

Die Demokratie-Kampagne von dieBasis – streng geheim, nur für Vorstände -

Autor: Markus Bönig

Datum: 6. Juni 2021

Von der Basis, genauer gesagt vom Kreisverband Lüneburg in Niedersachsen ist eine, in Ihrer Einfachheit und gleichzeitig ihrer enormen Wirkung überzeugende und sehr professionelle Kampagne erdacht worden, mit der es uns gelingen wird, mit einem zweistelligen Prozentanteil im Herbst in den Bundestag einzuziehen.

Der Landesverband Niedersachsen unterstützt das Modell umfassend. Der erweiterte Bundesvorstand inklusive aller Landesverbände hatte sich dem am 29. Mai angeschlossen. In einer ersten Informations-Veranstaltung am 1. Juni wurden knapp 300 Kreisvorstände direkt informiert und um ein Stimmungsbild gebeten, das äußerst positiv ausfiel. Alle Fragen wurden mittlerweile beantwortet sowie Anregungen in die Kampagne integriert. Am 8. und 11. Juni werden alle übrigen Kreisvorstände sich die Kampagne erneut vorstellen lassen können.

Die Demokratie-Kampagne ist mehr als eine typische Wahlkampf-Idee. Die Kampagne ist ein umfassendes Konzept, um Basisdemokratie ganz praktisch erlebbar zu machen und alle Mitglieder in der Basis umfassend einzubinden – vor allen Dingen ist sie kein Kampf, sondern eine großartige Idee, deren Zeit gekommen ist.

Bereits am 11. Juni 2021 wird es eine vollständig und professionell entwickelte Kampagnen-Vorlage mit allen Details geben, die von jedem Kreisverband einfach übernommen werden kann. Entwickelt wurden alle Vorlagen vom Demokratie-Kampagnen-Team, das sich aus einer Gruppe von rund 40 Marketing- und Kommunikationsspezialisten gebildet hat. Aus diesem Team heraus wurde ein achtköpfiges Leitungs-Team gewählt, deren Sprecher der Autor dieses Dokuments ist.

Bereits ab dem 14. Juni 2021 wird die Demokratie-Kampagne in einem Landkreis und einem Ortsverband live umgesetzt werden – parallel zur Information aller Schwarm-Mitglieder. In der Woche ab dem 14. Juni können sämtliche Kreisverbände mit der Demokratie-Kampagne unmittelbar starten und bereits wenige Tage danach praktisch in der Umsetzung sein.

Die Demokratie-Kampagne lässt sich stufenlos von 1 bis 100% Abdeckung der Bevölkerung und auch in der Frequenz beliebig anpassen. Dies führt dazu, dass insgesamt Kosten von zwischen 1,3 und 5 Mio. Euro anfallen werden. Wir sind davon überzeugt, dass wir als Schwarm mit über 20.000 Mitgliedern sowie mit mittelständischen Unternehmern, die uns unterstützen, diese Summen schaffen werden. Wie das konkret gelingen kann, wird weiter hinten im Dokument erläutert.

In diesem Dokument wird im ersten Teil kurz und knapp erläutert, wofür wir als Partei stehen und warum die Demokratie-Kampagne perfekt zu uns und unseren Werten und Zielen passt. **Im zweiten Teil wird die Demokratie-Kampagne ganz konkret beschrieben und erklärt. Alle bereits bekannten Bedenken und Anregungen sind eingearbeitet worden.**

Problemlage: Politikverdrossenheit

Die Bürger des Landes sind überzeugte Demokraten und dennoch unzufrieden mit den Politikern und Parteien, ja generell mit dem politischen System – sie sind von der Politik „verdrossen“. Alle vier Jahre haben die wahlberechtigten Bürger für ganz kurze Zeit die Möglichkeit, ihre Macht in Form zweier Stimmen bei der Bundestagswahl auszuüben. In den jeweils darauffolgenden vier Jahren können die von den Bürgern gewählten Volksvertreter schalten und walten, wie es ihnen beliebt.

Auf allen politischen Ebenen ist erkennbar, dass von Politikern Entscheidungen getroffen werden, die gar nicht mit dem tatsächlichen Willen der Bevölkerung übereinstimmen. Politiker unterliegen nur noch ihrem persönlichen Gewissen und richten sich maximal nach Umfragen mit sehr wenigen Bürgern. Wir leben damit in einer „Umfragedemokratie“. Vor der Wahl gemachte Versprechen werden nicht eingehalten und der tatsächliche Wille der Bevölkerung häufig ignoriert.

Die Gesellschaft für deutsche Sprache erklärte den Begriff „Politikverdrossenheit“ bereits 1992 zum Wort des Jahres und zwei Jahre später fand es Eingang in den Duden. Daneben sind auch verwandte Begriffe wie „Staats-“, „Politiker-“ oder „Parteienverdrossenheit“ entstanden.

Am 24. September 2017 wurde der 19. Deutsche Bundestag gewählt. 76,2 Prozent der 61.688.485 Wahlberechtigten hatten bei der Bundestagswahl 2017 von ihrem Wahlrecht Gebrauch gemacht. 23,8% der Wahlberechtigten wählten gar keine Partei. Sie stellen damit die zweitgrößte Wähler-Gruppe in der Bevölkerung dar. Die CDU erhielt 26,8% der Stimmen. Die SPD erhielt 20,5 Prozent der Wählerstimmen. Mit klarem Abstand hinter der SPD folgen die AfD (12,6 %), die FDP (10,8 %), DIE LINKE (9,2 %) und die GRÜNEN (8,9 %). Als kleinste Partei schaffte die CSU mit 6,2 Prozent der Stimmen den Sprung über die Fünfprozenthürde. Die sonstigen Parteien erreichten 5,0 Prozent.¹

Lösung: Direkte Abstimmungen der Basis

Die Lösung für das geschilderte Problem ist sehr einfach und ihm Grundgesetz bereits enthalten. In Artikel 20, Absatz 2 heißt es im Grundgesetz wörtlich: „Alle Staatsgewalt geht vom Volke aus. Sie wird vom Volke in Wahlen und Abstimmungen und durch besondere Organe der Gesetzgebung, der vollziehenden Gewalt und der Rechtsprechung ausgeübt.“

Die Wahlen führen aktuell dazu, dass der Bürger nur indirekt auf politische Entscheidungen Einfluss nehmen kann, indem Repräsentanten gewählt werden, die danach völlig frei in ihren tatsächlichen Entscheidungen sind. Viel besser und demokratischer sind direkte Abstimmungen des Volkes – und zwar nicht bloß in ganz seltenen Fällen, sondern ständig und zu allen wichtigen Themen.

