

Lieber Bundesvorstand,
liebe Landesvorstände,
liebe Mitglieder der AG Demokratie-Kampagne,

die AG Klartext hat zum Lüneburger Modell die nachstehenden Fragen. Wir benötigen die **Antworten bis Freitag, 2. Juli 2021, 16 Uhr.**

1. Wer sind die 40 (genannt im Paper) bzw. 50 (genannt in der Vorstandsmail) Personen, die an der Erarbeitung des Modells mitgewirkt haben? Sind dort externe Personen dabei oder handelt es sich ausschliesslich um Basis-Mitglieder?
2. Wem gehören die mit dem Projekt verbundenen Domains www.basis-abstimmung.de und www.die-basis-stimmt-ab.de? Welche anderen Domains hängen eventuell noch an dem Projekt dran? Wer ist dort jeweils konkret als Eigentümer eingetragen?
3. Auf welchem Server laufen die Domains?
4. Wer hat Zugriff auf die Domain bzw. das Backend der Seite? Ist es die Basis-IT? Welche ggfls. Externe haben Zugriff? Wie soll der Zugriff für die KV geregelt werden?
5. Wer vom Bundesvorstand hat sich mit dem Inhalt der Webseite auseinandergesetzt? Sind rechtliche/formale Fragen geklärt worden? Impressum, Datenschutz?
6. Ist die Datenschutzbeauftragte der Basis in das Projekt, die Gestaltung der Webseite eingebunden worden? Zu welchen Erkenntnissen ist sie gelangt? Warum liegt, wie Markus Bönig im Zoom vom 28.06.2021 mitgeteilt hat, ein Gutachten einer externen Datenschutzfirma vor? Wer hat die Beauftragung ausgelöst? Welche Kosten sind hierfür entstanden? Warum ist eine externe Firma überhaupt eingeschaltet worden? Stimmt es, dass keine E-Mails auf der Kampagnenseite registriert werden sollen? Wenn ja, wie werden Abstimmungen durch Trolle technisch vermieden (bitte konkrete technische Angaben)? Wie konkret erfolgt die Auswertung? Welche Technologie steckt dahinter? Wer hat das Umfragetool programmiert? Welche Anreden sind mit diesen Personen getroffen worden (Stillschweigen, Datenschutz etc.)?
7. Wie genau ist die Einholung des - rein positiven bzw. nach Klärung von Fragen positiven - Stimmungsbilds im Vorstand zustande gekommen? Aus welchem Grund wurde eine Email versandt, die die Mitglieder glauben macht, dass der erweiterte Bundesvorstand inklusive den Landesvorständen hinter dem Projekt stehen? Wörtlich heisst es dort:

„Der Landesverband Niedersachsen unterstützt das Modell umfassend. Der erweiterte Bundesvorstand inklusive aller Landesverbände hatte sich dem am 29. Mai 2021 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....“

8. Aus welchem Grund werden die E-Mails mit der Info zur Kampagne an die Mitglieder im Namen des Vorstands - Baum, Osterhage - versandt und nicht im Namen der Aktionsgruppe?

9. Warum wurde, nachdem erkennbar wurde, dass das Stimmungsbild sich hinsichtlich des Projekts eingetrübt hatte, vom Vorstand der entstandene Eindruck einer rein positiven Rezeption des Projekts nicht korrigiert?

10. Welche inhaltliche Auseinandersetzung ist vorstandseitig bzw. aus dem Bereich Marketing mit dem Projekt erfolgt? Laut Markus Bönig bestand reger Austausch mit und Unterstützung von Andreas Baum, Diana Osterhage und David Siber aus dem Vorstand sowie mit dem Marketingchef Dirk Jacobs.

11. Warum wurde es als sinnvoll betrachtet zur Mobilisierung zur Bundestagswahl regionale Themen aufgreifen zu lassen?

12. Warum soll explizit mit dem Pfund, dass eine große Vielzahl sehr bekannter Personen als Kandidaten für die Bundestagswahl gewonnen werden konnte (Wodarg, Bhakdi, Reiss, Füllmich, Kämmerer, Schwab etc.) nicht gewuchert werden? Nach unserem Erkenntnisstand sind 90 Prozent der Basismitglieder wegen des Ausschusses bzw. der anderen Personen in die Basis eingetreten.

