

# Negative Campaigning

Schloss Eichholz, 28.4.2009



# Agenda

- Grundlagen
- Strategien
- Beispiele
- Umgang

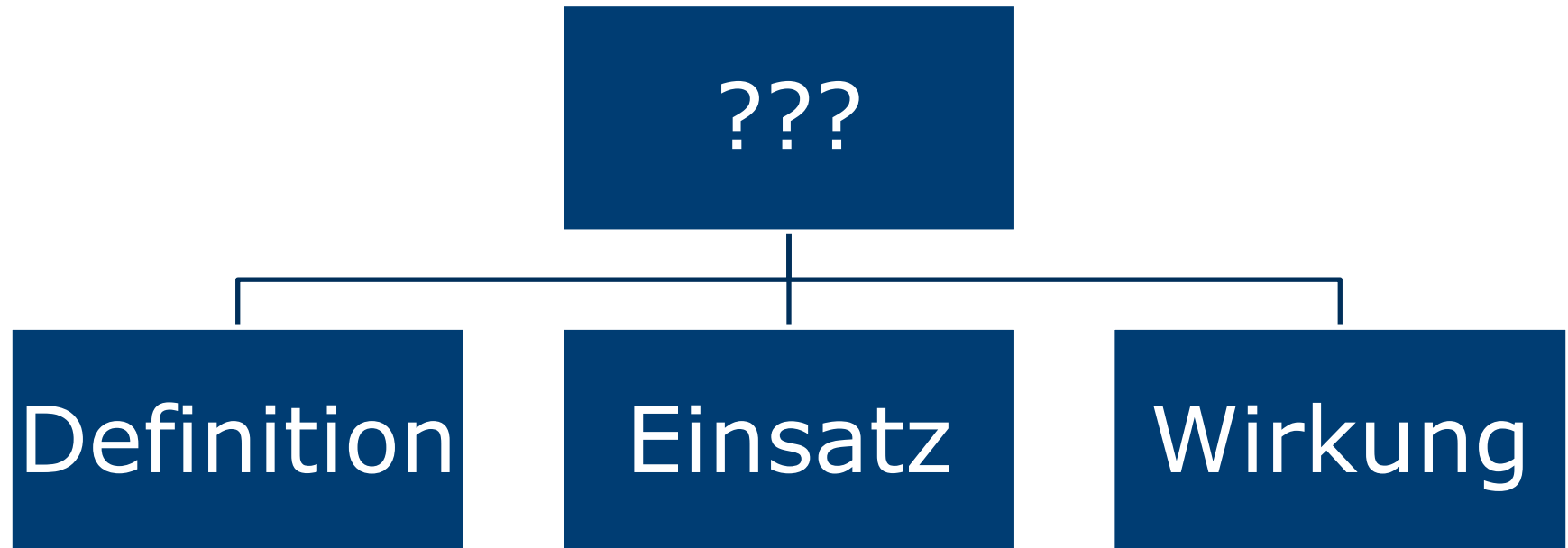
# Negative Campaigning

# **GRUNDLAGEN**

# Grundlagen

- Kampagnen stehen vor vier grundsätzlichen Entscheidungen:
  - Welche Segmente der Wählerschaft sollen erreicht werden?
  - Mit welcher Botschaft sollen diese angesprochen werden?
  - Mit welchem Medium soll dies geschehen?
  - Sollte die Botschaft positiv oder negativ sein?

# Grundlagen



## Definition

- “It's like child pornography, my friend, you know it when you see it.” (John McCain)
- Nennung des bzw. Referenz auf den politischen Gegner
- Negative vs. dirty campaigning

# Einsatz

- Über Wahlsieg hinaus auch eine gesellschaftliche und politische Frage:
  - Bspw. Wirkung auf Wahlbeteiligung
- Wahlkampf USA (2000):
  - 50-70 Prozent der TV-Spots negativ
  - 20 Prozent der TV-Spots Fokus auf eigenen Kandidaten
- Thematische Angriffe werden im Vergleich zu persönlichen als probates Mittel eingestuft

# Wirkung

- ... es kommt darauf an.
- ähnlich viele Studien, die negative und positive Effekte belegen (Meta-Studie von Lau u.a. 1999)



