

Wahlkampf im Internet

Trends im Wahljahr 2009
Schloss Eichholz, 30.10.2009

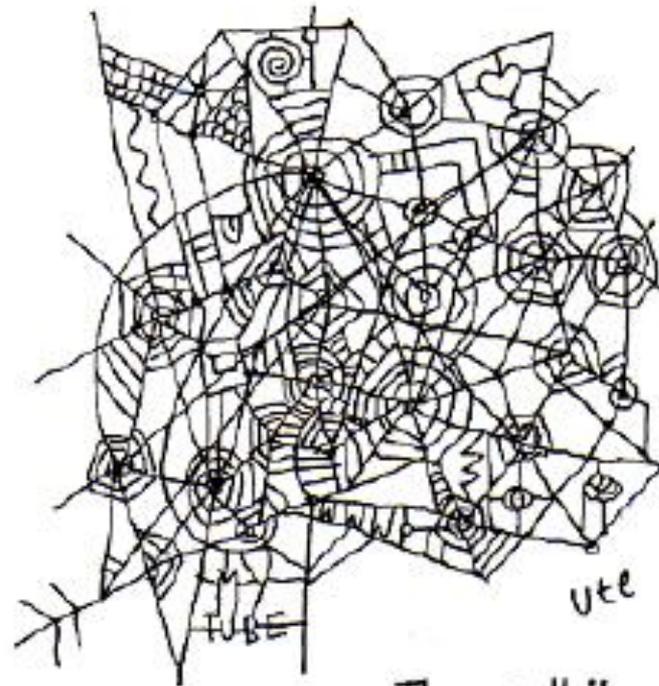
Internetwahlkampf und „Ihr-wisst-schon-wer“

- perfekte und nahezu fehlerfreie Planung, Organisation und Umsetzung
- Musterbeispiel für politisches Branding – besonderes Augenmerk auf Ikonographie
- **Vor allem:** Durchbruch des Internets im Bewusstsein von Bürger und Politik



Barack Obama '08

Web 2.0



What the
hell ...



They call it
Web 2.0



Warum Internet?

- Multimediale, ungefilterte Kommunikation
- Rekrutierung, (Selbst-) Organisation, Elektrifizierung und Mobilisierung von Unterstützern
- Fundraising
- ... aber auch Berichterstattung und Meta-Kommunikation

Warum Internet?

Sonntagsfrage unter Journalisten (Anfang 2005):

Partei	Prozent
CDU	8,7
SPD	26,0
FDP	6,3
B90/Grüne	35,5
PDS/Linke	0,8
Sonstige	3,2
Keine	19,6

ZIELGRUPPE

Zielgruppe



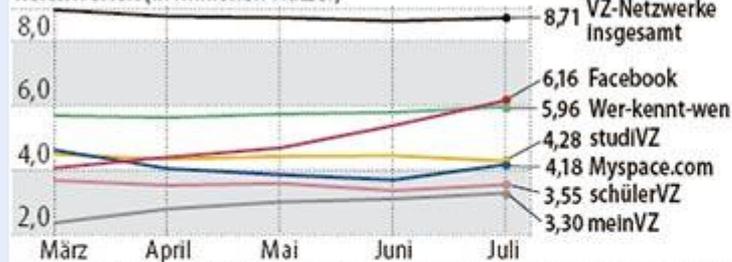
Unser Wähler?

Zielgruppe

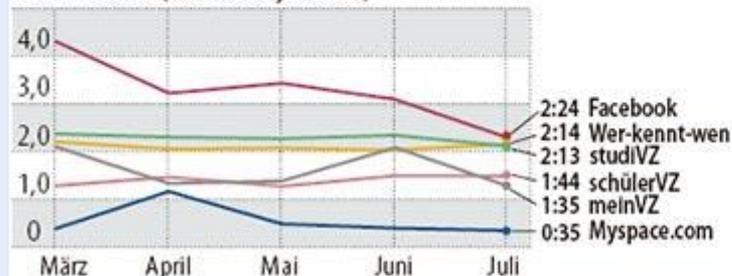
Soziale Netzwerke

Private Netzwerke

Reichweiten (in Millionen Nutzer)



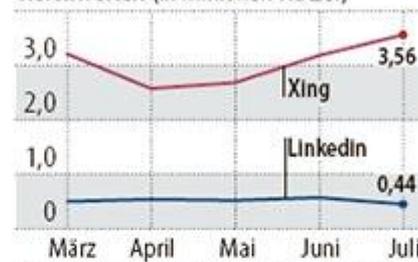
Verweildauer (in Stunden je Monat)



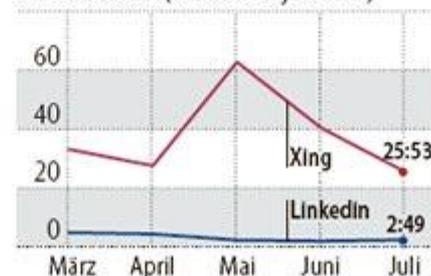
1) Angaben für Deutschland

Geschäftsnetzwerke

Reichweiten (in Millionen Nutzer)



Verweildauer (in Minuten je Monat)



Quellen: Nielsen/Nutzung am Arbeitsplatz und zuhause/F.A.Z.-Grafik Kaiser

Twitter.com

Reichweiten (in Millionen Nutzer)



Verweildauer (in Minuten je Monat)

