



Menschen erreichen.
Wähler*innen aktivieren.
Stimmen sichern.

Wie Dialogkommunikation Sie im Wahlkampf unterstützt

Jede Wahl ist eine Herausforderung

Dies gilt umso mehr, seit die Politik- und Parteienlandschaft aufgrund gesamtgesellschaftlicher Veränderungen einem rasanten Wandel unterliegt. Politikverdrossenheit und Vertrauensverluste auf Seiten der Bürger*innen führten in der Vergangenheit zu hohen Nichtwähleranteilen, unberechenbarem Wahlverhalten und späten, oft emotionalen Wahlentscheidungen. Das stellt Sie als Vertreter*in Ihrer Partei im Wahlkampf vor große Herausforderungen. Der Schlüssel zum Wahlerfolg – darin sind sich die Experten einig – liegt in der direkten und persönlichen Kommunikation mit den Wähler*innen. Dafür ist neben den traditionellen Medien TV, Hörfunk und Print besonders die Dialogkommunikation geeignet. Sie hilft Ihnen, Wählerpotenziale zu lokalisieren, die Wähler*innen individuell anzusprechen und zu mobilisieren.

In dieser Broschüre geben wir Ihnen einen Überblick über die umfassenden Service-Angebote der Deutschen Post in der politischen Dialogkommunikation.

Nutzen Sie unser Angebot, um erfolgreich und innovativ Wähler*innen für sich und Ihre Politik zu gewinnen!

Jede Stimme zählt.



1. Vertrauen schaffen, Meinungen bilden, Menschen motivieren

Herausforderungen und Erfolg im Wahlkampf

Die Herausforderungen des Wahlkampfes sind komplex. Damit die Bürger*innen Sie als ihren Repräsentanten in der Politik akzeptieren, ist es wichtig, ihr Vertrauen nachhaltig zu gewinnen. Mit einem intensiven Austausch stärken Sie das gute Verhältnis zu Ihren Wähler*innen,

schaffen neue Begeisterung für Ihre Politik, fördern langfristig eine steigende Wahlbeteiligung und wirken schnellen Meinungswechseln entgegen.

Das kleine Kreuz macht den großen Unterschied.

Ob Bundestagswahl, Landtagswahlen oder politische Arbeit in den Kommunen – erfolgreicher Wahlkampf heißt:

- Stammwähler*innen mobilisieren und binden
- Neu- und Wechselwähler*innen gewinnen
- Bekanntheit steigern, Inhalte vermitteln, Meinungen bilden, Kompetenz zeigen
- Spenden akquirieren (Fundraising)
- Mitglieder gewinnen und mobilisieren (Parteibasis)
- Helfer motivieren
- Nichtwähler*innen aktivieren

Die Vorteile auf einen Blick:

- Sie erreichen Ihre potenziellen Wähler*innen
- Sie haben höhere Chancen im Wettbewerb um die Wählergunst
- Sie können Ihre Wähler*innen innovativ und individuell ansprechen

2. Dialogkommunikation im Wahlkampf

Die Bedeutung politischer Kommunikation in Deutschland wächst. Werden die Bürger*innen in den politischen Prozess einbezogen, können sich Parteien und ihre Repräsentanten das Vertrauen der Wähler*innen sichern und Politikverdrossenheit minimieren.

Was ist aber konkret zu tun? Wie vermitteln Sie, dass es auf jede*n Einzelne*n und ihre*seine Stimme ankommt, dass die Argumente der Basis gehört werden und dass Sie als politische*r Kandidat*in ein*e verlässliche*r Ansprechpartner*in sind?

