



Zielgruppenidentifizierung und die Medienstrategie

Inhalt Präsentation

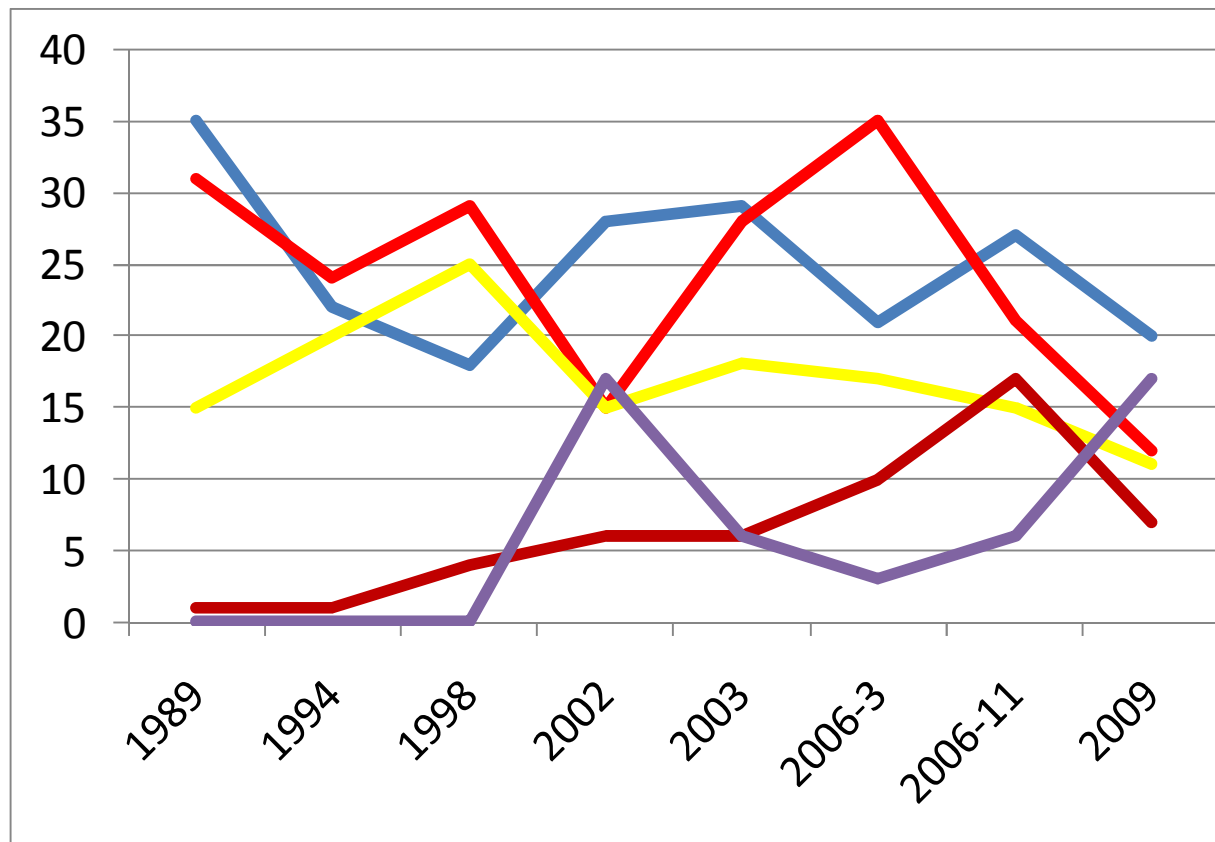
2

- Politik in den Niederlanden
- Wahlforschung und Zielgruppenidentifizierung
- Europa-Wahlen 2009
- Erklärung Erfolg von Populisten



Politik in den Niederlanden

Politik in den Niederlanden



- CDA
- PvdA
- VVD
- Links Populisten
- Rechts Populisten



Trends bei Wahlen in den Niederlanden

5

- Große Schwankungen bei den Ergebnissen der traditionellen Parteien und Populisten
- Anzahl der Mandate rechter und linker Parteien: 50%-50%
- Anzahl der Wechselwähler nimmt bei jeder Wahl zu

