

Report Nr. 19

16. Juni 2010

Autoren:
Severin Toberer
Lorenz Keller
Jean-Pierre Winter (Gastautor)

Der Stadtjugendring Potsdam veranstaltete einen Wettbewerb, bei dem die Potsdamer junge Gesichter für eine Mobilisierungskampagne zur Kommunalwahl bestimmen konnten. Die Bewerber dafür kämpften in ihrem Bekanntenkreis um Stimmen und erlebten so einen eigenen Wahlkampf, bevor der richtige zur Potsdamer Stadtverordnetenversammlung begann. Bei der Stimmabgabe auf der Website des Wettbewerbs kamen die Bekannten der Wettbewerbskandidaten in Kontakt mit der Kommunalpolitik und ins Gespräch mit den Kandidaten der Kommunalwahl – und erfuhren, wie die Stimmabgabe für diese funktioniert.

Volksmund und Wissenschaftler sagen: Jugendliche setzen sich nicht mit Kommunalpolitik auseinander. Der **Stadtjugendring Potsdam**, die Dachorganisation der örtlichen Jugendverbände, wollte bei den Kommunalwahlen 2008 den Gegenbeweis erbringen. Dazu suchte er gemeinsam mit der Potsdamer Agentur **medienlabor** Jungwähler. 30 von ihnen traten mit einer eigenen Profilseite als Kandidaten in einem Wettbewerb an. Die vier, die am meisten Stimmen in ihrem Bekanntenkreis sammeln konnten, wurden zu Botschaftern einer Jugend-Mobilisierungskampagne während des Wahlkampfes auf Plakaten, Postkarten und in Zeitungen.

Interesse für Kommunalpolitik über persönlichen Bezug

Jeder Wettbewerbskandidat bekam persönliche Flyer für sein Umfeld. Bis einen Monat vor der Wahl konnten die Potsdamer auf der **Website der Kampagne** ihre Stimme abgeben. Alle Kandidaten warben eifrig für sich bei Familie und Bekannten. Von Beginn an hatte die Website viele Besucher. Sie kamen zum »Wählen« und wussten durch den persönlichen Bezug um den politischen Hintergrund des Wettbewerbs.

Das nutzte die Kampagne: Auf derselben Website konnten sich auch alle Kandidaten für die Kommunalwahl mit einer eigenen Profilseite präsentieren. Die Besucher konnten ihnen direkt Fragen stellen, die jüngsten Kandidaten stellten sie sich den Wählern sogar in einem Chat. Umfragen stellten laufend die Sonntagsfrage unter den Besuchern. Gleichzeitig fanden diese eine Hilfestellung zum Ablauf der Wahl und zum Ausfüllen der Stimmzettel.

Von der Wettbewerbs- zur Diskussionsplattform

Während des letzten Wahlkampfmonats hingen die Plakate mit den Gesichtern der jungen Wahlbotschafter in ganz Potsdam. Die Stadt erlaubte, dass sie auch auf den offiziellen Wahlwerbeflächen mitten unter den Plakaten der Parteien hingen. Dort fielen sie auf und zogen Neugierde auf sich. Weil auf den Plakaten prominent die Adresse der Kampagnenwebsite stand, verzeichnete diese – nun als unabhängige und verständliche Wahl-Informationsplattform – nochmals mehr Besucher, die die Angebote rege nutzten. Die Kandidaten der Parteien erhielten über die Online-Plattform zahlreiche Anfragen und fanden es wiederum bald unabdingbar, auf der Seite präsent zu sein. Ein offener Austausch über die Potsdamer Politik entstand.

Rund 15.000 verschiedene Besucher – das entspricht 10 Prozent der Bevölkerung Potsdams – besuchten die Website. Die Beteiligung an der Potsdamer Kommunalwahl stieg 2008 im Vergleich zu 2003 um 6 Prozent, bei Jungwählern um 13 Prozent. Durch die Verbreitung im Bekannten- und Verwandtenkreis der Jugendlichen erreichte die Kampagne neben vielen Jungwählern auch ältere Zielgruppen, die so für die Wahl mobilisiert werden konnten.



Die 20-jährige Juliane vor ihrem eigenen Großflächenplakat.

Die KampagnenPraxis zeigt lokalen und regionalen Organisationen aus Politik und Zivilgesellschaft, wie sie das Internet für ihre Kampagnen und ihre Kommunikation erfolgreich nutzen können.

Wir sind eine unabhängige Arbeitsgemeinschaft junger Fachleute an der Schnittstelle zwischen politischer Kommunikation und den Internetmedien.

Sie können unsere zweiwöchentlichen Reports kostenlos als E-Mail-Newsletter abonnieren.

Ihr Feedback und Ihre Ideen schätzen wir sehr. Kontaktieren Sie uns.