¹ <https://www.bpb.de/nachschlagen/zahlen-und-fakten/bundestagswahlen/>

Dafür steht die Partei dieBasis als basisdemokratische Partei. Die Lösung besteht darin, allen Bürgern, die Basis genannt, permanent in Form von Abstimmungen umfassend die Macht im politischen Entscheidungsprozess zu geben, so wie es das Grundgesetz längst festlegt.

Dahinter steht letztlich die Frage nach dem Menschenbild. Ist das Volk in Summe – als Schwarm, wie es in der Partei dieBasis heißt, dazu in der Lage, gute Entscheidungen zu treffen, oder sind dazu nur vom Volk gewählte Repräsentanten in der Lage? Warum dürfen Bürger zwar die Repräsentanten wählen und sämtliche Rechtsgeschäfte eingehen, aber nicht direkt über politische Themen entscheiden?

Wenn Repräsentanten vom Volk gewählt werden, dann müssen diese fortlaufend dem Willen des Volkes verpflichtet bleiben. Die faktische Lösung besteht daher in einer Mischung der direkten und indirekten Demokratiekomponenten. Die Bundestagsabgeordneten werden nur noch als Sprecher des Volkes gewählt, die den Entscheidungen des Volkes in Form von Abstimmungen permanent unterworfen bleiben.

Auf diese Weise finden regelmäßig alle 4 Jahre Bundestagswahlen statt und gleichzeitig finden fortlaufend Abstimmungen in der Bevölkerung statt, die für die Bundestagsabgeordneten verbindlich im Bundestag umzusetzen sind. Die Bedeutung von Parteien sinkt damit enorm, weil es überhaupt nicht mehr um ein konkretes Wahlprogramm und um Versprechungen geht, sondern schlichtweg um Repräsentanten, die direkt aus dem Volk heraus gewählt werden.

Die direkte Demokratie ist ohne technische Hilfsmittel bei der Abstimmung sehr aufwendig. Zum Zeitpunkt der Gründung der Bundesrepublik gab es gute Gründe, Repräsentanten zu wählen, um komplexe Entscheidungen überhaupt treffen zu können. In einer Zeit, in der über 80% der Bevölkerung über ein Smartphone verfügen, ist es jedoch nicht mehr zeitgemäß, auf die direkte Einflussnahme der Bevölkerung zu verzichten.

Mit Smartphones ist es mittlerweile problemlos möglich, eine Abstimmung binnen weniger Stunden durchzuführen. Die direkte Demokratie ist somit die passende Demokratie-Form, die dem modernen Menschen und den heutigen Möglichkeiten mehr entspricht, als das Nachkriegsmodell der repräsentativen Demokratie.

Was zeichnet die Basis besonders aus?

Es ist das Ziel, die Basisdemokratie in Deutschland zu etablieren, so wie sie im Grundgesetz längst enthalten ist. Wir stehen dafür, dass der Bürgerwille transparent wird und die Dinge getan werden, die das Volk will, nicht die vermeintlichen Volksvertreter. Wir wählen nicht einfach einen Abgeordneten, der vier Jahre lang macht, was er will, sondern wir wählen Sprecher, die den Willen der Basis umsetzen.

DieBasis strebt an, mit einem sehr großen Anteil an Abgeordneten in den Bundestag einzuziehen und das Modell der direkten Demokratie sofort zu leben. Alle Kandidaten der Partei dieBasis haben sich dazu verpflichtet, den Willen der Basis in Form von Abstimmungen im Bundestag so umzusetzen, wie die Basis dies verlangt. Je mehr Stimmen dieBasis auf sich vereinen kann, umso stärker haben alle Bürger dieses Landes die Möglichkeit, direkten Einfluss auf die Politik zu nehmen.

DieBasis wird weiterhin auf Gesetze hinwirken, die die fortlaufende Abstimmung von Bürgern zum Normalfall und nicht zum seltenen Ausnahmefall in Form von Volksabstimmungen werden lässt.

DieBasis ist einer bestimmten Haltung verpflichtet, die sich in den vier Säulen der Partei ausdrückt. Die Freiheit des Einzelnen, ein achtsamer Umgang mit Mensch und Natur, die Begrenzung von Macht sowie der Glaube an die Intelligenz des ganzen Volkes sind die Basis der Basis. Basierend auf diesen Grundwerten ergeben sich die konkreten politischen Entscheidungen alleine auf Grundlage der Abstimmungsergebnisse der Basis, nämlich des ganzen Volkes.

Die Demokratie-Kampagne

Um der Basisdemokratie in Deutschland zum Erfolg zu verhelfen, ist eine starke, kraftvolle und vor allen Dingen professionell gemachte Kampagne erforderlich.

Die Demokratie-Kampagne ist genau diese Kampagne, mit der es gelingen wird, alle unsere Anliegen in einfacher und wirkungsvoller Weise zu transportieren. Auf den folgenden Seiten wird diese Demokratie-Kampagne ganz konkret vorgestellt.

„Der wichtigste Teil des Wahlkampfes besteht darin, in den Menschen Hoffnung zu entzünden und ihr Wohlwollen für dich zu gewinnen.“² Die Fähigkeit der Partei, den Wählerinnen und Wählern die eigenen Visionen zu vermitteln und Hoffnungen auf eine bessere Zukunft zu entzünden, zählen zu den zentralen Elementen überzeugender Wahlkämpfe.

Die Zielgruppe von dieBasis ist das gesamte Volk

Das gesamte, wahlberechtigte Volk ist unsere Zielgruppe. Der vermutlich größte Teil des Volkes ist unzufrieden damit, wie politische Entscheidungen getroffen werden. Mindestens die Gruppe der Nichtwähler sowie der unzufriedenen Wähler ist daher unsere Kernzielgruppe. Damit sind selbstverständlich auch alle die Menschen in diesem Land gemeint, die mit den Corona-Maßnahmen der Regierung nicht einverstanden sind, aber auch Unzufriedenheit in allen anderen Politikfeldern. dieBasis richtet sich explizit an alle Bürger, denen die individuelle Freiheit sowie der achtsame Umgang mit Mensch und Natur besonders wichtig sind. Darüber hinaus ist jeder Bürger im Land eingeladen, sich direkt und fortlaufend in Form von Abstimmungen an der Politik des Landes direkt zu beteiligen.

² Brockmann, Lorenz. Wie man eine Wahl gewinnt: Leitfaden für einen erfolgreichen Wahlkampf (German Edition) (S.9). abc Buchverlag. Kindle-Version.

