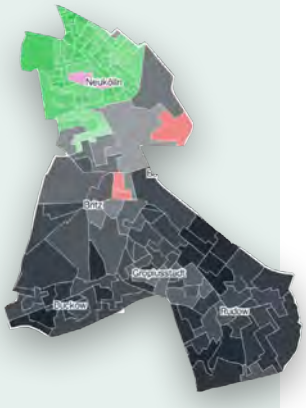
← Wahlergebnis 2023
Bezirksverordnetenversammlung Neukölln



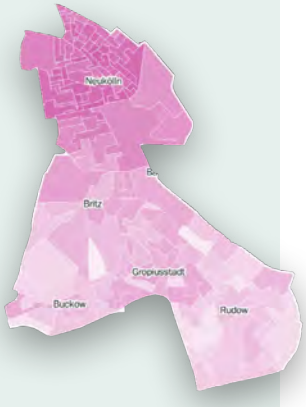
← Wahlergebnis 2023
Bezirksverordnetenversammlungen Berlin



← Wahlergebnis 2023
Zusammensetzung BVV Neukölln



↑ Stärkste Partei in den Wahllokalen (Zweitstimme)



↑ DIE LINKE in den Wahllokalen (BVV)

↑ **Auftakt zum Aufhängen der Wahlplakate** war die Nacht vom 1. auf den 2. Januar 2023.

2. Ausgangssituation

Am 16. November 2022 erklärte das Berliner Landesverfassungsgericht die Wahlen zum Berliner Abgeordnetenhaus und zu den Bezirksverordnetenversammlungen von September 2021 für ungültig und verfügte, dass sie vollständig wiederholt werden müssen. Später wurde der Wahltermin auf den 12. Februar 2023 festgelegt.

DIE LINKE. Neukölln stand vor der Aufgabe, unter hohem Zeitdruck den ersten Winterwahlkampf ihrer Geschichte vorbereiten und führen zu müssen. Als besondere Herausforderung erwies sich die geringe Motivation und gesunkene Identifikation der eigenen Mitgliedschaft als Resultat der vielen Krisen, mit denen DIE LINKE im Jahr 2022 konfrontiert war: vom katastrophalen Ergebnis bei der Bundestagswahl über die diffusen Reaktionen auf Russlands Angriffskrieg bis zum Umgang mit den #Metoo-Skandalen innerhalb der Partei. Anders als im Superwahljahr 2021 kam diese Wiederholungswahl auch für viele Kandidat:innen zur Unzeit; berufliche und private Gründe schränkten ihre Beteiligungsmöglichkeiten ein. Des Weiteren war der Vorstand, der den Wahlkampf verantworten musste, erst seit Mitte Oktober im Amt und zur Hälfte mit Mitgliedern besetzt, die bislang sehr wenig Erfahrung mit der Leitung derartiger Kampagnen hatten. Auch in den Umfragen rangierte DIE LINKE in Berlin nur knapp über zehn Prozent – und damit weit hinter den vorherigen Ergebnissen von 14,0 Prozent in 2021 und 15,6 Prozent in 2016.

Kurzum: Ein soeben erst gewählter Bezirksvorstand musste in kürzester Zeit den ersten Winterwahlkampf des Bezirksverbands konzipieren, die an Motivationsmangel leidende Mitgliedschaft begeistern und gemeinsam mit Kandidat:innen, in deren Lebensplanung diese Wahl nicht berücksichtigt war, eine Kampagne entwerfen und initiieren, die geeignet war, an die sehr guten Ergebnisse aus dem Jahr 2021 anzuknüpfen.

↓ **Der Bezirksvorstand der Neuköllner LINKEN** wurde am 17. Oktober 2022 gewählt. Über die Hälfte der 13 Mitglieder ist neu im Amt.

3. Vorbereitung

Bereits auf der Mitgliederversammlung Mitte Oktober, die die Aufgabe hatte, einen neuen Bezirksvorstand zu wählen, spielte die mögliche Wahlwiederholung eine wichtige Rolle, auch wenn es zu diesem Zeitpunkt als wahrscheinlich galt, dass nur ein Teil der Wahlen erneut stattfinden müsste. Im einstimmig gefassten Beschluss der Mitgliederversammlung wird als erster Punkt festgehalten, dass unter anderem Aktionen rund um den »Heißen Herbst« genutzt werden sollen, um die Aktivitäten der Basisorganisationen und Arbeitsgemeinschaften zu bündeln und die Schlagkraft des Bezirksverbands wieder zu erhöhen. Bereits im zweiten Punkt wird der Bezirksvorstand beauftragt, Vorkehrungen für den Fall zu treffen, dass im darauffolgenden Jahr Wahlen teilweise oder in Gänze wiederholt werden müssen.

Noch im Oktober begann der Bezirksvorstand mit der Planung der Kampagne. Er definierte die Ziele für den Wahlkampf und die Wahlen (siehe Kapitel 4). Er berief einen Wahlstab ein, dem Carla Aßmann (u.a. Finanzen und Logistik), Nils Laubach (u.a. Social Media), Tony Pohl (u.a. Haustürwahlkampf), Daniel Kipka-Anton (u.a. Print) sowie Hannah Vongries und Maria Glänzel (u.a. Mitgliederbetreuung und Aktionen) angehörten. Geleitet wurde der Wahlstab von Maya Eckes und Ruben Lehnert, der Sprecherin und dem Sprecher von DIE LINKE. Neukölln. Der Vorstand erstellte zudem ein Wahlkampfbudget in Höhe von rund 60.000 Euro, in dem rund 22.000 Euro für Personal einkalkuliert waren und erstmals Mittel für Großflächenplakate und Leuchtreklame zur Verfügung standen.