⇒ **Zielgruppenforschung wird immer wichtiger**





Zielgruppenforschung der CDA

Zielgruppenforschung der CDA

7

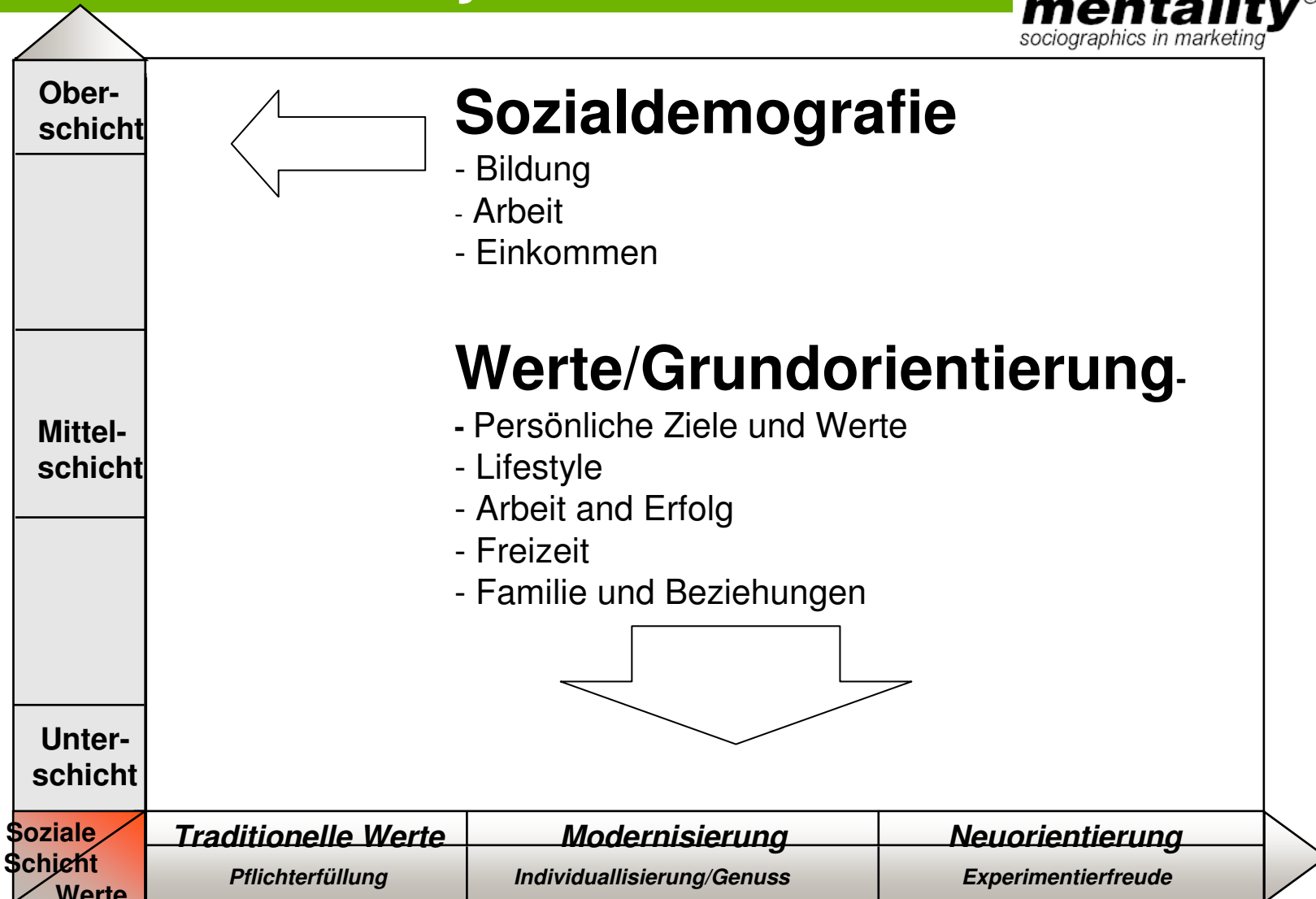
- **Bis 2006 Wahlergebnisanalyse und Wahlforschung nach demografischen Faktoren wie zum Beispiel**
 - Alter
 - Geschlecht
 - Region
 - Einkommen usw.

- **Ab 2006: Analyse der Werteorientierung, des Alltagsbewusstseins und des sozialen Status (*ähnlich Sinus-Milieus*) => Mentality**

Was ist Mentality?

