Wählerischer Wähler?

Was folgt aus der neuen
Entscheidungsfreudigkeit
der Wähler für Parteien vor Ort?

Melanie Diermann

UNIVERSITÄT DUISBURG ESSEN
NRW School of Governance
www.nrwschool.de

Kurz zu meiner Person:

www.melaniediermann.de

www.karl-rudolf-korte.de

www.uni-duisburg-essen.de

www.forschungsgruppe-regieren.de

www.nrwschool.de

1. Wie wählerisch ist der Wähler heute?

Was glauben Sie?

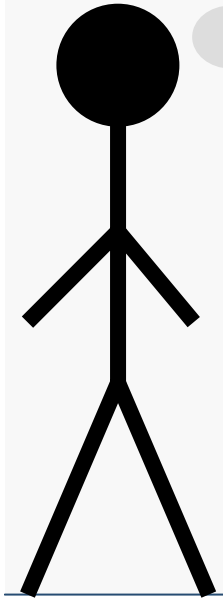
1. Wie wählerisch ist der Wähler heute?

Wie geht eine Wahlentscheidung vonstatten?

Prädispositionen

Kandidaten

Wahlentscheidung



Themen

1. Ist der Wähler heute wählerischer?

In der Tat ist die Wahrscheinlichkeit, dass Wähler zwischen bestimmten Parteien wechseln gestiegen.

Aber: nicht jeder Wähler ist in gleichem Maße für jede Partei erreichbar.

WHITE HOUSE
CHANGE HAS COME to AMERICA
THE INAUGURATION of PRESIDENT BARACK OBAMA
1
2
3
4
THE BLOG
Change has come to WhiteHouse.gov
Honoring Dr. King's Legacy and Serving America
SEARCH THE SITE
AGENDA
Economy
Read the President's economic agenda
Energy & the Environment
Read the President's agenda on energy & the environment
WHISTLESTOP
TRAIN TOUR

stfalen - Mozilla Firefox
Chronik Lesezeichen Extras Hilfe
http://www.cdu-nrw.de/
cdu nrw
FGR
WMA
FGR Intern
LSF
unimail
CDU
JÜRGEN RÜTTGERS BRAUCHT SIE
...und Ihre E-Mail-Adresse
Ausfüllen. Klicken. Informiert sein!
Hier erhalten Sie exklusive Informationen aus erster Hand. Hier werden Sie zum Mitmachen eingeladen. Immer aktuell, immer nah am politischen Geschehen. Geben Sie hier einfach Ihre E-Mail-Adresse ein, setzen Sie ein Häkchen bei der Datenschutzerklärung und seien Sie mit dabei.
Weiter
Ich bin mit der Erhebung, Speicherung und Nutzung der vorstehenden personenbezogenen Daten sowie der besonderen Arten personenbezogener Daten (§ 3 Abs. 9 BDSG, z. B. politische Meinungen) einverstanden, um mich über Veranstaltungen und die politische Arbeit der Partei zu informieren. Die Daten werden ausschließlich von der CDU Deutschlands, ihren Gliederungen, Vereinigungen und Sonderorganisationen genutzt und nicht an Dritte übermittelt. Der Nutzung meiner Daten kann ich jederzeit widersprechen.
Direkt zu www.cdu-nrw.de

2. Welche Funktionen haben Wahlkampagnen vor Ort heute?

- Aktivierung
- Mobilisierung
- Überzeugung

2. Welche Funktionen haben Wahlkampagnen vor Ort heute?

An wen richten sich Wahlkampagnen?

- Stammwähler
- Eigene Mitglieder
- Ehrenamtliche Wahlkampfhelfer
- Potentielle Wähler und Wechselwähler
- Nichtwähler und Erstwähler
- Geldgeber
- Speziell adressierte Interessensgruppen
- Journalisten
- Multiplikatoren

UND: Auch die Konkurrenz ist aufmerksam!

Dipl.–Soz–Wiss. **Melanie Diermann**, B. Sc.
Institut für Politikwissenschaft | Forschungsgruppe Regieren
UNIVERSITÄT DUISBURG ESSEN
NRW School of Governance
www.nrwschool.de

3. Wie können bestimmte Wählergruppen gezielt angesprochen werden?

Grundvoraussetzung für die gezielte Ansprache:

- Gute Kenntnis der eigenen Wählerschaft
- Möglichst trennscharfe Unterscheidung einzelner Zielgruppen
- Entwicklung zielgruppenspezifischer Angebote

Problem:

Wie unterscheiden?

