



# BADEN-WÜRTTEMBERG **LEBEN**

**„EARLY VOTING“ – ODER:**

**WIE GEWINNE ICH ZUSÄTZLICHE 2 PROZENT?**

**SPD**

**Eine Handreichung des SPD-Landesverbands Baden-Württemberg auf Grundlage des Oberbürgermeisterwahlkampfes in Mannheim von Petar Drakul. (unter Mitarbeit von Christina Weber, Christian Eheim, Julia Wahl und Jürgen Graner)**

## **ZUSAMMENFASSUNG**

**„Early Voting“ meint, dass der Wahltag nicht erst am Wahlsonntag beginnt, sondern bereits mit der Versendung der Wahlbenachrichtigung.**

Das vorliegende Skript bietet eine Anleitung, um „Early Voting“ möglichst schnell in den Wahlkampf zu integrieren. Mit diesem Instrument kann das **Stimmpotential vor Ort um 1 bis 2 Prozent erhöht** werden kann. Eine Studie zur Kommunalwahl in Mainz 2014 bestätigt, dass die Wahlbeteiligung durch Direktkontakte um bis zu 2 Prozentpunkte erhöht werden kann. Deshalb lohnt es sich, in den Kontakt mit den Bürgerinnen und Bürgern zu treten und für die Briefwahl zu werben. Denn eine hohe Mobilisierung und die damit verbundene höhere Wahlbeteiligung schaden rechten Parteien und nutzen vor allem Sozialdemokraten.

Durch die Möglichkeit der Briefwahl verlängert sich der Wahltag auf vier oder sechs Wochen und ermöglicht, auch bei vielen potentiell uninteressierten Menschen eine Stimmabgabe zu fördern. „Early Voting“ bietet die Möglichkeit, im Rahmen von politischen Veranstaltungen, Infoständen, Tür-zu-Tür-Aktionen, Interessierte für den Gang zur Wahlurne über einen Briefwahantrag zu gewinnen.

**Dieses Potential muss genutzt werden!**



# BADEN-WÜRTTEMBERG **LEBEN**

## I. Einführung

Erfolgreiche Wahlkämpfe hängen unter anderem von Ressourcen und deren richtiger Nutzung ab. Zeit, Geld und der Einsatz von ehrenamtlichen Wahlkämpferinnen und Wahlkämpfern sind begrenzt.

**SPD**

Mit diesem Skript soll das Augenmerk auf eine bessere Nutzung der vorhandenen Ressourcen gerichtet werden. Es wird eine Anleitung geboten, mit der das **Stimmpotential vor Ort um 1 bis 2 Prozent erhöht werden kann**. Diese 1 bis 2 Prozent können über die Frage von Einzug oder Nicht-Einzug oder von Regierung oder Oppositionsbank entscheiden – insbesondere bei der Besonderheit des baden-württembergischen Landtagswahlrechts. Eine Studie zur Kommunalwahl in Mainz 2014 bestätigt, dass **die Wahlbeteiligung durch Direktkontakte um bis zu 2 Prozentpunkte erhöht werden kann**.

Das Praxis-Skript basiert auf Erfahrungen verschiedenster Wahlkämpfe. Entscheidend für das Thema „Early Voting“ war der Oberbürgermeister-Wahlkampf 2015 in Mannheim. Bis zum 1. Wahlgang wurde ein klassischer Wahlkampf mit Veranstaltungen, Infoständen, Podiumsdiskussionen und gelegentlichen Tür-zu-Tür-Aktionen gemacht. „Early Voting“ wurde dahingehend forciert, dass gezielt Wählerinnen und Wähler angesprochen wurden, um bereits vor dem eigentlichen Wahltag die Stimme im Wahlbüro der Stadt Mannheim abzugeben. Dazu wurden Veranstaltungen und Versammlungen genutzt, um Wählerinnen und Wähler über die Möglichkeit, bereits vor dem eigentlichen Wahltag die Stimme abgeben zu können, zu informieren und mit ihnen gemeinsam ins Wahlbüro zu gehen. Nach der Stimmabgabe wurden dann gemeinsame Fotos über die sozialen Netzwerke veröffentlicht, um damit auch auf die Möglichkeit des frühen Wählens hinzuweisen und um andere zu motivieren.

