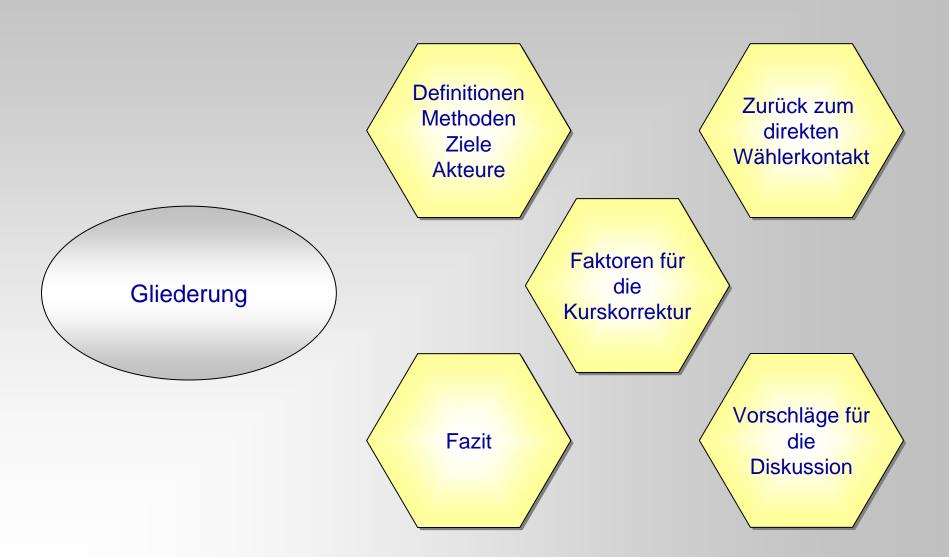
# Graswurzelkommunikation in den USA

Back to the roots of campaigning

## Graswurzelkommunikation > Gliederung



#### Graswurzelkommunikation > Definitionen

- Direkte und zielgerichtete Wähleransprache
- Dialog-orientiert
- Wahlkampthemen individuell auf den Wähler zugeschnitten
- Im Idealfall kein Medium zwischen Kommunikator und Wähler

#### Graswurzelkommunikation Methoden im Einzelnen

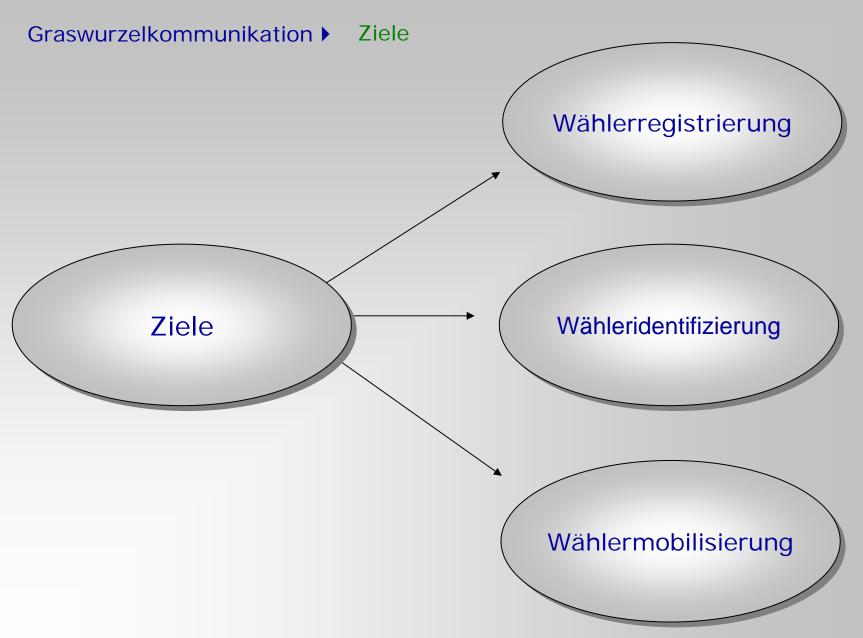
# Methoden mit persönlichem Kontakt

- o Door-to-Door-Canvassing
- o Phone Banks
- Houseparties
- o Meetups
- o Kandidaten-Aktivitäten