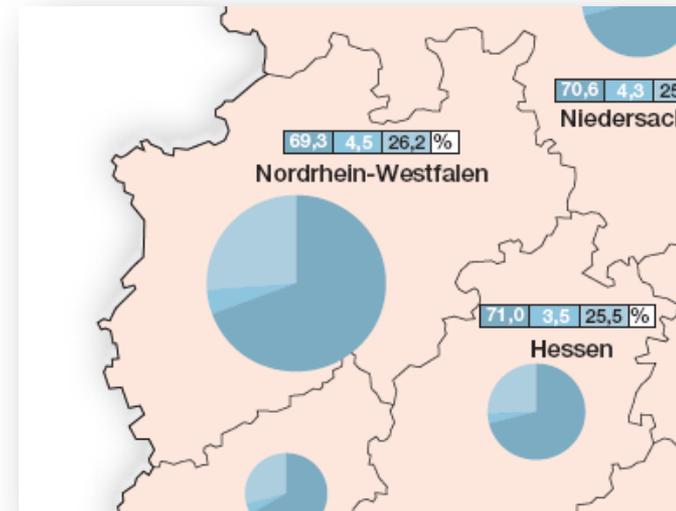


Zielgruppe

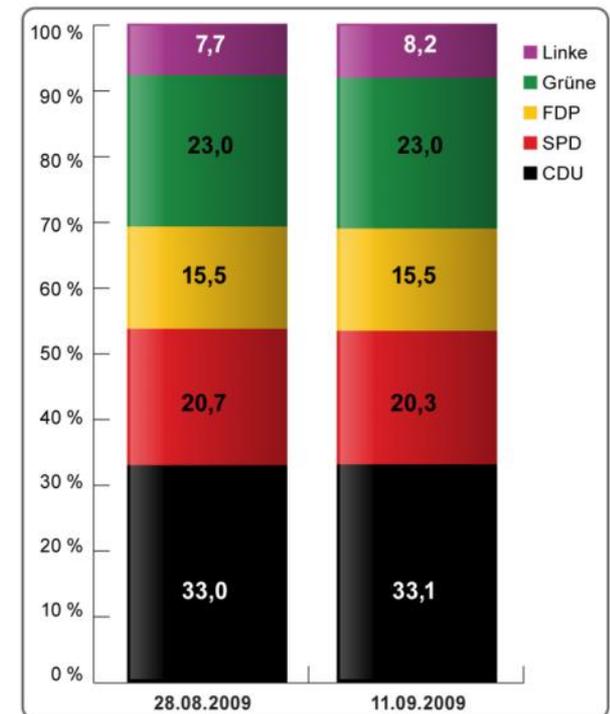
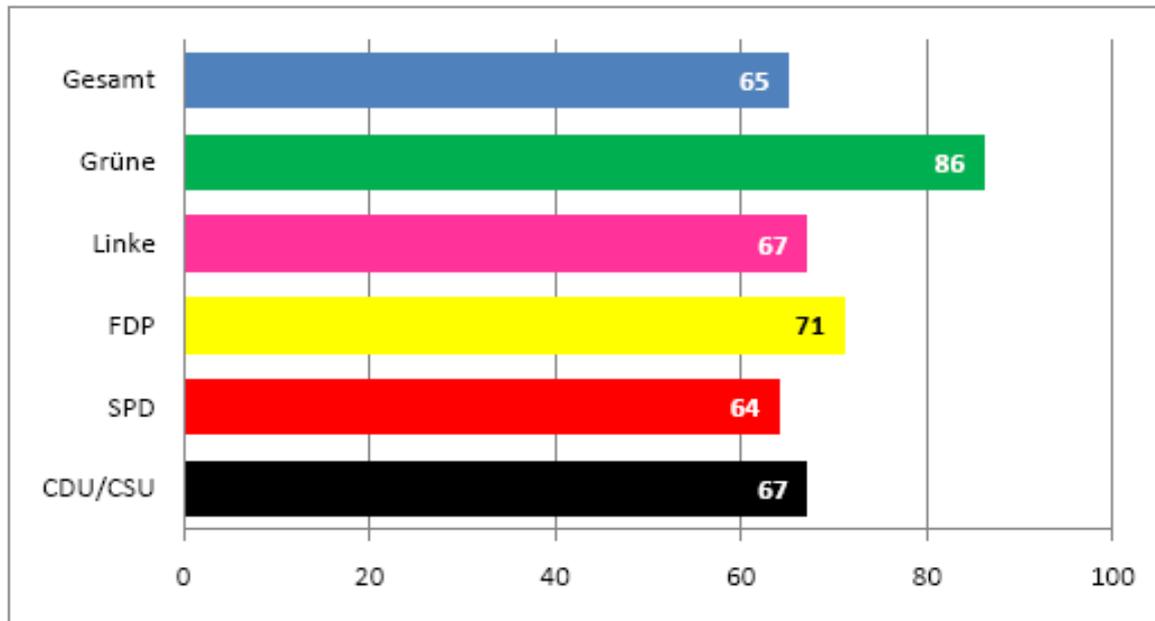
Wähler	Multiplikatoren	Engagierte
<ul style="list-style-type: none">- Eigene<ul style="list-style-type: none">o Nach Alter, Themen, Lebensstilen, Interessen etc.- Unentschlossene- Gegner- Nichtwähler	<ul style="list-style-type: none">- Journalisten- Blogger- Meinungsführer	<ul style="list-style-type: none">- Freiwillige<ul style="list-style-type: none">o Onlineo Offline- Spender

Zielgruppe

- Deutschland: rund 70 Prozent online, aber:
 - Jünger
 - Männlich
 - Besser gebildet
 - Höhere Einkommen
 - Berufstätig (vs. Rentner, Studenten, Schüler etc.)
 - Großstädte
 - Vier und mehr Personen Haushalte (Familien)
 - Meist via DSL (62%)