Nach dem 1. Wahlgang wurde das „Early Voting“ nochmals stärker forciert. Wählerinnen und Wähler wurden angesprochen und es wurde ihnen angeboten, Briefwahlanträge an das Wahlbüro zu überreichen, die Briefwahlunterlagen zu den Antragstellern zu bringen, um schlussendlich die Briefwahlunterlagen wieder im Wahlbüro abzugeben. Das Skript berichtet über die Erfahrungen aus den letzten 10 Tagen intensiven Wahlkampfes, bestehend aus vielen direkten Kontakten bei Hausbesuchen, Veranstaltungen oder auch bei zufälligen Kontakten auf der Straße, mit denen **über 600 Briefwahlanträge beantragt** und entsprechende Briefwahlunterlagen beim Wahlbüro der Stadt Mannheim abgegeben wurden.



# BADEN-WÜRTTEMBERG **LEBEN**

Aus den Gesprächen mit den Briefwählerinnen und Briefwählern ging hervor, dass sich die Wenigsten am 1. Wahlgang beteiligt hatten. Mit der direkten Ansprache und dem Hinweis auf den „Wahlservice“ kann insbesondere das Wählerpotential in sogenannten hedonistischen und prekären Wählerschichten, die eine geringere Wahlbeteiligung aufweisen, besser genutzt werden.

**SPD**

**Prekäre Wählerschichten** sind um Orientierung und Teilhabe bemüht und meist positiv überrascht, wenn der „Sozi“ an der Türe klingelt und sie darüber informiert, dass Wahlen anstehen.

**Hedonistische Wählergruppen** reagieren positiv auf das direkte Gespräch. Sie können gezielt durch unsere monetäre Forderung erreicht werden, wie z. B. Studiengebühren, Abschaffung Kita-Gebühren oder die Ausbildungsgarantie.

Das Praxis-Skript soll eine Anleitung bieten, um „**Early Voting**“ möglichst schnell in den Wahlkampf zu integrieren.

## II. **Klassische Wahlkampfinstrumente**

Zunächst werden die herkömmlichen Wahlkampfinstrumente dargestellt und bewertet.

### 1. **Infostände**

Infostände sind ein zentrales Instrument aller Wahlkämpfe. In den drei bis sechs Wochen vor der Wahl werden an herkömmlichen, immer gleichen Plätzen Infostände der Ortsvereine und Arbeitsgemeinschaften veranstaltet. Viele Besucherinnen und Besucher der Infostände sind bekannt: Der ältere Herr, der über Weltpolitik sprechen möchte, die Anwohnerin, die bereits seit längerem das immer gleiche Problem mit Nachbarn hat, der Wut-Gutbürger, der schon immer bei jeder Gelegenheit gegen die SPD Holzst, usw. Die meisten anderen machen einen großen Bogen um die Infostände und es bleibt der Kampf, mit großer Mannschaft möglichst viele Informationen und Flyer an potentielle Wählerinnen und Wähler zu verteilen. Gut gestaltet können Infostände sogar Spaß machen. So ergibt es Sinn, Infostände unter ein Motto zu stellen und mit einer entsprechenden Wandzeitung auszustatten. Damit kann es gelingen, inhaltlich interessierte Menschen zu gewinnen. Gut kam an, wenn unsere italienischen Genossinnen und Genossen mit Musikinstrumenten und Gesang kamen. Dies sorgte für Aufmerksamkeit. In der Regel ist es jedoch sehr müßig, da viele Menschen samstags auf den Markt wollen oder Einkäufe erledigen müssen.



