

Rheinland-Pfalz

SPD

DATENBASIERTE MOBILISIERUNGSSTRATEGIEN IN DER WAHLKAMPF-PRAXIS

DANIEL STICH
GENERALSEKRETÄR UND LANDESGESCHÄFTSSTELLENLEITER DER SPD RHEINLAND-PFALZ
@D_Stich

Das Gold des 21. Jahrhunderts

INHALT

Seite 1 — Das Gold des 21. Jahrhunderts

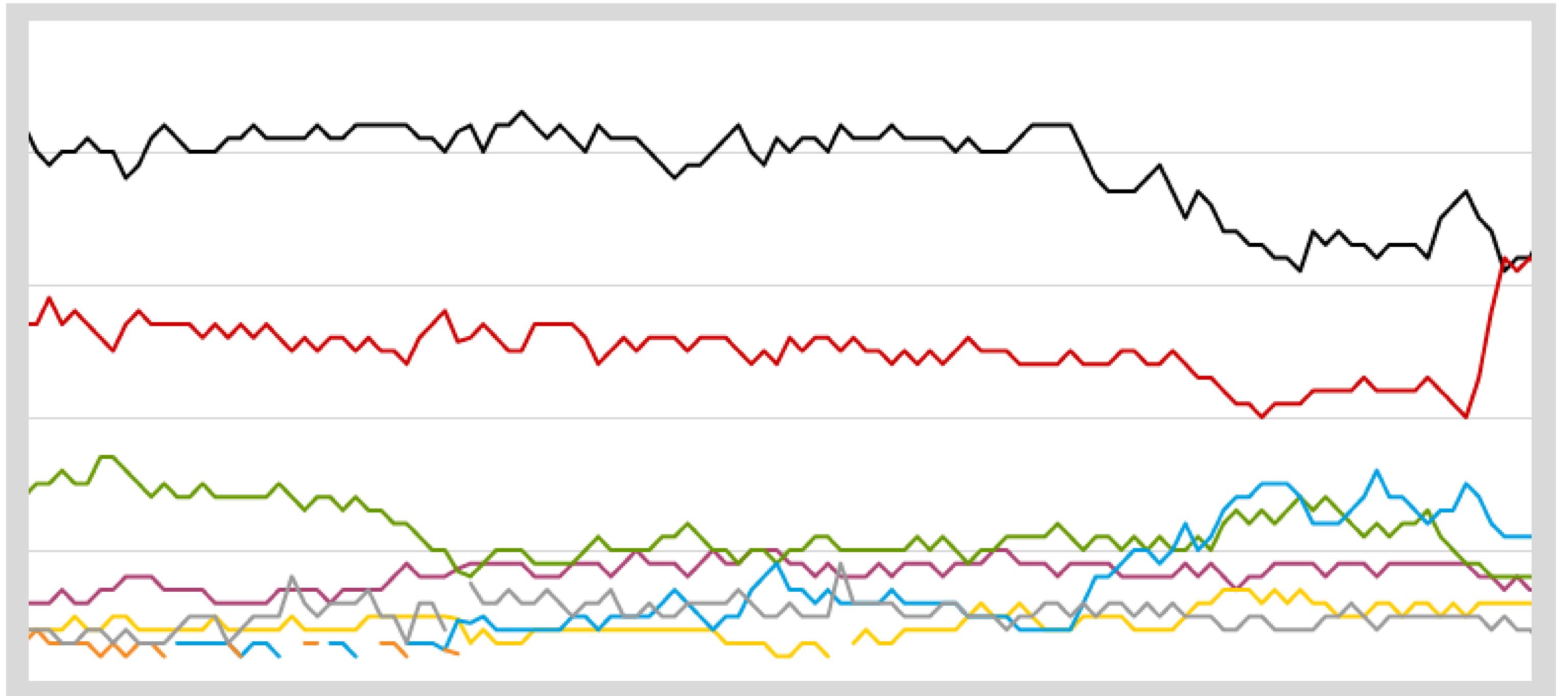
Seite 2 — Profis helfen bei der Daten-Auswertung

Auf einer Seite lesen >

"Die Digitalisierung aller Lebensbereiche bringt gigantische Datenmengen hervor. Aktuell umfasst das digitale Universum rund 4,4 Zettabyte – zwei Ziffern mit 20 Nullen dahinter. Bis 2020 soll sich dieser Wert verzehnfachen, also auf 44 Billionen Gigabyte anschwellen." Die Datev ist ein Softwarehaus und IT-Dienstleister für Steuerberater, Wirtschaftsprüfer und Rechtsanwälte sowie deren Mandanten. Außerdem ist Kempf Präsident des Branchenverbands Bitkom, der sich für die Unternehmen aus dem IT-Bereich einsetzt.