Zielgruppe



KOMMUNIKATIONSKANAL

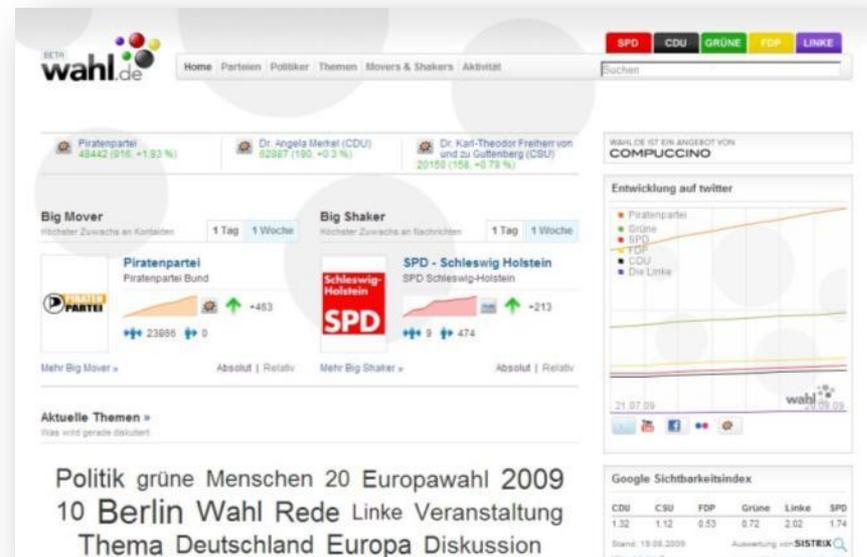
Medien: Erfolgsfaktoren 2.0

Alt

- Umfragen, Geld, Endorsements, Presse

Neu

- Website traffic, Online volunteers, E-mail sign ups, Online-friends, Search terms



Vom Text zu interaktiv: cdu.de



Christlich Demokratische Union Deutschlands - die zentrale Internetplattform der CDU, der Volkspartei der Mitte. - Mozilla Firefox

Datei Bearbeiten Ansicht Chronik Lesezeichen Extras Hilfe

http://cdu.de/ geek on computer

Facebook | Home Christlich Demokratische Union D...

KAMPAGNENPORTAL | PARTEISEITE Die Mitte **CDU**

Exklusiv:
Direkt aus den Communities -
Zehn Fragen an Angela Merkel

ANGELA MERKEL

Suche

Durchsuchen Sie unsere Artikel auf www.cdu.de

Spenden

Shop

Presse

Service

Mitglied werden

Mitgliedernetz Login

Newsletter

Termine

CDU-Mobilportal

Zielgruppen

Video abspielen

03 / 12

Alle Themen

Mitmachen
teAM DEUTSCHLAND Ja!
Aktiv werden für Angela Merkel und die CDU.

Dabei sein
CDU.TV
Jetzt auf YouTube. Auch mit Untertiteln.

Frauen ältere Generation Deutsche im Ausland Aussiedler Jugend
Spezielle Infos finden Sie hier.

Plakatspende
IHR PLAKAT FÜR ANGELA MERKEL
Unterstützen Sie die CDU mit einer Plakatspende.

© CDU Deutschlands | Datenschutz | Impressum | Kontakt

Fertig

Start 090824_twitter-guide - ... Christlich Demokrati... 090821_JU-NRW_inter... 090826_CDA_Internet... Internetwahlkampf Adobe Acrobat Professi... DE 21:43

Vom Text zu interaktiv: : spd.de



SPD.de Sozialdemokratische Partei Deutschlands (SPD) - Mozilla Firefox

http://www.spd.de/start/portal/start.html

NAVIGATION ANZEIGEN MOBIL.SP.DE ALTERNATIVE STARTSEITE

Aktuelles 9 >

Frank-Walter Steinmeier 9 >

Deutschland-Plan 9 >

Sozial und Demokratisch. 8 Ziele 9 >

Wahlkampf 09 9 >

Frank-Walter Steinmeier bloggt

Ich ärgere mich über die Steuersenkungsversprechen von Schwarz-Gelb. Für die Entlastung der Reichen wollen sie den Rotstift genau bei denen ansetzen, die es am nötigsten brauchen. Oben geben und unten nehmen.

Mehr auf wahlkampf09.de

SPD Unser Land kann mehr.

Online spenden!