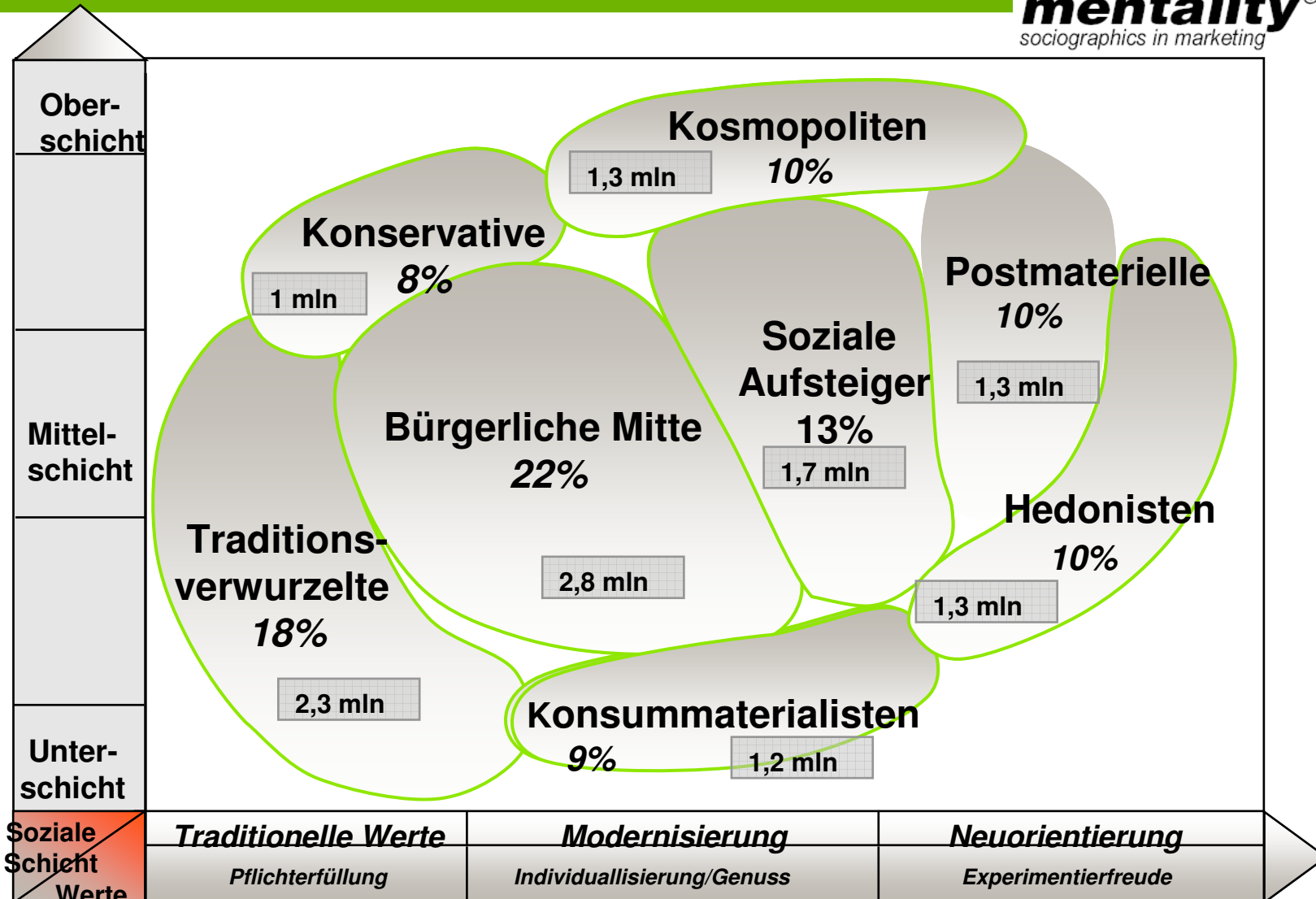
mentality[®]
sociographics in marketing

8



Milieus in den Niederlanden

mentality[®]
sociographics in marketing



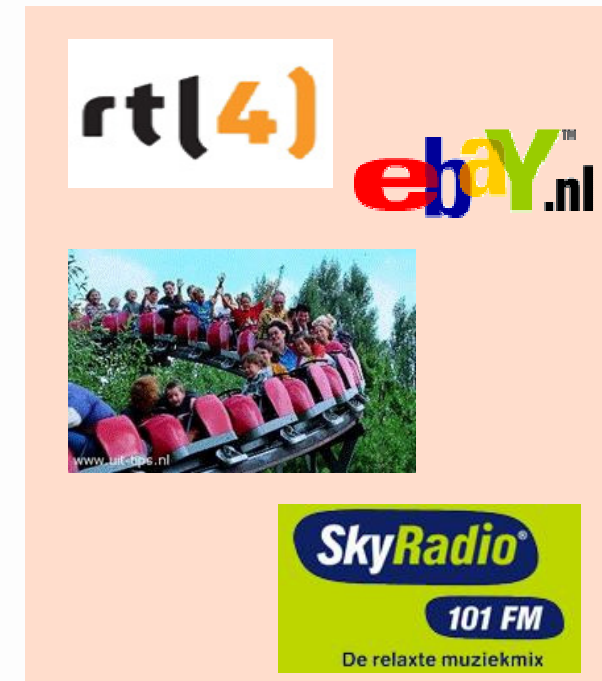
Traditionsverworzelte



Die Sicherheit und Ordnung liebende Kriegsgeneration: verwurzelt in der kleinbürgerlichen Welt. Wichtig sind Traditionelle Werte und das unmittelbare soziale Umfeld



Bürgerliche Mitte



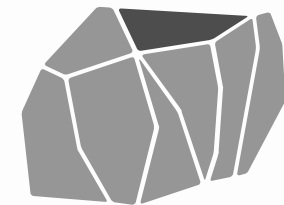
Der statusorientierte moderne Mainstream.
Mann sucht ein Gleichgewicht zwischen
Tradition und modernen Werte wie