Drei Tage nach dem Urteil des Landesverfassungsgerichts lud der Bezirksvorstand alle Mitglieder zu einer Videokonferenz ein, präsentierte ihnen die beabsichtigte Dramaturgie und die Eckpfeiler der Kampagne und stimmte auf einen kurzen und knackigen Wahlkampf ab dem 1. Januar 2023 ein.

Im November und im Dezember lag das Hauptaugenmerk auf der Information, Motivation und Mobilisierung der eigenen Mitgliedschaft. Dazu wurde im Dezember ein erster Mitgliederbrief mit allen Informationen zum Wahlkampf und einem ersten Terminplan verschickt. Bei einer zentral organisierten Telefonaktion wurden mehr als 200 Mitglieder persönlich kontaktiert und zu Aktivitäten eingeladen. Zudem fand im Dezember ein erster Aktionstag statt, um Basisorganisationen zu vitalisieren und praktisch auf den Wahlkampf einzustimmen.

Parallel fanden Foto-Shootings und Videodrehs mit den Kandidat:innen statt, Print-Materialien (Zeitung, Papierplakate, Flyer etc.) wurden erstellt und gedruckt und die inhaltliche und organisatorische Vorbereitung der Haustürgespräche lief auf Hochtouren. Außerdem wurde die Social-Media-Kampagne konzipiert und das Aufhängen der Themen- und Personenplakate geplant und vorbereitet.

↑ **Foto-Shooting** mit den Neuköllner Kandidat:innen Anfang Dezember im Körnerpark

↓ **Mit Kundgebungen im September und Oktober** konnte der Bezirksverband im Rahmen des »Heißen Herbsts« Mitglieder und Anhänger:innen mobilisieren.

4. Wahlziele

↑ **Mitgliederversammlung** von DIE LINKE. Neukölln am 17. Oktober 2022

Der Bezirksvorstand beschloss Anfang November folgende Ziele für den Neuköllner Wahlkampf und die Wahlen in Neukölln:

1. Mobilisierung

DIE LINKE. Neukölln strebt für und im Wahlkampf die maximale Aktivität und Mobilisierung ihrer Mitgliedschaft an.

2. Popularisierung

DIE LINKE. Neukölln beabsichtigt, im Wahlkampf ihre Ziele und Forderungen zu popularisieren. Es geht darum, das eigene Profil zu schärfen, den Bekanntheitsgrad zu erhöhen und die Verankerung in den Kiezen des Bezirks, bei Initiativen, Gewerkschaftsgliederungen und Gemeinden zu vertiefen.

3. Mitgliedergewinnung

DIE LINKE. Neukölln möchte den Wahlkampf nutzen, um neue Mitglieder zu gewinnen und die Basisorganisationen zu stärken. Dabei bemüht sie sich insbesondere um die Ansprache von Frauen und Menschen mit Migrationsgeschichte.

4. Stimmenmaximierung

DIE LINKE. Neukölln strebt bei allen drei Wahlen ein gutes Stimmenergebnis an:

- Bei der Wahl zur Neuköllner Bezirksverordnetenversammlung will sie das Ergebnis der vergangenen Wahl bestätigen und die Option auf einen Posten als Stadträtin oder Stadtrat erneut erringen;
- bei der Abgeordnetenhauswahl will sie einmal mehr einen überdurchschnittlich guten Anteil zum Zweitstimmenergebnis der Landespartei liefern;
- bei der Abgeordnetenhauswahl will sie im Wahlkreis 2 zum zweiten Mal hintereinander das beste Erststimmenergebnis aller linken Direktkandidat:innen erzielen.

Um diese Wahlziele zu erreichen,

- konzentriert DIE LINKE. Neukölln ihre Wahlkampfaktivitäten auf den Norden des Bezirks (Wahlkreise 1, 2 und 3);
- stellt DIE LINKE. Neukölln die Mobilisierung des eigenen Potentials ins Zentrum,
- führt DIE LINKE. Neukölln einen personalisierten Wahlkampf mittels der Direktkandidat:innen und des Spitzen-Trios der BVV,
- verbindet DIE LINKE. Neukölln alle drei Wahlkämpfe politisch und gestalterisch und
- lässt DIE LINKE. Neukölln die Wahlkampagne in einen gemeinsamen Slogan münden.

5. Strategie und Slogan

Bei einer Wiederholungswahl im Winter, die bei vielen Berliner:innen auf Unverständnis stößt, kommt es auf die Mobilisierung des eigenen Potenzials an. Es wurde erwartet, dass die Wahlbeteiligung deutlich niedriger ausfällt als bei einer Bundestagswahl im Spätsommer, wovon linke Parteien in der Regel nicht profitieren. Ein gutes Stimmergebnis beruht also auf der maximalen Mobilisierung des eigenen Potenzials. Aus diesem Grund entschieden wir uns, die Wahlkampfaktivitäten auf die nördlichen drei Wahlkreise des Bezirks zu konzentrieren, da in diesem Gebiet bei der vergangenen Wahl rund 85 Prozent aller Stimmen erzielt wurden. Auf Wahlkampf im Süden Neuköllns wurde nahezu vollständig verzichtet.

Da zudem davon ausgegangen werden musste, dass die maximale Mobilisierung des Wähler:innen-Potenzials zu einem nicht unerheblichen Teil von der Motivation und Aktivität der Mitglieder abhängt, formulierten wir als erstes Wahlkampfziel die Mobilisierung der eigenen Mitglieder und verfolgten es intensiv (siehe Kapitel 7). Mit den Direktkandidat:innen in den nördlichen Wahlkreisen und einem Trio für die Bezirksverordnetenversammlung sollte der Wahlkampf personalisiert und einheitlich geführt werden. Aufgrund der schlechten Umfragen für DIE LINKE und der guten Werte für die Grünen sahen wir davon ab, den Gewinn eines der drei Direktmandate als Ziel zu formulieren, betonten aber, erneut das beste Erststimmenergebnis unserer Partei erzielen zu wollen.