# Wirkung

- Positive Botschaften ...
  - sind attraktiv für unentschiedene Wähler, da diese mit Themen der Kandidaten vertraut gemacht werden
  - bestärken die Unterstützung für einen Kandidaten
  - **aber:** können im Wahlkampf nur schwer geändert werden

# Wirkung

- Negative Botschaften ...
  - können helfen, die Unterstützung für den Gegner zu schwächen, **aber** generieren keine Unterstützung
  - werden besser erinnert, **aber** Angreifer werden als negativ wahrgenommen
  - bestimmen häufig die Agenda
  - haben Einfluss auf die Wahlbeteiligung

# Strategien

- Negative campaigning
  - Etablieren – positionieren – attackieren
  - Definieren – nicht definieren lassen
  - Wenn Angriff, dann richtig
  - Begründbare Angriffe – „Check the source!“
  
  - Entschärfen?!
    - Witz hilft!
    - Am besten durch Dritte

# Strategien

- „Ignoriere die Opposition“ – positiv beginnen und positiv bleiben bis kurz vorm Ende und dabei den Gegner selten, wenn überhaupt erwähnen.
- „Klassisch“ – positiv beginnen, keine Attacken beginnen, auf Attacken reagieren, Vergleiche benutzen, positiv enden
- „Aggressiv“ – positiv beginnen, eher als der Gegner „negativ“ werden, auf Attacken reagieren, zweigleisig enden: positiv und negativ/vergleichende Appelle
- „Frontalattacke“ – negativ/vergleichend beginnen, dann positiv werden und auf spezifische Attacken reagieren,
- „Unnachgiebige Attacke“ – negativ/vergleichend beginnen und bleiben, zweigleisig weiter: positiv und negativ/vergleichend, zweigleisig enden: positiv und negativ/vergleichende Appelle