verbrauchen und genießen.



Kosmopoliten



Die kritischen Weltbürger, die Postmoderne Werte wie sich entwickeln und erleben kombinieren mit modernen Werten wie Sozialerfolg, Materialismus und genießen.

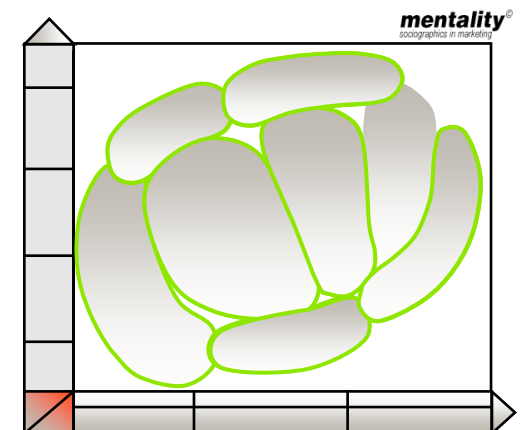


Vorteile von Mentality

13

- Menschen aus gleichem sozialem Umfeld haben identische Werte hinsichtlich Freizeit, Arbeit und Politik sowie gleiche Zielsetzungen
- Jedes Umfeld hat seinen eigenen Lifestyle, Konsumgüterverbrauch und eine eigene Mediennutzung.

=> Ideal für zielgerichtete Kommunikation und aktuelle Kenntnisse der Zielgruppen