»Löhne rauf, Mieten runter – Menschen vor Profite«: Das war der zentrale Wahlkampfslogan in Neukölln, der die Großflächen, die Wahlzeitung, Papierplakate, Aufkleber und weitere Materialien schmückte. Mit diesem Slogan verbanden sich mehrere Überlegungen. Der Spruch thematisiert Preissteigerung und Energiekostenexplosion und knüpft an die Arbeitskämpfe in der Metallindustrie, bei der Post, der Müllabfuhr und in den Krankenhäusern an. Er benennt zudem die für Berlin wichtigste soziale Frage, nämlich die Wohnungsfrage, und stellt sich an die Seite der Mieter:innen-Bewegung. Der finale Zusatz soll DIE LINKE in Neukölln als antikapitalistische Kraft positionieren und eine grundsätzliche Haltung formulieren.

↑ **Großflächenplakate** »Löhne rauf, Mieten runter!« hingen in den U-Bahnhöfen Hermannplatz, Neukölln und Rathaus Neukölln.

↓ **Anzeige im Newsletter des Tagesspiegel für Neukölln**. Verlinkt war die Homepage des Wahlamtes, wo Briefwahl-Unterlagen bestellt werden konnten.

6. Materialien

↑ **Papierplakate im Format A2** hingen in vielen Schaufenstern und an Stromkästen.

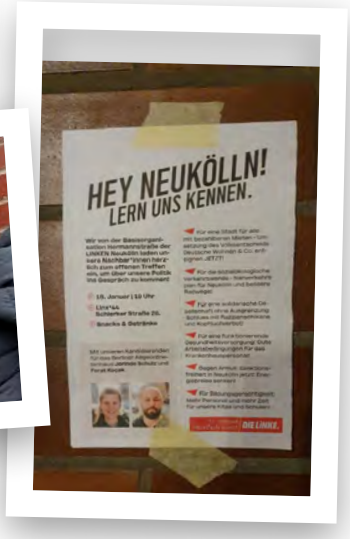
← Von der **Bezirkszeitung Neuköllnisch** wurden 10.000 Exemplare gedruckt.

Fast 25.000 solcher Wahlaufrufe wurden während des Wahlkampfs an Eingangstüren geklebt. →

Im Wahlkampf nutzten wir einerseits Materialien, die der Landesverband zur Verfügung stellte. Dazu zählten neben den mobilen Großflächen mit 15 Standorten in Neukölln und der Stromkastenwerbung die Plakate für die Laternen im Format A1 (Easyplates), wovon etwa 1400 Personen- und rund 1600 Themenplakate geordert wurden, Kurzwahlprogramme, mehrsprachige Kopiervorlagen sowie Kleinwerbemittel wie Feuerzeuge, Gummibärchen, Schokolade.

Andererseits produzierten wir viele Materialien selbst. Die Bezirkszeitung »Neuköllnisch« erschien in einer Auflage von 10.000 Exemplaren, sie kam bei Haustürgesprächen und an Infoständen zum Einsatz. 10.000 Stück eines einseitigen Wahlaufrufs für die Briefwahl und 15.000 Exemplare des Wahlaufrufs für die letzte Woche wurden gesteckt und in Nord-Neukölln an die Eingangstüren geklebt. Papierplakate im Format A2, im Layout angelehnt an die Landeskampagne, mit sieben Sprüchen (u. a. »Menschen vor Profite« auf Englisch, Arabisch, Türkisch und Deutsch, „Rassismus bekämpfen, Nazis stoppen!“) komplettierten die Themenpalette. Dazu gab es eine neue Kollektion von Aufklebern sowie zahlreiche Flugblätter für Veranstaltungen und Kundgebungen, die verteilt und geklebt wurden. Auch ein auf Neukölln zugeschnittenes Signet wurde entwickelt und verband im Print und in Social Media die verschiedenen Kampagnenelemente.

Erstmals entwickelten wir zudem ein eigenes Großflächenmotiv, das in mehreren U-Bahnhöfen ausgestellt wurde. Ein kurzer Clip für die digitalen Anzeigenformate in Kiosken stellte eine weitere Premiere dar. ◁



7. Mobilisierung der Mitgliedschaft

Verschiedene Unternehmungen dienten dem Ziel, die maximale Unterstützung aus der Mitgliedschaft und aus dem Umfeld zu organisieren. Im Dezember folgte auf einen ersten Mitgliederbrief mit Erläuterungen zur Wiederholungswahl und der Einladung zu Aktionen in Form eines Wahlkampfkalenders eine Telefonaktion, bei der wir an drei Tagen viele Mitglieder persönlich erreichten und motivierten. Diese Aktion – erst Mitgliederbrief, dann Telefonaktion – wiederholten wir in den ersten beiden Januarwochen, also unmittelbar nach Beginn der Plakatierung in den Neuköllner Kiezen.

Ein Meilenstein für den weiteren Wahlkampf war der erste große Aktionstag am 1. Januar 2023, bei dem im Bezirk die Plakate an den Laternen aufgehängt wurden. Die Beteiligung war mit etwa 40 Genoss:innen groß, die Stimmung überraschend gut und im Team gelang es, innerhalb weniger Tage alle Plakate aufzuhängen. Damit war ein wichtiges Zeichen gesetzt: Es ist Wahlkampf und DIE LINKE ist bereit!