2.1 Erfolg versprechend: Politik im Dialog

Der Dialog zwischen den Bürger*innen und ihren politischen Repräsentanten intensiviert und verbessert sich mit:

- der Einbindung der Bürger*innen in den Prozess politischer Willensbildung
- der Präsenz von Politiker*innen vor Ort
- dem Engagement der politischen Kandidat*innen für die Bedürfnisse der Wähler*innen im Wahlkampf



Für die praktische Umsetzung erfolgreicher Dialogkommunikation bedarf es professioneller Partner. Entscheidende Erfolgsfaktoren sind:

- Kommunikatives Gesamtkonzept
- Überzeugende Dialogführung
- Klare Zielformulierungen
- Koordinierter, kanalübergreifender Medieneinsatz
- Kenntnis der spezifischen Bedingungen und Erfahrung in politischer Kommunikation

Nutzen Sie die Stärken des physischen Dialogmarketings im Wahlkampf

Große Unternehmen haben es erkannt: Die Zukunft der Kommunikation mit Kunden*innen ist der individualisierte Dialog – weg von der Ansprache anonymer Massen hin zum Dialog mit dem Einzelnen.

Auch Wähler*innen verhalten sich zunehmend wie Konsumenten:

Sie prüfen das politische Angebot der Parteien situativ und akzeptieren oder verwerfen es. Für Wahlprognosen ist das ein Problem, für die politische Dialogkommunikation dagegen eine Chance. Entscheidend ist, im richtigen Moment die richtige Botschaft zu setzen und potenzielle Wähler*innen gezielt zu mobilisieren.

2.2 Mit „Parteiaffinitäten“ Wähler erreichen

Die Kooperation der Deutschen Post mit dem Wahlforschungsinstitut dimap ermöglicht eine Lokalisierung potenzieller Wähler*innen Ihrer Partei. Auf Mikrozellenebene (ca. 6,6 Haushalte) wird die statistische Wahrscheinlichkeit der vertretenen Parteiaffinitäten und Nichtwählerwahrscheinlichkeiten errechnet.

Die Basis bilden Daten der letzten Europa- oder Bundestagswahl bzw. Landtags- und Kommunalwahlen, die mit mikrogeografischen Merkmalen wie „Familie“ oder „Alter“ kombiniert werden können. Das Verfahren zur Erhebung und Berechnung der

Informationen und Aussteuerung der Werbung haben die Aufsichtsbehörden für Datenschutz in NRW und Berlin 2018 umfassend geprüft und als datenschutzrechtlich zulässig bewertet. In der Praxis haben sich die gute Wirkweise der Parteiaffinitäten sowie die Bedeutung und Zukunftsperspektiven des Dialogmarketings in der politischen Kommunikation gezeigt.

Dialogkommunikation bietet optimale Möglichkeiten, Ihre Botschaften an die richtigen Empfänger*innen zu senden. Inhalte werden präziser vermittelt und Ihre Wählerschaft wird nachhaltig aktiviert.

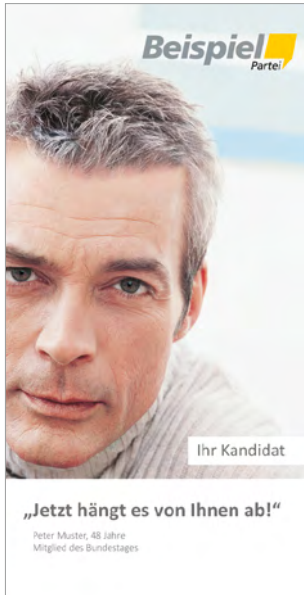
2.3 Beratung und Service in jeder Phase des Wahlkampfes

Unser Angebot als Partner im Wahlkampf:

- Präzise Bestimmung Ihrer Wählerzielgruppen
- Lokalisierung der Wählergruppen, um sie mit aufeinander abgestimmten, kanalübergreifenden Kommunikationsmedien im richtigen Moment zu erreichen und zu mobilisieren
- Aktive Unterstützung bei der Auswahl konkreter Lösungen
- Auswertung der Wirkung und Optimierung der eingesetzten Kommunikationsmedien
- Begleitung bei der Entwicklung und beim Test einer idealen Anstoßkette zur Aktivierung von Stammwähler*innen
- Hilfe bei der Umsetzung der Kampagnen

Nutzen Sie unsere Kompetenz und unsere Erfahrung als Experten in der politischen Kommunikation für Ihren Wahlkampf!