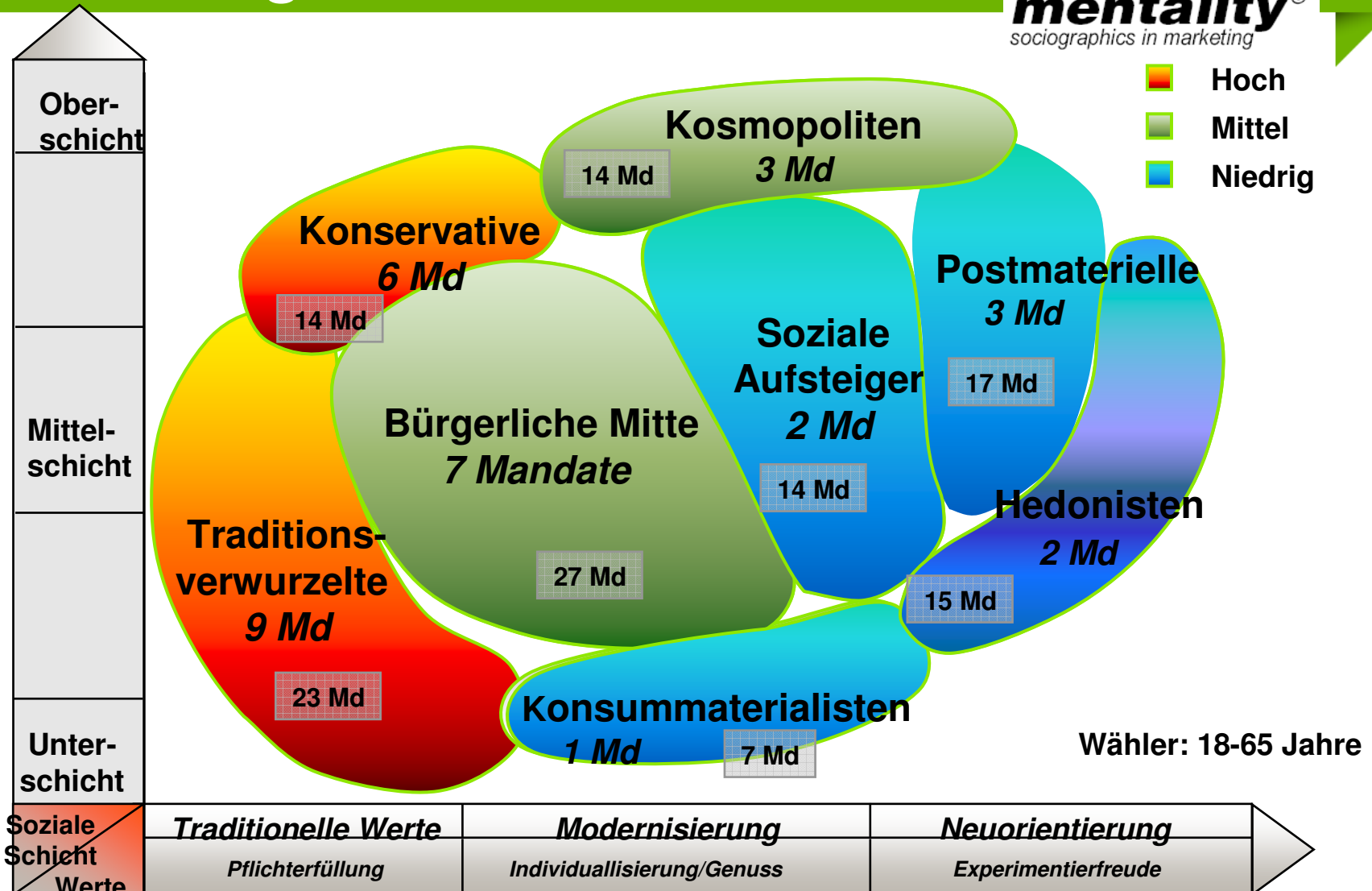
Welche Firmen nutzen Mentality



Wahlerfolg CDA in 2003

mentality[®]
sociographics in marketing

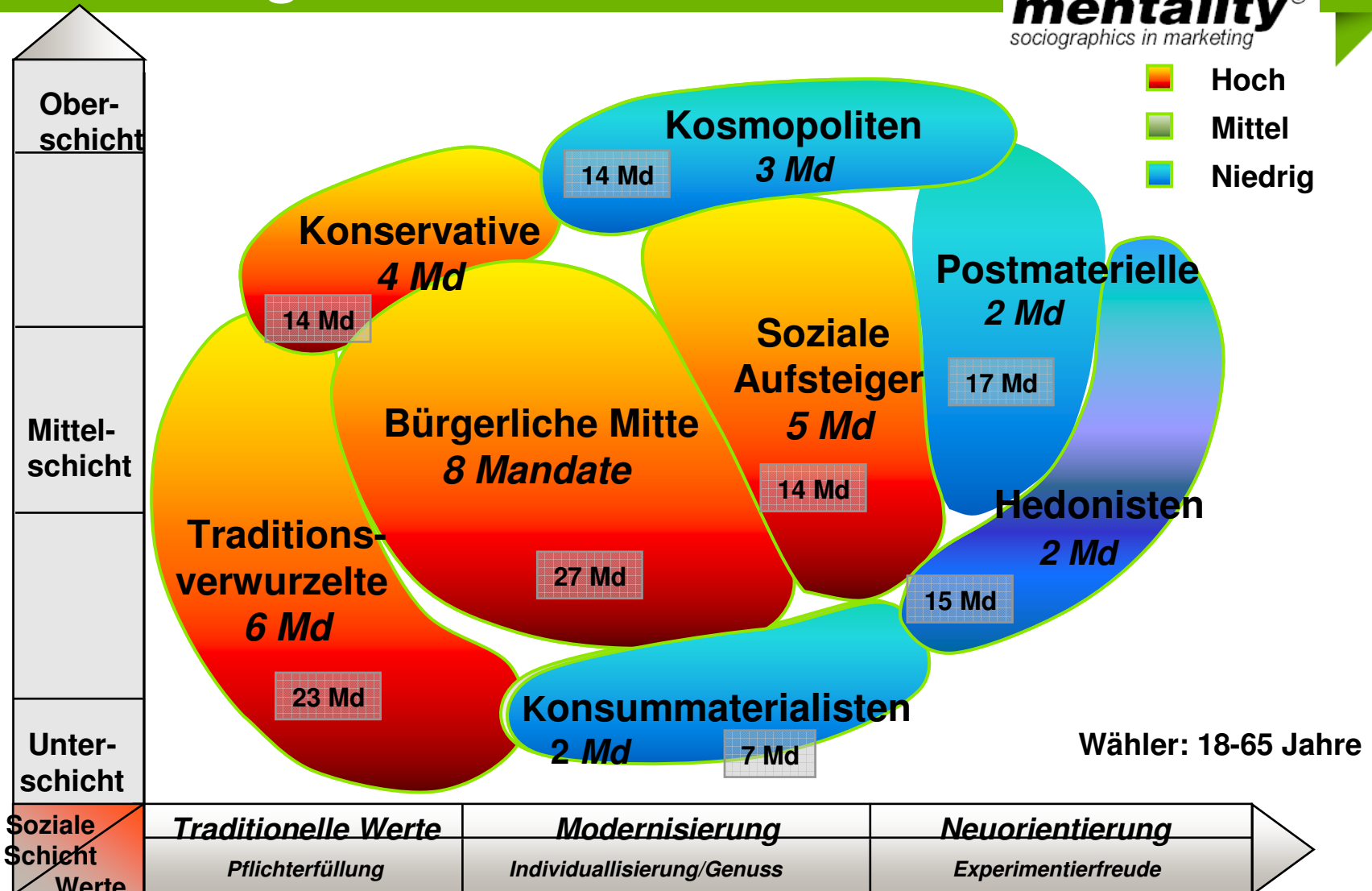
- Hoch
- Mittel
- Niedrig



Wahlerfolg CDA in 2006

mentality[®]
sociographics in marketing

- Hoch
- Mittel
- Niedrig



Motivaction konkret anwenden

Umfrage im Milieu der bürgerlichen Mitte

CDA-Wahlprogramm:

Erziehungslager für Jugendliche die nicht Lernen oder Arbeiten wollen

Basisrente nicht ändern

	Superidee!	CDA	VVD	PvdA	Weiss nicht
Erziehungslager für Jugendliche die nicht Lernen oder Arbeiten wollen	74%	13%	21%	8%	50%
Basisrente nicht ändern	65%	23%	12%	10%	49%



Beispiel Regierungswahl 2006

18

- CDA Spitzenkandidat Ministerpräsident Balkenende war Gastmoderator in der Talkshow von RTL