Mitglied werden

Die SPD-Wahlkampf tour >

Alle Kandidatinnen und Kandidaten der SPD >

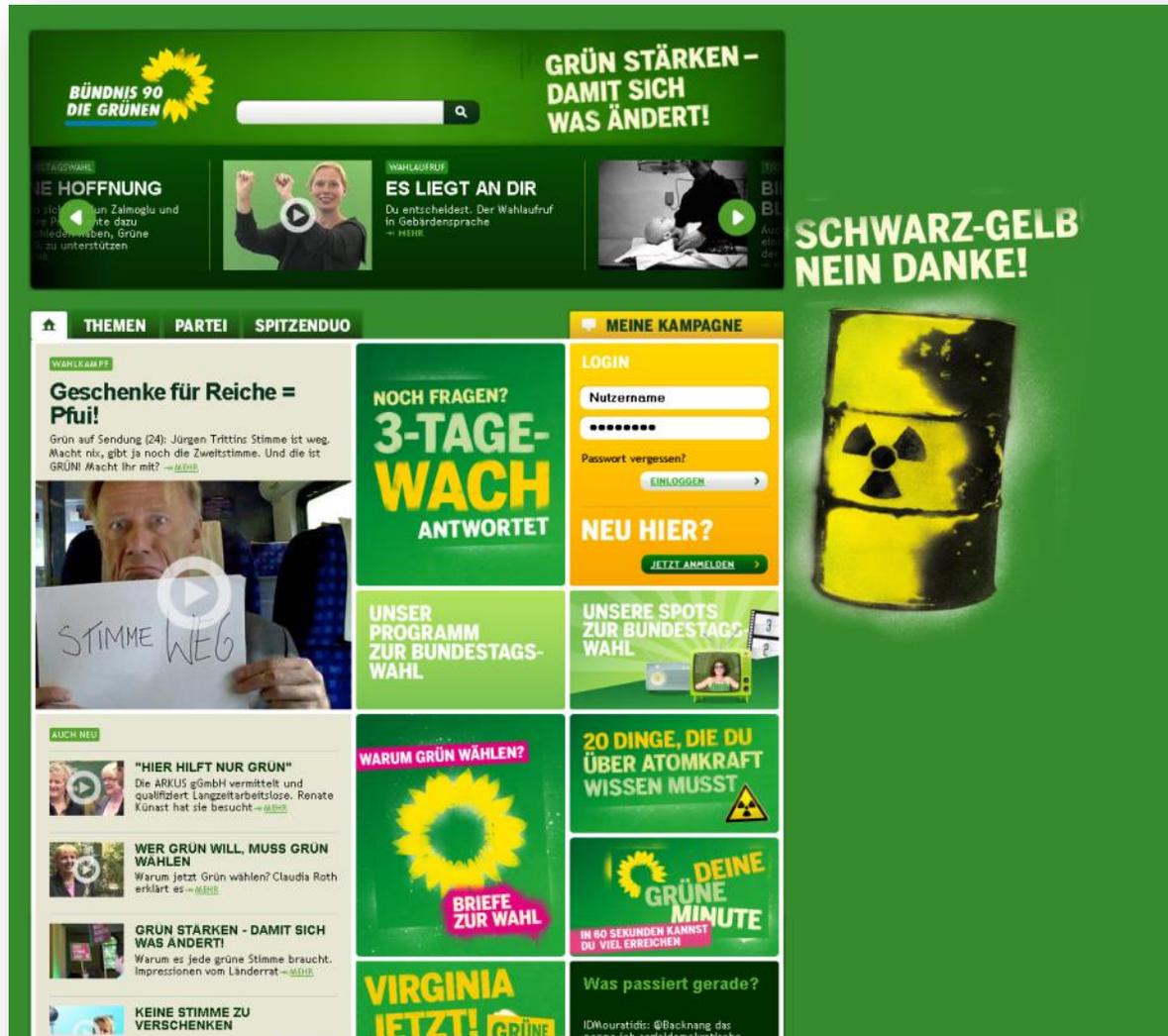
Alle Infos zur Bundestagswahl >

Warten auf www.spd.de...

Start Posteingang von raoul.e... SPD.de Sozialdemokr... iTunes Vorträge Microsoft PowerPoint - [...]

DE 21:25

Vom Text zu interaktiv: gruene.de



The screenshot displays the homepage of the German Green Party website (gruene.de). At the top, the logo for 'BÜNDNIS 90 DIE GRÜNEN' is visible alongside a search bar and the slogan 'GRÜN STÄRKEN - DAMIT SICH WAS ÄNDERT!'. Below this, there are several video thumbnails, including one titled 'NE HOFFUNG' and another 'ES LIEGT AN DIR'. A prominent banner on the right side features a glowing yellow radiation symbol and the text 'SCHWARZ-GELB NEIN DANKE!'. The main content area is organized into a grid of interactive elements: a news article 'Geschenke für Reiche = Pfui!', a '3-TAGE-WACH' campaign, a login section, and various informational tiles such as 'UNSER PROGRAMM ZUR BUNDESTAGS-WAHL' and '20 DINGE, DIE DU ÜBER ATOMKRAFT WISSEN MUSST'. The bottom of the page includes a 'VIRGINIA JETZT! GRÜNE' banner and a social media link for @Backnag das.

Youtube & Co.



The screenshot shows a Mozilla Firefox browser window displaying the YouTube channel page for CDU.TV. The browser's address bar shows the URL <http://www.youtube.com/cduTV?gl=DE&hl=de>. The page features a prominent orange header with the CDU.TV logo, a television icon, and the slogan "Die Mitte." alongside the CDU logo. Below the header, the channel name "CDU.TV" and "Kanal von cduTV" are visible, along with a yellow "Abonnieren" button and tabs for "Uploads" and "Playlists". The main content area displays a video player with a man in a white shirt and red tie speaking, with a progress bar at 2:34 / 4:32. To the right of the video player, there are four video recommendations: "Bundestagswahl 2009: 'Wir haben" (32 videos), "teAM Deutschland" (41 videos), "Dabei sein! Veranstaltungen" (59 videos), and "CDU TV Aktuell" (34 videos). The browser's taskbar at the bottom shows several open tabs, including "Facebook | Angela Merkel" and "Christlich Demokratische Union Deutsch...".

