

Keine langen Botschaften bitte!

KOMMUNIKATIONSEXPERTEN VON PARTEIEN AUS DEN BALKANLÄNDERN TREFFEN SICH ZUM DRITTEN MAL ZUM NETZWERK-WORKSHOP „E-LECTION BRIDGE“

Soziale Medien und Alltagsthemen, aber auch Politik-Skepsis und Populismus bestimmen die Wahlkampagnen in Südosteuropa. Wie die Kommunikation mit Bürgern erfolgreich organisiert werden kann, debattierten PR-Experten aus mehreren Balkanländern in der albanischen Hauptstadt Tirana.

Der Workshop fand vom 29. bis 31. Mai 2017 statt. Das KAS-Medienprogramm Südosteuropa veranstaltete das Treffen von Kommunikationsexperten politischer Parteien in der Region zum dritten Mal. Es kamen Teilnehmer aus neun Ländern.

Zum Start des Trainings betonte Christian Spahr, Leiter des KAS-Medienprogramms, dass es in der politischen Kommunikation in Südosteuropa drei Herausforderungen gebe: 1.) Stärkung der Rolle der PR-Manager in den Parteien; 2.) Weiterentwicklung professioneller und ethischer Standards und 3.) verstärkter Dialog mit den Wählern statt einseitiger Kommunikation. „Moderne Medienarbeit inklusive Social Media und direkte Kommunikation mit Bürgern müssen aufeinander abgestimmt sein. Traditionelle PR-Formen wie Pressemitteilungen werden in Zukunft wenig Effekt haben“, so Spahr.

Nicht nur auf dem Balkan, sondern in der ganzen EU können Parteien mit ähnlichen Profilen voneinander lernen. „Es ist wichtig, als eine politische Familie zu erkennen, wie wir besser zusammenarbeiten können“, so Frank Priess, Stellvertretender Leiter der KAS-Hauptabteilung Europäische und Internationale Zusammenarbeit. In diesem Sinne zeigten sich die Experten lebhaft

darin interessiert, ihre Zusammenarbeit fortsetzen und ausbauen zu wollen.

Wahlkampagnen in den einzelnen Ländern weisen auf Problemfelder hin. Debatten seien wenig an Zukunftsthemen orientiert, sondern mehr an einer Konfrontation der Kandidaten, so die Teilnehmer.

Nicht Ideologie zählt, sondern die alltäglichen Anliegen der Wähler

Dabei geht es den Menschen oft nicht um Ideologie, sondern um alltägliche Fragen. Darauf zielen moderne Kampagnen, gerade über das Internet. In Kroatien z.B. benutzen über 80 Prozent der Bevölkerung das Netz, deshalb hat sich HDZ in Wahlkampagnen stärker an Online-Inhalten orientiert. Auch wenn nicht in allen Ländern der Region das Internet von einer Mehrheit für politische Information genutzt wird, verstärkt sich die Tendenz. Kampagnen werden häufiger über Facebook, YouTube und Instagram geführt. Wähler lesen keine langen Botschaften mehr. Deswegen setzen Parteien auf kurze Texte und Videos. Wie in Rumänien, wo 4,5 Millionen Bürger außerhalb ihres Heimatlandes leben, kann so auch die Diaspora angesprochen werden. Die rumänische PNL sei in diesem Umfeld sehr populär, so der Abgeordnete Ionuț Stroe.

In Bulgarien hat die Regierungspartei GERB eine neue Kampagnen-App eingeführt und arbeitet stark mit Facebook. Vor den letzten Wahlen im März 2017 wurde im Netz eine breite Umfrage zu Themen durchgeführt, die die Wählerschaft bewegen, so Stoyan Georgiev aus Sofia.

Konrad-Adenauer-Stiftung e.V.

**MEDIENPROGRAMM
SÜDOSTEUROPA**

DR. VLADIMIR ZLATARSKY

Juni 2017

www.kas.de/medien-europa

Zusammengefasst erkennt man folgende aktuelle Tendenzen in Wahlkampagnen auf dem Balkan:

- Bürger vertrauen zunehmend mehr auf Informationen in sozialen Medien als in traditionellen Medien (Zeitungen, TV);
- Anliegen des täglichen Lebens der Menschen sind für Wahlkämpfer relevanter als Parteiprogramme;
- Problematisch ist aber die starke Polarisierung der politischen Landschaften, die Sachthemen untergehen lässt;
- Es gibt nach wie vor viele Negativ-Kampagnen.

Die Teilnehmer zeigten sich sehr zufrieden mit dem Workshop und betonten, dass die Inhalte für ihre berufliche Entwicklung und ihre Parteien sehr nützlich sind. Durch den Erfahrungsaustausch sei es möglich, neue Ansätze in Kommunikationsstrategien einzubringen. Das KAS-Medienprogramm Südosteuropa wird auch weiterhin Foren für PR-Experten politischer Parteien und von Regierungen in Südosteuropa anbieten.



Impressum

Konrad-Adenauer-Stiftung e.V.
Medienprogramm Südosteuropa

Bul. Yanko Sakazov 19
Et. 1, Ap. 2
1504 Sofia
Bulgarien

Telefon
+359 2 942 49-71
Telefax
+359 2 942 49-79

E-Mail
media.europe@kas.de

Web
www.kas.de/medien-europa