- Beliebte Sendung (2 Mio Zuschauer) vor allem bei Wählern aus der bürgerlichen Mitte
- Nicht nur „Promiklatsch“, sondern konkrete Themen, z.B. Erziehungslager für Jugendliche





Europawahl 2009

Kein einfacher Wahlkampf, denn....

20

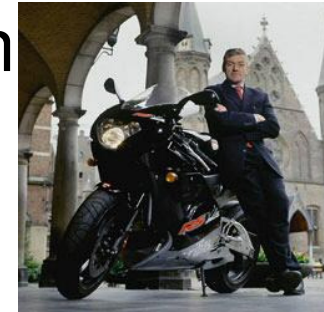
- Wenig Medieninteresse am Wahlkampf
 - > *CDA-Wahlkampf darum auffällig und mit viel „News“*
- Niedrige Wahlbeteiligung
 - > *Aktivieren der Stammwähler*
- Bürger lassen sich in ihrer Wahlentscheidung durch die Unbeliebtheit der niederländischen Regierung leiten
 - > *Keine Fehler in Den Haag!*
- Namen des Spitzenkandidaten kaum bekannt
 - > *Focus: Vergrößerung der Bekanntheit*



Strategie

21

1. Positionierung des Spitzenkandidaten
Wahlkampf mit Hilfe von Mentality
2. Wahlkampf auf regionaler Ebene
3. Traditioneller Zielgruppenwahlkampf