# BADEN-WÜRTTEMBERG **LEBEN**

Jeder Ortsverein sollte sich überlegen, wie viel Zeit aufgewendet wird und wie viele Kontakte in einer Stunde erreicht werden. Das Ergebnis ist ernüchternd. Hinzu kommt, dass bei vielen Ortsvereinen ein Mythos unauslöschbar scheint: Der Mythos, dass Infostände Beine bekommen und weglaufen können bzw. dass Infostände geklaut werden. Dies ist nicht der Fall, trotzdem werden Infostände regelmäßig durch Wahlkämpferinnen und Wahlkämpfer bewacht, indem man sich drum herum stellt und den Tisch festhält. Im Ergebnis sind Infostände eher Instrumente des Schein-Wahlkampfes.

**SPD**

## 2. **Veranstaltungen**

Veranstaltungen können ein gutes Wahlkampfinstrumentarium sein, wenn der Nerv der Menschen getroffen wird. Themen, die aktuell und kontrovers sind, sind oftmals für Veranstaltungen geeignet. Erfahrungsgemäß stammen die Besucherinnen und Besucher größtenteils aus den eigenen Reihen. Möglicherweise verirren sich ein, zwei oder drei Interessierte, das war's. Hilfreich ist es, festzuhalten, wie groß der tatsächliche Aufwand ist: beginnend bei der Planung, Terminan- und -abfragen, Organisation der Räumlichkeit und der Einladungen, bis hin zum Aufbau der Veranstaltung und zum Abbau. Es wird deutlich, wie viel Arbeitszeit und Engagement erforderlich sind, um 30 bis 50 Personen bei einer Veranstaltung begrüßen und ggf. einen Presseartikel in der Lokalzeitung platzieren zu dürfen.

Gute Erfahrung konnten wir damit machen, Vereine oder Gruppen nach Interessen zu befragen und Veranstaltungen in den Vereinsräumlichkeiten zu organisieren. Im Rahmen einer Bildungs-Veranstaltungsreihe erreichten wir damit zielgenau sowohl türkisch- als auch italienischstämmige Mannheimerinnen und Mannheimern.

## 3. **Tür-zu-Tür-Aktionen**

Tür-zu-Tür-Aktionen sind ein unverzichtbares Wahlkampfinstrument, da damit Menschen erreicht werden können, **die weder Veranstaltungen noch Infostände besuchen und sich auch nicht für Tagespolitik interessieren**. Näher dran als direkt vor die Haustüre geht nicht. Bei der Auswahl der Straßenzüge können die Ergebnisse der letzten Wahlen in den jeweiligen Wahlbezirken ausgewertet werden. Für die Landtagswahl 2016 in Baden-Württemberg gibt es den **Mobilisierungsplaner** des Willy-Brandt-Hauses, der durch die Wahlkampfzentrale des SPD-Landesverbandes mit Daten aus Baden-Württemberg aktualisiert wurde.



## BADEN-WÜRTTEMBERG **LEBEN**

Dieser ist auf [mitmachen.spd.de](https://mitmachen.spd.de) abrufbar (nur für Wahlkampfleiter und Kandidierende!) und sollte für Tür-zu-Tür-Aktionen verwendet werden. Damit kann gezielt nach Straßenzügen gesucht werden, die ein hohes Potential an SPD-Wählerstimmen haben. Wichtig ist, strukturiert vorzugehen und die Reihenfolge an Straßen abzuarbeiten. Denn es geht um Ressourcen, also um den Einsatz von Helferinnen und Helfer und um deren Zeit.

**SPD**

Erinnert sei ebenfalls daran, dass Tür-zu-Tür-Aktionen auch ohne den Kandidaten bzw. die Kandidatin durchgeführt werden können. Dies sollte einen nicht daran hindern, sich am Tür-zu-Tür-Wahlkampf zu beteiligen.

Die Effizienz von Tür-zu-Tür-Wahlkampf lässt sich auch daran messen, wie viel Kontakte in einer Stunde geschafft werden können. Wenn die Helferinnen und Helfer gut geschult sind, sind 12-18 Kontakte in einer Stunde realistisch. Normale Infostände und Veranstaltungen können da nicht mithalten.