Handy & Internet



Online Advertising

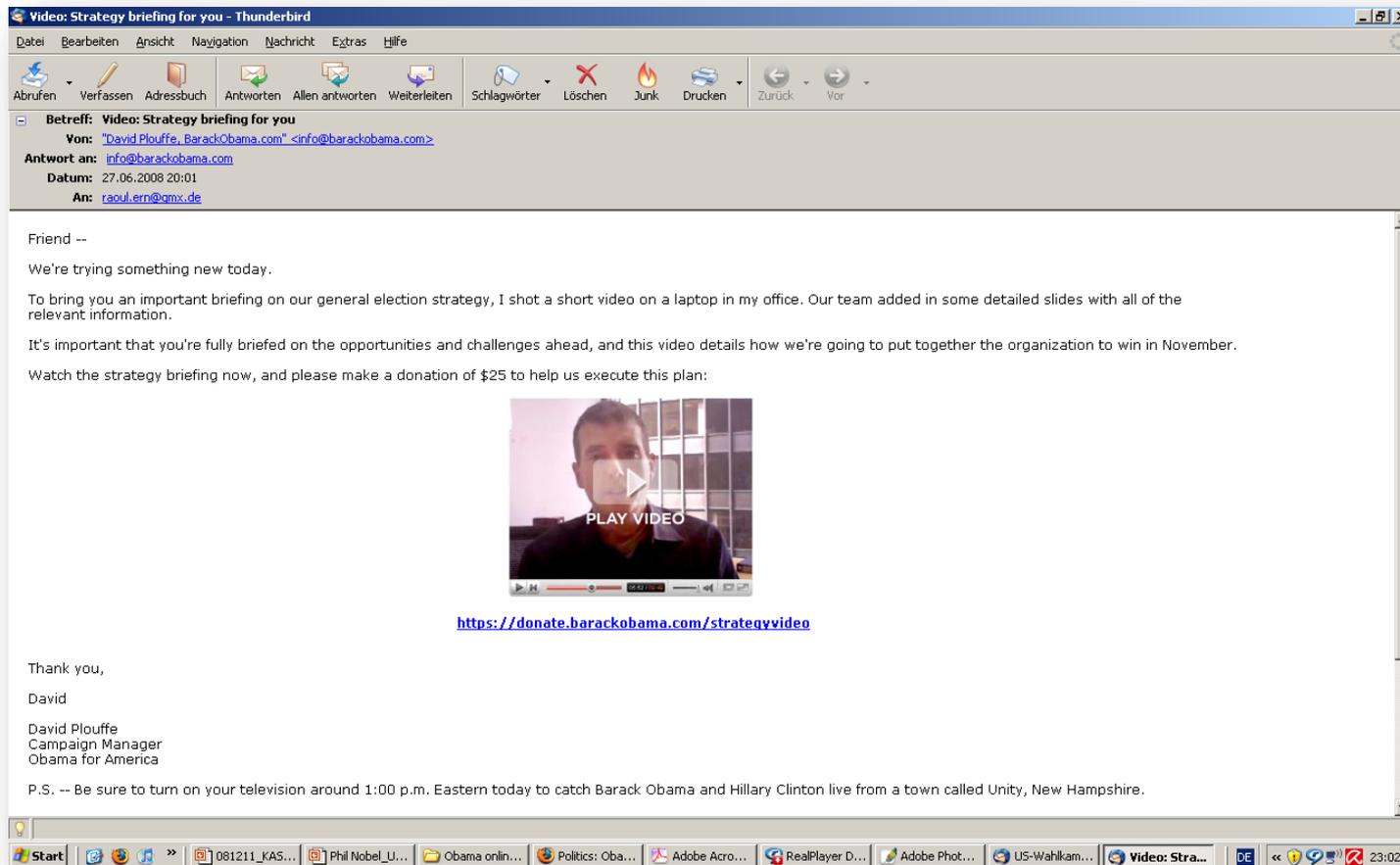


Online-Ad



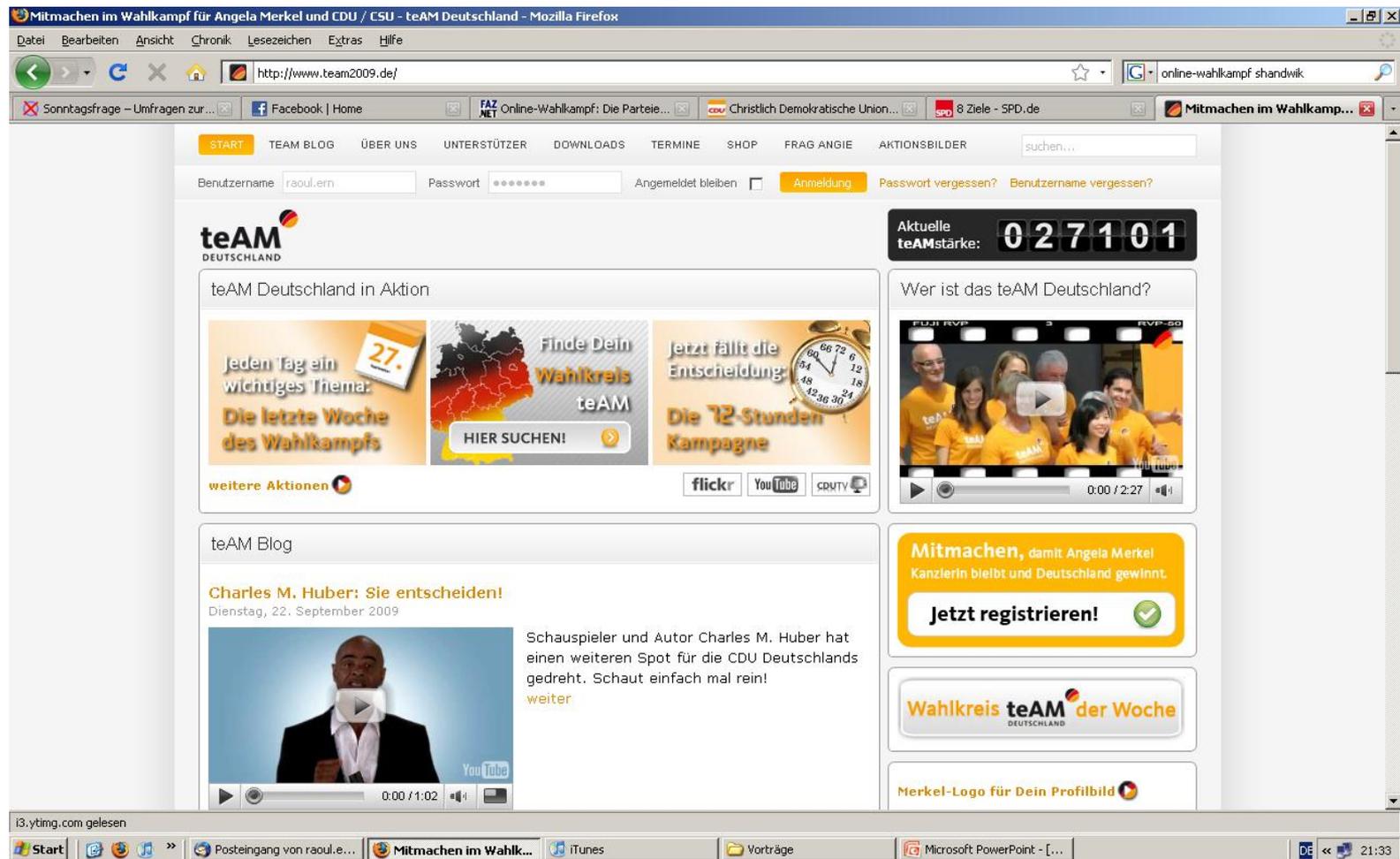
E-Mail

■ Online-Memos:



ORGANISATION

Organisation: open access!



The screenshot shows the Mozilla Firefox browser window displaying the website <http://www.team2009.de/>. The browser's address bar and tabs are visible at the top. The website itself features a navigation menu with links like 'START', 'TEAM BLOG', 'ÜBER UNS', 'UNTERSTÜTZER', 'DOWNLOADS', 'TERMINE', 'SHOP', 'FRAG ANGIE', and 'AKTIONSBILDER'. A search bar is located on the right side of the navigation menu. Below the navigation, there is a login section with fields for 'Benutzername' (containing 'raoul.ern') and 'Passwort', along with an 'Anmeldung' button and links for 'Angemeldet bleiben', 'Passwort vergessen?', and 'Benutzername vergessen?'. The main content area is divided into several sections: 1. 'teAM DEUTSCHLAND' logo and a 'teAM Deutschland in Aktion' banner with three sub-sections: 'Jeden Tag ein wichtiges Thema: Die letzte Woche des Wahlkampfes' (with a calendar icon for the 27th), 'Finde Dein Wahlkreis teAM' (with a map of Germany and a 'HIER SUCHEN!' button), and 'Jetzt fällt die Entscheidung: Die 12-Stunden Kampagne' (with an alarm clock icon). 2. 'Aktuelle teAMstärke: 027101' displayed in a digital counter format. 3. 'Wer ist das teAM Deutschland?' section featuring a video player showing a group of people in yellow teAM shirts. 4. 'teAM Blog' section with a post titled 'Charles M. Huber: Sie entscheiden!' dated 'Dienstag, 22. September 2009', including a video player and a 'weiter' link. 5. A yellow call-to-action box: 'Mitmachen, damit Angela Merkel Kanzlerin bleibt und Deutschland gewinnt. Jetzt registrieren!' with a green checkmark icon. 6. 