"Big Data" klingt futuristisch. Wofür steht der Begriff?

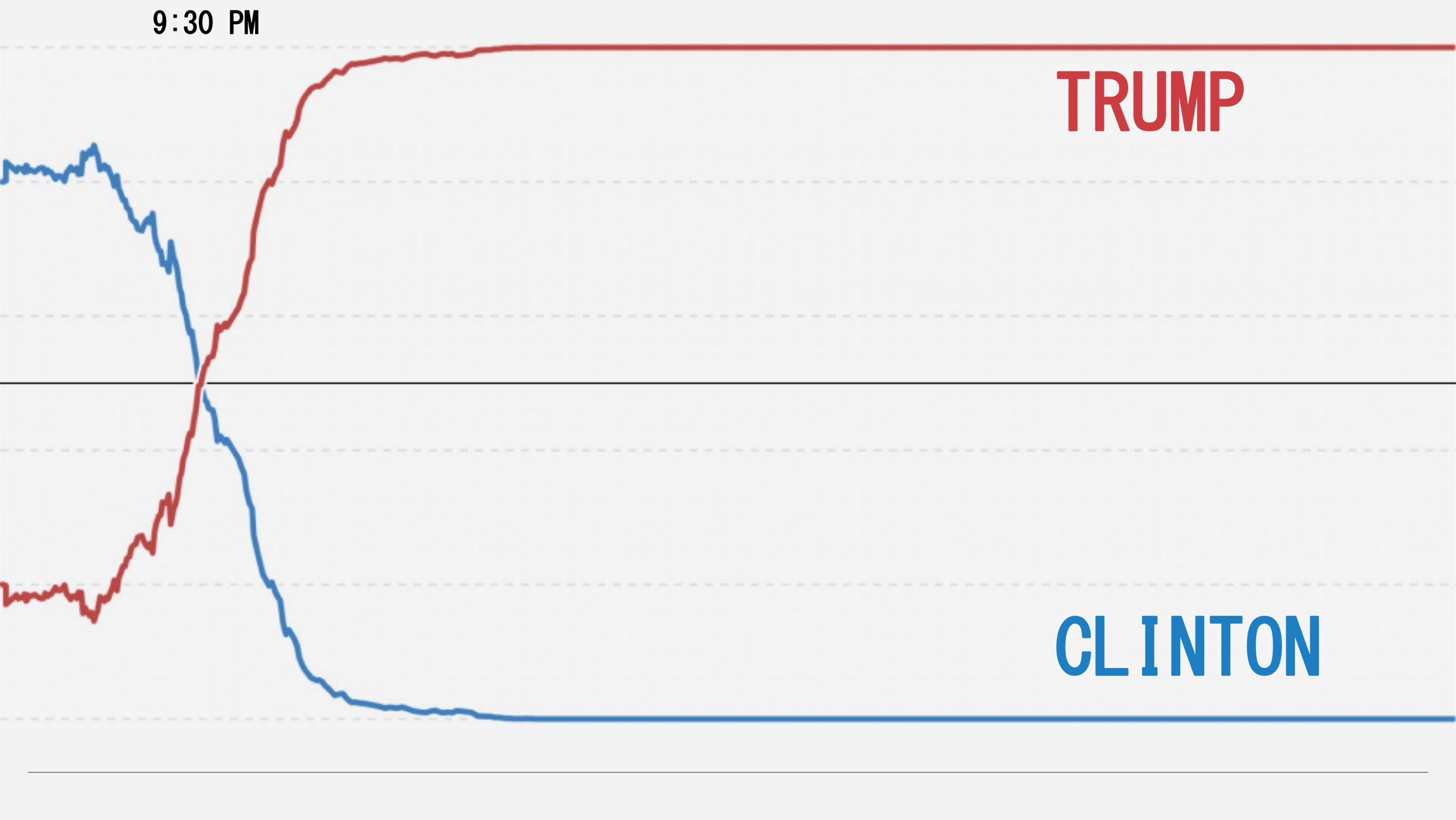
I DIE RELEVANZ VON DATEN IN DER POLITISCHEN KOMMUNIKATION



9:30 PM

TRUMP

CLINTON



A man with dark hair and a light beard is sitting on a dark, textured couch. He is wearing a light blue and white plaid button-down shirt. He is looking out of a window to his left, where light is streaming in. The background is a plain, light-colored wall.

