

Der digitale Maschinenraum – Über die Veränderungen der Wahlkampf- Kommunikation.

LPR Forum.

Frankfurt am Main, 30. März 2017

Vom War-Room zum News-Desk.

- 1992: **Clinton´s War-Room** war der Prototyp für die Kampagnenführung einer Dekade und auch Vorbild für das Kampa-Konzept.
- Es war ausgerichtet auf Print-Medien und Kabelsender.
- Es war ab ca. 2005 nicht mehr auf der Höhe der Zeit.
- **Erfolgreich sind Kampagnen, die diszipliniert und klar kommunizieren.** Dies ist objektiv schwerer geworden:
 - Gesellschaftlicher Wandel
 - Medien- und Kanalvielfalt
 - Volatilität der Wähler
 - App-Verspieltheit
- Die reine Tool-Gläubigkeit ist vordergründig und sichert nicht, dass man effektiv kommuniziert.



Der Scheinriese US-Wahlkampf

Vergleich Wahlkampfausgaben

US Demokraten 2012

SPD 2013

Budget	729.647.986,- \$	23.000.000,- €
Wähler	65.910.437	11.252.215
pro Wähler	11,07,- \$	2,04,- €

Wahlkampf 2017: Das Risiko und die Chance

- Nach **Brexit, der US-Wahl** und den Wahlerfolgen von Rechtspopulisten ist offenkundig, dass die liberalen Demokratien nicht nur unter Druck stehen. Sie, wir müssen uns bewähren.
- Dazu gehört, wieder **Bindung** aufzubauen. Denn aus dem Nicht-Verstehen ist Orientierungslosigkeit, dann Distanz, dann Ablehnung und schließlich Aggression geworden.
- Der digitale Raum ist zum einen Raum der **guten Aktivierung** geworden und zugleich ein **Verstärker** von **Hetze**.
- Das Beispiel von **Cambridge Analytica** zeigt eine gefährliche Zukunft.
- Nicht in jeder Gefahr wächst das Rettende. Aber wir erleben eine enorme Re-Politisierung. Sie kann die Demokratien stärken, wenn gerade im digitalen Raum fundamentale **Grundsätze** erinnert und gelebt werden.

Wahlkampf 2017: Die Rolle des digitalen Raums

1. Respekt vor den Wählern.

Jede Wahlkampagne muss die bestmögliche Unterstützung für die Wahlentscheidung bieten. *Der digitale Raum ist dann nicht Botschaften-Schleuder und Targeting-Fläche.* Das ist eine fundamental andere Denkweise als Wählerschaft → Potential → Zielgruppen → Targeting → Botschaften → Get out the Vote.

2. Respekt vor der Konkurrenz.

Wahlkämpfe sind Kontaktsport. Trotzdem müssen wir nur auf Vereinigten Staaten schauen um zu verstehen, welche Konsequenzen Freund-Feind-Kategorien haben. *Tempo in Sozialen Medien kann zur sukzessiven Reduzierung von Anstand führen.*

3. Respekt vor den Medien.

Kampagnenmacher müssen verstehen, dass freie und kritische Medien – neben der Meinungsfreiheit, der Gewaltenteilung, den Wahlen – der wesentliche Pfeiler für demokratische Gesellschaften sind.

Die Autokraten dieser Welt attackieren als erstes immer die freien Medien, dann die Schwachen, dann die politische Konkurrenz.

Wahlkampf 2017: Die Rolle des digitalen Raums

4. Unsicherheit ernst nehmen.

Sorgen und Verunsicherungen weiter Teile der europäischen Gesellschaften kann man nicht mit geschliffenen *Soundbites* begegnen.
Die meisten Menschen haben ein gutes Gefühl dafür, erstens, ob man ihr Problem versteht und, zweitens, ob man eine plausible Lösung hat.

5. Verständlichkeit gegen Vereinfachung.

Die Stärke der Populisten ist die Vereinfachung kombiniert mit Hetze.
Demokraten müssen sich mehr Mühe geben verständlich zu sein und verstanden zu werden.
Die Kombination aus der Komplexität der politischen Themen – es gibt eben oft nicht die ganz simple Antwort – und der lebensweltlichen Distanz zwischen politischen Entscheidern und Wählern ist auf jeden Fall eine erhebliche Belastung.

Wir sollten hier zurück zu den Wurzeln:

Ein Problem politisch zu durchdringen, die Beste Lösung suchen und diese Lösung verständlich und beharrlich erklären in einer Sprache, die jeder und jede verstehen kann.

Auch Krisen haben natürliche Feinde.