## Methoden ohne persönlichen Kontakt

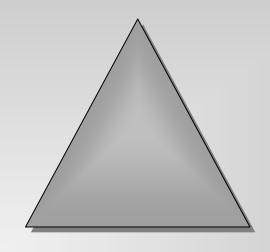
- o Direct Mail
- o "Lit Drop"

Get-out-the-Vote-Drive (GOTV)



#### Graswurzelkommunikation > Akteursdreieck

# Parteiorganisationen



Interessengruppen

Kandidatenkampagne

Freiwillige Helfer und Parteiaktivisten als "Exekutivorgane"

#### Graswurzelkommunikation > Zurück zum direkten Wählerkontakt

- Schrittweise Ausweitung der direkten Wählerkommunikation ab Mitte der 1990er Jahre
- Wahljahr 2004 als bisheriger Höhepunkt des Graswurzeltrends
- Direkte Wählerkommunikation erfährt enorme Medienberichterstattung

"TV´s tight grip on campaigns is weakening."

A. Nagourney, New York Times 2002

#### Graswurzelkommunikation > Zurück zum direkten Wählerkontakt

## Demokratischer Graswurzelwahlkampf 2004

- Dezentrale Organisation
- Führungsschwäche der Bundespartei
- Bottom-up-Modell
- Intensive Unterstützung durch Interessengruppen, Gewerkschaften und 527er Organisationen

"America Votes" Koalition

# Republikanischer Graswurzelwahlkampf 2004

- Zentrale Organisation, gezielte Steuerung der 72-h Task Force
- Federführung und Kontrolle durch die Bundespartei
- o Top-Down-Modell
- Geringere Unterstützung durch Interessengruppen

# Wahlkampffinanzierungsgesetze

"Money is the mother's milk of politics"

Jesse M. Unruh

- Federal Election Campaign Act (FECA) als Radius, in dem sich Wahlkampfkommunkation bewegen darf.
- Novellierungen zielen jeweils darauf ab, Wahlkampfkosten zu senken und das Finanzierungssystem transparenter zu gestalten.
- Reformgegner pochen auf Recht der freien Meinungsäußerung und finden immer wieder Gesetzeslücken.

Der Bipartisan Campaign Reform Act (BCRA), 2002

## Ziel:

Beseitigung von unbegrenzten Geldspenden (Soft Money), um Wahlkampfkosten im Zaum zu halten

## Konsequenz für Kommunikationsstrategie:

- o Optimierung der Fundraising-Programme und Spenderdatenbanken mit Hilfe von Graswurzelkommunikation
- o Einzelstaatliche Parteien sind gezwungen, verstärkt auf direkte Wählerkommunikation zu setzen.
- o Wahlkampfbudget lässt Intensivierung des direkten Wählerkontakts zu.

## Grassroots vs. TV – Die Effektivität der Wahlkampfmethoden

#### Massenmediale Kommunikation

Graswurzelkommunikation

- Media Clutter
   Übersättigung des TV-Markts
   durch Teaser, Trailer und
   Werbespots
- Steigendes Medienangebot (Internet, Mobiltelefone, PDAs etc.)
- $\Rightarrow$

Schwindende Aufmerksamkeit des Rezipienten, abnehmendes Erinnerungsvermögen

- O Rosenstone & Hansen (1993)
- o Gerber & Green (2000, 2004) Feldexperimente
  - $\Rightarrow$

"Je persönlicher der Kontakt, desto effektiver die Methode."

