

Report Nr. 26

22. September 2010

Autoren:
Christian Jung
Lorenz Keller

Jürgen E. Aha (Gastautor)

Mit einer Online-Petition wollte eine Frankfurter Agentur den Deutschen Fußballbund dazu bringen, den Empfang der Nationalmannschaft nicht wie zuletzt in Berlin zu veranstalten, sondern traditionsgemäß auf dem Balkon des Frankfurter Rathauses. Mit ihrer Forderung verschafften sie vielen Fußballfans Gehör, die dieses Anliegen teilten. Der Zeitpunkt des Aufrufs, just zur Weltmeisterschaft, sorgte für breite Aufmerksamkeit und Unterstützung der Petition.

Immer wenn die deutsche Nationalelf bei einer Welt- oder Europameisterschaft einen Titel gewann, bedankte sich die Mannschaft vom Balkon des Frankfurter Rathauses – dem »Römer« – bei ihren Fans. Doch 2006 und 2008 brach der DFB mit dieser Tradition. Zwar gewann die Mannschaft keine Titel, dennoch feierte man ihre Rückkehr. Jedoch in Berlin. Auch für 2010 plante man mit der Hauptstadt. Für die Frankfurter Agentur **EQUIPE Marketing** war aber klar, dass ein möglicher Titelgewinn der deutschen Mannschaft in diesem Jahr wieder in Frankfurt bejubelt werden musste.

Klassische Online-Petition

Unter dem Titel »Der Balkon ist Tradition« schufen sie deshalb eine Internetseite mit einer Online-Petition. Darin forderten sie DFB-Präsident Theo Zwanziger und Nationalmannschafts-Manager Oliver Bierhoff auf, die Abschlussveranstaltung wieder nach Frankfurt zu bringen. Die einfach aufgebaute Seite bot den Fußballfans die Möglichkeit den Aufruf zu unterzeichnen und die bisherigen Einträge einzusehen. Ohne dass die Seite weiter beworben wurde, kamen innerhalb weniger Wochen fast 5.000 Unterschriften zusammen.

Die Seite entsprach einem Wunsch der Fans und kam genau zur richtigen Zeit. Ohne eigenes Zutun bekam die Petition Unterstützung aus der Öffentlichkeit. Persönlichkeiten aus Politik und Medien unterschrieben sie und Sponsoren meldeten sich aus eigenem Interesse. Am stärksten war die Resonanz auf Facebook, wo Fans in Eigenregie eine **Gruppe**

einrichteten, in der sie ihre Freunde und Bekannten dazu aufforderten, die Petition von »Der Balkon ist Tradition« zu unterzeichnen. Obwohl die Gruppenbetreiber auf Facebook klar darauf hinwiesen, dass nur eine Unterschrift auf der eigentlichen Internetseite wirklich zählte, kam hier mit fast 7.500 Gruppenmitgliedern sogar noch mehr Unterstützung zusammen als durch die offiziellen Petition.

Siegeshoffnung als Katalysator

Mit jedem Sieg der Deutschen Mannschaft stieg die Hoffnung auf den Titel. Und somit auch die Aufmerksamkeit hinsichtlich einer möglichen Siegesfeier. Regionale Medien wie der **Hessische Rundfunk** oder die **Frankfurter Neue Presse** berichteten über das Vorhaben und brachten die Kampagne so noch einmal in den Mittelpunkt des Interesses. Das Ergebnis war, dass sich Journalisten beim DFB über die Siegesfeier-Pläne erkundigten und so den Druck zusätzlich erhöhten.

Nach dem Ausscheiden gegen Spanien ebte der Andrang auf die Petition ebenso schnell wieder ab, wie er gekommen war. Doch die Kampagne hatte den Fans Gehör verschafft, weil sie genau zum richtigen Zeitpunkt gestartet worden war.



Die Internetseite von »Der Balkon ist Tradition«

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.