



Bern, 20.06.2024

Wahlkonzept

Gemeindewahlen …

Verabschiedet von der Geschäftsleitung der SP … am …

* Das vorliegende Wahlkonzept ist ein internes Arbeitspapier und nicht zur Veröffentlichung bestimmt.

Inhaltsverzeichnis

[Inhaltsverzeichnis 2](#_Toc169783011)

[1 Einleitung 3](#_Toc169783012)

[2 Rückblick Letzte Wahlen 4](#_Toc169783013)

[2.1 Resultate 4](#_Toc169783014)

[2.2 Rückblick 4](#_Toc169783015)

[3 Analyse der Ausgangslage 4](#_Toc169783016)

[4 Wahlkampagne 4](#_Toc169783017)

[4.1 Ziele 4](#_Toc169783018)

[4.2 Listengestaltung 5](#_Toc169783019)

[4.3 Listenbezeichnung 5](#_Toc169783020)

[4.4 Listenverbindungen 5](#_Toc169783021)

[5 Inhalte der Kampagne 5](#_Toc169783022)

[5.1 Themen 5](#_Toc169783023)

[5.2 Zielgruppen 5](#_Toc169783024)

[6 Organisation der Wahlkampagne 6](#_Toc169783025)

[6.1 Aufgabenübersicht 6](#_Toc169783026)

[7 Operative Umsetzung 6](#_Toc169783027)

[7.1 Basiskampagne 6](#_Toc169783028)

[7.2 Wahlprospekt 6](#_Toc169783029)

[7.3 Produkte 6](#_Toc169783030)

[7.4 Online- und Digital-Wahlkampf 7](#_Toc169783031)

[7.5 Strassenwahlkampf 7](#_Toc169783032)

[7.6 Transparenz 7](#_Toc169783033)

Einleitung

Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet.

# Rückblick Letzte Wahlen

## Resultate

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Partei | Anteil Vorher | Anteil Nachher  | Differenz % | Sitze vorher | Sitze nachher | Diff. Sitze |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |

## Rückblick

Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet.

# Analyse der Ausgangslage

Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet.

# Wahlkampagne

## Ziele

Ca. 3 klare Ziele setzen

## Listengestaltung

Beschreiben wie die Liste gestaltet wird (v.a. Reihenfolge)

## Listenbezeichnung

Namen der Liste

## Listenverbindungen

Falls es Listenverbindungen gibt

# Inhalte der Kampagne

## Themen

Definition der Hauptthemen

## Zielgruppen

**SP-StammwählerInnen**

Die Stammwählerschaft muss geschlossen zur Urne gebracht werden. Darüber hinaus sind unsere Stammwählerinnen und Stammwähler entscheidende Multiplikatoren unserer Botschaften. Für sie muss klar sein, dass es um etwas geht und dass wir etwas Bestimmtes erreichen wollen, so dass sie bereit sind, unsere Botschaften in ihr Umfeld weiterzutragen.

**Links-grüne WählerInnen**

Personen dieser Gruppe wählen links, sowohl SP, Grün oder weitere Linksparteien sind eine Option. Sie sind besonders stark in den urbanen Räumen vertreten. Um die Gunst dieser Personen streiten wir uns vor allem mit den Grünen. Insofern ist es wichtig, dass zum Zeitpunkt der Stimmabgabe Themen im Vordergrund stehen, die den Wahlentscheid zu Gunsten der SP befördern. Im Gegensatz zu Umweltthemen können wir mit unseren drei Hauptthemen bei diesen Menschen besser punkten als die Grünen. Bei dieser Gruppe ist die Basiskampagne besonders wichtig.

**Parteipolitisch schwach gebundene (Mitte-links) WählerInnen**

Diese Personen können nicht über Inhalte abgeholt werden. Um sie zu gewinnen, braucht die Wahlkampagne Emotionalität und eine «gute Geschichte». Aus ihrer Sicht darf beispielsweise die Gesundheit durchaus etwas kosten, aber die immer heftiger ansteigenden Prämien können auch sie nicht mehr akzeptieren. Zudem ist ein gutes Image entscheidend. Die SP muss aufgeschlossen und offen wirken.

**ErstwählerInnen / Junge Leute**

Entscheidend ist, diese Leute überhaupt erst zu erreichen. Aufgrund der sich wandelnden Mediennutzung sind konventionelle Kommunikationskanäle dafür nicht ausreichend. Daneben brauchen wir auch für diese Personen eine «gute Geschichte». Ein gutes Image ist wichtiger als genaue Inhaltspositionen. Um diese Zielgruppe zu erreichen, bedarf es einer gute Bewirtschaftung der Social-Media-Kanäle.

**«Die kleinen Leute»**

Um diese Personen zu gewinnen ist es entscheidend, dass die SP nicht als intellektuelle, abgehobene städtische Elitepartei wahrgenommen wird. Es ist wichtig, wenn im Wahlkampf materielle Themen wie Arbeit, Lohn oder eben die Krankenkassenprämien im Vordergrund stehen. Diesen Leuten müssen wir die Möglichkeit geben, mit der Wahl der SP ein Zeichen gegen die wachsende Ungleichheit zu setzen.

**KMU**

Damit eher links orientierte Unternehmen abgeholt werden können, muss die SP klar aufzeigen können, dass sie sich auch für ihre Anliegen einsetzt. Während andere als klassische Parteien für KMUs gelten, ist dies bei der SP nicht der Fall. Das soll geändert werden, indem wir die konkreten Forderungen an Kanton und Bund, welche den KMUs zu Gute kommen, breit und zielgruppenspezifisch kommunizieren.

# Organisation der Wahlkampagne

Hauptverantwortung, Verantwortungen Bereiche

## Aufgabenübersicht

Auflistung der Aufgaben

Operative Umsetzung

## Basiskampagne

Beschrieb Basiskampagne mit Ziele der Basiskampagne

## Wahlprospekt

Konzeption Wahlprospekt

## Produkte

Übersicht der Produkte

**Plakate**

**Inserate**

**Postkarten / Flyer**

**Wahlzeitung**

**Give-Aways**

## Online- und Digital-Wahlkampf

Geplanter Online- und Digital-Wahlkampf

## Strassenwahlkampf

Geplanter Strassenwahlkampf

## Transparenz

Die SP … macht ihre Kampagnenfinanzen transparent gemäss den Bestimmungen der Transparenzinitiative. Sie hält die Sektionen und Kandidierenden an, dies ebenfalls zu tun, auch wenn diese voraussichtlich die Meldegrenze von 100'000 Franken nicht überschreiten.