Die Kernbotschaft der Basis lautet:

„die Basis wählen und Deine Stimme behalten.“ In diesem einen Satz ist die gesamte Botschaft, für die dieBasis steht, enthalten. Sie ist leicht zu merken und inhaltsschwer und vollständig kongruent mit den Werten und den Zielen unserer Partei.

Wie werden wir sichtbar?

Basisdemokratie ist für viele Menschen nicht praktisch greifbar. Sie haben sich daran gewöhnt, Vertreter zu wählen und die Macht aus den Händen zu geben. Wie bei allen „abstrakten“ oder schwer „greifbaren“ Sachverhalten liegt der Erfolg darin, dies ganz praktisch „erlebbar zu machen“.

Wir zeigen den Bürgern ganz praktisch mit einer **basisdemokratischen Probefahrt**, was Basisdemokratie bedeutet. Wir informieren daher jeden Bürger direkt und ohne Zensurmöglichkeiten, indem wir insgesamt 8 Basis-Abstimmungen in Form einer **Abstimmungskarte** in jeden Briefkasten und an jede Haustür dieses Landes verteilen bzw. verteilen lassen. Die erste Abstimmungskarte fällt etwas umfangreicher aus, um uns als Partei vorzustellen, bleibt aber dennoch kurz und knapp.

Auf der Abstimmungskarte sind neben einigen Basis-Informationen ein Link und ein QR-Code zu finden, um die Abstimmungen sofort online durchführen zu können. Der Bürger wird dafür auf die Webseite www.basis-Abstimmung.de geleitet. Auf dieser Webseite wird kurz und knackig mit Text, Bild und Video erläutert, wofür wir stehen. Die Abstimmung kann direkt mit einem Klick durchgeführt werden. Es muss keine App heruntergeladen werden. Wir nutzen für die Abstimmung die Plattform Mentimeter.

Die Ergebnisse sind für den Abstimmenden nach Eingabe seiner Email-Adresse sofort sichtbar. Mit der nächsten, manuell in die Briefkästen verteilten Abstimmung werden die Ergebnisse der vorherigen Abstimmung mitgeteilt, so dass auch Menschen, die offline sind, die Abstimmungsfragen und die Ergebnisse sehen können. Bevor die Email-Adresse gespeichert wird, wird der Bürger natürlich um seine Einwilligung zur Speicherung gebeten. Ein entsprechendes Datenschutzkonzept wurde bereits erarbeitet. Erforderliche Sicherheitsvorkehrungen, um Doppelabstimmungen und Manipulationen weitgehend zu verhindern, wurden und werden ergriffen.

Darüber hinaus fragen wir alle Bürger, die sich an der Abstimmung beteiligen, über welche Themen sie gerne zukünftig abstimmen würden. Aus der Liste ergeben sich weitere Impulse für weitere Abstimmungen.

Wir erreichen mit dieser Basis-Abstimmung, dass der wahre Bürgerwille zu bestimmten politischen Themen, glasklar transparent gemacht wird. Wurde beispielsweise in der Berichterstattung der Medien der Anschein erweckt, dass eine Mehrheit der Bevölkerung für ein bestimmtes Thema sei, dann kann es sich bei der Basis-Abstimmung ergeben, dass das Volk tatsächlich eine ganz andere Präferenz hat. Diese Aufdeckung von Unstimmigkeiten sowie das Erlebnis, direkt zu einer politischen Frage befragt zu werden, wird die Bevölkerung nachhaltig verändern.

Der wirkungsvollste Weg, um Bürger zu erreichen

Es hat sich in allen bisherigen Wahlkämpfen gezeigt, dass der massenhafte Einsatz von Plakaten nur eine sehr überschaubare Wirkung hat. Ein Plakat kann nicht überzeugen. Es erweckt maximal Aufmerksamkeit, Interesse und transportiert Kernbotschaften. Plakate werden deshalb nur ganz zurückhaltend eingesetzt. Lieber wenige, aber sehr große Plakate. Selbst für den massiven Einsatz von Fernsehwerbung, wie dies in den USA besonders etabliert ist, hat sich gezeigt, dass es wesentlich wirksamere Methoden gibt.

Der Tür-zu-Tür-Wahlkampf und damit das persönliche Gespräch ist die erfolgversprechendste Technik und sollte daher in jeder Kampagne ein zentrales Element sein. Ergänzt um eine intensive Kampagne in den sozialen Medien muss hier der absolute Fokus liegen.

Die Verteilung von Basis-Abstimmungen in den Briefkästen und an den Haustüren dieses Landes ist somit auch nach Einschätzung aller echten Wahlkampf-Experten die wirksamste Methode überhaupt.

Natürlich werden dafür sehr viele Menschen benötigt. Da unser Schwarm jedoch mittlerweile auf über 20.000 Mitglieder angewachsen ist, sind wir dazu grundsätzlich in der Lage. Rein rechnerisch sind das je Mitglied 2.100 Haushalte in Deutschland. Das ist nicht wenig, aber auch nicht unmöglich. Verteilt über z.B. 10 Werktage sind das 210 Haushalte am Tag. Mit diesem Arbeitseinsatz würden wir die gesamte deutsche Bevölkerung einmal erreichen. Optimal ist eine Quote von 1.000 Einwohnern je Unterstützer. Da je Haushalt im Durchschnitt zwei Einwohner kommen, ist das Verhältnis bei uns aktuell 1:4. Bis zur Bundestagswahl werden wir sicherlich die 40.000 Mitglieder-Zahl erreicht haben, so dass wir in Richtung 1:2 kommen werden, also nur noch knapp 1.000 Haushalte von einem Mitglied zu bearbeiten wären.

Selbstverständlich können wir uns auch Hilfe durch Schüler und Studenten holen, oder professionelle Verteilerdienste einbinden. Wichtig ist, dass die Größenordnung einmal und auch achtmal im Bereich des Möglichen ist.

Der Schwarm der Basis ist hochmotiviert, einen grundlegenden Politikwechsel zu bewirken. Jeder in der Partei kann seine eigenen Kompetenzen in einem sozialen Miteinander einbringen. Es gibt sehr große Gestaltungsspielräume und eine hohe Eigenverantwortung in all den AGs und Kompetenzbereichen der Partei. Im Bereich der Verteilung an die Haushalte kann sich wirklich jeder in der Partei einbringen.