Im Gegensatz zu klassischen Veranstaltungen und Infoständen bietet das Format Tür-zu-Tür die Möglichkeit, in einem geographisch eingegrenzten Bereich mit Menschen ins Gespräch zu kommen. Bei einem Infostand auf dem Marktplatz treffen Wahlhelferinnen und Wahlhelfer regelmäßig auf Auswärtige oder Bürgerinnen und Bürger aus Stadtteilen, in denen es nur ein geringes SPD-Wählerpotential gibt. Tür-zu-Tür kann dagegen entlang von Daten, wie dem o.g. Mobilisierungsplaner auf Straßenzüge ausgerichtet werden, in denen es ein hohes Potential an SPD-Wählerinnen und Wählern gibt.

Wichtig für den effektiven Einsatz von Tür-zu-Tür-Aktionen ist eine starke Mobilisierung von ehrenamtlichen Helferinnen und Helfern (Hebelwirkung) und eine sorgfältige Aufzeichnung der besuchten Straßenzüge sowie der Ergebnisse.



# BADEN-WÜRTTEMBERG **LEBEN**

## III. „Early Voting“

„Early Voting“ bedeutet, dass der Wahltag nicht erst am Wahlsonntag beginnt, sondern bereits mit der Versendung der Wahlbenachrichtigung. Dies verlängert den Wahltag auf vier oder sechs Wochen und ermöglicht, auch bei vielen potentiell uninteressierten Menschen eine Stimmabgabe zu fördern. Ferner bietet es die Möglichkeit, im Rahmen von politischen Veranstaltungen Interessierte für einen Wahlgang über einen Briefwahlantrag zu gewinnen.

Denn die Briefwahl hat in den letzten Jahren immer mehr an Bedeutung gewonnen. Seit ihrer Einführung 1964 ist der Anteil der Briefwähler kontinuierlich gestiegen. Bei der Landtagswahl 2006 haben rund 570.000 Wähler (14,2 Prozent) ihre Stimme per Briefwahl abgegeben. Das waren 1,7 Prozent mehr als bei der Landtagswahl 2001. **Hier ist ein großes Potential zu erkennen.**

Beantragen kann man den Wahlschein in der örtlichen Gemeinde.

Durch die Anwendung des Konzepts „Early Voting“ kann zudem auch in einem geographisch eingegrenzten Bereich gezielt die Wahlbeteiligung gefördert werden. Es bietet sich zum Beispiel an, mit Tür-zu-Tür-Aktionen gezielt für die Wahlteilnahme zu werben. Natürliche Zielmarken, die es dabei zu erreichen bzw. zu übertreffen gilt, ist das absolute Stimmenergebnis der SPD im betreffenden Wahlbezirk von einer vergangenen Wahl. Anders gewendet: Die Verlängerung des Wahltages auf mehrere Wochen durch „Early Voting“ gibt uns die Möglichkeit, die bereits erreichte Wahlbeteiligung in einem Stimmbezirk einzuschätzen, daraus Rückschlüsse zu ziehen und weitere Entscheidungen zu treffen.

Ein Beispiel für einen Antrag auf Ausstellung eines Wahlscheines mit Briefwahlunterlagen findet ihr im Anhang.

**SPD**



# BADEN-WÜRTTEMBERG **LEBEN**

## 1. Veranstaltungen

Besucherinnen und Besucher von politischen Veranstaltungen sind nach informativen Diskussionen grundsätzlich positiv gestimmt. Wer sich auf den Weg gemacht, sich einen Abend mit Politik anstelle von TV oder anderer Freizeitbeschäftigung zu widmen, ist meist auch am Wählen interessiert. Daher bietet es sich an, bei politischen Veranstaltungen auch immer am Ein- oder Ausgang einen Stand zum Thema „Briefwahl beantragen“ aufzubauen und zu besetzen. Dies ermöglicht die direkte Ansprache und das Angebot, Briefwahlanträge ausfüllen zu können. Ein Dialog könnte folgendermaßen aussehen:

Wahlhelfer:

„Guten Abend, hat Ihnen die Veranstaltung gefallen, wie fanden Sie es?“

Besucher:

„Ja, danke der Abend war sehr informativ ...“

Wahlhelfer:

„Wir sind heute Abend als Wahlhelfer da. Wenn Sie möchten, können Sie heute Abend hier Ihre Briefwahlanträge abgeben. Wir haben ein Formular, das Sie ausfüllen können. Wir bringen es ins Wahlbüro unserer Stadt/Gemeinde. Danach bringen wir Ihnen Ihre Briefwahlunterlagen vorbei.“

Wichtig ist, dass neben dem ausgefüllten Briefwahlantrag auch eine weitere Liste geführt werden muss, die Namen, Anschrift und Telefonnummer des Briefwahlbeantragenden enthält (siehe Anhang).

Diese Wahlhelfer-Stände bieten sich insbesondere auch bei Veranstaltungen der SPD-nahen Organisationen wie AWO, Naturfreunde und anderer befreundeter Vereine an. Hier besteht eine Grundsympathie, aber nicht alle Mitglieder sind auch automatisch SPD-Mitglieder, daher kann bei solchen Veranstaltungen mit einem ansprechenden Stand viel bewirkt werden. Praktisch bietet sich an, solche Stände am Eingang zum Veranstaltungssaal zu platzieren.





# BADEN-WÜRTTEMBERG **LEBEN**

## 2. Tür-zu-Tür

Wie oben dargestellt, ist das Format Tür-zu-Tür ein wichtiges Instrument im Wahlkampf. Die direkte Ansprache, verknüpft mit dem Angebot, Briefwahanträge abzugeben, ist kaum steigerbar. Ein Gespräch könnte wie folgt ablaufen:

Wahlhelfer:

„Guten Tag, mein Name ist \_\_\_\_\_ und ich wollte Ihnen Informationen zur Landtagswahl 2016 überreichen. Ich werbe für \_\_\_\_\_, der/die eine wichtige Arbeit für uns leistet/leisten kann.“

Bei neutral-freundlicher oder positiver Reaktion:

Wahlhelfer:

„Wir möchten auch die Wahlbeteiligung bei uns erhöhen, weil eine niedrige Wahlbeteiligung immer auch zu Lasten unseres Stadtteils/unsere Gemeinde geht. Wenn Sie ganz komfortabel wählen möchten, kann ich Ihnen anbieten, dass Sie über uns einen Briefwahantrag abgeben. Wir würden dann Ihren Antrag beim Wahlamt abgeben und Ihnen Ihre Briefwahlunterlagen vorbeibringen. Sie wählen dann wie Sie wollen.“

Auch hier ist wichtig, dass vermerkt wird, wo Briefwahlunterlagen über Wahlhelfer mitgenommen und abgegeben werden. Es bietet sich auch an, bei den Hausbesuchen eine Statistik über Briefwahanträge zu führen.

## 3. Politische Flashmobs

Flashmobs sind scheinbar spontane Zusammenschlüsse von Personen auf öffentlichen Plätzen mit dem Ziel gemeinsam eine Aktion durchzuführen. Auch im Wahlkampf können „Early Voting“-Flashmobs organisiert werden. Die Teilnehmenden können mit Musik, Plakaten etc. auf sich und damit auf die Wahl aufmerksam machen und so gemeinsam durch den Stadtteil ziehen. Auffallen ist hier die Devise. Die generierte Aufmerksamkeit sollte genutzt werden, um die Menschen auf der Straße auf die Wahl und ihr Wahlrecht aufmerksam zu machen. Im Gespräch kann dann entsprechend auf das Angebot, die Briefwahlunterlagen von Wahlhelferinnen und Wahlhelfern mitnehmen und abgeben zu lassen, hingewiesen werden. Entsprechende Anträge, die die Teilnehmenden dabei haben, können direkt vor Ort ausgefüllt werden.