Test Drives der Republikaner
 Feldexperimente in Gouverneurs Wahlkämpfen 2001

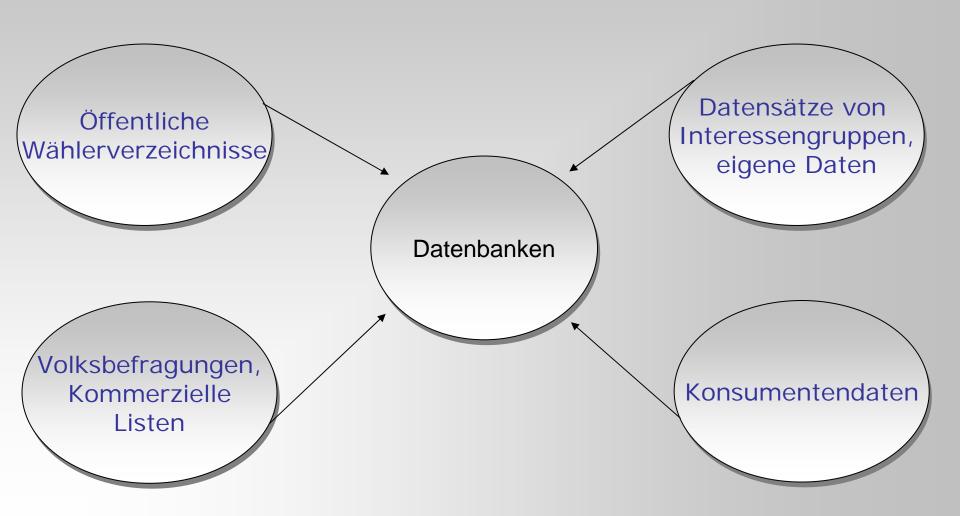
Konsequenz der Studien für die Kommunikationsstrategie:

- TV-Kampagne wird als nicht mehr ausreichend eingestuft.
- Verstärkte Graswurzelkommunikation als notwendige Addition.
- Perfekt abgestimmte Kombination aus massenmedialer Kampagne und Graswurzelkommunikation effektivste Methode.
- Ziel ist Kommunikationskreislauf, der Wahlkampfbotschaft stetig wiederholt.

"You can't put all of your eggs in one basket. It's not that you have to do just grassroots or just tv. It's the combination of things that really works."

Steve Rosenthal, 2006

## "High-Tech-Grassroots" - Datengewinnung und -verwaltung



"High-Tech-Grassroots" - Steuerung und Organisation

Das Internet als Mobilisierungs- und Rekrutierungsinstrument

"Online-Networking" Reale und virtuelle Treffen Homepages:
Online-Rekrutierung,
Instruktionen für
Volunteers

Internet

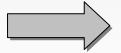
"Team Leader"'+ "E-Captains" für virtuelle Wahlbezirke

Koordinierungs- und Kontrollmöglichkeit von Volunteers

□ Telefone und Handys

Innovationen durch automatisches Wählen, Internet, Mobilfunknetz

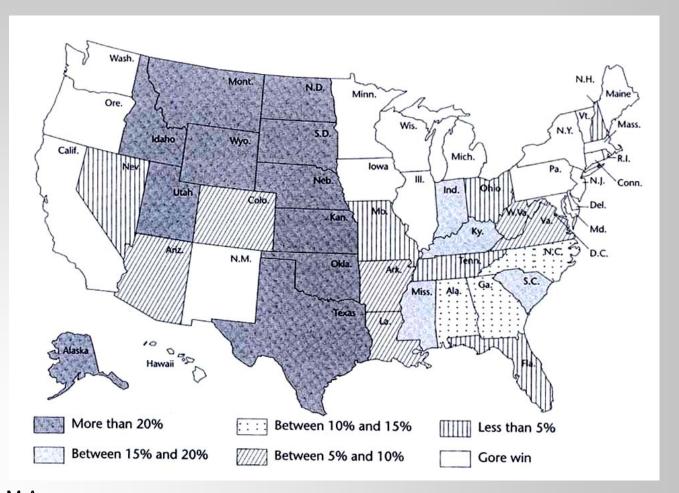
- "Phone Truck"
- "Phone Bank in a Box"
- Einsatz privater Handys