Ich habe nur gezeigt, dass es die Bombe gibt

Der Psychologe Michal Kosinski hat eine Methode entwickelt, um Menschen anhand ihres Verhaltens auf Facebook minutiös zu analysieren. Und verhalf so Donald Trump mit zum Sieg.



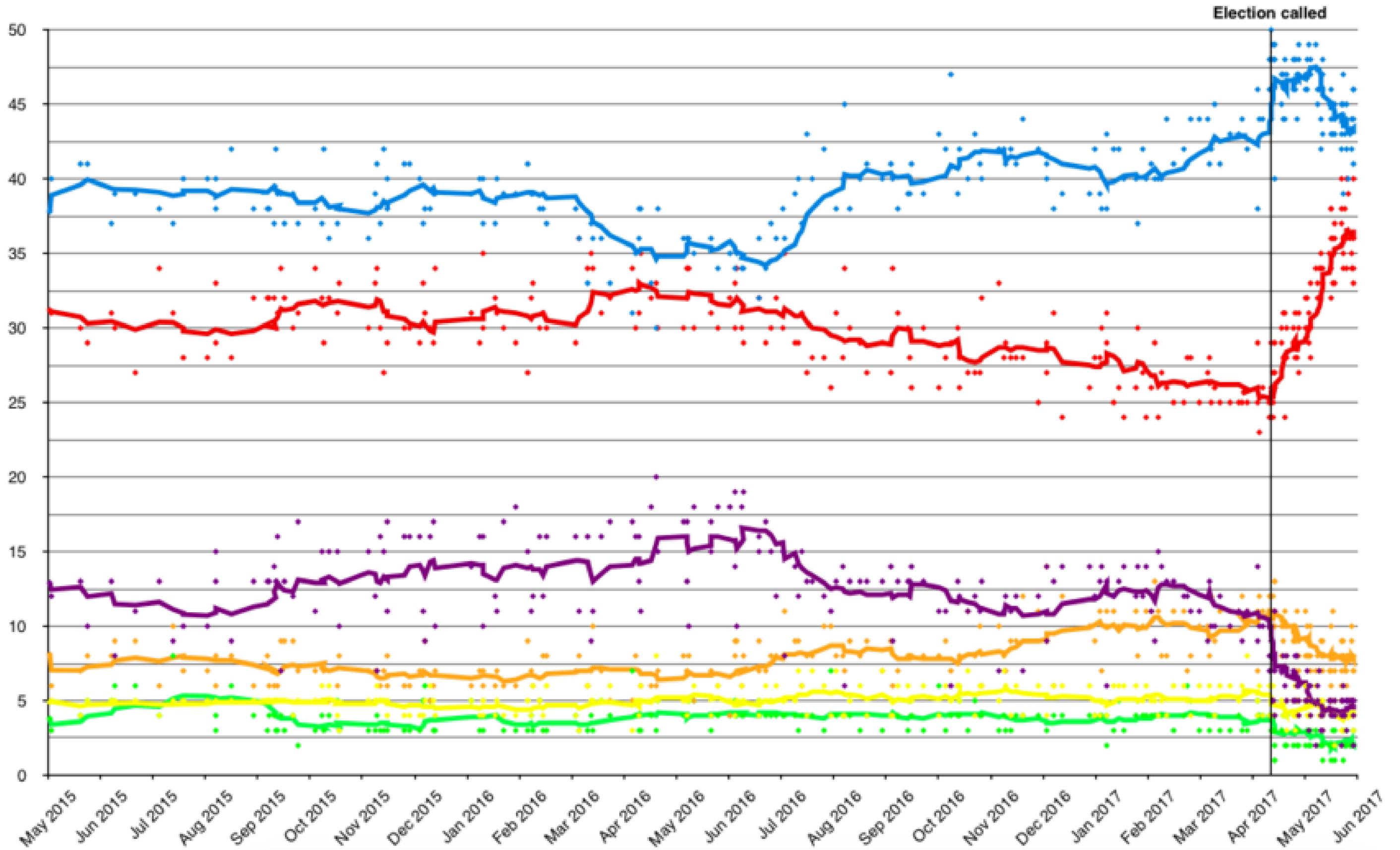
A photograph of Theresa May and Jeremy Corbyn standing in front of the black door of 10 Downing Street. Theresa May is on the left, wearing a dark jacket and a necklace. Jeremy Corbyn is on the right, wearing a dark suit and a red tie. The door has the number '10' on it and a decorative archway above it. A black metal fence is in the foreground.