Beispiele für Maßnahmen der Dialogkommunikation im Wahlkampf



Flächendeckender Versand
einer Wahlkampfbroschüre
Ziel: Vermittlung politischer
Inhalte



Ansprache potenzieller Wähler*innen auf Basis von
dimap-Daten mit einem Urlaubsgruß
Ziel: Aufbau von Sympathie



Teiladressierte Ansprache unterschiedlicher
Zielgruppen, z. B. Senior*innen oder junge Familien

3. Lösungen für Ihren Wahlkampf

3.1 Bedürfnisgerechte Versandprodukte

POSTAKTUELL – die unadressierte Ansprache

Mit POSTAKTUELL versenden Sie unadressiert und flächendeckend an Haushalte in Deutschland – entweder nach Postleitzahlgebieten oder Ortsteilen sortiert an **alle Haushalte** oder **Haushalte mit Tagespost**.



POSTWURFSPEZIAL – die teiladressierte Ansprache

Erreichen Sie Bürger*innen zielgruppengerecht. Definieren Sie gemeinsam mit unseren Spezialisten die **gewünschten Selektionskriterien** zur Unterscheidung Ihrer Zielgruppe und bestimmen Sie das Verteilgebiet.

Zu den Selektionskriterien gehören:

- Parteiaffinitäten für CDU, CSU, SPD, FDP, B90/Die Grünen und Die Linke in 10 Klassen
- alle Haushalte, junge Singles, junge Familien
- Altersselektionen in 9 Klassen
- sowie Wahlkreise.

Im Ergebnis können Sie Haushalte mit unterschiedlicher Affinität zu Ihrer Partei gezielt ansprechen.

Die Deutsche Post übernimmt die Zustellung an einzelne Gebäude, Straßen oder Stadtteile, die Sie vorher ausgewählt haben. Das vermeidet Streuverluste und spart Kosten.



DIALOGPOST – die adressierte Ansprache

Mit DIALOGPOST schicken Sie **adressierte Sendungen** besonders kostengünstig an Ihre Parteimitglieder. Dies ist bereits ab 200 Sendungen für dieselbe Leitregion (Übereinstimmung der ersten beiden Stellen der Postleitzahl) möglich.



3.2 Ihre Zielgruppen für die Ansprache per Brief

Mit Dialogkommunikation können Sie unterschiedliche Zielgruppen mit individuellen Inhalten ansprechen. Bedienen Sie die unterschiedlichen Wählergruppen mit den für sie relevanten Themen und nutzen Sie dafür die Ihnen vorliegenden Adressen. Die Voraussetzung für die Nutzung von DIALOGPOST ist ein werblicher Charakter der Inhalte. Eine Verbindung mit den Wahlaaffinitäten ist hierbei nicht möglich.

Geeignete Wählergruppen für Dialogmaßnahmen:

- alle Bürger*innen
- Bürger*innen in ausgewählten Gebieten
- parteiaffine Bürger*innen
- Erst- und Jungwähler*innen
- Senior*innen
- Sonstige (Briefwähler*innen, Unternehmer*innen, Spender*innen, Mitglieder)
- Nichtwähler*innen

3.3 Die richtige Aktion für die richtige Zielgruppe

Flächendeckende und regional begrenzte Wähleransprache

Möchten Sie Wähler*innen Ihres Wahlkreises über allgemeine Themen informieren oder sich einer breiten Öffentlichkeit als Kandidat*in vorstellen? Dann ist ein Kandidatenprospekt mit Vita und Ihrer Meinung zu aktuellen Themen das richtige Medium.

Oder möchten Sie Wähler*innen in ganz bestimmten Regionen und Stadtteilen Ihres Wahlkreises mit den für sie relevanten Themen ansprechen, um „umkämpfte“

Gebiete und Wechselwähler*innen für sich zu gewinnen?

Sowohl für die flächendeckende als auch für regional begrenzte Wähleransprache ist die Deutsche Post der richtige Partner. Zuverlässig und schnell erreichen POSTAKTUELL Sendungen (Haushaltswerbung) auch die entlegensten Ecken Ihres Wahlkreises und gewährleisten so die wirksame Abdeckung aller für Ihre Wahlwerbung relevanten Haushalte.