Massiver Einsatz sozialer Medien

Die Verteilung aller Abstimmungen über soziale Medien ergänzt die Verteilung an alle Haushalte und alle Haustüren natürlich massiv, wird sie jedoch nicht ganz ersetzen können. Vor allen Dingen können wir nicht absehen, ob die etablierten Plattformen uns ohne Zensur überhaupt die Möglichkeit dazu einräumen werden. Wir durften bereits mehrfach erleben, dass z.B. Google bei Youtube Inhalte der Partei gesperrt hat.

Natürlich gehen wir dagegen juristisch vor, dies dauert aber in der Regel mehrere Wochen, wenn nicht sogar Monate.

Wir werden im Verlauf der Kampagne sehen, wie groß der Anteil der Bürger sein wird, der auch ohne Verteilung in den Briefkasten an folgenden Abstimmungen teilnehmen wird. Mit jeder weiteren Abstimmung werden weitere Email-Adressen gesammelt, um immer wieder über neue Abstimmungen berichten und zur Teilnahme auffordern zu können.

In jedem Fall haben wir alleine mit unseren rund 20.000 Mitgliedern bereits eine ausreichend große Zahl von Menschen, um in den sozialen Medien jeweils eine Initialzündung zu bewirken. Wenn jedes Mitglied jeden Post, jede Abstimmung ausführlich kommentiert und weiterverteilt, führt dies binnen Stunden zu einer großen Verbreitung – auch außerhalb unseres Bekanntenkreises, weil solche Beiträge von der Logik der Plattformen automatisch hochgespült und weiterverbreitet werden. Wir werden daher auch ohne jegliche, bezahlte Werbung, regelmäßig die kritische Startmaße für eine schnelle Verbreitung erreichen.

Wir grenzen uns damit stark von etablierten Parteien ab.

Das Angebot, alle Bürger fortlaufend an allen Entscheidungen in Form von Abstimmungen zu beteiligen, ist einzigartig. Das Versprechen, den Bürger direkt einzubinden und dies in Form von Basis-, nicht komplizierten Volks-Abstimmungen ganz praktisch vorzustellen ist von allen etablierten Parteien nicht imitierbar. Das Versprechen an den Bürger ist, dass wir exakt die Wünsche der Bevölkerung umsetzen und keine eigenen Ziele verfolgen.

Die Abgrenzung zu anderen Parteien ergibt sich genau daraus, dass wir ganz praktisch aufzeigen, dass der Wille des Volkes und die Entscheidungen der Politik stark unterschiedlich ausfallen. Wir stärken unser eigenes Profil und unsere Stärken zu einem positiven Image, ohne auf die Schwächen des politischen Gegners noch weiter eingehen zu müssen. Das Aufzeigen dieser Diskrepanz von Bürgerwillen und Politik offenbart sämtliche Schwächen aller politischen Gegner.

Über welche Themen lassen wir abstimmen?

Aus diesem Grund suchen wir gezielt nach politischen Themen, bei denen es offensichtlich eine Diskrepanz zwischen Bürgerwille und Politikerentscheidung gibt. Da diese Problematik auf allen politischen gleichermaßen existiert, bietet es sich besonders an, einen Mix aus regionalen und nationalen Themen für die Basis-Abstimmung auszuwählen.

Der Plan besteht darin, 4 nationale Themen zu identifizieren, um den Bürgern exemplarisch an diesen Beispielen die Haltung der Partei zu erläutern und gleichzeitig den Bürgerwillen ganz konkret zu erfragen. Jedes dieser vier nationalen Themen dient somit dafür, eine der vier Säulen besonders zu erläutern.

Weiterhin sollen in jedem Kreisverband bis zu 4 regionale Themen identifiziert und in Form einer Basis-Abstimmung verbreitet werden. Diese vier regionalen Themen haben den Vorteil, dass die Bürger besonders deutlich die Tragweite erkennen können, die sich aus der Diskrepanz ihrer Abstimmung der der Haltung der Politik ergibt.

Da die direkte Demokratie von den Bürgern noch nicht geübt wurde, sollten wir mit einfachen Fragen beginnen, die für jeden ohne Fachkompetenz zu verstehen sind. Es sollten einfach zu formulierende Fragestellungen mit möglichst aktuellem Thema sein. Es sollte ein zur jetzt laufendenden Politik gegensätzliches Ergebnis zu erwarten sein und es darf daraus keine gänzlich unerfüllbare Forderung an unsere Politik der Zukunft entstehen. Themen, bei denen der vermutete Bürgerwille massiv von den Politikentscheidungen abweicht, sind für unser Vorhaben optimal.

4 nationale Themen, die das Große und Ganze sehr schön aufzeigen und uns gleichzeitig Kompetenz in den Bereichen Grundrechte und damit Soziales, Wirtschaft, Ökologie, Gesundheit zugestehen, sind folgende Themen.

- Wir wollen die **Freiheit** der Bürger auf allen Ebenen befördern. Freie Meinungsäußerung (weg vom Meinungsdictat), freie Demonstrationen, freie (auch öffentliche Medien) und keinen Zwang bei gesundheitlichen Entscheidungen, freie Persönlichkeitsentfaltung und damit ein würdevolles Existenzminimum für sozial Schwach in unserer Gesellschaft – eben das Grundgesetz (Freiheit) in einem freien Land
- Wir wollen den **Mittelstand** massiv unterstützen und stärken, weil hier die größte Innovationskraft liegt und hier die Arbeitsplätze geschaffen werden und nicht länger einseitig Großkonzerne immer mächtiger machen (Machtbegrenzung)
- Wir wollen, dass die Bürger über die Maßnahmen entscheiden, die beim **ökologischen Umbau** erforderlich sind – Solar auf dem Dach, Verbot Diesel, Tempo-Limit, etc. (Schwarm-Intelligenz)
- Wir wollen **für alle Menschen ein gutes Gesundheitssystem der 1. Klasse** haben und das 2-Klassen-System mit GKV und PKV beenden (Achtsamkeit)

Das erste „Abstimmungs-Thema“ wird von den Politik-AGs sowie den Kreisvorständen im Rahmen einer Konsensierung festgelegt werden. Alle weiteren Themen sollen vom Schwarm festgelegt werden, entweder national oder eben regional, je nach Thema.

Ein Grundsatzprogramm zu unserer Haltung

In den vergangenen Tagen und Wochen wurde immer wieder intensiv diskutiert, ob wir eigentlich ein vollständiges Partei bzw.- Wahlprogramm benötigen. Wenn wir doch dafür eintreten, dass am Ende die Bürger entscheiden, macht ein klassisches Wahlprogramm nämlich eigentlich keinen Sinn.