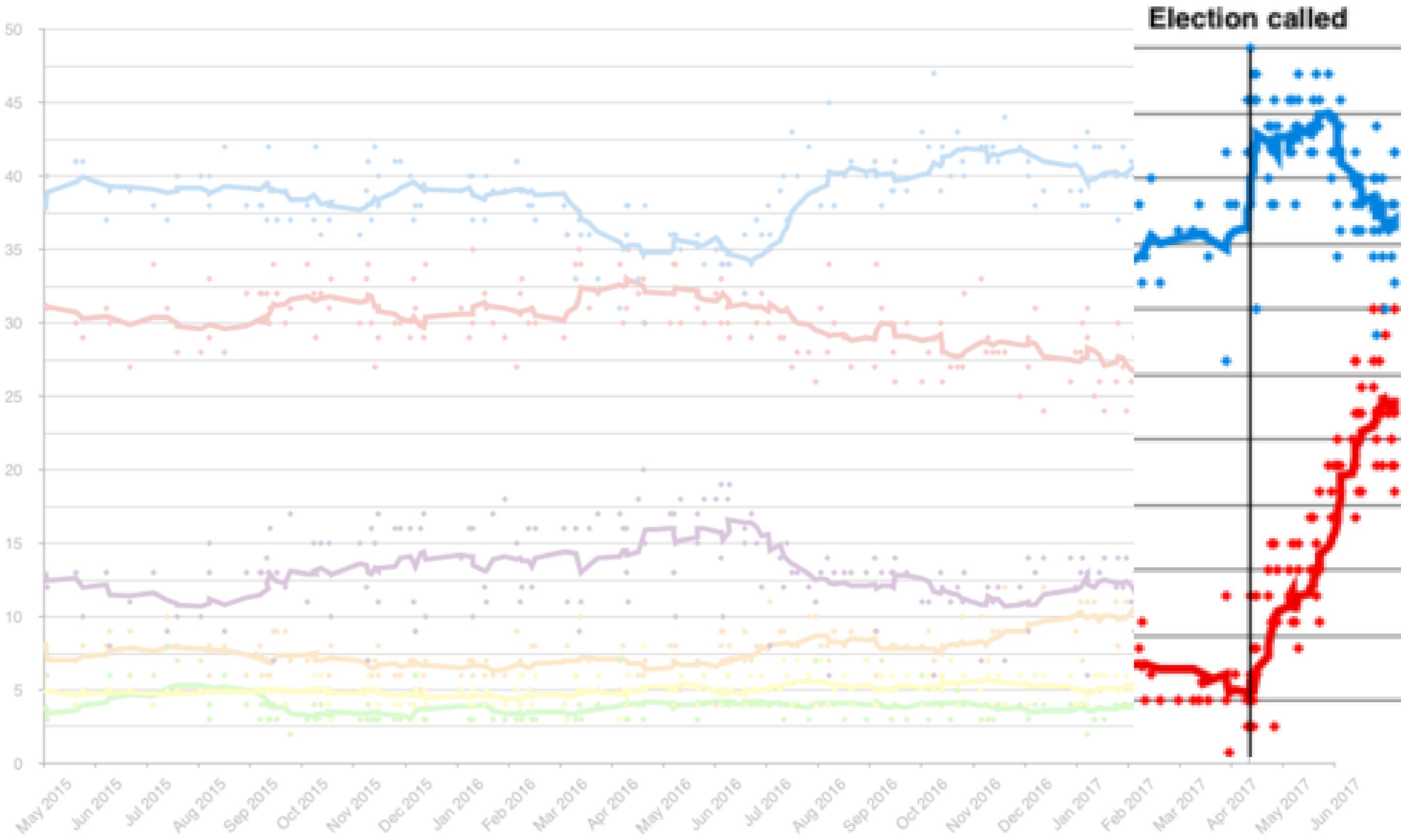
**THERESA MAY:
FOR BRITAIN**

 Conservatives

FOR THE MANY NOT THE FEW

 Labour





Election 2017: Was it Facebook wot swung it?