'Wahlkreis teAM DEUTSCHLAND der Woche' section. 7. 'Merkel-Logo für Dein Profilbild' section. The browser's taskbar at the bottom shows various open applications, including 'Start', 'Posteingang von raoul.e...', 'Mitmachen im Wahlk...', 'iTunes', 'Vorträge', and 'Microsoft PowerPoint - [...]', along with the system clock showing 21:33.

Organisation: parteiintern



CDUnet Das Mitgliedernetz der CDU - Home - Mozilla Firefox

http://cdunet.cdu.de/

Suchwort eingeben... [Erweiterte Suche](#)

Nutzerprofil > Benutzerliste > Sitemap > Kontakt > Hilfe >

CDUnet - das Mitgliedernetz **CDU**

Dienstag, 25. August 2009

Home

- Materialien
- Parteiarbeit
- Service
- Webmaster
- Interaktiv
- Mitgliedernetz Thüringen
- main menu
- mainmenu

Ihr Login
Sie sind angemeldet als: raoul.ern!
> i-Mail (0/0)
> Ungelesene Forumsbeiträge
> Neue Antworten im Forum
[Abmelden](#)

Willkommen im **neuen CDUnet!**

e.Shop

Home

FDP, Grüne, Linkspartei: Angriffe und Gegenargumente

Die Standard-Angriffe der anderen Parteien gegen die CDU und mögliche Entgegnungen - dies hat die CDU-Bundesgeschäftsstelle in drei prägnanten Papieren zusammengestellt. Hier finden Sie Papiere zur FDP, den Grünen und zur Linkspartei zum Download.

- Die GRÜNEN: Die wichtigsten Angriffe und Gegenargumente (136 kb)
- FDP: Die wichtigsten Angriffe und Gegenargumente (148 kb)
- Linkspartei: Die wichtigsten Angriffe und Gegenargumente (101 kb)

Informations- und Werbemittel zur Bundestagswahl

Fertig

Start | 090824_twitter... | CDUnet Das Mi... | 090821_JU-NRW... | 090826_CDA_In... | 090822_KAS_Be... | Internetwahlkampf | Vorträge | Adobe Acrobat P... | 22:10

