



Was wollen Wähler*innen und wie spreche ich sie im Wahlkampf an?

12.09.2020



Was wollen Wähler*innen?



Was wollen Wähler*innen? (I/II)

**Stark abhängig von
regionalen Mentalitäten und
lokalen Gegebenheiten**

HALTUNG!

**Pragmatismus,
aber mit Begründung**

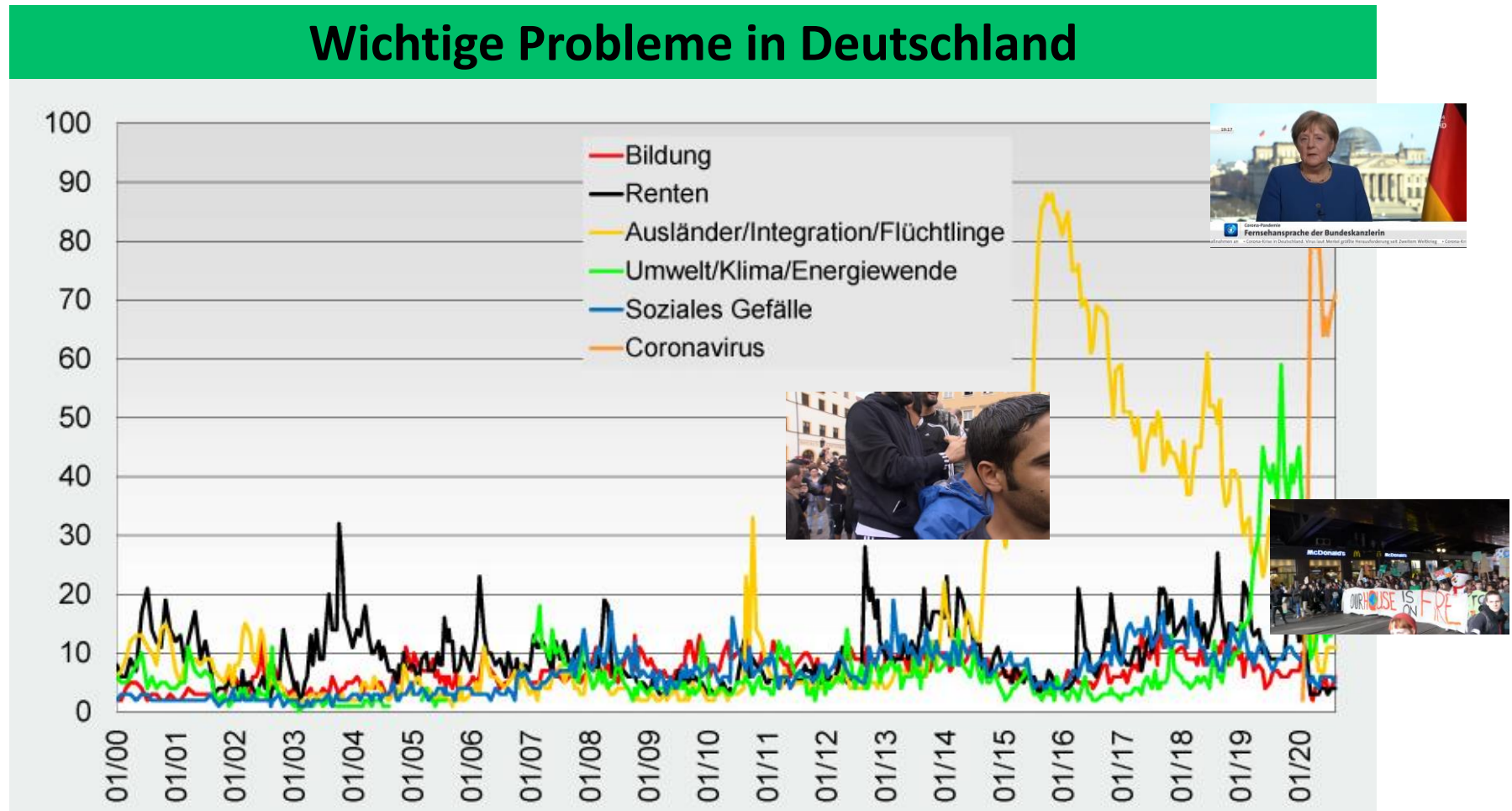
**Bürgernähe und
Repräsentation**

Was wollen Wähler*innen? (II/II)

Was wollen Wähler*innen und wie spreche ich sie im Wahlkampf an?

pollytix

FRAU.
MACHT.
DEMOKRATIE.