I DIE RELEVANZ VON DATEN IN DER POLITISCHEN KOMMUNIKATION

- **DER OBAMA–WAHLKAMPF 2008 VERÄNDERT DAS VERHÄLTNIS ZU DATEN IM WAHLKAMPF FUNDAMENTAL!**

- SYSTEMATISCHER AUFBAU VON UNTERSTÜTZER–DATENBANKEN
- ZIELGRUPPENSPEZIFISCHE SOCIAL MEDIA AUSSPIELUNGEN
- ZENTRAL AUSGESTEUERTER HAUSTÜR–WAHLKAMPF



SOCIAL MEDIA
WAHLKAMPF

- **DER OBAMA–WAHLKAMPF 2012 PROFESSIONALISIERT DEN UMGANG MIT DATEN IM WAHLKAMPF ENTSCHEIDEND!**

- VORTEIL DURCH GEWACHSENE DATENBANKEN
- AUSWEITUNG UND VERKNÜPFUNG DES VORHANDENEN DATENMATERIALS

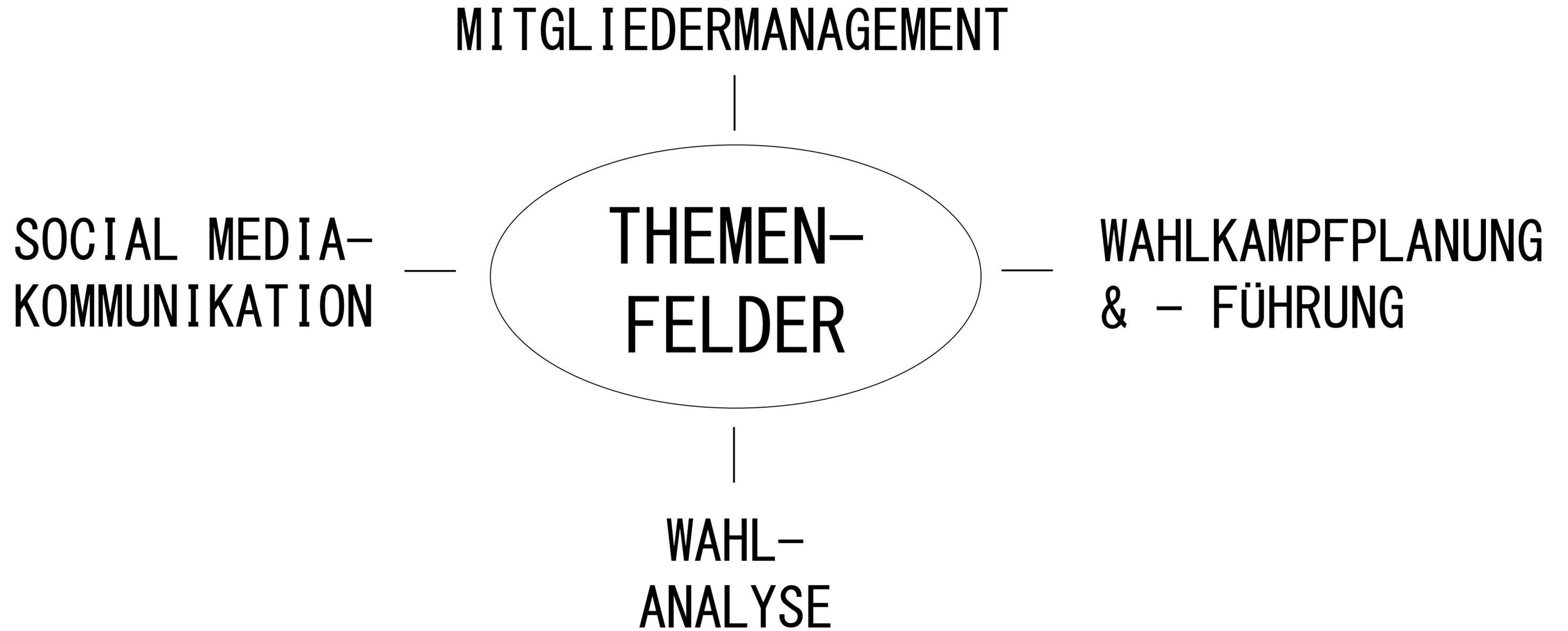


BIG DATA
WAHLKAMPF

II DIE RELEVANZ VON DATEN IM DEUTSCHEN WAHLKAMPF



II DIE RELEVANZ VON DATEN IM DEUTSCHEN WAHLKAMPF



II DIE RELEVANZ VON DATEN IM DEUTSCHEN WAHLKAMPF

- BUNDESTAGSWAHLKAMPF 2009: DER SOCIAL MEDIA WAHLKAMPF?