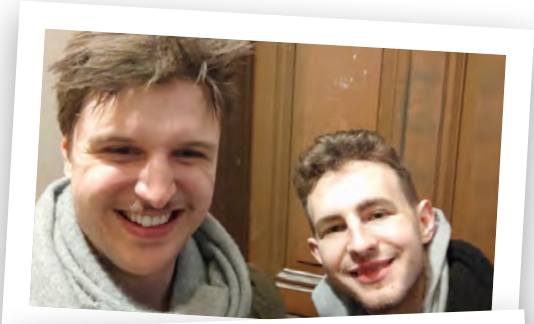
Fortan fanden jeden Samstag und Sonntag Aktionstage statt. Samstag standen vornehmlich Infostände, Verteilaktionen und Lautsprecherfahrten auf dem Programm, aber auch Haustürgespräche und zum Schluss der Kampagne Kneipentouren. Am Sonntag stand der Haustürwahlkampf im Mittelpunkt (siehe Kapitel 8). Bei allen Aktionstagen war für Verpflegung (meist Suppe und Brot sowie Obst, Gebäck und Süßigkeiten) gesorgt, außerdem wurde bei Bedarf Kinderbetreuung angeboten. Nicht zu unterschätzen ist, dass alle Aktionstage auch Gelegenheit für Austausch und Geselligkeit boten, so dass sich eine kollektive Dynamik entwickeln konnte. Besonders motivierend war die Wahlkampfunterstützung aus anderen Bundesländern, unter anderem aus Baden-Württemberg, Sachsen, Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen und Brandenburg. Dass Genoss:innen einen weiten Weg auf sich nehmen, um im Wahlkampf zu helfen, begeisterte und motivierte uns.

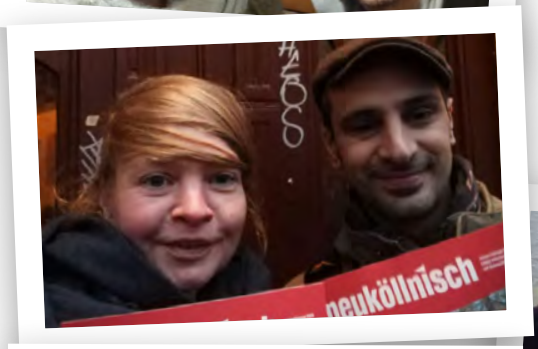
Die Mobilisierung der Mitgliedschaft stand auch bei der internen Kommunikation im Vordergrund. Montags erhielten alle Mitglieder per Mail neben einer kurzen Ansprache eine Übersicht mit allen Terminen der Woche, in der heißen Phase des Wahlkampfs wurden mehrere Mails pro Woche verschickt. Auch die Sprecher:innen der Basisorganisationen und Arbeitsgemeinschaften sowie die Kandidat:innen bekamen jede Woche eine ausführliche Mail mit Hintergrund- und Zusatzinformationen zur aktuellen Entwicklung des Wahlkampfs. Tagesaktuell verschickten wir Einladungen auch über einen Telegram-Verteiler und bewarben sie auf den Social-Media-Plattformen. Für die Kommunikation mit den Haustürwahlkämpfer:innen, für Social-Media-Aktivitäten sowie für die Kandidat:innen nutzten wir eigene Chat-Gruppen. Last but not least informierten wir mittels Linksaktiv auch Sympathisant:innen wöchentlich über alle Aktivitäten und luden sie dazu ein.

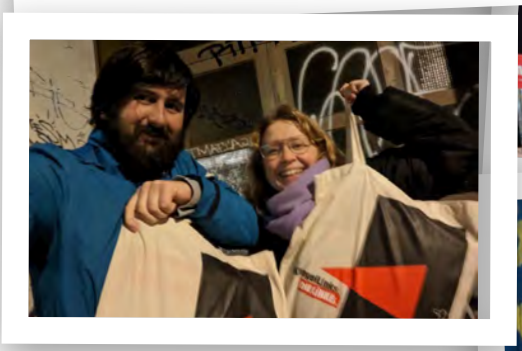
↑ **Großer Haustürwahlkampf-Aktionstag** im Januar 2023

8. Haustürwahlkampf

↑ **An den Haustüren** konnten wir sogar neue Mitglieder gewinnen.







Bereits 2021 waren Haustürgespräche Teil des Wahlkampfes. Bei der Wiederholungswahl gab es jedoch das erste Mal in der Geschichte des Bezirksverbands eine zentral organisierte Haustürkampagne, die einen der Eckpfeiler des Wahlkampfes ausmachte. Ziel war es, in nur sechs Wochen an 10.000 Türen zu klingeln.

Dieses Ziel wurde mit 10.745 Türen bei 3546 Gesprächen, davon 1512 mit positiver Resonanz und 674 Wahlzusagen noch übertroffen.

Ein Großteil der Gespräche fand an einem der 6 zentralen Aktionstage, in der Regel an einem Sonntag, statt. Aber auch unter der Woche wurden Gespräche an den Haustüren geführt. Insbesondere die Basisorganisation Rixdorf hatte einen festen Termin pro Woche eingeplant.

Die allermeisten Haustürgespräche fanden im Wahlkreis 2 statt. Die Beteiligung an den Haustürgesprächen zu den Aktionstagen lag bei regelmäßig über 20 Personen. Am vierten Aktionstag nahmen zwar nur 14 Personen teil, diese schafften aber zum ersten Mal mehr als 1000 Haustüren in einem Einsatz. Höhepunkt war dann der darauffolgende Aktionstag mit 32 Mitstreiter:innen und über 2100 Türen.