Potenzielle Wähler Ihrer Partei

Die parteiaffinen Bürger*innen sind für Sie die wichtigste Wählergruppe im Wahlkampf und ihre Mobilisierung einer der wichtigsten Erfolgsfaktoren für Wahlen. Unsere Kooperation mit dem Wahlforschungsinstitut dimap ermöglicht die Zuordnung von Wahlaffinitäten auf Basis statistischer Wahr-

scheinlichkeiten auf Mikrozellen-ebene und ist damit Voraussetzung für zielgruppenorientierten Wahlkampf.

Mit dem Merkmal „Parteiaffinität“ nutzen Sie ein effektives Instrument für den Erfolg Ihrer Kampagne und binden so Stammwähler*innen!

Mithilfe statistischer Verfahren werden soziodemografische Daten mit den Wahlergebnissen verknüpft. So können typische Eigenschaften

bestimmter Wählergruppen erkannt und mit passgenauen Mailings individuell angesprochen werden.

Erst- und Jungwähler*innen sowie Senior*innen

Jede Altersklasse hat unterschiedliche Interessen, auf die Sie gezielt eingehen können. Neben klassischer Plakat-, Anzeigen- und PR-Werbung

sowie Onlinemaßnahmen können Print-Mailings als optimale Ergänzung im Mediamix zur Gewinnung von Wähler*innen eingesetzt werden.



Mit zielgruppenspezifischer Dialogkommunikation zum Wahlerfolg

Überzeugen Sie Erstwähler*innen von der Wichtigkeit der Stimmabgabe und versuchen Sie, sie bereits jetzt an Ihre Partei zu binden. Informieren Sie sie über Ihre Pläne für den Wahlkreis und zeigen Sie, dass Sie sich für

die Themen junger Erwachsener einsetzen. Genauso gezielt können Sie auf die wachsende Wählergruppe der Senior*innen zugehen, um sie für Ihre Wahl zu gewinnen.

Unser Angebot

BESTSELLER MAIL ist unser Full-Service-Angebot für das Dialogmarketing in Ihrem Wahlkampf. Sie erhalten professionell gestaltete Mailings aus einer Hand zum günstigen Festpreis – perfekt organisiert von der ersten Idee bis zum Versand. Informationen unter **bestsellermail.de**

Mit dem Self-Service-Tool unter **print-mailing-einfach.de** beauftragen Sie Ihre Mailing-Kampagne an Parteimitglieder in wenigen Schritten online. Einfach Druckdaten und Adressen hochladen – wir erledigen den Rest. Für die Adressierung ausschließlich werblicher Inhalte empfehlen wir DIALOGPOST.

Um Ihre Wähler zusätzlich zu begeistern, bietet die Deutsche Post eine Reihe von Produkten und innovativen Formen der Wähleransprache.

Gerne unterstützen wir Sie bei der Vorbereitung, Gestaltung und Aussendung Ihrer Mailings. So wird Ihr Wahlkampf zum Erfolg. Wenden Sie sich an Ihre*n Ansprechpartner*in, wir sind gerne für Sie da.

Tipps und Tricks

Bei Mailings kommt es auf das richtige Format an. Eine konservative Klientel gewinnen Sie eher mit einem persönlichen Anschreiben und einem zusätzlichen Infolyer. Die jüngere Wählerschicht mag es eher unkonventionell: Hier bieten sich ein klappbarer Selfmailer oder eine große Postkarte an.

Auch die Gestaltung ist von Bedeutung. Wichtig sind das Gleichgewicht von Text- und Bildpassagen mit angemessenen Formulierungen und verständlichen Inhalten.

Wünschen Sie einen langfristigen Dialog mit potenziellen Wähler*innen? Oder haben Sie Informationen, die Sie gerne vermitteln möchten? Bieten Sie Antwortmöglichkeiten und vertiefen Sie so den Dialog.

Deutsche Post AG

Zentrale

53250 Bonn

[deutschepost.de](https://www.deutschepost.de)

Stand: Januar 2021