

Wahlkampf

Im rechten Licht

DIE AUTOREN

Achim Moeller und Gwendolin Jungblut sind Inhaber der Firma „The Leadership – Agentur für Wahlen Führung Strategie“. Sie beraten Kandidaten, Fraktionen und politische sowie außerpolitische Organisationen (www.theleadership.de)

Im Wahlkampf ergänzen sich Propaganda, Information, Kommunikation und Strategie. Diese Elemente muss ein Kandidat zielgerichtet einsetzen. Doch vor allem muss er den Wählern Orientierung bieten. In ihrer Kolumne geben die Experten Achim Moeller und Gwendolin Jungblut Tipps für die Präsentation.

Im Lauf der letzten Jahrzehnte haben sich Formen von Wahlkämpfen stark verändert. Die propagandistischen Wahlkämpfe der Nachkriegsjahre, in denen einfache Botschaften durch das Megafon auf dem Autodach dröhnten, wurden zu Beginn der 1970er-Jahre vor allem durch informationslastige Kampagnen abgelöst oder ergänzt. Das Verteilen von Flugblättern, Broschüren und Programmen, in denen politische Ziele und Wertvorstellungen in detaillierter und zumeist in „bleiwüstenartig“ anmutender Form aufgelistet wurden, galt bis in die späten 1980er-Jahre hinein als zentrales Wahlkampfinstrument.

Bedingt durch den technischen Fortschritt hat die mediale Präsentation der Politik erheblich an Bedeutung gewonnen. Diese Entwicklung lässt sich verstärkt seit Beginn der 1990er-Jahre beobachten. Neben dem Inhalt der Botschaften geht es vor allem um den Faktor Kommunikation: Wie erreicht man möglichst viele Menschen? Was bietet Unterhaltung? Wie gestaltet man Werbemittel und Materialien ansprechend? Mit welchen Bildern soll gearbeitet werden?

Mittlerweile werden Wahlkämpfe vor allem strategisch geplant und geführt: Zielgruppenanalyse und Medienplanung kommen zum Einsatz, außerdem werden Themen bewusst hochgehalten, um die politische Stimmung zu prägen.

Foto: Gzorgz/Fotolia

Propaganda, Information, Kommunikation und Strategie haben einander nicht komplett abgelöst, sondern bauen vielmehr aufeinander auf. Alle Elemente tauchen (auch) in modernen Wahlkämpfen auf. Hieraus lassen sich Empfehlungen für Ihren Wahlkampf ableiten: Propaganda ist keinesfalls als „Hau-drauf-Wahlkampf“ zu verstehen. Vielmehr geht es darum, neben dem eigenen Image frühzeitig ein Image des politischen Gegners zu prägen. Zielsetzung muss sein, diesen in die Defensive zu drängen, ohne ihn dabei demonstrativ bloßzustellen oder zu diskreditieren. Es gilt, Strategien zu entwickeln, die die politische Konkurrenz so beschäftigen, dass sie keine eigenen Akzente setzen kann.

Information ist heutzutage nicht mehr mit ausführlichen Programmen oder bilderlosen Flugblättern gleichzusetzen. Ein politisches Programm eignet sich nicht als zentrales Wahlkampfmittel. Die Herausforderung besteht darin, drei bis fünf zentrale Themen in den Vordergrund zu stellen und diese beständig zu wiederholen, sodass sie bei den Menschen ankommen.

Nicht alle Themen eignen sich gleichermaßen für den Wahlkampf. Suchen Sie sich die Themen aus, die Sie glaubwürdig vertreten können. Solche, bei denen Sie eine hohe Kompetenz haben, der Gegner jedoch nicht.

Die Kommunikation sollte vor allem auf einer ausführlichen Medienplanung beruhen. Verschaffen Sie sich zunächst einen Überblick über vorhandene Medien und deren Einsatzmöglichkeiten. Überlegen Sie dann, mit welchen Medien Sie Ihre jeweiligen Botschaften optimal platzieren können, sodass Sie möglichst viele Zielgruppen erreichen.