Eine große Unterstützung waren dabei die zahlreichen Genoss:innen aus Bayern, Baden-Württemberg, Hessen, Niedersachsen, Sachsen und Brandenburg, die teilweise das erste Mal an den Haustüren waren, teils aber auch schon viel Haustürerfahrung mitbrachten.

Betrachtet man nur die Haustürsituationen, in denen ein Gespräch stattfand, so kommen wir auf durchschnittlich circa 580 Gespräche pro Woche. ◁

An 10.745 Türen geklingelt

9. Weitere Aktivitäten

An den samstäglichen Aktionstagen organisierten die Basisorganisationen einen Großteil der Aktivitäten. So fanden regelmäßig Infostände in allen Kiezen im Neuköllner Norden statt, auch gab es Verteilaktionen an allen S-Bahnhöfen, obwohl manchmal Kälte und Regen diese Outdoor-Aktionen einschränkten. Die Basisorganisationen zettelten auch in ihren jeweiligen Gebieten, entweder den Wahlaufruf oder Einladungen zu Veranstaltungen. In der letzten Wahlkampfwoche kümmerten sich die Basisorganisationen darum, dass der finale Wahlaufruf an fast alle Eingangstüren in Nord-Neukölln geklebt wurde. Auch das Lautsprechermobil, ein Auto mit Boxen auf dem Dach, war häufig im Einsatz.

Besonders gute Erfahrungen machten die Basisorganisationen mit Kennenlern-Veranstaltungen, bei der sich DIE LINKE und ihre Kandidat:innen präsentierten und an denen immer wieder interessierte Nachbar:innen teilnahmen. Beworben wurden diese Veranstaltungen via Social Media, hauptsächlich aber durch Zettel in der Nachbarschaft.

Auch durch prominente Mitglieder gab es viel Unterstützung: Erstmals in einem Wahlkampf kamen beide Parteivorsitzenden, Janine Wissler und Martin Schirdewan, zu Veranstaltungen nach Neukölln, auch Katja Kipping absolvierte einen Wahlkampfauftritt.

Besondere Highlights bildeten die Aktionen zur Unterstützung streikender Kolleg:innen in der letzten Wahlkampfwoche, beispielsweise die große Demonstration der Lehrkräfte sowie die morgendlichen Besuche am Krankenhaus und bei der Berliner Stadtreinigung.

Eine Kundgebung gegen Rassismus, die DIE LINKE anlässlich des Besuchs des CDU-Parteivorsitzenden Friedrich Merz in der Gropiusstadt angemeldet hatte, war ein weiterer Höhepunkt, der medial weithin beachtet wurde.

Besonders spektakulär war eine mit nur zwei Tagen Vorlauf organisierte Kundgebung zur Unterstützung der Kämpfe für den Erhalt von Lützerath. Bei der Kundgebung auf dem Hermannplatz, an der knapp 500 Personen teilnahmen, sprachen neben unseren Kandidat:innen auch viele Bündnispartner:innen. Auch hierauf folgte Berichterstattung in den Medien.

↑ **Kundgebung in Solidarität mit dem Protest in Lützerath** auf dem Hermannplatz im Januar 2023.

↓ Wahlkampftradition in Neukölln: **Lautsprecher-Rundfahrten** durch den Bezirk mit politischer Ansprache.

↑ Infostand mit der Sonzialsenatorin **vor dem Jobcenter**.

↓ Besuch beim **Warnstreik der Berliner Stadtreinigung** mit der Parteivorsitzenden.

10. social media

Ab Januar 2023 wurden in einem Redaktionsplan die Beiträge vorgeplant und darauf geachtet, dass diese einerseits die thematische Vielfalt und andererseits die verschiedenen Neuköllner Kandidat:innen vorstellen. Die Posts wurden zu drei verschiedenen Zeitpunkten am Tag auf den Plattformen publiziert: morgens gegen 9 Uhr, nachmittags gegen 15 Uhr und abends um 19 Uhr. Dabei wurde darauf geachtet, die qualitativ hochwertigen Beiträge am Abend zu setzen, da die Reichweite zu diesem Zeitpunkt am höchsten ist.

Neben thematischen Videos von maximal einer Minute wurden alle Kandidat:innen mit ihrem Vorstellungsbild und mehreren quadratischen Text-Bildern vorgestellt. Die Aktivitäten der Woche wurden einmal pro Woche dargestellt; regelmäßig wurden Veranstaltungsempfehlungen geteilt. Sehr beliebt und mit einer hohen Reichweite waren Fotos und Videos der Aktivitäten der Mitgliedschaft. Social-Media-Beiträge hatten so eine wichtige Funktion für Terminplanung und Motivation innerhalb der Mitgliedschaft inne. Gleichzeitig kann das Veröffentlichen von Mitgliederaktivitäten und Einladungen zu Veranstaltungen neue Leute motivieren, bei Aktivitäten teilzunehmen. Innerhalb der letzten Woche haben die Kandidat:innen ihre Wahlplakate vorgestellt, samt Wahlaufruf und der Aufforderung, jetzt aktiv zu werden. Des Weiteren wurden tagesaktuelle Themen aufgegriffen und in Memes oder Info-Posts gegossen. Der inhaltliche Schwerpunkt lag neben den Themenfeldern soziale Gerechtigkeit und Antirassismus auf Klimagerechtigkeit und der Umsetzung des Volksentscheids DWE.

Um sich von tagesaktuellen Posts abzuheben und das gesamte Profil von DIE LINKE. Neukölln vorzustellen, wurden zwei Monate vor der Wahl zwei aufwändigere Clips mit den Kandidat:innen produziert. Dieser Mix aus Kandidat:innenvorstellungen, tagesaktuellen Themen und Mitgliederaktivitäten hat sich als sehr erfolgreich herausgestellt.