MOBILISIERUNG

Mobilisierung



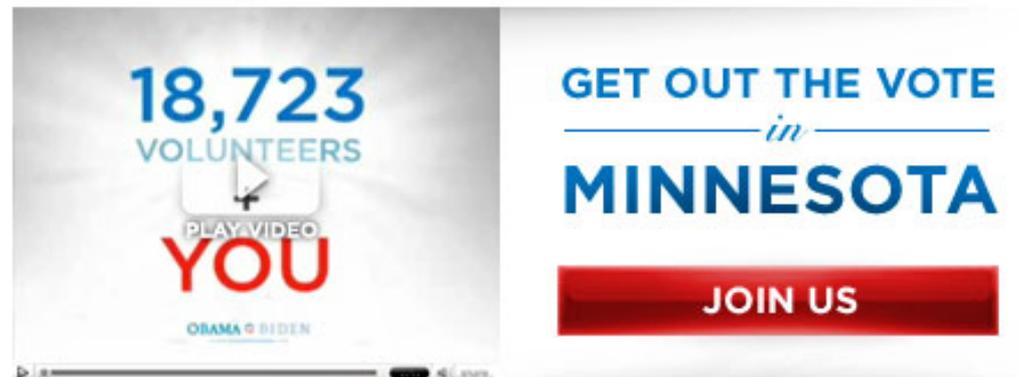
Ralf--

We have 5 days left to get out the vote for Barack and bring about the change we need.

Over the last 21 months, supporters like you have built this campaign from the ground up -- now it's up to you whether we win or lose.

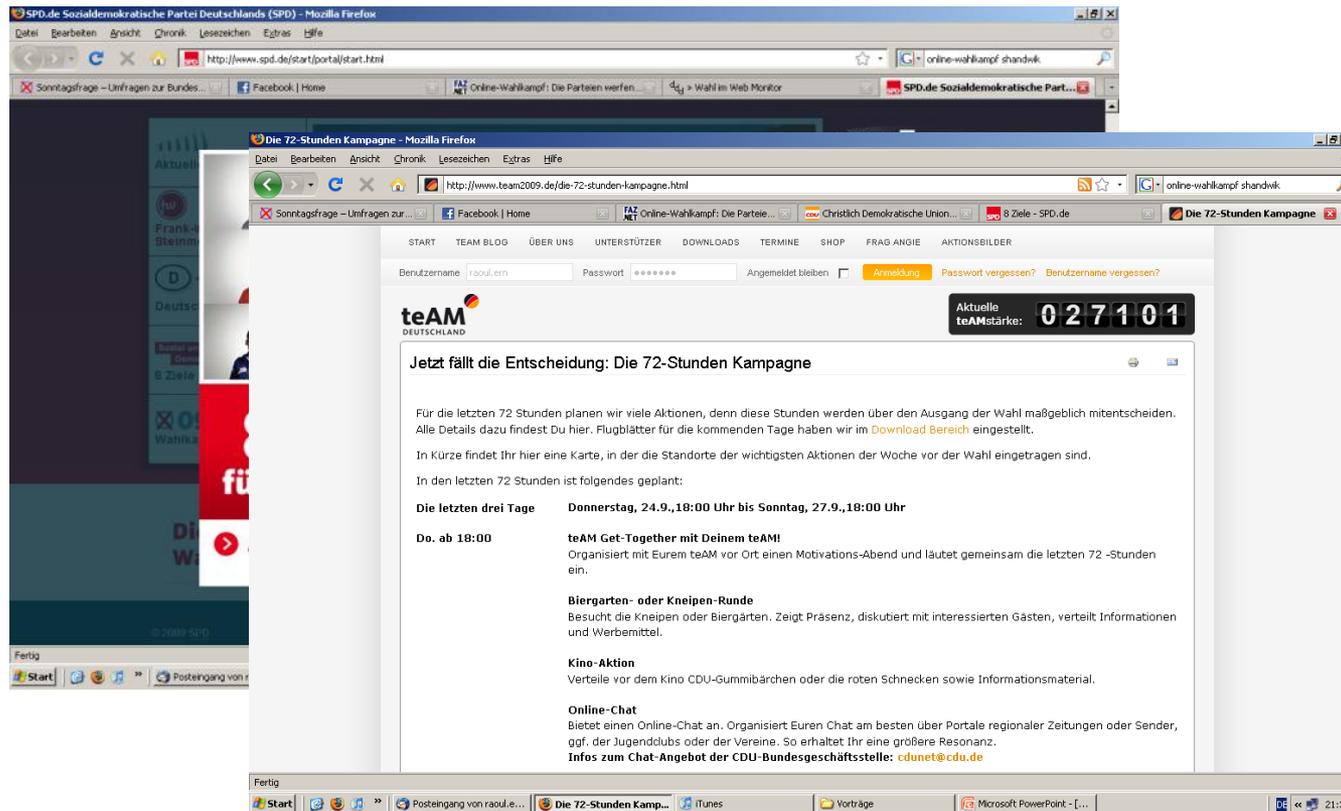
Yesterday, I recorded a video about our get out the vote effort, what we've already accomplished, and what's ahead of us in these last 5 days.

Watch the video and sign up for a get out the vote shift in the days leading up to November 4th:



The image shows a video player interface on the left and a call to action on the right. The video player displays the text "18,723 VOLUNTEERS" in blue, a play button icon, "PLAY VIDEO" in small text, and "YOU" in large red letters. Below this is the "OBAMA BIDEN" logo. The call to action on the right features the text "GET OUT THE VOTE" in blue, "in" in a smaller blue font with horizontal lines, and "MINNESOTA" in large blue letters. At the bottom is a red button with the white text "JOIN US".