**Negative Campaigning**

**BEISPIELE**

## TV: USA



## TV: USA



## TV: Grüne





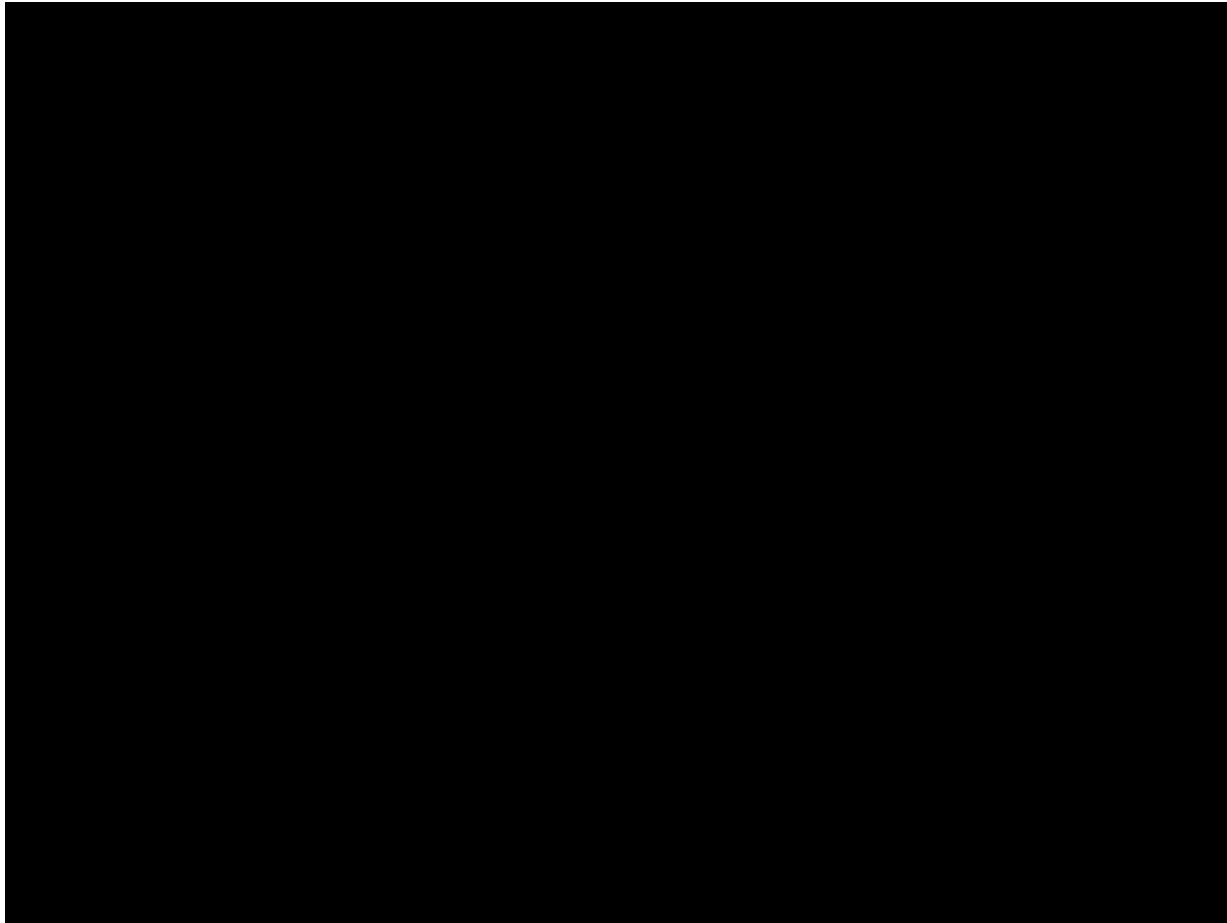
## TV: Grüne



# TV: SPD



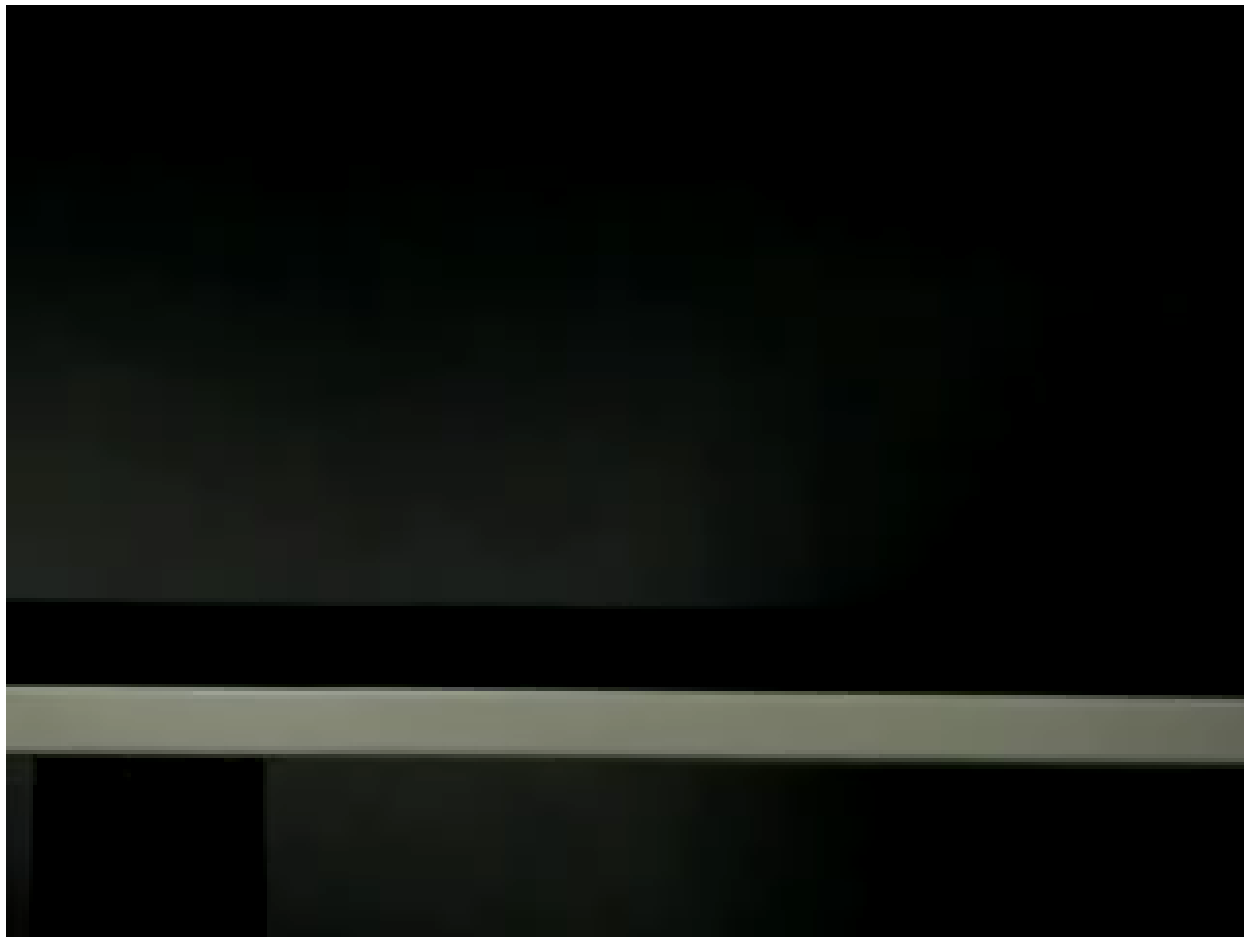
# KINO: SPD



# TV: CDU



# TV: CDU – SPD-Konter



# Print



Die Bilanz von Rot-Grün:

**6 Mio.  
neue Schulden  
pro Stunde.**

Deutschland  
braucht den Wechsel



Die Bilanz von Rot-Grün:

**Alle 15 Min.  
eine  
Firmenpleite.**

Deutschland  
braucht den Wechsel



Dafür steht Rot-Grün:

**5 Mio. Menschen  
ohne Arbeit.**

Deutschland  
braucht den Wechsel



# Print

FÜR DIE  
BÜRGER-  
VERSICHERUNG  
GEGEN DIE

Dumpinglöhne  
würden CDU  
wählen.



Für ein Europa der  
fairen Löhne.



Rot-Rot macht arm.



Heiße Luft würde  
DIE LINKE  
wählen.



Für ein Europa, in dem  
Verantwortung zählt.



[www.spd.de](http://www.spd.de)

haie  
FDP



Für ein Europa, in  
dem klare Regeln  
für alle gelten.



[www.spd.de](http://www.spd.de)



haut weg.



# Direct Mail

**Why do so many of the men John Kerry served with think he is unfit for command?**

Robert "Bob" Elder Kerry Unfit  
 Robert Crosby Deceased  
 William Houle Kerry Unfit  
 Michael Bernique N/A  
 Robert Hildreth Kerry Unfit  
 George Elliott Kerry Unfit  
 Al French Kerry Unfit  
 Terrance Costello Kerry Unfit  
 Larry Thurlow Kerry Unfit  
 Rich McCann Kerry Supporter  
 JOHN KERRY  
 Thomas Heritage Kerry Unfit  
 George Bates Kerry Unfit  
 James Calvin Kerry Unfit  
 William Imbrie N/A  
 Skip Parker Kerry Supporter  
 Rich Baker Kerry Supporter  
 William Shumadine Kerry Unfit  
 Ralph Dobson Kerry Unfit  
 Frank Gilbert Deceased

**We are the men who served with John Kerry.**

We are the entire chain of command for John Kerry... we are the overwhelming majority of the officers who served with John Kerry in Vietnam... and we are the sailors who went on every mission with John Kerry. We have been joined by the men who were held captive during the Vietnam War - the POWs - who experienced the additional hardships caused by John Kerry's betrayal. We number in excess of 300 men.

