

piratenpartei

Pflichtenheft der Arbeitsgruppe Public Relations

Vorstand Piratenpartei Schweiz 9. November 2011

Inhaltsverzeichnis

1 Pflichtenheft und Reglement der AG Public Relations	1
1.1 Übergangsregelungen	4

1 Pflichtenheft und Reglement der AG Public Relations

Gültig ab: 9. November 2011

Die Aussenbeziehungen zu Wählern und Medien müssen ständig gepflegt werden. Es ist wichtig die Beziehungen zur Öffentlichkeit zu halten und in einem ständigen Dialog mit der Öffentlichkeit zu sein. Die Arbeitsgruppe kümmert sich sowohl um die direkten Imagepflege der Piraten als auch durch die indirekte Pflege des Images über ihre Medienkontakte. Die konstanten Kontakte nutzen wir, um unsere Wähler zu mobilisieren und unsere Interessen zu wahren.

1. Bezeichnungen

- a) Weibliche und männliche Bezeichnungen werden im Folgenden synonym verwendet.

2. Name

- a) Unter dem Namen **Arbeitsgruppe Public Relations** abgekürzt **AG PR** besteht eine Arbeitsgruppe der *Piratenpartei Schweiz* im Sinne von Artikel 12 der Statuten der *Piratenpartei Schweiz*.

3. Reglemente



- a) Für die Arbeitsgruppe Public Relations gilt das Reglement der Arbeitsgruppen der *Piratenpartei Schweiz* soweit dieses Pflichtenheft nicht weitergehende Bestimmungen definiert.

4. Auftrag

- a) Die Arbeitsgruppe entwickelt in Zusammenarbeit mit der AG Kampagnen und Strategie eine Kommunikationsstrategie für die Piratenpartei Schweiz und ihre Sektionen. Diese sind, vor der Durchführung, durch die jeweiligen Vorständen zu bewilligen.
- b) Die AG setzt zusammen mit der AG Kampagnen und Strategie die Kommunikationsstrategie um und durch.
- c) Die Arbeitsgruppe unterhält eine Liste von Pressekontakten und ein Kontaktnetz mit den Medien.
- d) Die Arbeitsgruppe erstellt Pressemitteilungen und versendet sie an interessierte Medien.
- e) Die Arbeitsgruppe muss in der Lage sein zeitnah Pressemitteilungen zu formulieren.
- f) Die Arbeitsgruppe unterhält eine Redaktion, welche für die Inhalte auf der Webseite verantwortlich ist.

5. Pressesprecher

- a) Die Pressesprecher sprechen im Namen der ganzen Partei, ihre Stellungnahmen sind daher genau abzuwägen um die Parteimeinung möglichst präzise auszudrücken.
- b) Die Pressesprecher werden vom Vorstand für ein Vereinsjahr ernannt und sind Teil der Arbeitsgruppe Public Relation. Sie sind in ihrer direkten Funktion als Pressesprecher aber direkt dem Vorstand Rechenschaft schuldig.
- c) Es gibt einen Pressesprecher pro Sprache.
- d) Unbeschränkte Wiederwahl ist möglich.
- e) Nur der Vorstand kann einen Pressesprecher absetzen.

6. Chefredaktor

- a) Der Chefredaktor wird vom Vorstand ernannt.
- b) Die Amtszeit eines Chefredaktors ist 1 Vereinsjahr.



- c) Der Chefredaktor soll mindestens einen Redaktor pro Sprache in seiner Redaktion haben.

7. Redaktion

- a) Der Chefredaktor ist verantwortlich für den Inhalt der offiziellen Webpräsenz (www.piratenpartei.ch, www.partipirate.ch, www.partitopirata.ch, www.pirateparty.ch) der Piratenpartei Schweiz.
- b) Der Chefredaktor ist im Kontakt mit der *AG DI*, *AG TNT*, *AG KAMP* und dem *Vorstand* um die aktuellen Inhalte der Partei schnell auf die Webseite zu bringen.
- c) Der Chefredaktor ist verantwortlich für die Publikation von Communiqués, Politblogs und allen Seiten, welche nicht einer anderen Arbeitsgruppe gehören.
- d) Der Chefredaktor kann strukturelle Änderungen der Navigation der Webseite vornehmen.
- e) Der Chefredaktor stellt sicher, dass alle Pressemitteilungen und Newsletter auch auf der Webseite veröffentlicht werden.
- f) Der Chefredaktor kommuniziert mit seinen Redaktoren regelmässig und kontrolliert, dass die Webseiten in allen Sprachen auf dem aktuellen Stand sind.

8. Sprachen

- a) Der Arbeitsgruppe steht es frei, die Arbeitssprachen aus einer Hochsprache zu wählen, Sitzungen der AG sollten für alle verständlich sein.
- b) Die Pressemeldungen sollten in der Regel zumindest in Deutsch und Französisch vorhanden sein.
- c) Eine enge Zusammenarbeit mit der AG TNT auch bei der Ausgestaltung der Texte ist wichtig, um die Pressemitteilungen zeitnah veröffentlichen zu können.

9. Mittel

- a) Die Arbeitsgruppe führt keine Eigene Rechnung. Die Quästur liegt beim Schatzmeister der Piratenpartei Schweiz.
- b) Es gibt keine Entschädigung für die Mitglieder der Arbeitsgruppe.
- c) Die Piratenversammlung der Piratenpartei Schweiz legt das Budget der Arbeitsgruppe Public Relations fest. Die Arbeitsgruppe ist an dieses Budget gebunden.



10. Inkrafttreten und Änderungen

- a) Dieses Pflichtenheft kann durch den Vorstand der Piratenpartei Schweiz mit einfachem Mehr der anwesenden Mitglieder angepasst werden.
- b) Dieses Pflichtenheft tritt durch Beschluss des Vorstandes der Piratenpartei Schweiz vom 8. November 2011 am *9. November 2011* in Kraft.

1.1 Übergangsregelungen

1. Die Annahme dieses Dokuments löst die Arbeitsgruppe Presse, Kampagnen und Strategie auf und damit auch alle Beschlüsse und Dokumente zu dieser ehemaligen Arbeitsgruppe.
2. Dieses Dokument hebt alle Beschlüsse und Weisungen des Vorstandes zur Pressestelle und zum Pressesprecher auf.
3. Die Amtszeit der derzeitigen Pressesprecher terminiert auf den 31. März 2012, eine Ernennung der Pressesprecher erfolgt separat.
4. Die Amtszeit der zu wählenden Chefredaktors terminiert auf den 31. März 2012, eine Ernennung des Chefredaktors erfolgt separat.



Index

9. November 2011, 1, 4

AG DI, 3

AG KAMP, 3

AG PR, 1

AG TNT, 3

Arbeitsgruppe Public Relations, 1

Auftrag, 2

Bezeichnungen, 1

Chefredaktor, 2

Inkrafttreten und Änderungen, 4

Mittel, 3

Name, 1

Piratenpartei Schweiz, 1, 2

Pressesprecher, 2

Redaktion, 3

Reglemente, 1

Sprachen, 3

Vorstand, 3