Vielmehr wäre es zielführender, die Grundhaltung aufzuzeigen, wie dies im ersten Teil dieses Dokuments geschehen ist und dann die Haltung an ganz konkreten Fällen zu erläutern. Dies können z.B. die eben aufgeführten 4 Politikfelder sein, möglicherweise

auch 10 oder 15, aber sicher nicht die 327 Politik-Felder, die von der AG Grundsatzprogramm zusammengetragen wurden. Aus dieser großen Menge könnten konkrete Themen durch Konsensierung gefunden werden, die das Zeug dazu haben, die Diskrepanz von Bürgerwillen und politischen Entscheidungen besonders deutlich aufzuzeigen.

Eine nationale Landingpage und 300 Landingpages für die KV's und BV's

Bezogen auf einen einzelnen Kreisverband wird es somit 4 regionale Themen und 4 nationale Themen geben, die auf einer Landingpage abzubilden sind. Jeder Bürger wird mit insgesamt 8 Abstimmungen konfrontiert. Da wir jedoch knapp 300 Kreis- und Bezirksverbände haben, sind es in Summe $4 \times 300 = 1.200$ Abstimmungen. Zu diesem Zweck wird eine Datenbank eingerichtet, in der die jeweiligen Abstimmungen eines Kreisverbands abgelegt sind. Diese Datenbank erzeugt damit automatisch und dynamisch jeweils eine Unterseite auf www.basis-abstimmung.de. Diese Unterseite wird unter der URL www.basis-abstimmung.de/wahlkreis erreichbar sein. Genau dieser Link wird auch auf den jeweils regionalen Abstimmungs-Formularen aufgedruckt sein. Der Bürger, der an der Abstimmung teilnehmen möchte, wird somit entweder auf die nationale oder regionale Landingpage geleitet. Alle Seiten sehen völlig identisch aus und unterscheiden sich nur im Logo des Kreisverbands sowie den konkreten Fragen.

Diese Landingpages lassen sich einmal vorbereiten und dann automatisch für alle Kreise und Länder nutzen. Wir erreichen damit, schon innerhalb von nur einer Woche Vorbereitungszeit eine nationale Lösung verfügbar zu haben.

Die Anlage von Abstimmungen ist binnen weniger Minuten gemacht. Der entsprechende Link zur Abstimmung wird in der Datenbank hinterlegt und im Abstimmungsformular aufgedruckt. Weiterhin wird diese Abstimmung intensiv über soziale Medien geteilt werden können. Eine simple Grafik mit dem Aufriss des Problems, ein kurzes Erklärvideo – in Verbindung mit dem Link sind für soziale Medien schon eine hilfreiche Grundlage, um Inhalte zu verbreiten.

Eine Abstimmung für jeden Direktkandidaten

Zusätzlich zu den jeweils 4 regionalen und 4 nationalen Abstimmungen wird jeder Direktkandidat eine eigene Abstimmung erhalten, die ihm persönlich besonders am Herzen liegt und sein eigenes, politisches Anliegen besonders unterstützt. Jeder Kandidat soll zu diesem Zweck ein Kurz-Video und eine persönliche Abstimmungs- und Vorstellungskarte erhalten. Ergänzt um eine Visitenkarte ist der Kandidat damit in der Lage, jederzeit sich selbst vorzustellen und die Basisdemokratie live vorzuführen. Diese Abstimmung des Kandidaten wird ebenfalls auf der Webseite des dazugehörigen Kreisverbands gezeigt, so dass dort 4 regionale Abstimmungen, 4 nationale Abstimmungen und die Abstimmung des Direktkandidaten zu sehen sein werden. Die Gesamtzahl der Abstimmungen erhöht sich damit insgesamt um knapp 300 auf 1.504 Abstimmungen, mit denen wir in Summe auf die Bevölkerung zugehen. In Summe ist das komplex, vor Ort bleibt es begrenzt. Wir sind damit regional wirksam und national sehr wirkstark.

Mittelstands-Abstimmung

Mit derselben Logik erarbeiten wir eine parallele Kampagne für alle mittelständischen Unternehmen. Diese Unternehmen sind das Rückgrat unserer Wirtschaft. Rund 80% aller Menschen sind dort beschäftigt. Dennoch werden ausgerechnet diese Unternehmen gegenüber Konzernen stark benachteiligt. Hier können wir sehr massiv um Spenden bitten, um wirklich einen Politik-Wechsel herbeizuführen. Bei uns entscheiden eben alle und nicht bloß die Großkonzerne mit ihren Lobbyisten.

Diese Mittelstands-Abstimmung wird die Hauptaufgabe der Direkt- und Listenkandidaten sein. Mit der gezielten Ansprache von mittelständischen Unternehmen, werden wichtige Multiplikatoren angesprochen, die zusätzlich ein hohes Spendenpotential haben. Wenn ein Unternehmer mit 100 Mitarbeitern uns in der Belegschaft empfiehlt, womöglich sogar alle auffordert, an der Abstimmung teilzunehmen und dann noch 1.000 Euro spendet, ist das für uns insgesamt enorm hilfreich. Selbstverständlich darf kein Unternehmer irgendwelche Forderungen stellen. Er darf uns dabei unterstützen, auch die Stimme des Mittelstands so wie die Stimme der restlichen Bevölkerung zur Geltung zu verhelfen.

Darüber hinaus gibt es Bestrebungen, ganze Unternehmerverbände davon zu überzeugen, mit der Basis intensiv zusammenzuarbeiten.

Presse-Arbeit

Die Pressearbeit wird vermutlich nach der dritten oder vierten Befragung der gesamten Bevölkerung auf uns aufmerksam geworden sein und uns nicht mehr ignorieren. Wir werden der regionalen sowie der nationalen Presse direkt die Ergebnisse unserer Befragung jeweils übermitteln. Damit können wir die Themen-Agenda in jedem Kreis und letztlich auch im Bund bestimmen, weil wir durch alle unsere Mitglieder alle Haushalte in Deutschland erreichen und direkt befragen. Eine direktere und unmittelbarere Einflussnahme auf die politische Themen-Agenda hat es bislang vermutlich noch bei keiner vorherigen Bundestagswahl gegeben.