Der Neuköllner Bezirksverband kann auf eine Reihe gut gepflegter Social-Media-Kanäle mit jeweils hoher Reichweite zurückgreifen. Bei Instagram steigerte sich während des Wahlkampfs die Zahl der Follower:innen um knapp 300 Personen auf 1650 Follower:innen. Bei Facebook hat sich die Zahl der Gefällt-mir-Angaben von ca. 4880 auf 4904 erhöht. Beim TikTok-Account, der erst im April 2023 erstellt worden ist, hat sich die Zahl von knapp 800 auf 1200 Follower:innen erhöht. Bei Twitter ist die Zahl während des Wahlkampfs ebenfalls auf mittlerweile 913 Follower:innen gestiegen.

Um die organische Reichweite zu erhöhen, wurden die auf Social Media aktiven Kandidat:innen und Genoss:innen in einem internen Telegram-Chat täglich mit einem »Post des Tages« aufgefordert, die aktuellen Videos und Beiträge zu teilen und zu liken. Die somit gewonnene organische Reichweite konnte mit dem zusätzlichen Schalten von Werbung erweitert werden. Bei Instagram hat vor allem die Co-Autor:innenschaft zusammen mit reichweitenstarken Kandi-

↓ **Der Wahlwerbespot der Kandidierenden für die BVV** wurde auf Youtube über 42.000 Mal angesehen.

↑ **Über Bande gespielt:** Die Reichweite ließ sich deutlich erhöhen, wenn Profile mit vielen Followern die Beiträge geteilt haben.

dat:innen zu sehr erfolgreichen Beiträgen geführt. Insgesamt hat der Instagram-Kanal das größte Wachstum verzeichnet und sich als reichweitenstärkste Social-Media-Plattform herausgestellt.

Für Werbeanzeigen wurden vorrangig die Kanäle YouTube, Facebook und Instagram gewählt. Ein Fokus lag auf den Meta-Plattformen Instagram und Facebook. Dort wurden vor allem die erfolgreichen Videos, welche bereits eine hohe organische Reichweite erzielt hatten, zusätzlich beworben. Somit wurden pro Woche circa ein bis zwei Videos hervorgehoben und konnten die Reichweite noch deutlich vergrößern.

Der TikTok-Kanal verzeichnete während des Wahlkampfs einen sehr großen Zuwachs, was wahrscheinlich an einer hohen Nachfrage nach linken Inhalten auf dieser Plattform liegt. Bei den meisten Follower:innen handelt es sich jedoch vermutlich nicht um Neuköllner Wähler:innen.

Der zentrale Fokus lag außerdem auf Anzeigen bei YouTube, da diese Plattform den Vorteil bietet, ebenfalls Menschen ohne Social-Media-Zugang zu erreichen und auch auf Smart-TVs angezeigt zu werden. Bei YouTube wurden insgesamt fünf Wahlspots beworben: Im Dezember wurden zwei Videos vorab mit etwas weniger Budget beworben. Ab Ende Januar wurden in hohem Maße in die Bewerbung eines Clips mit den BVV-Kandidierenden sowie die Vorstellung der Spitzenkandidat:innen investiert. Diese Werbeanzeigen wurden den Nutzer:innen vor Videos angezeigt und konnten jeweils nach 5 Sekunden übersprungen werden. Eine Auswertung ergab, dass rund 40 Prozent der Nutzer:innen den Clip nicht überspringen. Ein weiterer Kurzclip, der vorher bei Instagram und Facebook sehr erfolgreich war, wurde daraufhin als nicht überspringbare, 15-sekündige Werbeanzeige geschaltet.

Bei allen Plattformen wurde darauf geachtet, dass die Videos spezifisch im Bereich Neukölln bzw. Nord-Neukölln angezeigt werden. Das Schalten von YouTube-Anzeigen hat sich als positiv herausgestellt. Die Reichweite mit 42.000 Aufrufen beim BVV-Video und 21.000 Aufrufen beim Video der Kandidat:innen sowie vielen übersprungenen Ansichten zeigt deutlich, dass diese Werbung funktioniert.

Zur **Facebook-Seite** der LINKEN Neukölln.

Zum **Instagram-Profil** der LINKEN Neukölln.

Zum **Twitter-Profil** der LINKEN Neukölln.

Zum **Youtube-Kanal** der LINKEN Neukölln.

11. Lokale Themen und Auseinandersetzungen

↑ Demonstration für die Umsetzung des Volksentscheids **»Deutsche Wohnen & Co. enteignen!«**.

↓ Delegation von DIE LINKE. Neukölln beim **Rundgang für den Erhalt des Emmauswaldes** in Neukölln.

↑ Unterstützung der **Warnstreiks im Öffentlichen Dienst** beim Vivantes Klinikum Neukölln mit MdB Ates.

↓ Bei der Unterschriftenübergabe mit der Initiative **gegen die Privatisierung der Berliner S-Bahn**.

Im Wahlkampf haben wir verstärkt die inhaltliche Auseinandersetzung mit gegnerischen und konkurrierenden Parteien und ihren Positionen gesucht, um Wähler:innen zu überzeugen. Ein wichtiges Argument für DIE LINKE in Berlin ist, dass sie als einzige Partei glaubwürdig zum Volksentscheid „Deutsche Wohnen & Co enteignen!“ steht. Die Umsetzung des Volksentscheids war auch Teil der landesweiten Kampagne mit einem Plakat, Flyern und Kleinwerbemitteln (Gummibärchen und Feuerzeuge mit entsprechendem Aufdruck). Mit unserer Unterstützung der Vergesellschaftung großer Immobilienkonzerne konnten wir besonders die SPD angreifen, aber auch gegenüber den zögerlichen Grünen punkten.