# BADEN-WÜRTTEMBERG **LEBEN**

Wenn die Aktion in der Nähe des zentralen Wahllokals stattfindet, sollte auch angeboten werden, Personen zum Wahllokal zu begleiten, um dort schon im Vorfeld mit ihrem (Personal)ausweis wählen zu können. Hier ist wichtig zu beachten, dass die Wahlhelferinnen und Wahlhelfer nicht mit ins Wahlbüro gehen sollten, sondern lediglich „bis an die Tür“, um nicht das Gefühl zu vermitteln, man „verfolge bis an die Wahlurne“.



**SPD**

## **IV. Gefahr des Missbrauchs**

In der Vergangenheit gab es im Stadtstaat Hamburg und auch in Bayern immer mal wieder Probleme mit Briefwahanträgen und Wahlscheinen, die von identischen Personen ausgefüllt und unterschrieben wurden. Für manche scheint es verlockend, den Stimmzettel selbst auszufüllen.

Denn es erfordert viel Disziplin und Arbeit, jeden Wahlschein zurück zum Briefwähler zu bringen, unwissend, ob auch die eigene Partei bzw. der Kandidat oder die Kandidatin gewählt werden. Es gibt jedoch keine Entschuldigung, wenn mittels Briefwahl Wahlfälschungen vorgenommen werden. Deswegen empfehlen wir, auch zum Schutz der Kandidatinnen und Kandidaten, jede Wahlkämpferin und jeden Wahlkämpfer bei Anwendungen von „Early Voting“ eine Erklärung unterzeichnen zu lassen, wonach man sich verpflichtet, keine Unterschrift zu fälschen. Eine entsprechende Erklärung ist als Vordruck als Anlage beigefügt.



# BADEN-WÜRTTEMBERG **LEBEN**

## Vereinbarung über die Mitarbeit beim Wahlkampfinstrument „Early Voting“

zwischen

\_\_\_\_\_, Wahlkampfleiter/Wahlkampfleiterin

und \_\_\_\_\_, Wahlkampfhelfer/Wahlkampfhelferin

**SPD**

1. \_\_\_\_\_ beteiligt sich im Wahlkampf als Wahlhelfer/Wahlhelferin beim Wahlkampfinstrument „Early Voting“. Demnach wird Wählerinnen und Wählern angeboten, Briefwahanträge auszuhändigen und die ausgefüllten Anträge bei der Stadtverwaltung/Gemeindeverwaltung abzugeben. Die dann ausgehändigten Briefwahlunterlagen werden der Wählerin bzw. dem Wähler wieder gebracht und es wird angeboten, die Briefwahlunterlagen bei der Stadtverwaltung/Gemeindeverwaltung abzugeben.

2. \_\_\_\_\_ wurde darüber aufgeklärt, dass die Fälschung der Unterschrift eine Wahlfälschung bzw. Urkundenfälschung ist und es sich dabei um Straftaten handelt.

3. \_\_\_\_\_ versichert, keine Unterschriften von Wählerinnen und Wählern zu fälschen und nur ordnungsgemäß ausgefüllte Briefwahanträge und Briefwahlunterlagen abzugeben.

4. \_\_\_\_\_ verpflichtet sich, beobachtete Unregelmäßigkeiten im Rahmen der Anwendung des Wahlkampfinstruments „Early Voting“ der Wahlkampfleitung zu melden.

\_\_\_\_\_  
Ort, Datum

\_\_\_\_\_  
Wahlkampfleitung

\_\_\_\_\_  
Name



# BADEN-WÜRTTEMBERG **LEBEN**



## Haustürwahlkampf – Liste

-Bitte für statistische Zwecke als Strichliste ausfüllen\*-

Datum	Team			
Straße				
Ort des Wahllokals				
Angetroffen				Nicht angetroffen:
Positives Feedback	Neutrales Feedback	Negatives Feedback	Unterstützung bei Briefwahl	

\*Wir sind/Ich bin damit einverstanden, dass diese Daten für statistische Zwecke und die Optimierung des Haustürwahlkampfes genutzt werden.