

12 Wir haben es geschafft! Gewonnen! Ziel erreicht! Dankbar und glücklich machen wir ein Gipelfoto. Heute zählt nur die Freude, denn wir wissen, wir haben unser Bestes gegeben!

9 Bei aller Begeisterung und Anstrengung beobachten wir trotzdem immer wieder die Wandergruppen (Mitbewerber\*innen) auf den anderen Bergen. Wir nehmen wahr, wie rasch sie unterwegs sind und welche Ausrüstung sie mitführen.

11 Der Moment des Gipfelsturms ist da. Mit unserem Bergführer/unsere Bergführer\*in starten wir frühmorgens (Wahltagsaktionen). Besonnen und fokussiert gehen wir an die Sache heran. Der Gipfel wird einem nicht geschenkt. Doch die euphorische Stimmung trägt uns den Steilhang hinauf. Wir mobilisieren unsere letzten Kräfte, legen unser Herzblut hinein.

10 Die Mühen und Plagen des Trainings lohnen sich. Jetzt wallen die Emotionen – nur keinen Fehler machen! Unsere Wandertour berührt die Herzen der Menschen. So schaffen wir es, Zweifler\*innen und Menschen, die uns anfangs nicht begleiten wollten, mitzureißen.

8 Es macht sich bezahlt, dass wir von Anfang an gut geplant haben. Wir haben alles dabei, was man vor dem kräfteaufwendendsten Stück des Berges (Anstrengung, Stress, Motivationsknick, starke/r Gegner\*in), der Intensivphase des Wahlkampfes, braucht.

6 Aber Achtung! Bei unserem ambitionierten Unternehmen lauern auch Gefahren! Immer wieder besprechen wir, ob wir noch auf dem richtigen Weg sind, nicht mit anderen Gruppen kollidieren, die richtigen Dinge zum richtigen Zeitpunkt tun oder interne Konflikte austräumen müssen.

5 Aktiv informieren wir die Medien über unsere Bergwanderung. Unsere Themen und Ziele stoßen auf öffentliches Interesse. Wir sprechen weitere Menschen an, denen unser Vorhaben gefällt und die uns auf die eine oder andere Weise begleiten und unterstützen wollen.

7 Unsere Bergwanderung nimmt Fahrt auf. Das Team ist mittlerweile eine eingeschlossene Gruppe – jede\*r weiß, was zu tun ist, um den Gipfel zu erreichen. Der/die Bergführer\*in sucht aktiv den Kontakt zu den Bürger\*innen (Hausbesuche, Aktionen) und tauscht sich regelmäßig mit engagierten Wegbegleiter\*innen (Unterstützer\*innen, Opinion Leaders, Sympathisant\*innen) aus. Ein eingängiger Slogan und eine klare Botschaft überzeugen die Menschen davon, dass unsere Wanderung auf den Gipfel auch für sie wichtig und richtig ist.

4 Wir wollen unsere Wandergruppe erweitern und machen auf die schöne Landschaft, die solidarische Gemeinschaft (unsere Themen und Werte) aufmerksam. Wir wollen, dass uns möglichst viele Menschen begleiten. Deshalb posten wir Fotos auf Social Media, hängen Plakate auf, verteilen Give-aways und führen erste Gespräche.

3 Wie erreichen wir den Gipfel? Nehmen wir den einfachen Wanderweg, weil wir jahrelange konsequente Arbeit hinter uns haben und darauf vertrauen können, dass wir gut oben ankommen? Oder müssen wir uns auf den gefährlicheren Klettersteig wagen, weil der/die Mitbewerber\*in stark ist und wir rasch Meter machen müssen? Wer geht aller mit? Wer bewirkt was und bringt sich wie ein? Wie schaut unsere Packliste aus (Wahlwanderkarte, Checklisten, Wahlhandbuch)? Unser/e Bergführer\*in (Spitzenkandidat\*in) leitet wichtige Vorstiegsarbeit, das Team arbeitet gut zusammen und wird stetig größer. Wir bereiten uns optimal vor, sodass wir auch bei auftretenden Schwierigkeiten nicht in Bergnot geraten.

2 Gemeinsam mit unserem Trainer/unsere Trainerin (Wahlkampfbegleitung oder Politikberatung) haben wir uns für den Berg (das Wahlziel) entschieden, der uns sowohl erstrebenswert als auch erreichbar scheint. Unsere Wahlbewegung steuert mit vielen Menschen, die „ein Stück des Weges mit uns gemeinsam gehen“, den Gipfel motiviert und zielorientiert an.

1 Beim Start überlegen wir, ob wir auf einen sanften Hügel (Mandate halten) oder einen steilen Berg (Bürgermeister\*in/Mandate gewinnen) wollen. Was brauchen wir für welche Tour? Wer wandert mit (Team)? Wer geht voran (Spitzenkandidat\*in)? Wer besorgt was (Aufgabenteilung)? Wer redet mit wem (Kommunikation nach innen und nach außen)? Wie fit sind wir alle zusammen (Fähigkeiten, Zeitkapazitäten, Ressourcen,...)? Welche Schwerpunkte (Themen) setzen wir? Wie finanzieren wir unsere Wanderung?