In Nord-Neukölln sind die Grünen unsere stärkste Konkurrenz, deshalb wurde von einer Arbeitsgruppe ein Argumentationspapier mit den Schwachstellen ihrer Politik, unter anderem im Bereich Klimaschutz, erarbeitet. Besonders gut konnten wir auf die Empörung über die Zerstörung von Lützerath aufbauen. Dem entsprach auf Neuköllner Ebene die Auseinandersetzung um den Erhalt des Emmauswäldchens am Mariendorfer Weg: Ein Wald auf einem ehemaligen Friedhof soll abgeholzt werden, damit Vonovia dort teure Wohnungen bauen kann. Eine neue Anwohner:inneninitiative wehrt sich dagegen, die Grünen hingegen bemühen Ausflüchte und Ablenkungsmanöver, um das Baurecht für Vonovia zu gewährleisten. DIE LINKE. Neukölln stellte sich unmissverständlich auf die Seite der Initiative. Auch beim Thema Verkehrswende konnten wir die Grünen angreifen: Gegen den Privatisierungskurs der Grünen (S-Bahn-Privatisierung, E-Autos) fordern wir den Ausbau des ÖPNV in öffentlicher Hand.

Im Kampf um ein Ende der rassistischen sogenannten Shisha-Bar-Razzien hatte es Ende 2022 erneut einen medialen Höhepunkt gegeben, als die LINKE Ordnungsstadträtin die Teilnahme des Ordnungsamts an solch einem Verbundseinsatz versagte. Im Wahlkampf griffen wir das Thema offensiv auf, zum Beispiel mit eigenen Papierplakaten, und konnten einen Gegenpunkt zum Law-and-Order-Kurs der rechten SPD setzen sowie die Feigheit der Grünen in diesem antirassistischen Kampf aufzeigen.

Schließlich hat sich DIE LINKE. Neukölln auch in der stark rassistisch geprägten Debatte um die Geschehnisse in der Silvesternacht schnell eindeutig positioniert und die rassistische Hetze der CDU angeprangert. Wir haben eine Kundgebung gegen eine Veranstaltung mit Friedrich Merz im Gemeinschaftshaus Gropiusstadt organisiert und mit Pressemitteilungen sowie einer Entschließung in der BVV eine klare antirassistische Linie vertreten.

12. Mitgliederentwicklung und Parteiaufbau

Ein Wahlkampfziel war es, die Zeit erhöhten Interesses für Politik vor den Wahlen zu nutzen, um neue Mitglieder zu gewinnen. Dazu organisierten und bewarben einige Basisorganisationen (BO) Treffen, bei denen die Nachbarschaft eingeladen wurde, DIE LINKE und ihre Kandidat:innen kennenzulernen. Besonders erfolgreich verliefen diese Treffen bei der BO Hermannstraße, die so neue Mitstreiter:innen für den Wahlkampf gewonnen hat. Vor allen Aktivitäten, insbesondere bei Infoständen und beim Haustürwahlkampf, wurden die Wahlkämpfer*innen ermutigt, Interessierte offensiv zu fragen, ob sie Mitglied der LINKEN werden wollen. Eintrittsformulare waren fester Bestandteil der Materialien, die mitgenommen wurden.

Im Wahlkampf wurden 13 neue Mitglieder gewonnen. Zwei sind direkt bei den Haustürgesprächen eingetreten, eine im Anschluss an ein Gespräch an der Haustür. Auch am Wahlabend konnten wir eine neue Genossin begrüßen.

Leider sind seit dem 1. Dezember 2022 auch 11 Mitglieder ausgetreten. Dank des Zuzugs von sechs Mitgliedern bleibt es aber bei einem eindeutig positiven Saldo. Zum Stichtag 22.2.2023 hat DIE LINKE. Neukölln 622 Mitglieder (+7 im Vergleich zum 1.12.2022). Obwohl das nicht an den Mitgliederzuwachs aus vergangenen Wahlkämpfen heranreicht, kann dies den Beginn eines Richtungswechsels in der Mitgliederentwicklung bedeuten.

Das Ziel der Stärkung und Vitalisierung der Basisorganisationen konnte im Wahlkampf erreicht werden. Alle sechs Basisorganisationen beteiligten sich engagiert im Wahlkampf. Die Basisorganisationen Rixdorf, Hermannstraße und Reuterkiez führten regelmäßig eigenständige Wahlkampfaktivitäten unter der Woche durch, alle BOen machten Infostände sowie Flyer- und Plakatieraktionen. Inhaltliche Treffen fanden weiterhin statt und wurden über Flyer und Social Media beworben. Viele neue Mitglieder beteiligten sich erstmals an Wahlkampfaktivitäten, andere Mitglieder wurden im Wahlkampf wieder aktiv. Nun kommt es darauf an, den Schwung aus dem Wahlkampf zu erhalten.

↑ **Für die großen Aktionstage** wurde in der Geschäftsstelle Essen zubereitet. Außerdem wurde Kinderbetreuung organisiert, um die Teilnahme zu erleichten.

13. Fazit

↑ Neukölln bleibt eine **Hochburg für DIE LINKE**!

