

Als erstes Bundesland bezieht Bayern seine Bürger beim Erstellen des neuen Regierungsprogramms mit ein. Über die Internet-Plattform »Aufbruch Bayern« konnten die Bürger zwischen dem 1. Juli und dem 31. August 2010 Vorschläge zur Verbesserung der Familien-, Bildungs- und Innovationspolitik einreichen, diese diskutieren und bewerten. Um die Beteiligten zum Mitmachen zu bringen, wurden die Zielgruppen auf dem jeweils passenden Weg online angesprochen.

Unterstützt durch das Wissen und den Innovationsgeist der eigenen Bürger soll das neue Regierungsprogramm der bayrischen Landesregierung entstehen. Doch wie kann man genügend Aufmerksamkeit generieren und anschließend die eigenen Bürger zum Mitwirken auf einer Onlineplattform motivieren? Vor diesen Problemen stand die beauftragte **Agentur Hyve** im Vorfeld der Kampagne.

Social Media als Katalysator

Ergänzend zu den herkömmlichen Kommunikationskanälen verbreitete die Landesregierung ihr Angebot über soziale Netzwerke, vor allem Twitter und Facebook. Universitäten und andere Forschungseinrichtungen wurden auf direktem Wege angeschrieben, ebenso wie Experten aus den jeweiligen Themengebieten. Bereits hier kam der Onlinefaktor zum tragen, denn ein Teil der Experten wurden über das auf professionelle Anwender ausgerichtete Online-Netzwerk **Xing** kontaktiert, das vor allem beruflich genutzt wird. Neben weiteren klassischen Marketingmaßnahmen wie Radio- und Printwerbung, wurde gezielt auf den Versand von E-Mail-Newsletter gesetzt, mit dem für Aufbruch Bayern insbesondere Lehrer und Erzieher angesprochen werden sollten.

Weiterhin setzte man auf Profile bei **Facebook**, **Twitter** und **YouTube** sowie eine Applikation für internetfähige Handys, um Bürger direkt in ihrem virtuellen »Wohnzimmer« anzusprechen und abzuholen. Darüber hinaus wurden einzelne Blogger kontaktiert und über die Kampagne informiert.

In der Folge wurden aktuelle Informationen, Aufrufe zur Teilnahme, aber auch die Möglichkeit zum Dialog verbreitet. Weiter boten die Profile die Möglichkeit zur direkten Kommunikation mit den Initiatoren der Plattform sowie mit anderen Sympathisanten.

Die große Herausforderung bestand wie bei allen Kampagnen mit sozialen Netzwerken darin, die Besucher von dort, wo sie angesprochen wurden, zurück auf die Kampagnen-Plattform zu bringen. Aufbruch Bayern verwies daher in den Sozialen Netzwerken immer wieder auf bestehende Diskussionen, um Interesse bei den Bürgern zu wecken.

2.094 Teilnehmer

Mit dieser Strategie wurde Aufbruch Bayern zu einem großen Erfolg für die Landesregierung. Mehr als 2.000 Teilnehmer reichten innerhalb der 2 Monate 740 Ideen ein und kommentierten mehr als 6.000 mal. Das Kampagnen-Portal wurde über 400.000 Mal aufgerufen. Die besten der eingereichten Ideen und Vorschläge werden zur Zeit von Regierung und Parlament weiterdiskutiert.



Die Internetseite von »Aufbruch Bayern«

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.