Grafik: Forschungsgruppe Wahlen: Politbarometer 28.08.2020. Maximal zwei Nennungen.

Wollen Frauen etwas anderes als Männer?

Eher Bildung	Eher Gerechtigkeit	Eher Lohnungleichheit	Eher Renten	Eher Gesundheit
Eher Familie, aber Vorsicht: Ist kein Frauenthema!	Weniger Wirtschaft	Weniger Sicherheit	Weniger Migration	Weniger EU

Wen wählen Frauen?



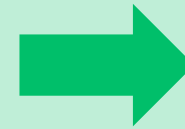
+ Frauen höhere Wahlnorm (besonders Ältere, Jüngere weniger)

— Aber weniger im Vorfeld festgelegt

Wählen Frauen eher Frauen?

Nein!

Aber: Frauen
diskriminieren
weniger häufig!



Parteipräferenz
schlägt
Gender

CDU

SPD



DIE LINKE.



Wie spreche ich sie im Wahlkampf an?



2.

Zielgruppendenken =
Machtdenken

Nicht alle müssen euch
mögen



Gemischte Teams für Tür-zu-Tür-Wahlkampf

Mehr zuhören, weniger reden

Ohne Authentizität geht es nicht

Präsenz zeigen und vor Ort kümmern

Wiedererkennung

Was wollen Wähler*innen und wie spreche ich sie im Wahlkampf an?

pollytix

FRAU.
MACHT.
DEMOKRATIE.



Was tun?

Unterstützer*innen suchen

Unterstützer*innen sprechfähig machen

The image shows three distinct pieces of political communication:

- SPD ARGUMENTATIONS-KARTEN:** A purple card with a list of 11 points: 1. DER WERT DER ARBEIT, 2. ALTERNATIVE GLEICHBEREITUNG, 3. MODERNE FAMILIENPOLITIK, 4. DIE RECHTE ZUM LEBEN, 5. MODERNE WIRTSCHAFT, 6. GERECHTE STEUERN, 7. GUTEN STEUERSTEUERTRAG, 8. GUT FÜR FRAUEN UND MÄNNER, 9. DIE BÜRGERVERSICHERUNG, 10. BEZAHLBARES WOHNEN, 11. UMWELT.
- ARGUMENTE GEGEN RECHTS-POPULISMUS:** A white flyer with the NRW DGB logo and a red stamp that says 'AUF IM FOKUS'.
- 10 Gründe gegen die FDP in Bayern:** A yellow flyer with a numbered list of 10 points, starting with '1 Die FDP hat keine klare Linie...' and '2 Die FDP will, dass in Berlin über Bayerische Bildungspolitik entschieden wird...'.

Inhalte/Termine lokal platzieren

Kooperation mit lokalen Akteuren

The image displays two examples of local media:

- Bad Feilbacher Gemeindezeitung:** The cover of a local newspaper featuring a church and red tulips, with the text 'Bad Feilbacher Gemeindezeitung' and 'Informationen für Bürger und Gäste'.
- Gemeinde Anzeiger:** A page from a local newspaper with a table of contents listing topics like 'Käsefest', 'Festliche garten- und naturerlebnisreiche', and 'Die Weibschicht wird - Trauer', along with an 'Amtliche Bekanntmachungen' section.

Wie spreche ich Wähler*innen im Wahlkampf an?

Über die eigenen Kanäle (Veranstaltungen, Social Media) erreicht man v.a. Stammwähler*innen:
Binnen-Mobilisierung ist wichtig, aber:

Leute außerhalb der Bubble-erreichen → **Social-Media-Targeting**

Fans von gegnerischen Parteien ausschließen:

Gefahr eines Shitstorms groß,
Ressourcen werden unnötig
verschwendet

Menschen, die z.B. ‚Eltern-Seiten‘
folgen,

interessieren sich eher für
Messages über Kitas/Bildung
als für Verkehrsthemen

Seiten von z.B.
Nachbarschaftshilfen
identifizieren und als **lokale
Akteure/Multiplikator*innen**
adressieren

Langfristige Vorbereitung von
Kacheln o.ä. zu bekannten
Terminen:

**Welche Themen kann ich zu
welchen Terminen platzieren?**

Mischung aus **Ich-Botschaften** und
Botschaften in der dritten Person

Fangt heute damit an!



jana faus

pollytix strategic research gmbh
dolziger straÙe 7
10247 berlin

+49(0)30 6098 565 22

+49(0)178 500 32 43

jana.faus@pollytix.de