

Checkliste: Ihr digitaler Wahlkampf

Wie Sie in den vorangegangenen Kapiteln bereits festgestellt haben, ist die Auswahl an digitalen Medien sehr groß – ganz im Gegensatz zu Ihren personellen, zeitlichen und monetären Ressourcen. Anhand der folgenden Checkliste können Sie nun feststellen, in welchem Umfang Sie Ihren persönlichen Wahlkampf im digitalen Raum führen sollten. Dabei gilt: Je häufiger Sie eine Frage mit „Ja“ bzw. einem positiven Äquivalent („viel“, „ausgeprägt“ etc.) beantworten, desto mehr Wahlkampfmaßnahmen im digitalen Raum kommen für Sie in Betracht. Beantworten Sie nur wenige Fragen mit „Ja“, konzentrieren

Sie sich auf die Punkte, die im nächsten Abschnitt als „Pflichtelemente“ benannt werden. Beantworten Sie hingegen viele Fragen mit „Ja“, prüfen Sie auch die Kategorien „Empfohlene Elemente“ und „Zusatzelemente“.

Ganz wichtig! Lassen Sie auch mindestens drei Bekannte aus Ihrem Umfeld den Fragebogen für Sie beantworten, um neben Ihrer Selbsteinschätzung auch valide Fremdeinschätzungen zu erhalten.

Tabelle: Persönlichkeit

Stehen Sie gerne in der Öffentlichkeit?	Ja	Manchmal	Nein
Haben Sie ein feines Gespür für die gesellschaftliche Stimmung?	Ja	Häufig	Nein
Sind Sie kreativ?	Ja	Ein bisschen	Nein
Ist es Ihnen wichtig, dass Ihre Worte von anderen Menschen nicht als verletzend wahrgenommen werden können?	Ja	Meistens	Nein
Blieben Sie bei Kritik oder negativen Kommentaren gelassen?	Ja	Meistens	Nein

Ein gelungener Auftritt auf Social Media erfordert Mut, Kreativität und ein feines Gespür für taktvolle Kommunikation. Schließlich sollen Ihre Postings die Community weder langweilen noch kränken oder verärgern. Eines wird dennoch nicht ausbleiben, denn wie achtsam Sie auch sind, irgendwann einmal wird eines Ihrer Postings auf heftige Kritik stoßen. In diesen Situationen heißt es, einen kühlen Kopf zu bewahren und schnell auf effektive Krisenkommunikation umzustellen. Sie bringen die genannten Eigenschaften mit? Dann verfügen Sie in jedem Fall über eine gute Basis, um im Social-Media-Wahlkampf bestehen zu können.

Tabelle: Social-Media-Affinität

Nutzen Sie Facebook aktiv?	Ja, auch mit eigenen Postings	Ja, aber ohne eigene Postings	Nein
Nutzen Sie Instagram aktiv?	Ja, auch mit eigenen Postings	Ja, aber ohne eigene Postings	Nein
Betreiben Sie eine eigene Webseite oder einen eigenen Blog?	Ja	Nein, aber ich habe Erfahrung darin	Nein
Wie groß ist Ihre Medienkompetenz in Bezug auf Social Media?	Ausgeprägt	Mittelmäßig	Gering
Wie viel Freude bereitet Ihnen das Erstellen von Beiträgen für Social Media?	Viel	Wenig	Keine

Die private Nutzung von Social Media und die Pflege einer professionellen Seite sind zwei unterschiedliche Paar Schuhe. Dennoch ist klar: Wer über Vorerfahrungen in den sozialen Netzwerken und der Pflege eines persönlichen Blogs verfügt, tut sich auch im Wahlkampf leichter, den richtigen Content zu erstellen. Ganz wichtig ist dabei auch: Die Pflege Ihrer professionellen Accounts sollte Ihnen Freude bereiten und nicht etwa als Ballast angesehen werden. Sind weder Vorerfahrungen noch Freude vorhanden, ist dies jedoch kein Grund, auf eine Social-Media-Präsenz zu verzichten. Sie benötigen in diesem Fall aber dringend professionelle Unterstützung.

Tabelle: Programmatik

Treten Sie für Modernisierung an?	Ja	Teilweise	Nein
Wie wichtig ist Ihnen das Thema ‚Bürgerdialog‘ in ihrem Wahlkampf?	Sehr wichtig	Wichtig	Unwichtig
Wie wichtig ist es Ihnen, junge Menschen anzusprechen?	Sehr wichtig	Wichtig	Unwichtig
Als Amtsinhaber(in): Haben Sie während Ihrer Amtszeit einen aktiven Bürgerdialog gepflegt und dazu digitale Möglichkeiten genutzt?	Ja, häufig	Sporadisch	Nie

In einem homogenen Wahlkampf passen Programmatik und Wahlkampfstil gut zusammen. Wenn Sie also für Modernisierung und mehr Bürgerdialog eintreten, dann sollte sich dies auch in Ihrem Wahlkampf widerspiegeln. Digitale Formate bieten dazu ideale Gelegenheiten und Ihnen die Möglichkeit, deutlich an Sichtbarkeit und Erreichbarkeit zu gewinnen. Vorsicht ist jedoch geboten, wenn Sie als Amtsinhaber(in) erneut kandidieren. Hier droht ein Glaubwürdigkeitsverlust, wenn Sie die digitalen Möglichkeiten zum Bürgerdialog erst mit Beginn der heißen Wahlkampfphase entdecken.