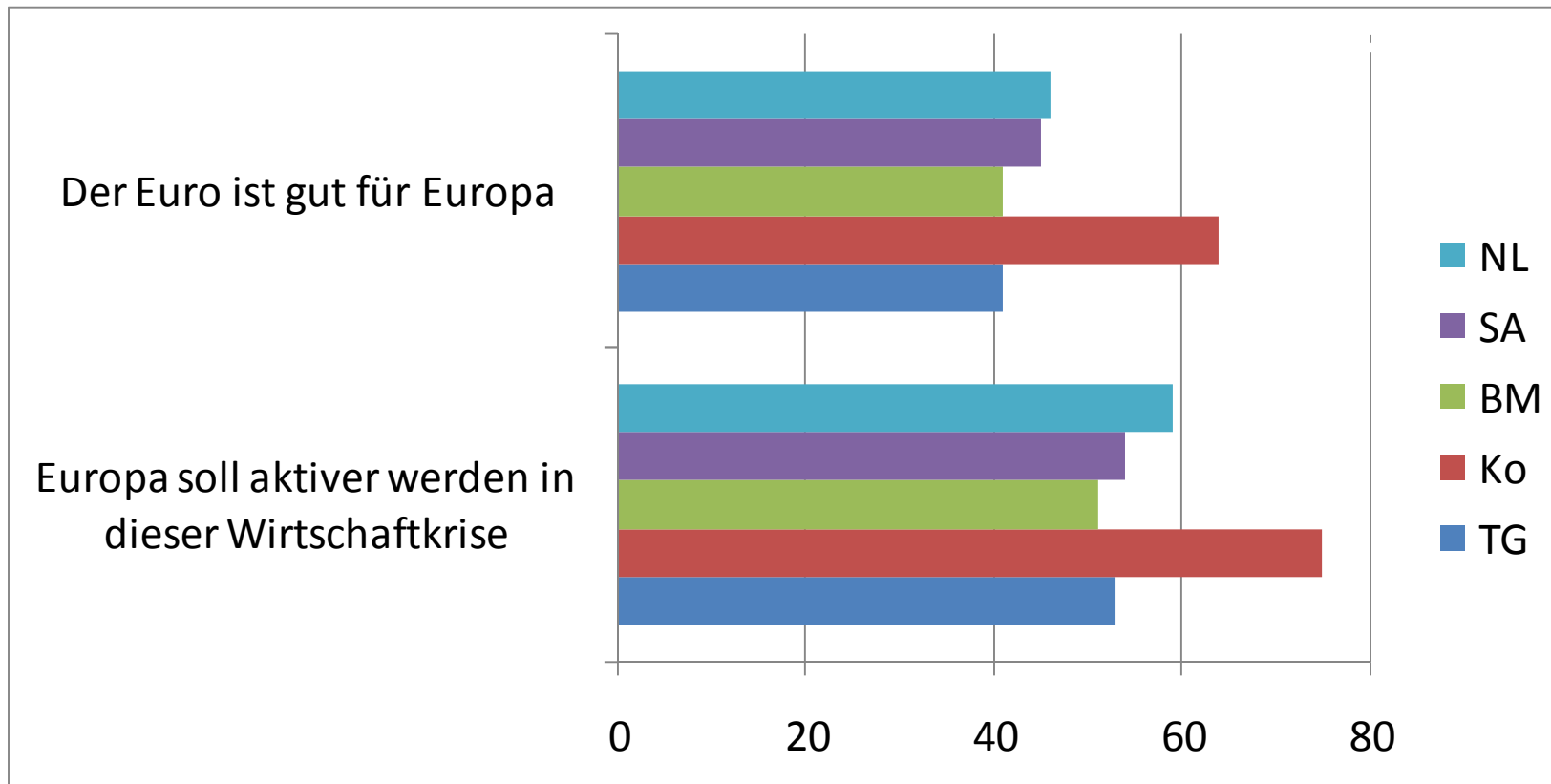
Wahlbeteiligung Mentality-milieus

Prognostizierte Wahlbeteiligung Mentality- milieu (in % und Mandate)

Milieu	PM	BM	TV	KP	Ko	SA	HE	KM	NL
Anteil NL	11 %	23%	14%	10%	8%	12%	12%	9%	100%
Zur Wahl Mandate	71 % 5,2	26% 3,9	40% 3,8	55% 3,6	67% 3,7	35% 2,9	34% 2,6	21% 1,3	40% 27