Die vorgezogene Bundestagswahl

Genau eine Woche vor der eigentlichen Bundestagswahl werden wir die letzte Abstimmung auf den Weg bringen. Wir werden alle Bundesbürger bitten, bereits zu entscheiden, welche Partei sie wählen würden, wenn an dem Tag bereits Bundestagswahl wäre. Auf diese Weise erreichen wir eine Kontrollwahl zur eigentlichen Bundestagswahl, um mögliche Unstimmigkeiten aufzudecken und wir zeigen den Wählern, dass es sinnvoll ist, der Basis die Stimme zu geben, weil wir bei diesem Durchlauf bereits sicher die 5%-Hürde übersprungen haben werden. Dieser Effekt wird zu einem höheren Ergebnis in der Folgewoche, bei der eigentlichen Bundestagswahl führen. Unser Ergebnis wird aufgrund der sehr großen Basis darüber hinaus viel aussagekräftiger sein, als alle Ergebnisse der Meinungsforschungsinstitute.

Welche konkreten Werbemittel werden eingesetzt?

Das breit im Schwarm konsensierte Design unserer gesamten Kampagne passt perfekt zu den Inhalten. Der Slogan ist optimal integriert. Kurze und einfache Botschaften, die das Demokratiedefizit in Deutschland thematisieren sind zentral. Dieses Design wird durchgängig verwendet für jede Marketing-Form – für die Webseite, für Flyer, für Visitenkarten und Plakate, etc.

Die Gesichter von Direkt- und Listenkandidaten sind vor dem Hintergrund der basisdemokratischen Zielsetzung nicht von zentraler Bedeutung und Plakate kommen nur in sehr begrenztem Umfang zum Einsatz. Natürlich wählen Menschen andere Menschen. Gleichzeitig hat der über die Basis gewählte Abgeordnete eine ganz andere Bedeutung, als dies bislang bei Wahlen der Fall war. Der Abgeordnete ist nicht mehr der Vertreter, sondern nur noch der Sprecher des Volkes. Das Handling von Plakaten ist sehr teuer und aufwendig. Neben den Herstellungskosten entstehen Kosten für die Anbringung und den Abbau. Die Inhalte müssen permanent kontrolliert werden und zusätzlich kommen Kosten für den Standort selbst hinzu.

Wenn überhaupt, werden Plakate vor allen Dingen in sehr großer Größe eingesetzt. Die Partei Die Grünen hat für das Handling von Plakaten eine sehr gute Webseite aufgesetzt. Wer gerne Plakate einsetzen möchte, möge hier die optimalen Standorte im Ort identifizieren und direkt beim Betreiber der Plätze buchen:

<https://plakat.gruene.de/#/ort/88131/>

Üblicherweise werden ca. 250.000 Plakate in Deutschland benötigt, um je 1.000 Einwohner ca. 3 Plakate zu ermöglichen. Wir werden hiervon massiv abweichen und möglicherweise nur 300 x 10 = 3.000 Großplakate nutzen und maximal 300 x 100 = 30.000 kleinere Plakate einsetzen. Wenn wir uns auf zentrale Werbeflächen und auf die Zufahrtstraßen zu Tankstellen und Supermärkten konzentrieren, können wir mit sehr wenig Aufwand sehr viel erreichen, denn an diesen Orten kommt die Bevölkerung regelmäßig vorbei. Mit den Filial-Leitern der Supermärkte ist rechtzeitig zu sprechen und zu klären, ob ein Stand dort zulässig wäre.

Vorlagen für Werbemittel

Um die Arbeit in den Kreisen zu erleichtern, werden sämtliche Werbemittel, die für die Demokratie-Kampagne erforderlich sind, als Vorlagen zentral erarbeitet und bis zum 11. Juni 2021 zur Verfügung gestellt. Jeder Kreisverband kann diese Vorlagen nutzen und braucht dafür nur noch das Logo und die konkreten Abstimmungen festzulegen. Die eigentliche Arbeit, nämlich die Verteilung über den Schwarm oder/und externe Helfer wird die Hauptaufgabe vor Ort sein, neben all den anderen Aktivitäten, die regional überlegt und koordiniert werden.

Es werden an zentraler Stelle die **Landingpage** gebaut und bereitgestellt sowie **Video-Spots und Erklär-Videos zum Thema Basisdemokratie und basisdemokratisches Probefahren** erstellt. **Anzeigen und allgemeine Flyer können wir uns vollständig sparen.** Bei Giveaways müssen wir genau überlegen, welchen Nutzen sie tatsächlich

bewirken. Sobald es gelungen ist, bis zu 8 mal in jedem Briefkasten anzukommen, bekommen Wiederholungen des Logos an allen möglichen Stellen eine völlig neue Bedeutung.

Jeder Flyer, den wir nutzen, sollte die Demokratie-Kampagne direkt nutzen und integriert sein. Es bringt wenig, wenn wir ganz allgemein und abstrakt von Basis-Demokratie sprechen und schreiben. Wir sollten alle Werbemittel optimal miteinander verzahnen, um so die beste Wirkung zu erzielen. Sämtliche Texte werden gemeinsam mit Spezialisten aus der AG Marketing und AG Kommunikation zügig erarbeitet. Selbstverständlich sind Verbesserungen und Anpassungen fortlaufend möglich. Wir wollen hier die ganze Schwarmintelligenz nutzen.

Vorlagen, die bis zum 11. Juni vorgelegt werden:

- Eine Vorlage für eine initiale Abstimmungs-Karte mit Vorstellung von dieBasis
- Eine Vorlage für die zweite Abstimmungs-Karte
- Eine Vorlage für jede weitere Abstimmungs-Karte mit dem Ergebnis der Vorwoche
- Bundesweiter Einsatz von Mentimeter mit IP-Tracking (so repräsentativ wie möglich) – Härtenkonzept mit CCC
- Eine Landingpage für die bundesweiten Fragen und 300 lokale Webseiten für die lokalen Ergebnisse der KVs
- Eine Presseinformation als Vorlage mit den Ergebnissen der Befragung
- Kurzdarstellung unserer Haltung / Parteiprogramm
- Ein 2 min Erklärvideo, was Basisdemokratie ist
- Ein 2 min Erklärvideo, was es mit der Basis-Abstimmung auf sich hat
- Ein 2 min Erklärvideo, was die Demokratie-Kampagne ist – intern für die Basis

Vorlagen für die Kandidaten, die bis zum 11. Juni vorgelegt werden

- Visitenkarten für jeden Bundestagskandidaten
- Mitgliedsausweise für jeden Bundestagskandidaten
- Fotos von jedem Kandidaten werden je Bundesland organisiert
- Kurz-Videofilme für jeden Kandidaten werden je Bundesland organisiert
- Individuelle Kandidatenflyer mit Abstimmungs-Funktion werden organisiert
- Mittelstands-Abstimmungskarten werden erstellt
- Ggf. werden Veranstaltungsflyer für Veranstaltungen organisiert

Fortlaufende Video-Vorlagen bis Ende August

- Für alle vier nationalen Abstimmungs-Themen und für bis zu 20 regionale Abstimmungsthemen werden kurze Videofilme erzeugt, die das Problem kurz umreißen und den Link zur Abstimmungs-Seite bereits beinhalten.
- Darüber hinaus werden wir die von uns produzierten Video- und Radio-Spots natürlich auch im Rahmen der kostenfreien Parteienwerbung in Radio und TV einsetzen können. Eine Spezialistin aus der Partei, die vormals für das ZDF gearbeitet hatte, unterstützt das Demokratie-Kampagnen-Team bereits intensiv.

