

23. Februar 2011

Autoren:
Lorenz Keller
Severin Toberer
Andrea Sprecher (Gastautorin)

Persönliche Netzwerke mit SMS mobilisieren

Die Befürworter einer Schweizer Volksinitiative verfügten für ihre Abstimmung im Gegensatz zu den Gegnern kaum über institutionalisierte Netzwerke. Sie wählten deshalb die Kurzmitteilung als einfache und direkte Form, Gleichgesinnte zu Unterstützern und Botschaftern zu machen. Über eine Internetplattform konnte jeder in seinem Freundeskreis per SMS gratis zur Wahl aufrufen. Durch den persönlichen und bekannten Absender hatte die Mitteilung mehr Gewicht als der Wahlauf Ruf einer Partei.

Es ist eine Schweizer Eigenheit, dass jeder Soldat – und das ist in der Schweizer Milizarmee im Prinzip jeder wehrtüchtige Schweizer Mann – seine Armeewaffe nicht im Zeughaus sondern zu Hause »im Kleiderschrank« aufbewahrt. Zudem können aus dem Dienst entlassene Soldaten ihre Waffe für einen symbolischen Preis und ohne weitere Prüfung zum Privatgebrauch erstehen. Weil diverse Studien belegen, dass die Verfügbarkeit von Waffen direkt mit der Anzahl verübter Gewalttaten und Suizide zusammenhängt, wollte die »Initiative zum Schutz vor Waffengewalt« die Waffen der Wehrdienstpflichtigen ausschließlich im Zeughaus lagern und eine schärfere Kontrolle des Waffenbesitzes. Konservative und die in der Schweiz mächtigen Schützenverbände sahen darin einen frontalen Angriff auf die Tradition der Milizarmee und auf die Freiheit sich zu bewaffnen. Deshalb nutzten sie ihre guten und funktionierenden Organisationen und Netzwerke. Mit und über ihre Mitglieder riefen sie zum »Nein« an der Urne auf.

Die eigenen Freunde Mobilisieren

Um an der Urne eine Chance zu haben, fokussierten die Befürworter der Initiative auf ein Grundprinzip jeder Abstimmungskampagne: Das Mobilisieren der bereits Überzeugten ist einfacher und braucht weniger Ressourcen als neue Leute von seinen Anliegen zu überzeugen. Bei diesem einfachen Prinzip setzte die Kampagne an. Dafür ließ sie von der Zürcher Agentur **net working** eine Web-Applikation entwickeln, die es erlaubte, Gratis-SMS mit einem vordefinierten Text und der eigenen Nummer als Absender an seine Freunde zu versenden und damit zur Wahl aufzurufen. Dazu musste man sich kurz registrieren. Zusätzlich zeigte die Webseite eine Rangliste an, die zeigte wie viele SMS die fleißigen Benutzer bereits versendet hatten. Das spornte den einen oder anderen an, noch mehr SMS zu versenden.

Direkter, einfacher Zugang

Da in der Schweiz ein Großteil der WählerInnen per Briefwahl abstimmt, ist die Kurzmitteilung ideal. Jeder kennt es, per SMS von seinen Freunden und Bekannten kontaktiert zu werden und kann der SMS mit dem Ausfüllen des Wahlzettels sofort eine Tat folgen lassen. Und während eine SMS von Unbekannten kaum geduldet würde, bekommt der Aufruf von einem Bekannten noch eine zusätzliche Wirkung. Losgetreten wurde die Aktion durch einen E-Mail-Aufruf über die Verteiler der SP Schweiz und weiterer Organisationen. Innerhalb von vier Wochen meldeten sich über 1800 Leute an und versendeten über 30.000 SMS.

SP-Kommunikationschefin **Andrea Sprecher** sieht für die SP Schweiz in Kurzmitteilungen ein spannendes Instrument zur Mobilisierung und will diese Möglichkeiten auch in Zukunft nutzen. Auch im Hinblick auf die gesamtschweizerischen Wahlen Ende 2011. Sie tauscht sich gerne über Erfahrungen aus.



Kampagnenmotiv der Befürworter der Initiative

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.