Mentality-milieus über Europa



Unterschiedliche Milieus urteilen anders über Europa

1. Positionierung Spitzenkandidat und Wahlkampf₂₄



- Telegraaf
- RTL Nieuws
- Elsevier
- Regionale Medien

CDA Luftballon: einzigartig in der Welt des politischen Marketings

1. Positionierung Spitzenkandidat und Wahlkampf₂₅



- Sportteil alle Tageszeitungen
- RTL Boulevard
- Regionale Medien

Rennen zwischen Balkenende und Spitzenkandidat: Elektro-Rennwagen gegen Motorrad

1. Positionierung Spitzenkandidat und Wahlkampf₂₆



- Telegraaf
- RTL Boulevard
- NOS Journaal

Ministerpräsident Balkenende auf der „Frauenmesse“

1. Positionierung Spitzenkandidat und Wahlkampf₂₇



- Mitgliederzeitung BDA
- NOS-website
- Zeitung „METRO“

Blaues Krokodil: weniger Regeln für Unternehmer

1. Positionierung Spitzenkandidat und Wahlkampf₂₈



4 Riesenplakate an den meist befahrenen Autobahnstrecken

1. Positionierung Spitzenkandidat und Wahlkampf²⁹



- Nos Journaal
- RTL

400 LKW machen Werbung für den Spitzenkandidaten

1. Positionierung Spitzenkandidat und Wahlkampf₃₀



- NOS-Journaal
- RTL Nieuws
- Tageszeitungen
- Internet
Newssites
- Videotext

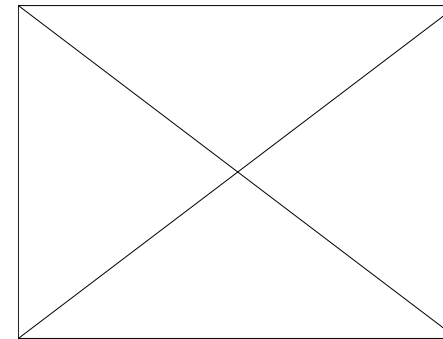
Jeden Tag Pressekonferenz mit einem CDA-Minister

1. Positionierung Spitzenkandidat und Wahlkampf₁



Viele lustige Gadgets bedeuten viel Medienaufmerksamkeit

1. Positionierung Spitzenkandidat und Wahlkampf ³²



- Twitter
- Hyves (Facebook)
- Flickr.com
- LinkedIn
- Iphone
- CDAtv (Youtube)
- usw.

CDA Online Wahlkampf: ähnlich Obama

2. Regionaler Wahlkampf



Jeder Kandidat hat seinen „eigenen“ Wahlkreis

3. Traditionelle Zielgruppenwahlkampf



Seperater Wahlkampf für Unternehmer, Bauern und Studenten

Ergebnisse Europa-Wahl 2009

35

- Regierungspartei PvdA verliert enorm (23,6 %-> 12,1%)
- Regierungspartei CDA verliert „nur“ 4,4%-Punkte (24,4% - > 20%) und bleibt stärkste Partei
- Rechtspopulisten gewinnen und werden zweitstärkste Partei (0%-> 16,9%)
- CDA-Spitzenkandidat = bekanntester Kandidat
- 40% der CDA-Stimmen für Regional- und Zielgruppenkandidaten (Normal bei Wahlen: 20%)



Wachstum und Niedergang der Populisten

Erklärung Erfolg der Populisten

37

- Anhänger sehnen sich nach Welt die nie wieder kommt -> Angst fürs Unbekannte und vor allem Islam
- Probleme wie Kriminalität von jugendliche Ausländer benennen wo andere Parteien keine ausreichende Lösungen bieten können oder wollen.
- Wirtschaftskrise und streitende Regierungsparteien
- Massenmedien interessieren sich für Populisten und deren politischen Leiter
- Viele Parteien isolieren zu schnell Rechtspopulisten (Cordon Sanitäre), durch den z.B. Wilders zum Märtyrer geworden ist



Wann verlieren Populisten u.A.

38

- Bei Streit in der Partei (*Liste Pim Fortuyn (LPF), Verdonk*)
- Mit neuen Spitzenkandidaten (*Linkspopulisten, LPF*)
- Wenn sie zu extrem, arrogant oder im Parlament nichts oder wenig tun (*Verdonk*)
- Wenn die Massenmedien und vor allem parlamentarische Journalisten sich abwenden (*LPF, Verdonk*)
- Wenn sie mehrere Themen zumuten wollen: Flip-Flop
- Wenn sie Teil der Regierung werden



Aufgaben der anderen Parteien

39

- Probleme der Bürger Ernst nehmen
- Probleme lösen und Ergebnisse zeigen/kommunizieren.
Keine Angst für impopuläre Maßnahmen!!
- In Kommunikation mehr Bilder, Emotionen usw
- Stabilität, Zuverlässigkeit, Positivismus ausstrahlen

Und vor allem.....



Fragen? Debatte?

Oder:
Sijbom@cda.nl

Treffe mich auf



und

teAM
DEUTSCHLAND

