



© ÖVP/Philipp Monhart

Erfahrung

„Der nächste Wahlkampf baut immer auf vorangegangenen auf. Man lernt aus der Vergangenheit und natürlich auch von anderen“, so Bernhard Ebner.

”

Wir wollten dieselbe Schlagkraft, die wir offline mit unseren über 20.000 Funktionärinnen und Funktionären erreichen, auch online umsetzen.

“

„Man lernt auch von den anderen“

Am Sonntag wählt Tirol; VPNÖ-Landesgeschäftsführer Bernhard Ebner über „seinen“ Wahlkampf in NÖ.

WIEN. Kommenden Sonntag finden Landtagswahlen in Tirol statt, Anfang März folgt Kärnten und Ende April Salzburg. In Niederösterreich fand der Wahlgang vor Kurzem statt, und zur Überraschung vieler holte die ÖVP wieder die Absolute. Wie Kampagnen aussehen müssen, damit dies offenbar gelingt, fragte medianet bei Bernhard Ebner, Landesgeschäftsführer der ÖVP Niederösterreich, nach.

medianet: Bei der letzten Wahl konnte die ÖVP, wenn auch knapp, die Absolute in NÖ holen. Wie sah der strategische Zugang im Wahlkampf dazu aus?

Bernhard Ebner: Landeshauptfrau Johanna Mikl-Leitner hat seit ihrem Amtsantritt das *Miteinander* ins Zentrum gestellt und einen neuen Stil gepflegt

und geprägt. Angriffe und Untergriffe des Mitbewerbers haben wir als Volkspartei NÖ ignoriert, falsche Zahlen und falsch interpretierte Zahlen wurden aber richtiggestellt. Der zweite strategische Zugang war die Arbeit unserer Landeshauptfrau und ihres Regierungsteams. Acht von zehn Landsleuten waren und sind mit ihrer Arbeit zufrieden, ein unglaublich hoher Wert – natürlich ist dementsprechend die Person Johanna Mikl-Leitner im Wahlkampf auch im Zentrum gestanden. Der dritte strategische Pfeiler war die Organisationskraft der Volkspartei NÖ vor Ort in den Gemeinden – mit Hausbesuchen, Gemeindeparteilösungen und Verteilaktionen.

medianet: Dieses Mal führte auch der digitale Kampf um die

Wählerstimmen kein Schattendasein mehr – welche Vorgabe gab es hier, und wie sieht hier Ihre Bilanz aus?

Ebner: Wir wollten dieselbe Schlagkraft, die wir offline mit unseren über 20.000 Funktionärinnen und Funktionären erreichen, auch online umsetzen. Daher war es uns wichtig, eine Onlineoffensive zu starten. Neben Facebook, Instagram, einem umfangreichen WhatsApp Service, Videoformaten für Kandidaten und User haben wir erstmals unser Programm in Form eines Programmhäuses dargestellt, das auch mit einem Online-Rundgang erlebbar war.

Eine der erfolgreichsten Maßnahmen im digitalen Wahlkampf war die persönliche Videobotschaft unserer Landeshaupt-

frau. Dazu konnte man selbst eine persönliche Videobotschaft erstellen und diese via WhatsApp oder Mail versenden. Über 100.000 Videobotschaften wurden insgesamt gefertigt.

medianet: Wie weit könnte der Zuschnitt des NÖ-Wahlkampfes auch bei anderen Schwesterparteien der kommenden LT-Wahlen Widerhall finden?

Ebner: Der nächste Wahlkampf baut immer auf vorangegangenen auf. Man lernt aus der Vergangenheit und natürlich auch von anderen. Aber entscheidend ist, dass das Angebot *passend* ist – passend zur Wählerschaft, am Puls der Zeit.

Natürlich werden andere Parteien Bestandteile aus unserem Mix für deren Mix verwenden. Was ein Gebot der Stunde sein sollte, weil es das ist, was alle Bürgerinnen und Bürger heute zu Recht von der Politik erwarten, ist unser neuer Stil des Miteinanders. Die Wähler haben den Streit und das ständige Gegeneinander satt. In diesem Sinne haben wir auch den Wahlkampf geführt – fair, ohne An- und Untergriffe, ohne Dirty Campaigning.

Die Langfassung können Sie auf medianet.at lesen.