**And we deserve some answers.**

**Questions for John Kerry:**

Q: Why did you accuse American servicemen of committing atrocities on a daily basis without ever offering proof?  
*Your accusations cost the lives of thousands of men who served honorably and distinguished those who died.*

Q: What atrocities did you personally see and why did you not take action against these supposed atrocities?  
*You admitted on your "60 Minutes" show that you had committed war crimes. The American public deserves a full disclosure by you of these war crimes.*

Q: Will you apologize to these servicemen and recant your accusations?  
*Your accusations made the pride and honor of the servicemen, and denied closure for the families of those men killed in Vietnam.*

Q: Why did you meet with the Viet Cong and the North Vietnamese in Paris while we were at war?  
*You have not to explain the details of your meeting with the Viet Cong when American servicemen were fighting a war. Is that any different than a 25 year-old meeting with 45 Qaeda operatives today?*

Q: What response do you have to the Prisoners of War, who argue that your actions caused them prolonged internment and far greater suffering?  
*Paul Galanter, who was tortured at the hands of the North Vietnamese said that a tape of your voice was used in an attempt to get POWs to admit to war crimes.*

Q: Why did you in your anti-war book, *The New Soldier*, state: "we will not readily join the American Legion and the Veterans of Foreign Wars... we will not uphold traditions, which deceptively memorialized that which was base and grim."  
*Do you really believe the American Legion and Veterans of Foreign Wars represent the spirit of America?*

**WHY IS THIS RELEVANT?**  
 Because in a time of War - America needs a man that can be trusted to make the right decisions.

**JOHN KERRY CANNOT BE TRUSTED.**

www.swiftvets.com  
 Paid for by Swift Vets and POWs for Truth, P.O. Box 26184 • Alexandria, VA 22313



# Direct Mail



# Internet



**Negative Campaigning**

**UMGANG**

# Umgang mit Attacken

- Oder: „How to stay on message“
- Spielregeln mit der Presse:
  - Rapid Response
  - Immer die Wahrheit erzählen
  - Medien sind befangen
  - Fokus auf: Welche Schlagzeilen möchte ich?  
Und was werde ich machen, um dies zu erreichen?

# Umgang mit Attacken

- Verantwortung übernehmen
- Quelle in Frage stellen – in die Offensive gehen
- Die Dinge richtig stellen – Wiedergutmachung
- Zurückschlagen

**Negative Campaigning**

**Eigentlich wäre jetzt Schluss,  
aber ...**

# Botschaft

- Der beste Angriff oder Konter:

## Die richtige Botschaft

- Verbindung des Kandidaten (der Partei) mit den Wählern und ihren Sorgen
- Gleichzeitig: klarer Kontrast zur Konkurrenz
- „Warum sollte man diesem Kandidaten für das Amt seine Stimme geben?“
- „Warum kandidieren Sie?“

# Botschaft

- Was Wähler wissen ...
  - ihre eigene Position zu best. Themen – **meistens**
  - die „Lage der Nation“ in der Vergangenheit – **nicht perfekt**
- Was Wähler mit Sicherheit nicht wissen ...
  - politisches Profil des Kandidaten in Relation zu sich selbst
  - was passiert, wenn der Kandidat gewählt ist
  - politische Positionen der Konkurrenz
- Das heißt ...
  - Themen des Wahlkampfes bestimmen
  - Eigene Position beim Wähler etablieren
  - Glaubwürdigkeit ist wichtig
  - Themen sind nicht unbegrenzt



# Botschaft

- Eigenschaften einer guten Botschaft:
  - Klar
  - Stimmig
  - Kontrastierend
  - Persönlich und emotional
  - Überzeugt
  - Glaubwürdig

# Botschaft

- Hierarchie von Botschaften:
  - Themen (mehr Arbeitsplätze)
  - Einstellungen (mehr Arbeitsplätze = bessere Bezahlung)
  - Werte (finanzielle Sicherheit – Gerechtigkeit)
  - Ängste (Armut, Arbeitsplatzverlust)

# Botschaft

- Grundfragen:
  - In welcher Lage befinden wir uns?
  - Warum sind wir in dieser Lage und wer hat uns dorthin gebracht?
  - Und was (wenn überhaupt) sollten wir deswegen tun?

# Message Grid

Ihre **Stärken**:

Was Sie über sich selbst sagen

Ihre **Schwächen**:

Was Ihr Gegner über Sie sagt

Ihres **Gegners Schwäche**:

Was Sie über Ihren Gegner sagen

Ihres **Gegners Stärke**:

Was der Gegner über sich sagt

# Vielen Dank!



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

[Ralf.Gueldenzopf@kas.de](mailto:Ralf.Gueldenzopf@kas.de)