

# Bei Wahlen 2019 setzen Parteien vermehrt auf digitale Kanäle 🔖

Beitrag von Christoph Krummenacher  
Am 09. April 2019 - 06:22  
[Bern](#)

*Die Wahlen 2019 rücken näher. Die Parteien rüsten zum Kampf, zum Wahlkampf. Dabei setzen sie nicht nur auf digitale Kommunikation – aber vermehrt.*



Der Wahlkampf der Parteien verlagert sich zunehmend in den digitalen Raum. Auch, und besonders, für die kommenden Wahlen 2019. - Keystone/Nau

## Das Wichtigste in Kürze

- Die Parteien setzen im Wahlkampf vermehrt auf digitale Kommunikationskanäle.
- Doch neben Social Media bleibt die persönliche Offline-Werbung nach wie vor wichtig.

Mindestens 100'000 Franken will die GLP für Online-Werbung einsetzen. Im Minimum 20 Prozent des gesamten [Budgets](#), sagt Ahmet Kut, Chef der GLP-Bundeshausfraktion.

«Im Vergleich zu den Wahlen 2015 werden wir mehr Mittel für den Online-Wahlkampf einsetzen», erklärt Kut. Einerseits habe die Bedeutung der digitalen Kanäle zugenommen. «Andererseits ist das Preis-Leistungs-Verhältnis online vergleichsweise gut und die Wirkung der Werbung lässt sich besser evaluieren».



## Deine Reaktion?

😊 0 😊 1 😬 3 😬 0 😬 2

## Letzte Meinungen 💬 1

Polito

Was hältst du von diesem Beitrag? Teile jetzt deine Meinungen.

[Jetzt mitdiskutieren](#)



Soll der Wahlkampf Früchte tragen, führt kein Weg an digitaler Werbung vorbei. Das hat auch die GLP erlickt. - Keystone

Die GLP ist längst nicht die einzige Partei, die bei den Wahlen 2019 vermehrt auf Online-Kommunikation setzt. [Instagram](#), [Facebook](#), Twitter – auch die [SVP](#) ist sich der Bedeutung bewusst. Mediensprecherin Andrea Sommer erklärt: «Social Media wird vor allem hinsichtlich der Mobilisierung unserer Wähler immer wichtiger.»

## Zum Erfolg mit Social Media statt Inseraten

Die [CVP](#) sieht die digitalen Kanäle vor allem als Möglichkeit für einen ersten Kontakt mit Sympathisanten. Medienverantwortliche Vera Tschan erklärt: «Die [CVP](#) führt ihre Kommunikation und ihre Kampagnen dort, wo ihre Mitglieder und Sympathisanten sind. Das ist zunehmend im digitalen Raum.»

Online-Kommunikation gewinnt bei der [CVP](#) an Bedeutung. «Im Jahr 2015 war der Wahlkampf in den sozialen Medien nicht sehr ausgeprägt. Die Kampagne lief hauptsächlich über Plakate und andere nicht digitalen Kommunikationsinstrumente», bestätigt Tschan.



Die Wirkung von Giveaways lässt heutzutage zu wünschen übrig. Auch die CVP hat die Zeichen der Zeit erkannt und setzt bei den Wahlen 2019 vermehrt auf digitales Marketing. - Keystone

Auch die BDP sagt: «Sicher werden wir vermehrt ein Augenmerk auf die Sozialen Medien richten». Auch bei den Grünen sieht man dort grosses Potenzial. Generalsekretärin Regula Tschanz berichtet von positiven Erfahrungen in Zürich.

«So haben beispielsweise [die Grünen](#) Stadt Zürich bei den Gemeindewahlen vor einem Jahr praktisch vollständig auf Inserate verzichtet. Dafür haben sie – mit Erfolg – auf mehr Plakate und Social Media gesetzt».

# Wahlen 2019: Nichts geht über die persönlichen Kontakte

Die [FDP](#) will in diesem Jahr ebenfalls mehr in die digitale Kommunikation stecken. Und auch die [EVP](#) legt dort einen Fokus. Für alle Parteien stellt der digitale Kanal jedoch lediglich den Zugang zu Wähler und Zugewandten her, wie sie betonen.



Wie bereits 2015 will die SP mit potenziellen Wählern telefonieren und an der Türe klingeln. - Keystone

Der direkte, persönliche Kontakt sei nach wie vor zentral, um die Leute tatsächlich zum Wählen zu bringen. Dafür sind engagierte Mitglieder unverzichtbar.

So setzt etwa die [CVP](#) auf Botschafter. Die [FDP](#) neu auf einen Tür-zu-Tür-Wahlkampf. Die [SVP](#) auf Anlässe wie «[SVP](#) bi dä Lüt».

Bei der [SP](#) setzt man ebenfalls ganz bewusst auf einen engeren Kontakt zu den Menschen. Die Grösse des Budgets spiele deshalb eine Nebenrolle, sagt Kampagnenleiterin [Nadine Masshardt](#). «Wir werden auf die Strasse gehen, um den Leuten unsere Lösungen aufzuzeigen»

## Mehr zum Thema:

[Wahlen 2019](#) [Facebook](#) [SVP](#) [Instagram](#) [CVP](#) [Grüne](#) [EVP](#) [FDP](#) [SP](#)

## Weiterlesen



SP-Wahlkampf-Chefin  
«Wollen im Herbst mindestens 20 Prozent holen!»

⚡ 285



Transparenz  
SP steigt mit 5,5 Millionen Franken in den Wahlkampf

⚡ 55



Was gibt die SVP aus?  
Diese Parteien geben ihre Wahlbudgets bekannt

⚡ 28

## Mehr in Politik >



FDP Zürich  
Frey-Eigenmann löst Thomas Vogel als Fraktionschef ab