



August 2009

## Einladung zum Gespräch

### **Die Werbekampagne der Partei DIE LINKE zur Bundestagswahl 2009 – glaubwürdig und klar**

*Von Harald Pätzolt und Reiner Strutz*

Wenn gelegentlich behauptet wird, dass DIE LINKE nicht von der Krise profitiere, so setzen wir dem entgegen: Wir profitieren seit Gründung der Partei bei allen Wahlen von einer klaren Linie unserer Politik. Das gilt sowohl politisch wie werberisch. Damit das bei der Bundestagswahl am 27. September 2009 wieder so ist, stellt DIE LINKE in den Mittelpunkt ihrer Plakatkampagne konsequent jene Themen, die ihre politische Agenda seit 2005 bestimmen: »Hartz IV abwählen«, »Reichtum besteuern«, »Mindestlohn gerade jetzt«, »Gegen die Rente ab 67«, »Mehr Geld für Bildung, nicht für Banken«, »Raus aus Afghanistan« – alles mehrheitsfähige Positionen in der Gesellschaft. Wir setzen dabei weiterhin auf ein bewährtes Plakatprinzip: Die Hauptlosung in Verbindung mit dem dominanten Rot und unserem Parteilogo ist für die Fernwirkung bestimmt und damit auch für Autofahrer erfassbar. Die erläuternden Texte umreißen unsere Positionen und verweisen auf das Internet, in dem wir sie ausführlich und authentisch erläutern. Damit unterscheiden wir uns bewusst von den anderen Parteien, die sich oft auf Losungen beschränken. Wer nur begrenzt Zugang zum Internet hat, findet unsere Positionen auf thematischen Handzetteln als Untersetzung der Plakate wieder. Überhaupt wird unser Wahlkampf dann erfolgreich sein, wenn die werblichen Mittel insbesondere genutzt werden, um mit den Bürgerinnen und Bürgern ins persönliche Gespräch zu kommen. Dazu dienen auch das Kurzwahlprogramm, die Wahlzeitung und der Bürgerbrief, die in einer hohen Auflage hergestellt werden und vor allem zum Verteilen durch unsere Aktivistinnen und Aktivisten bestimmt sind. Damit zeigen wir glaubhaft und öffentlich: »Hier ist DIE LINKE«.

Und weil Glaubwürdigkeit gerade in der politischen und werberischen Auseinandersetzung in der Krise ein zentrales Thema ist, werden die beiden bekanntesten Personen der LINKEN, Gregor Gysi und Oskar Lafontaine, erneut prominent auf Wahlkampfmitteln für unsere Partei werben. Aber es werden auch viele weitere bekannte wie neue Gesichter auf Personenplakaten und -faltblättern ansprechend präsentiert.

Apropos Glaubwürdigkeit: Es wird der SPD nicht viel nützen, dass sie klammheimlich in ihrer Werbung zu unserem Rot gewechselt ist und insgesamt ihre Flächen röter geworden sind – DIE LINKE ist auf diesem Felde einfach besser, weil glaubwürdiger und konsequenter, auch wenn wir für diesen Wahlkampf im Vergleich mit der SPD nur ein Sechstel der finanziellen Mittel zur Verfügung haben.

Wesentlich erweitert hat DIE LINKE ihr Angebot im Internet. Es ist informativer und lebendiger als früher, dient nicht nur der Information, sondern zunehmend der Organisation und Vernetzung der Wahlkampfaktivistinnen und -aktivisten. Hierbei werden Erfahrungen gesammelt, die wichtig für die künftige politische Arbeit und neue Organisationsformen sind.

*Dr. Harald Pätzolt ist im Wahlstab verantwortlich für Strategie, Reiner Strutz ist Geschäftsführer der Agentur Trialon.*

Quelle: [http://die-linke.de/politik/disput/aktuelle\\_ausgabe/detail/artikel/einladung-zum-gespraech/](http://die-linke.de/politik/disput/aktuelle_ausgabe/detail/artikel/einladung-zum-gespraech/)