Erhöhung der Schnelligkeit und Flexibilität

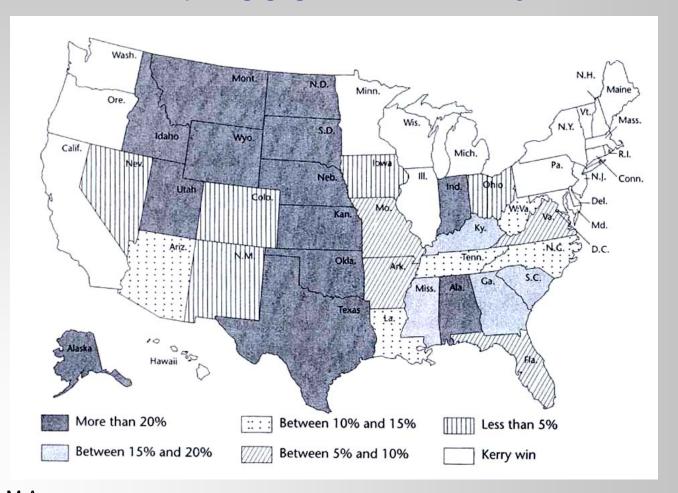
## **Divided States of America**

# George W. Bushs Vorsprung gegenüber Al Gore, 2000



## **Divided States of America**

## George W. Bushs Vorsprung gegenüber John Kerry, 2004



## Präsidentschaftswahlen: Bundesweite Ergebnisse

## Republikanischer Kandidat Demokratischer Kandidat

**2000**: 47,9 %

271 Wahlmänner

**2004**: 50,7 %

286 Wählmänner

2000: 48,4 %

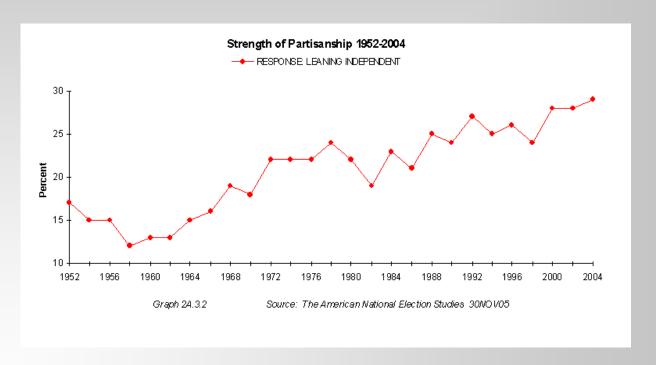
266 Wahlmänner

**2004**: 48,3 %

251 Wahlmänner

Polarisierung der Wählerschaft als Nährboden – "Indizien"

Parteiidentifikation wieder verstärkt; z.B. Prozentsatz der "Leaning Independents" angestiegen



Abnahme des Split-Ticket Voting

## Konsequenzen für Kommunikationsstrategie

- Knappe Wahlergebnisse und Abgrenzung der Parteien in zwei gleiche Blöcke macht Einsatz von Graswurzelkommunikation notwendig.
- Intensive massenmediale Kampagne reicht nicht mehr aus, auf die veränderte arithmetische Konstellation des Elektorats zu reagieren.
- Mobilisierung der eigenen Basis wird zu oberster Priorität.
- Polarisierung perfektes Milieu für Einsatz direkter Wählerkommunikation.

"Air power alone won 't win the battle. You need troops on the ground."

## Graswurzelkommunikation Vorschläge für die Diskussion

Transfer US-amerikanischer Graswurzelmethoden auf den bundesrepublikanischen Wahlkampf:

- Wo liegen die Grenzen für dieses Vorhaben in Hinblick auf
  - a) rechtliche Rahmenbedingungen
  - b) finanzielle Möglichkeiten
  - c) organisatorische Strukturen?
- o Wo liegen Chancen für die partielle Übernahme von Methoden der direkten Wählerkommunikation?