Eine zentrale Kontaktstelle - die Demokratie-Kampagnen-Leitung

Für die Durchführung der Kampagne gibt es ein Kampagnen-Team, das alle Anfragen in Empfang nimmt und sie koordiniert. Die Email-Adresse des Teams lautet demokratiekampagne@diebasis-partei.de.

1. Grundsätzlich benötigen wir von jedem Kreisverband die Bestätigung, ob er bereit ist, überhaupt an dem Modell teilzunehmen. **Eine Meldung muss bis zum 14. Juni erfolgt sein.**
2. Weiterhin benötigen wir die konkreten vier regionalen Abstimmungsthemen. **Diese Themen können bis zum 20. Juni übermittelt werden.**
3. Weiterhin muss geklärt sein, wieviele Haushalte in dem konkreten Kreisverband gibt und wieviele Haushalte über Mitglieder verteilt werden und wieviele Haushalte über z.B. Schüler sowie externe Dienstleister verbreitet werden sollen. **Diese Meldung muss ebenfalls bis zum 20. Juni übermittelt werden.**
4. Die Demokratie-Kampagnen-Leitung beauftragt die Dienstleister auf Grundlage der Meldung des KV möglichst zentral.
5. Alle Vorlagen, die auf Grundlage der Meldung der Themen erarbeitet werden, gehen für eine Korrekturschleife zurück an den jeweiligen Kreisverband. **Innerhalb von maximal 3 Tagen nach Übermittlung der Vorlage muss eine Freigabe erfolgt sein.**
6. **Der genaue Lieferort der Menge, unterteilt nach Selbst- und Fremdverteilung muss mit der Rückmeldung mitgeteilt werden.**
7. Der Druck erfolgt immer zentral, um überhaupt die niedrigen Kosten und die gleichbleibende Qualität der Druckerzeugnisse gewährleisten zu können.
8. Sämtliche Kosten für Druck und Verteilung sollten über das jeweilige Landesverbandskonto abgewickelt werden. Wir sorgen intern dafür, dass auch zwischen den Ländern ein Lastenausgleich erfolgt, so dass wir bundesweit gleiche Chancen und Möglichkeiten haben.

Die Mitglieder der Demokratie-Kampagnen-Leitung

Jedes Teammitglied kann jederzeit angesprochen, oder angeschrieben werden, um Fragen und Details zu klären. Grundsätzlich ist es jedoch von großer Bedeutung, dass wir hochstandardisiert vorgehen, um binnen weniger Tage für bis zu 300 Kreisverbände sehr gute Ergebnisse liefern zu können. Stellt also bitte nur dann Fragen, wenn sich die Antwort nicht bereits aus dem Leitfadern ergibt.

Vorname	Nachname	Email	Handy	Bundesland
Markus Bönig	Bönig	markus.boenig@diebasis- ni.de	+49 1578 6789405 +49 171	Niedersachsen
Heinz	Lenz	heinzlenz1@gmx.de hermann.schlichting@freenet. de	7621076 +49 163 69 85 078 +49 173	Schleswig-Holstein Bayern
Hanspeter	Dodel	dodel@ereignisraeume.de	7778456 +49 152-	Hessen
Barbara	Riesner	Barbara.riesner@gmail.com	56628967 +49 151 4163	Bayern
Herbert	Bullmer	info@herbert-bullmer.de	2107 +49	Bayern
Sofia Thorsten	el Mestary Stöcker	sofia.elmestary@gmx.de stoecker@bahnhofnord.de	15737747768 +49 1728626771	Baden-Württemberg NRW
Constanze	Clauss	constanze.clauss@novertis.de		Berlin

Optimaler Ressourcen-Einsatz vor Ort:

Zusätzlich zu den Kerninhalten der Demokratie-Kampagne sind Plakate, Stände und Banner sinnvolle Werbemittel. Auch jede andere kreative Idee ist herzlich willkommen. Seien es spontane Events mit **Schirmen, Flugzeuge**, die unser Banner transportieren oder übergroße **Zeitungen**, die für Aufmerksamkeit sorgen.

Jede Idee ist willkommen. Richtig optimal wird es, wenn alle diese Maßnahmen immer wieder dazu führen, dass Menschen die Basisdemokratie live erleben können – mit einem **Bildschirm auf dem Stand**, einer **LED-Großleinwand** bei Großveranstaltungen, oder einfach dem **Kandidaten-Abstimmungs-Flyer**, damit seine individuelle Abstimmung jederzeit live von Interessierten durchgeführt werden kann.

Training von Bundestagskandidaten

Für alle unsere Bundestagskandidaten werden mehrere Coaching-Veranstaltung organisiert. Von Inhalts-Trainings über Trainings zur persönlichen Wirkung bis hin zu Trainings zum optimalen Gespräch mit Unternehmern ist alles dabei. Damit die Events gut organisiert werden können, ist es wichtig, dass sich alle Bundestagskandidaten jeweils einmal monatlich für zwei Tage an einem zentralen Ort in ihrem Bundesland

treffen. Diese Termine sind die Fixsterne für die gesamte Planung von Foto, Video- und Kandidaten-Abstimmungskarten-Erzeugung.

Training aller Mitglieder in der Basis

Darüber hinaus werden gerade professionelle Trainings für den ganzen Schwarm entwickelt, um alle Schwarm-Mitglieder optimal dabei zu unterstützen, im persönlichen Kurz-Kontakt mit der Bevölkerung zu überzeugen.

Die letzte und zentrale Frage: Die Finanzen?

Erfahrungsgemäß kommen rund 60% der Spenden erst in den letzten 8 Wochen vor der Wahl zusammen. Um allerdings mit der Demokratie-Kampagne starten zu können, ist es erforderlich, wenigstens den Start finanziert zu haben.

