

## **Wahlen gewinnen**

Danzig, 5. Juli 2010 – Wie haben sich Wahlkämpfe in den letzten Jahren verändert? Durch welche Kanäle kann ich Wähler ansprechen? Wie treffen Wähler ihre Entscheidung? Ob in Polen oder in Deutschland, mit diesen Fragen müssen sich alle Politiker beschäftigen, wollen sie ihren Wahlkampf erfolgreich gestalten und gewählt werden. Um voneinander und miteinander zu lernen veranstaltete die Friedrich-Ebert-Stiftung vom 2. bis zum 4. Juli eine Kommunalakademie in Danzig. Dabei kamen die



Trainer Christian Kröning, Landesgeschäftsführer der SPD Schleswig-Holstein, Steffen Voß, Betreuer des Newmedia Konzepts der SPD Schleswig-Holstein, und Achim Moeller, Leiter der Agentur für Wahlen, Führung, Strategie, mit jungen Politikern des Bundes der Demokratischen Linken (SLD) aus der Region Pommern und aus Warschau zusammen. Im Herbst finden in Polen Kommunalwahlen statt. Gemeinsam erarbeiteten die Teilnehmer deshalb ein Konzept, um ihren Wahlkampf gut zu strukturieren und erfolgreich zu gestalten.



In der ersten Phase der Kommunalakademie drehte sich alles um die theoretischen Grundlagen des Wahlkampfes. Ein Wahlkampf soll demnach den Menschen Orientierung bieten und zugleich glaubwürdig und partizipierend sein. Außerdem muss beachtet werden, dass es inzwischen nur wenige Stammwähler gebe, so Christian Kröning. Wechsel- und

Nichtwähler machten vielmehr den Großteil der Wählerschaft aus. Diese gelte es verstärkt inhaltlich anzusprechen und sie in Projekte einzubinden. Die wichtigsten Schlag-

worte eines Wahlkampfes seien deshalb Visualisieren, Emotionalisieren, Trivialisieren und Aktivieren, fügte Achim Moeller hinzu.

Wie Politik persönlich gestaltet werden kann und welche Eigenschaften ein Wahlkämpfer mit sich bringen muss, war Thema des zweiten Teils des Workshops. Die Teilnehmer



lernten hierbei ihre Kompetenzen richtig einzusetzen und ihre Kommunikation nach außen zu verbessern. „Der Schlüssel zu Sympathie und Charisma heißt Zuhören und seine Gesprächspartner wertschätzen“, betonte Moeller, „Ein Wahlkämpfer sollte nur 20 Prozent seiner Zeit selbst reden.“ Wichtig sei es viel-

mehr, zuzuhören und so durch Gespräche und Nachfragen auf die Belange der Bürgerinnen und Bürger einzugehen.“

Außerdem wurde die Themenfindung für Parteien und Kandidaten näher betrachtet. Hier gilt es Bereiche, in denen man dem politischen Gegner unterlegen ist, aus dem Wahlkampf herauszuhalten und zu versuchen, seine eigenen Stärken als Themen zu setzen.

Durch eine genaue Analyse können Leitziele, mittelfristige Entwicklungschancen und konkrete Maßnahmen für die eigene Kommune erkannt und in Wahlkampfprogramme umgesetzt werden. „Diese Art der Themenfindung kann als aktivierendes Element auch zusammen mit den Bürgerinnen und Bürgern erfolgen. Unsere eigene Partei zu einer Zukunftspartei machen, so lautet hier das Motto“, erklärte Achim Moeller.



Wie kann ich meine Themen und mein Programm jedoch publik machen und der Öffentlichkeit präsentieren? Und wie bekomme ich die hierzu benötigten Ressourcen? Mit diesen Fragen beschäftigte sich der letzte Teil des Workshops. Hausbesuche, Straßenbahnwahlkampf, Pressegespräche mit Journalisten, Besuche von Vereinen, Organisation von Stadtfesten: Im Kontakt mit den Bürgerinnen und Bürgern sind dem Kandidaten keine Gren-

zen gesetzt. Wichtig ist, dass er ein offenes Ohr für die Sorgen und Nöte hat und versucht, die so gewonnenen Erkenntnisse in den politischen Prozess einzubringen. Auch bei der Ressourcengewinnung für einen solchen Wahlkampf ist Kreativität gefragt. In Gruppen überlegten die Teilnehmer, welche Finanzierungsmöglichkeiten es gibt: Open-Air Ki-



no mit Grill, Verkauf von Essen, Konzerte, Stadtfahrten mit Rikschas oder Sportfeste. Einig waren sich alle, dass zu Beginn eines jeden Wahlkampfes die Mobilisierung der eigenen Parteimitglieder steht. Nur durch interne Geschlossenheit und gute Zusammenarbeit können auch andere erfolgreich von den Ideen und Visionen überzeugt werden.

Eine Gruppe von 10 jüngeren Kommunalpolitikern beschäftigte sich zusätzlich mit dem Thema Internetwahlkampf. Unter der Leitung von Steffen Voß und Łukasz Naczas, Leiter der Internetkampagne des SLD Präsidentschaftskandidaten Grzegorz Napieralski, lernten die Teilnehmerinnen und Teilnehmer neue Medien im Wahlkampf zielgerichtet einzusetzen. Gerade um junge Menschen anzusprechen, ist es für Kandidierende und Parteien wichtig, auch im Internet präsent zu sein. Als positives Beispiel erklärt Naczas die Wahlkampagne 2008 von Barack Obama, der über das Internet vor allem viele junge Wähler mobilisiert hat, die sonst wahrscheinlich gar nicht zur Wahl gegangen wären. Neben einer eigenen Homepage stellen Youtube, Facebook oder Blogs wichtige Foren dar, um mit potentiellen Wählern in Kontakt zu treten und zu kommunizieren. Die Teilnehmer erfuhren während des Workshops viele Tipps und Tricks über die Arbeit im Internet und konnten das neu erworbene Wissen auch gleich praktisch anwenden. Sie kreierten eine eigene Homepage, ein Youtube-Video und eine Facebookprofil, das sie im Anschluss der ganzen Gruppe vorstellten.

Damit hat der Workshop gezeigt: Um Wahlkämpfe zu gewinnen, müssen alle zusammenarbeiten und helfen zu mobilisieren. Das gilt nicht nur für Jung und Alt sondern auch über Ländergrenzen hinweg. Die Trainer und Teilnehmer waren sich am Ende darüber einig, dass es in Zukunft mehr Austausch über die gesammelten Erfahrungen in Polen und Deutschland geben werde, um so die soziale Demokratie im Ostseeraum und auch in Europa gemeinsam zu stärken.