Bei der medialen Präsentation sollten vier Faktoren im Vordergrund stehen:

- Ihre Bekanntheit muss erhöht werden
- Sie müssen Ihre Kompetenz unter Beweis stellen
- Sie müssen als Sympathieträger wahrgenommen werden
- Die Wähler müssen mobilisiert werden

Die Strategie der Wahlkampfplanung setzt vor allem beim Zeitpunkt an. Um Missverständnissen an dieser Stelle vorzubeugen: Wir empfehlen keinen zweijährigen Hochdruckwahlkampf, sondern eine langfristige Planung. Ein frühzeitig konzipierter Wahlkampf bietet Raum für kreative Ideen und verhindert Stresssituationen

in der wichtigen Endphase. Außerdem können auf diese Weise Höhepunkte und Zuspitzungen definiert werden, die dann zum passenden Zeitpunkt gezielt eingesetzt werden.

Das Zusammenspiel der genannten Elemente ist für einen erfolgreichen Wahlkampf notwendig, aber keinesfalls hinreichend. Die Wähler werden anspruchsvoller. Sie erwarten von Ihnen mehr als einen professionellen Wahlkampf, der sich am Hier und Jetzt ausrichtet.

Sie müssen im Wahlkampf (und als späterer Amtsinhaber) vor allem Orientierung bieten und vermitteln, wo Ihre Kommune in den nächsten fünf bis zehn Jahren stehen soll. Bauen Sie auf Ihren persönlichen Stärken und Ihren fachlichen Qualifikationen auf. Zeichnen Sie ein wünschenswertes Zukunftsbild Ihrer Kommune und unterstreichen Sie, dass Sie der Beste sind, um dieses zu realisieren.

Achten Sie dabei jedoch darauf, dass dieses Zukunftsbild nicht losgelöst von den Vorstellungen und Bedürfnissen der Bevölkerung ist. Denn sonst droht Ihr wichtigstes Plus im Wahlkampf in Mitleidenschaft zu geraten: Ihre persönliche Glaubwürdigkeit!

Achim Moeller / Gwendolin Jungblut

Im Blickpunkt: Die mediale Präsentation im Wahlkampf muss die Bekanntheit des Bewerbers erhöhen.



Ab sofort

WAHLEN gewinnen

Wie aus Kandidaten Sieger werden

Für alte & neue Hasen

Die Wahl wird nicht kurzfristig entschieden.

Vertrauensbildung und Imageprägung sind langfristige Prozesse – fangen Sie an, bevor Ihre Konkurrenten Sie überholen.

Teure Kampagnen sind nutzlos, wenn Ihr Image nicht stimmig ist.

SIE sind die Grundlage Ihres Wahlsiegs. Stärken Sie Ihre Persönlichkeit, Glaubwürdigkeit und Authentizität.

Viele graue Theorien existieren, aber nur eine Wahlsiegberatung.

Achim Moeller und Gwendolin Jungblut haben über 750 Bürgermeisterkandidaten und 450 Fraktionen erfolgreich gecoacht. Auch Ihr Wahlsieg rückt in greifbare Nähe: Lernen Sie die geheimen Erfolgsmuster.

Hochwertiger Ratgeber im handlichen Format

Hardcover, ca. 250 Seiten

Zusätzlich ca. 100 Arbeits-hilfen online verfügbar

Mit Selbst-Checks, Stärkenprofil und Konkurrentenanalyse u.v.m.

edition der gemeinderat

Achim Moeller | Gwendolin Jungblut

WAHLEN gewinnen

Komplexität durchdringen
Strategie entwickeln
Begeisterung entfachen



p/S

Preis: 44,90 €

(zzgl. Porto; inkl. Download-Code für Arbeitshilfen)

Bestellungen unter info@pro-vs.de

(Betreff: WAHLEN gewinnen) oder

www.treffpunkt-kommune.de möglich.