Die Wahl zum Berliner Abgeordnetenhaus hat leider die CDU gewonnen und sich mit 28,2 Prozent deutlich verbessert. SPD und Grüne landeten mit 18,4 Prozent gleichauf auf Platz zwei. Für die SPD ist es das schlechteste Ergebnis seit 1945. Auch die Grünen haben leicht verloren und blieben hinter ihren Erwartungen zurück. Die FDP verpasste den Einzug ins Parlament, aber die AfD findet weiterhin viel zu viel Zuspruch. DIE LINKE erlitt erneut Verluste, aber landete einmal mehr auf dem vierten Platz. Bei niedriger Wahlbeteiligung reicht es nur zu 12,2 Prozent der Stimmen (2016: 15,6 %; 2021: 14,1 %). In Neukölln schneidet DIE LINKE bei der Abgeordnetenhauswahl mit 13,1 Prozent der Zweitstimmen (2016: 13,5 %; 2021: 14,3 %) deutlich oberhalb des Landesergebnisses ab. In Nord-Neukölln konnten Lucy Redler (26,3 %), Jorinde Schulz (30,7 %) und Moritz Wittler (18,9 %) hervorragende Erststimmenergebnisse erzielen. In Süd-Neukölln hingegen erlitt DIE LINKE abermals heftige Verluste und liegt nun in allen südlichen Wahlkreisen deutlich unterhalb der 5-Prozent-Hürde. Über die Landesliste sind mit Ferat Kocak und Niklas Schrader erneut zwei Neuköllner Mitglieder ins Berliner Abgeordnetenhaus eingezogen.

Auch bei der Wahl zur Neuköllner Bezirksverordnetenversammlung (BVV) wird die CDU stärkste Kraft. SPD und Grüne verlieren ihre bisherige Mehrheit in der BVV. DIE LINKE kann bei dieser Wahl mit 14,4 Prozent das sehr gute Ergebnis aus dem Jahr 2021 beinahe halten (2021: 15 %; 2016: 12,3 %), darf erneut mit einer neunköpfigen Fraktion ins Rathaus einziehen und konnte einmal mehr das Vorschlagsrecht für einen Stadtratsposten erringen.

Neukölln bleibt eine Hochburg für DIE LINKE! Dieser Erfolg ist das Ergebnis jahrelanger planvoller Arbeit als sozialistische Mitgliederpartei in Neukölln, zusammen mit Bündnispartner:innen, Initiativen und Bewegungen. Er ist die Frucht einer langfristigen Strategie, die auf Antikapitalismus und Antirassismus basiert, dem Prinzip der verbindenden Klassenpolitik folgt und parlamentarische Initiative mit außerparlamentarischen Aktionen verbindet. Dieser Erfolg ist eine Teamleistung, den wir gemeinsam errungen haben!

14. Ausblick

↑ **Zur Sonne, zur Freiheit!**

DIE LINKE in Neukölln steht nun vor neuen Herausforderungen. Es kommt darauf an, die Dynamik und den Enthusiasmus aus dem Wahlkampf mitzunehmen in den politischen Alltag der Partei, neue Mitglieder rasch zu integrieren und die Vitalität der Basisorganisationen zu verstetigen. Dafür ist es notwendig, sich auf allseits getragene Schwerpunkte zu verständigen, die in gemeinsame praktische Arbeit münden. Denn in der kollektiven praktischen Arbeit zeichnet sich eine sozialistische Mitgliederpartei gegenüber allen anderen politischen Organisationen aus.

Die erneut schlechten Wahlergebnisse im Süden Neuköllns zwingen uns zu neuen Antworten auf die Frage, wie wir Politik für alle Menschen in Neukölln und für den gesamten Bezirk machen können. Wie verhindern wir, dass die soziale, kulturelle und politische Kluft zwischen Innenstadt und Außenbezirken immer größer wird? Wie bewerkstelligen wir den Parteiaufbau im Süden, sorgen für mehr Präsenz und erreichen perspektivisch wieder bessere Wahlergebnisse? Das ist keine Aufgabe einzig und allein des Neuköllner Bezirksverbands, der gesamte Landesverband muss schnell Lösungen finden, wie der Abwärtstrend im Osten der Stadt gebremst und umgekehrt werden kann.

In Berlin steht aktuell die Bildung der Landesregierung an. Führt der Weg für DIE LINKE erneut in den Senat oder in die Opposition? Das hängt auch davon ab, ob es eine überzeugende Perspektive für die Umsetzung des Volksentscheids zur Vergesellschaftung großer Immobilienkonzerne gibt. Und auch in der Neuköllner Bezirksverordnetenversammlung kommen auf DIE LINKE neue Aufgaben zu: Die bisherige Zählgemeinschaft hat ihre Mehrheit verloren und es ist offen, welche Konstellationen und Möglichkeiten sich nun daraus ergeben.

Hinzu komen all die Projekte und Unternehmungen, die wir bereits im Herbst 2022 avisiert und auf einer Mitgliederversammlung in einem Beschluss festgehalten hatten, dann aber aufgrund des Wahlkampfs erst einmal pausieren mussten. Ohne Anspruch auf Vollständigkeit reicht die Palette dabei vom Ausbau kultureller Angebote über Verstärkung einer feministischen Praxis bis zur Intensivierung gewerkschaftlicher und betrieblicher Aktivitäten.

Mögen die jüngst errungenen Wahlerfolge uns bei diesen Herausforderungen mit dem nötigen Rückenwind ausstatten!

mehr infos:

Für Anmerkungen, Hinweis und Nachfragen zu diesem Wahlbericht stehen gerne zu Verfügung:

Maya Eckes (Sprecherin DIE LINKE. Neukölln)
+49 177 4495913, maya.eckes@die-linke-neukoelln.de

Ruben Lehnert (Sprecher DIE LINKE. Neukölln)
+49 176 296 492 75, ruben.lehnert@die-linke-neukoelln.de