Mobilisierung



SPD.de Sozialdemokratische Partei Deutschlands (SPD) - Mozilla Firefox

http://www.spd.de/start/portal/start.html

Die 72-Stunden Kampagne - Mozilla Firefox

http://www.team2009.de/die-72-stunden-kampagne.html

START TEAM BLOG ÜBER UNS UNTERSTÜTZER DOWNLOADS TERMINE SHOP FRAG ANGIE AKTIONSBILDER

Benutzername raoul.ern Passwort ***** Angemeldet bleiben **Anmeldung** Passwort vergessen? Benutzername vergessen?

teAM
DEUTSCHLAND

Aktuelle teAMstärke: **027101**

Jetzt fällt die Entscheidung: Die 72-Stunden Kampagne

Für die letzten 72 Stunden planen wir viele Aktionen, denn diese Stunden werden über den Ausgang der Wahl maßgeblich mitentscheiden. Alle Details dazu findest Du hier. Flugblätter für die kommenden Tage haben wir im [Download Bereich](#) eingestellt.

In Kürze findet Ihr hier eine Karte, in der die Standorte der wichtigsten Aktionen der Woche vor der Wahl eingetragen sind.

In den letzten 72 Stunden ist folgendes geplant:

Die letzten drei Tage **Donnerstag, 24.9., 18:00 Uhr bis Sonntag, 27.9., 18:00 Uhr**

Do. ab 18:00

teAM Get-Together mit Deinem teAM!
Organisiert mit Eurem teAM vor Ort einen Motivations-Abend und läutet gemeinsam die letzten 72 -Stunden ein.

Biergarten- oder Kneipen-Runde
Besucht die Kneipen oder Biergärten. Zeigt Präsenz, diskutiert mit interessierten Gästen, verteilt Informationen und Werbemittel.

Kino-Aktion
Verteile vor dem Kino CDU-Gummibärchen oder die roten Schnecken sowie Informationsmaterial.

Online-Chat
Bietet einen Online-Chat an. Organisiert Euren Chat am besten über Portale regionaler Zeitungen oder Sender, ggf. der Jugendclubs oder der Vereine. So erhaltet Ihr eine größere Resonanz.

Infos zum Chat-Angebot der CDU-Bundesgeschäftsstelle: cdunet@cdu.de

Fertig

Start Posteingang von raoul.e... Die 72-Stunden Kamp... iTunes Vorträge Microsoft PowerPoint - [...]

21:31

Fundraising



Ihr Plakat für Angela Merkel!

Unterstützen Sie Angela Merkel und die CDU mit einer Plakatspende zur Bundestagswahl am 27. September.

Helfen Sie mit, die Präsenz der CDU im Straßenbild zu erhöhen. Übernehmen Sie mit einer Spende die Schaltkosten für ein Großflächenplakat. Entscheiden Sie, wo das Plakat stehen soll und wie lange Sie die Schaltkosten übernehmen wollen. Damit helfen Sie uns, die durch unsere Beauftragung entstehenden Kosten mitzutragen. Vertragliche Pflichten entstehen dadurch nicht.

Plakat-Hotline 030 / 220 70 220
werktags von 09.00 Uhr bis 19.00 Uhr

Wählen Sie zwischen 3 Preiskategorien und 2 Plakatierungszeiträumen:

Preiskategorien

- Plakat in Orten bis 15.000 Einwohner: 90 Euro
- Plakat in Orten über 15.000 bis 40.000 Einwohner: 150 Euro
- Plakat in Orten über 40.000 Einwohner: 200 Euro

Plakatierungszeiträume

Für alle Preiskategorien gelten jeweils die folgenden Zeiträume:

- Aushang vom 4. - 14. September: Buchung bis zum 28. August
- Aushang vom 15. - 24. September: Buchung bis zum 8. September

Ihre Plakatspende in drei Schritten

- Bei der Hotline anrufen und gewünschten Ort bzw. Preiskategorie sowie Dauer angeben. Unsere Mitarbeiter bieten Ihnen dann die verfügbaren Standorte an. Ab und zu kommt es vor, dass Plakatstandorte am gewünschten Ort nicht verfügbar sind – geben Sie bitte deshalb auch eine Alternative an.
- Für die Abwicklung Ihrer Plakatspende können Sie alle unsere Zahlungsarten nutzen – von der Online-Spende bis zur Überweisung. Mehr Informationen finden Sie unter www.spenden.cdu.de
- Sobald Ihre Spende bei uns eingegangen ist, erhalten Sie ein Bestätigungsschreiben der CDU mit dem genauen Standort des gewünschten Plakats.

NEGATIVE CAMPAIGNING

Negative and viral campaigning



FINAL NOTES

Schlussbemerkung

- Zielgruppen beachten
- Dahin gehen, wo die Leute sind!
- Vorhandene Plattformen nutzen (facebook, youtube, google maps, Ning etc.)
- Konkrete Aufgaben für Freiwillige formulieren
- Internet als Mittel freier Berichterstattung nutzen, aber mit Vorsicht!
- Jeder sollte Teil der Kampagne werden
- Raum für Angriffe (dirty vs. negative campaigning)
- “Übersetzung ins offline”

Wir müssen ...

- Internet und Parteistrukturen in Einklang bringen, d.h. die Parteistrukturen öffnen
- uns besser vernetzen, um offline wirksamer zu werden
- konsequent Multiplikatoren identifizieren und Datenbanken aufbauen
- die Möglichkeiten des (Nano) Targeting nutzen
- den Kampf um Begriffe und die Meinungsführerschaft im Internet führen
- „unsere Leute“ mit „unseren“ Bloggern in Kontakt bringen
- aufpassen, weil das Netz nichts vergisst
- Politische Inhalte (policies) fürs Netz entwickeln und anbieten
- aber auch nicht alles mitmachen!

Not everyone can ...



Not everyone can ...



VIELEN DANK!



Ralf Gülden-zopf
Konrad-Adenauer-Stiftung
Urfelder Strasse 221
D-50389 Wesseling

Ralf.Gueldenzopf@kas.de