Die initialen Kosten für die Erstellung aller Werbemittel und der Landingpage sind bereits vollständig vorhanden. Alle erforderlichen Talente sind ebenfalls in der Partei und bereits im Wahlkampagnen-Team.

Die Erstellung der Grundlagen ist somit ohne weitere Kosten abgesichert. Für den ersten Durchlauf würden im Maximalfall 168.000 Euro Druckkosten anfallen, wenn 42 Mio. Basis-Abstimmungs-Karten produziert werden würden. Dieser Betrag ist in der Partei jetzt sofort vorhanden. Damit stehen sämtliche Finanzmittel sofort zur Verfügung.

Jeder weitere Durchlauf würde weitere 168.000 Euro Kosten verursachen. Bei Erlösen von aktuell rund 150.000 Euro monatlich, die sich alleine aufgrund der Mitgliedsbeiträge ergeben, ist zumindest ein Durchlauf im Monat sichergestellt.

Faktisch ergibt sich somit „lediglich“ noch ein Delta von ca. 5 x 168.000 Euro, um weitere fünf Durchläufe finanzieren zu können. Das ist rund 1 Mio. Euro.

Um einen Teil der Verteilung durch professionelle Verteiler organisieren zu können, weil z.B. in Mecklenburg-Vorpommern eine flächendeckende Verteilung anders gar nicht zu schaffen wäre, wird mit weiteren 2,5 Mio. Euro für die Verteilung geplant und mit weiteren 500.000 Euro für Plakate und sonstige Kandidaten-Flyer sowie 1 Mio. Euro für die Mittelstands-Abstimmung.

Die Verteilungskosten richten sich vollständig nach dem Umfang, der über Dritte abgewickelt werden kann. Im Maximalfall entstehen Kosten in Höhe von 0,06 € über den Dienstleister Sara und 0,077 € bei der gemeinsamen Verteilung über die Post in alle Haushalte. Realistischerweise wird vor Ort entschieden, welcher Mix aus Eigen- und Fremdverteilung möglich ist. Es ist natürlich jederzeit möglich, auch weniger als 100% der Haushalte zu bedienen und z.B. soziale Brennpunkte auszuwählen. Denkbar ist auch, Organisationen wie die Freiheitshelden und Schüler sowie Studenten im großen Maßstab einzubinden.

Einseitig bedrucktes Briefpapier kostet 0,01 € je Seite. Der dazugehörige Umschlag 0,012€. Es ist genau zu überlegen, wie viele der rund 2,59 Mio. kleinen und mittleren Unternehmen in Deutschland persönlich adressiert, oder postalisch angeschrieben werden sollen. Bei 40 Cent Kosten je Brief wären das maximal 1 Mio. Euro Kosten für diese Aktion.

In Summe sind das maximal 5 Mio. Euro, die insgesamt benötigt werden. Bei knapp 20.000 Mitgliedern sind das einmalig 250 Euro je Mitglied. Diesen Betrag werden wir als „Schwarm-Funding“ einwerben, indem wir ab dem 14. Juni an jedem Werktag abends um 20 Uhr jeweils ein paar Tausend Schwarmmitglieder in einen Zoom-Call holen und ihnen die Kampagne quasi persönlich vorstellen. Eine Webseite, um sofort die Spendenbereitschaft nennen zu können, wurde bereits entwickelt. Diese Beträge, die in Summe erforderlich sind, sind einfach über Schwarm und Mittelstand zu erhalten.

Spätestens am 20. Juni werden wir die erforderliche Summe in Höhe von 5 Mio. Euro zusammenhaben. Wir fordern alle Spender auf, die Beträge direkt dem jeweiligen Landesverband zu spenden, um einen jederzeitigen Überblick über alle Beträge zu behalten.

Wir brauchen eine Bindung der Spender an uns – indem wir Ihnen Interesse entgegenbringen. Wir müssen relevant sein für die Spender – weil so ein Riesenexperiment viel Geld kostet und der Spender muss einen Nutzen haben, indem wir für eine wirklich andere Politik sorgen.

Frage: Bist Du bereit, für das weltgrößte, basisdemokratische Experiment? Wenn nicht jetzt, wann dann?

Die exakte Kalkulation, wenn wir alle Unterlagen verteilen lassen würden

Es ist vollkommen unrealistisch, alle Unterlagen vollständig verteilen zu lassen. Dennoch ist diese Kalkulation wichtig, um einmal den maximalen Worst Case aufzuzeigen. Jeder bundesweite Durchlauf verursacht 168.000 Euro Druckkosten, bzw. 561 Euro je Kreisverband. Das ist der einzige Fixpunkt in der Kalkulation. Die Verteilung ist völlig frei gestaltbar. Die Wirkung wird riesig sein. Andere, größere Werbemaßnahmen sind zwar verlockend, aber nicht zwingend erforderlich. Zentral ist der persönliche Kontakt zwischen den Bürgern und der Basis, indem wir die Menschen dort aufsuchen, wo sie wohnen – zuhause.

Anteil Haushalte	100%	50%	25%	10%
Anzahl Haushalte	42.000.000	21.000.000	10.500.000	4.200.000
Kosten je Flyer	0,0040 €	0,0040 €	0,0040 €	0,0040 €
Kosten je Durchlauf	168.000,00 €	84.000,00 €	42.000,00 €	16.800,00 €
Verteilung Post	0,0600 €	0,0600 €	0,0600 €	0,0600 €
Verteilung Sara	0,0770 €	0,0770 €	0,0770 €	0,0770 €
Verteilung	2.520.000,00 €	1.260.000,00 €	630.000,00 €	252.000,00 €
Kosten ohne uns	2.688.000,00 €	1.344.000,00 €	672.000,00 €	268.800,00 €
Kosten mit uns	168.000,00 €	84.000,00 €	42.000,00 €	16.800,00 €
Anzahl KVs	299	299	299	299
Haush. je KV	140.468	70.234	35.117	14.047
je KV ohne uns	9.551,84 €	4.775,92 €	2.387,96 €	955,18 €
je KV mit uns	561,87 €	280,94 €	140,47 €	56,19 €
8 Durchläufe ohne uns	76.414,72 €	38.207,36 €	19.103,68 €	7.641,47 €
8 Durchläufe mit uns	4.494,98 €	2.247,49 €	1.123,75 €	449,50 €
Total ohne uns	21.504.000,00 €	10.752.000,00 €	5.376.000,00 €	2.150.400,00 €
Total mit uns	1.344.000,00 €	672.000,00 €	336.000,00 €	134.400,00 €