Tabelle: Budget

Wie hoch ist Ihr Budget im Vergleich zu Ihren Mitbewerber(inne)n?	Höher	Gleich	Geringer
Haben Sie jemanden, die oder der Sie beim Erstellen Ihrer Inhalte unterstützt (Videodreh, Bildaufnahme, Grafikerstellung, Texte)?	Ja	Teilweise	Nein
Haben Sie jemanden, der oder die Sie beim Bearbeiten (Videoschnitt, Bildbearbeitung) und Hochladen Ihrer Inhalte unterstützt?	Ja	Teilweise	Nein
Haben Sie jemanden, die oder der Sie beim Community-Management unterstützt?	Ja	Teilweise	Nein
Wie groß ist Ihr Bedarf, weitere finanzielle Mittel einzuwerben?	Groß	Mittel	Klein

Mit einem hohen Budget geht vieles leichter: Das gilt selbstverständlich auch für Ihren digitalen Wahlkampf. Gleichwohl lassen sich auch mit einem kleinen Budget wirkungsvolle Kampagnen fahren. Abhängig ist dies von Ihren persönlichen Fähigkeiten beziehungsweise der ehrenamtlichen Unterstützung, die Sie erhalten. Machen Sie sich vorab ein realistisches Bild davon, wozu Sie selbst in der Lage sind und wo Sie Unterstützung benötigen.

Tabelle: Wählerschaft

Wie hoch ist die Anzahl an Wahlberechtigten?	> 50.000	< 50.0000	< 10.000
Wie hoch ist Ihre Bekanntheit innerhalb der Wählerschaft?	Gering	Mittel	Hoch
Wie häufig kommen relevante Teile der Bürgerschaft offline zusammen?	Häufig	Manchmal	Nie
Wie stark ist die Nutzung digitaler Dienste in der Wählerschaft verankert?	Stark	Mittel	Wenig

Ein digitaler Wahlkampf eröffnet Ihnen erstklassige Möglichkeiten, Menschen, mit denen Sie nicht persönlich in Kontakt treten können, für Ihre Kandidatur zu begeistern. Dabei gilt grundsätzlich: Je größer und diverser die Wählerschaft ist, desto weniger haben Sie die Möglichkeit, mit einem relevanten Anteil persönlich in Kontakt zu treten. Kandidieren Sie in einer größeren Stadt, sollten Sie Reichweite definitiv über den Einsatz von Social Media vergrößern. Treten Sie in einer kleinen Ortschaft mit aktivem Gemeindeleben an, sollten Sie hingegen den Fokus auf den persönlichen Kontakt legen.

Auswertung

Werfen Sie einen Blick auf Ihre Kreuze in den einzelnen Kategorien. Sie sollten nun die Antworten auf mindestens drei zentrale Fragen zu Ihrer digitalen Wahlkampfstrategie haben.

Erstens, wie gut passt ein digitaler Wahlkampf zu Ihnen persönlich und zu den Themen, die Sie besetzen möchten? Haben Sie viele Fragen in den Kategorien „Persönlichkeit“, „Social-Media-Affinität“ und „Programmaturik“ positiv beantwortet, so stehen Ihnen zahlreiche erfolgsversprechende und kreative Instrumente für Ihren Wahlkampf zur Verfügung. Haben Sie hingegen den Eindruck, dass ein digitaler Wahlkampf weniger zu Ihnen passt, haben Sie dennoch zwei Optionen: Entweder Sie konzentrieren sich auf den klassischen Wahlkampf und decken online lediglich die „Pflichtelemente“ ab (siehe nächster Abschnitt) oder Sie suchen sich professionelle Unterstützung, die für Sie den Wahlkampf auf Social Media übernimmt.

Zweitens, welche Relevanz hat der digitale Wahlkampf in Ihrem konkreten Fall? Analysieren Sie genau die Potenziale, die Ihnen Social Media und Co. eröffnen, und nehmen Sie dabei insbesondere die Größe und Alterststruktur Ihrer potenziellen Wählerschaft in den Blick. Setzen Sie insbesondere dann auf digitale Medien, wenn es einen relevanten Anteil an jüngeren und digital-affinen Menschen in Ihrer Wählerschaft gibt.

Und drittens, wie professionell möchten Sie Ihren digitalen Auftritt gestalten und welches Budget steht Ihnen dazu zur Verfügung? Die Erstellung einer Webseite und eines Social-Media-Auftritts lässt sich hervorragend skalieren, da Ihnen für alle Budgetklassen gute Lösungen zur Verfügung stehen. Haben Sie weniger Budget, setzen Sie beispielsweise auf eine Baukasten-Webseite und einfache Postings. Steht Ihnen ein größeres Budget zur Verfügung, können Sie auch eine Agentur zur Erstellung der Webseite beauftragen und Ihren Social-Media-Auftritt mit aufwendigen Videoproduktionen anreichern. Beide Varianten können zu hervorragenden Ergebnissen führen, insbesondere dann, wenn Sie fehlendes Budget durch kreative Eigenleistung wettmachen können.