Beispiele für Targeting

- FDP: Öffnungszeiten von Videotheken
- GRÜNE: Kindertagesstätten
- Direktadressierung bestimmter selbstständiger Berufsgruppen
- Gezielter Haustürwahlkampf

Segment	Segment Name
1	Religious Conservative Republicans
2	Conservative Republican Families
3	Younger Republicans
4	Motivated Republicans
5	High Turnout Republicans
6	Older Reliable Republicans
7	Limited Government Conservatives
8	Culturally Conservative Independents
9	Socially Moderate Republicans
10	Education Oriented Republican Families
11	Unreliable Republican Voters
12	Pleased Weak Republicans
13	Secular Republicans
14	Pro-Bush Anti-Tax Swing Voters
15	Secular Independent Singles
16	Conflicted Male Voters
17	White Liberal Independents
18	Low Turnout Pro-Bush Democrat Men
19	Average Turnout Weak Male Democrats
20	Secular Younger Females
21	Young Unreliable Social Liberals
22	Liberal Democrats
23	High Turnout Female Democrats
24	Minority Democrats

Quelle: Michael Meyers
TargetPoint Consulting
KAS-Präsentation, Berlin
May 2008

Quelle: Michael Meyers, TargetPoint Consulting, KAS-Präsentation, Berlin May 2008

4. Wie umgehen mit tendenziöser Berichterstattung in lokalen Medien?

Gibt es tendenziöse Berichterstattung?

4. Wie umgehen mit tendenziöser Berichterstattung in lokalen Medien?

Gibt es tendenziöse Berichterstattung?

4. Wie umgehen mit tendenziöser Berichterstattung in lokalen Medien?

Warum sind Medien im Wahlkampf wichtig?

Wählerinnen und Wähler nehmen Politik selten direkt und persönlich wahr. Vordergründig erfahren Sie über Medien von politischen Ereignissen.

In Wahlkampfzeiten ist die mediale Aufmerksamkeit erhöht.

4. Wie umgehen mit tendenziöser Berichterstattung in lokalen Medien?

Zwei Kanäle können unterschieden werden:

- Free Media: Redaktionelle Berichterstattung
- Paid Media: Gekaufte Werbefläche in Medien

Nach dem brutalen Angriff auf einen Rentner spricht der erste Politiker Klartext
„Wir haben zu viele junge kriminelle Ausländer!
Bild
Hamburg
Benazir Bhutto ermordet!

4. Wie umgehen mit tendenziöser Berichterstattung in lokalen Medien?

Parteien vor Ort sind auf die Multiplikatorfunktion von Medien angewiesen.

Ressourcen vergrößern Ihren Handlungskorridor.

Restriktionen verkleinern Ihren Handlungskorridor.

4. Wie umgehen mit tendenziöser Berichterstattung in lokalen Medien?

Das können Sie tun:

Nach außen:

- Offene Konflikte meiden, schlichten, moderieren.
- Mit einer Stimme sprechen.
- Bleiben Sie verbindlich.
- Konzentrieren Sie sich insbesondere auf eigene Ressourcen und vermeiden Sie Kleinkriege.

4. Wie umgehen mit tendenziöser Berichterstattung in lokalen Medien?

Nach Innen:

gemeinsame Sprachregelungen finden.

Alle Mitglieder (auch Freiwillige und die Parteibasis) auf die Vorteile des geschlossenen Auftretens hinweisen.

Professionelle Unterstützung organisieren: Moderation und Mediation in Diskursen organisieren.

Fazit

Politik ist heute professioneller denn je und der Wähler wird immer wählerischer.

Für Parteien vor Ort folgt daraus mehr denn je die Notwendigkeit zur Professionalisierung.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Dipl.–Soz–Wiss. **Melanie Diermann**, B. Sc.
Institut für Politikwissenschaft | Forschungsgruppe Regieren

Melanie Diermann
Universität Duisburg-Essen
Lotharstr. 65
47057 Duisburg

Tel. 0203 379 2042
Melanie.diermann@uni-due.de
www.melaniediermann.de