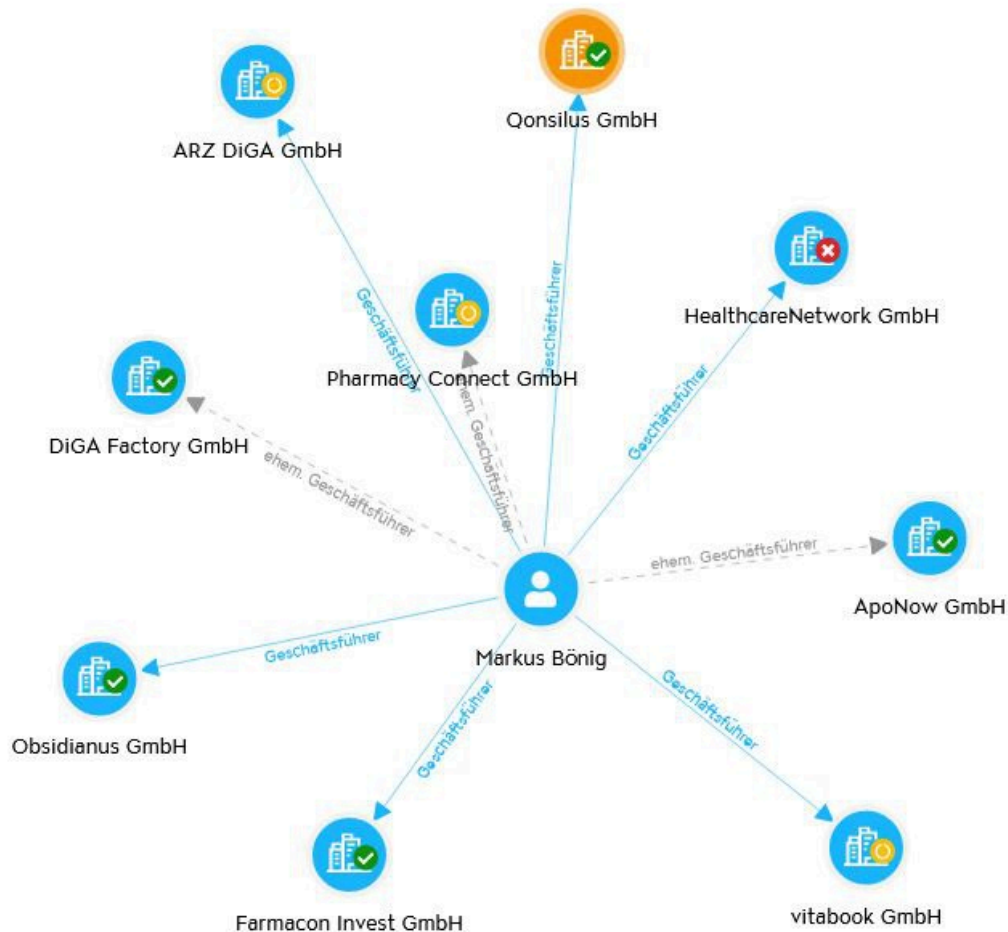
13. Warum ist die Kampagne nicht mit den Direktkandidaten, insbesondere den bekannteren Personen, explizit besprochen worden, da diese die Kampagne ja nach aussen vertreten?

14. In welchem Verhältnis stehen Kosten (Arbeitsansatz des Schwarms bzw. Finanzielle Mittel) zum erwarteten Return-on-Investment im Sinne von Wählerstimmen? David Siber hatte im Zoom am 28.7.2021 geäußert, dass er lediglich von einem Push von 5-10 Prozent für einen Kandidaten durch die Kampagne ausgeht.

15. Markus Bönig hat eine berufliche Vergangenheit bzw. auch aktuelle Verquickung im Gesundheitswesen insbesondere in der Sammlung von Gesundheitsdaten (Implantatsausweis). Im diesem Video aus 2017 <https://www.youtube.com/watch?v=IYOi92GrIM> spricht er begeistert davon, dass er mit Microsoft einen tollen Partner für die Patientendatenspeicherung/digitale

Akte gewinnen konnte. Er ist Geschäftsführer diverser Firmen in Gesundheitsbereich. Das Firmenkonglomerat um Markus Bönig stellt sich aktuell wie folgt dar. Gelber Button bedeutet Abwicklung, roter Kreis ist Exit. Bei allen anderen Firmen ist Markus Bönig noch aktiv.

Sieht Markus Bönig insoweit mögliche Interessenkonflikte und wenn ja inwieweit?



16. Das Mitglied der AG Demokratie-Kampagne Heinz Lenz war oder ist ein Mitarbeiter von Markus Bönig in der Firma Qonsilus, die sich auf das Sammeln von Patientendaten und deren Hochladen in die Cloud spezialisiert hat (Datenaggregation). Uns ist bekannt geworden, dass Heinz Lenz in der Gruppe Schwarmkraft nicht nur Kontaktadressen von Mitglieder sammelt, sondern sich Lebensläufe übermitteln lässt. Inwieweit ist dieses Vorgehen mit der Datenschutzbeauftragten der Basis abgestimmt? Wo werden diese Daten bei der Basis gesichert? Oder sammelt Heinz Lenz diese Daten bei sich persönlich? Ist dies ggfls. den Mitgliedern bekannt.

17. Auf welche Konten sollen die Spenden gesammelt werden? Ist eine Zweckbestimmung vorgesehen? Welche Regelung beispielsweise zur Erstattung ist vorgesehen, sollten die Gelder nicht zweckbestimmt verwandt

werden können? Dies auch vor dem Hintergrund der Bestimmungen zur Parteienfinanzierung - Stichwort Parteispendenskandal.

18. Ist an die Aufnahme von Finanzierungsmitteln gedacht? Wer soll ggfls. diese Mittel aufnehmen? Welche Höhe? Die Bundespartei? Welche Ausarbeitungen liegen hierzu bereits vor? Ist die Bundesschatzmeisterin Sabine Langer insoweit eingebunden?

19. Über welches Volumen sprechen wir? Es scheint irgendwo zwischen 1,5 und 31 Millionen zu liegen.

20. Sind für die Konzeptionierung externe Verpflichtungen eingegangen worden? In welchem Umfang? Sind für Umsetzungsstufen oder einzelne Gewerke schon Abrede getroffen worden? In welchem Umfang?

21. Wie werden die Kooperationspartner ausgesucht? Es war im Zoom von einem Termin mit einem Video/Fototeam die Rede. Gibt es Ausschreibungen - z.B. auch im Schwarm? Gibt es eine Liste schon identifizierter Kooperationspartner? Welche Näheverbindungen bestehen ggfls. zwischen den 40-50 Mitgliedern der AG Demokratie-Kampagne und diesen Kooperationspartnern?

22. Die E-Mail-Adressen zur Kommunikation mit den KV, LV und den Direktkandidaten sollen von der AG Demokratie-Kampagne in Zooms gesammelt worden sein, wo sie teilweise öffentlich sichtbar eingestellt worden sind. Ist dieser Vorgang mit der Datenschutzbeauftragten abgestimmt worden? Wo werden diese Daten nun gespeichert? Wer hat darauf Zugriff? Andreas Baum hat mir im Telefonat am 29.7.2021 erzählt, dass der Bundesvorstand selbst nicht über eine solche Liste verfügt und Probleme hat, eine solche zu erlangen. Aus welchen Gründen hat der Vorstand keinen Zugriff auf die von der AG zusammengetragenen Daten sondern versucht über Dagmar Knuth die entsprechenden Kontaktdaten zusammenzutragen?

23. Gibt es einen Vorstandsbeschluss des LV Niedersachsen, dass die Seiten der Demokratie-Kampagne das Impressum des Landes verwenden darf? Gibt es einen Beschluss hinsichtlich der Verwendung der möglichen Spendengelder?

24. Im Zoom am 28.6.2021 äußerte Markus Bönig, dass die Spenden, die nach einer Facebook-Nachricht von ihm für ein Projekt eingegangen oder zugesagt worden sein sollen (€ 9.999 von einem Unternehmer) für die Webseite gegen das Kinderimpfen bestimmt gewesen seien. Ist dies der Fall? Gibt es insoweit einen Nachweis?

25. Etwas ausser Kontext haben wir noch eine weitere Frage: Das Kinderbild mit dem Pyramidenzeichen über dem einen Auge des Kindes ist von Dirk Jacobs wiederholt auf dem BuPa eingespielt worden, so dass es zu dem Vorstandsbild kommen konnte, das im weiteren Verlauf dann als gezielt satanistische/okkulte Aussage der Partei fehlgedeutet worden ist. Dirk Jacobs hatte auf der Facebook-Seite der Partei auch zunächst eine Pommesgabel als Profilbild gepostet, das nach Intervention von Alkje Fontes wieder entfernt wurde. Wer hat diese Bilder ausgesucht und wer hat entschieden, dass es diese Bilder sein sollten, die an derart prominenter Stelle gezeigt wurden? Ist Dirk Jacobs die Symbolik Pyramide, Pommesgabel und Ein-Auge bekannt? Kennt er die Sensibilität respektive das Unbehagen vieler Menschen in Bezug auf diese Symbolik? Welche Einstellung hat Dirk Jacobs vor diesem Hintergrund zur Verwendung dieser Symbole in öffentlichen Zusammenhang mit der Basis?

Viele Grüße,
Viviane Fischer
für die AG Klartext