II DIE RELEVANZ VON DATEN IM DEUTSCHEN WAHLKAMPF

- **SOCIAL MEDIA IM LANDTAGSWAHLKAMPF IN RHEINLAND-PFALZ 2011**

Ich und Kurt Beck

Unterstützerwebsite zur Landtagswahl 2011

In 270 Tagen ist Landtagswahl.

UNTERSTÜTZE KURT BECK!

Kurt Beck tut Rheinland-Pfalz gut. Auch in den kommenden Jahren soll dies so bleiben. Unser Land soll gerecht und solidarisch weiter vorangebracht werden. Dafür braucht Kurt Beck dich und deine Unterstützung.



II DIE RELEVANZ VON DATEN IM DEUTSCHEN WAHLKAMPF

- **BUNDESTAGSWAHL 2013: HAUSTÜRWAHLKAMPF KOMMT ZURÜCK NACH DEUTSCHLAND**



II DIE RELEVANZ VON DATEN IM DEUTSCHEN WAHLKAMPF

- **FEST STEHT: DIE UNTERSCHIEDE ZWISCHEN US-WAHLKÄMPFEN UND DEUTSCHEN WAHLKÄMPFEN BLEIBEN IN WESENTLICHEN BEREICHEN ENORM:**



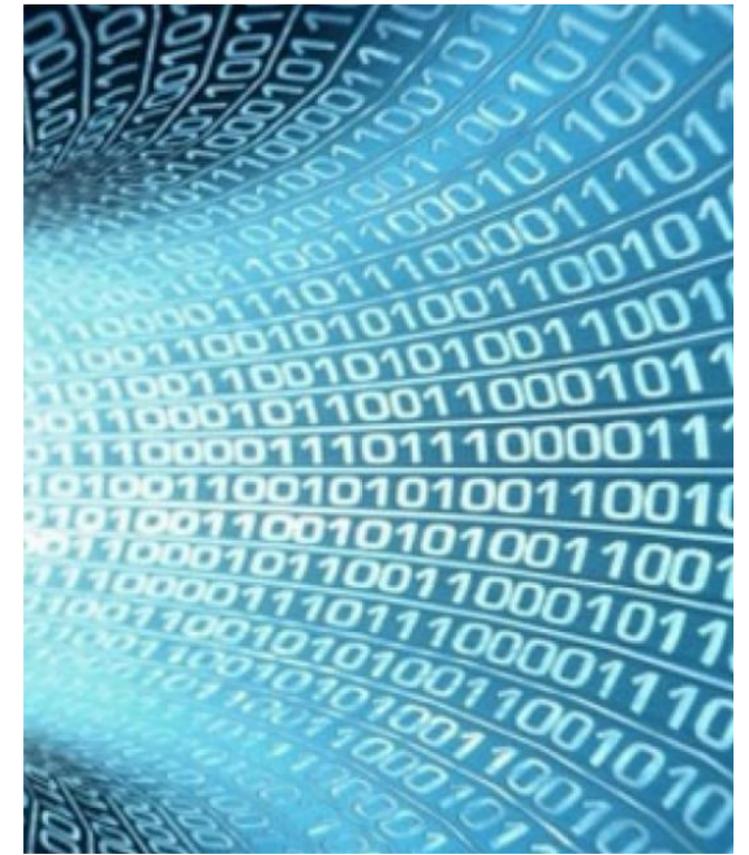
BUDGETS



SPIRIT



WAHLRECHT

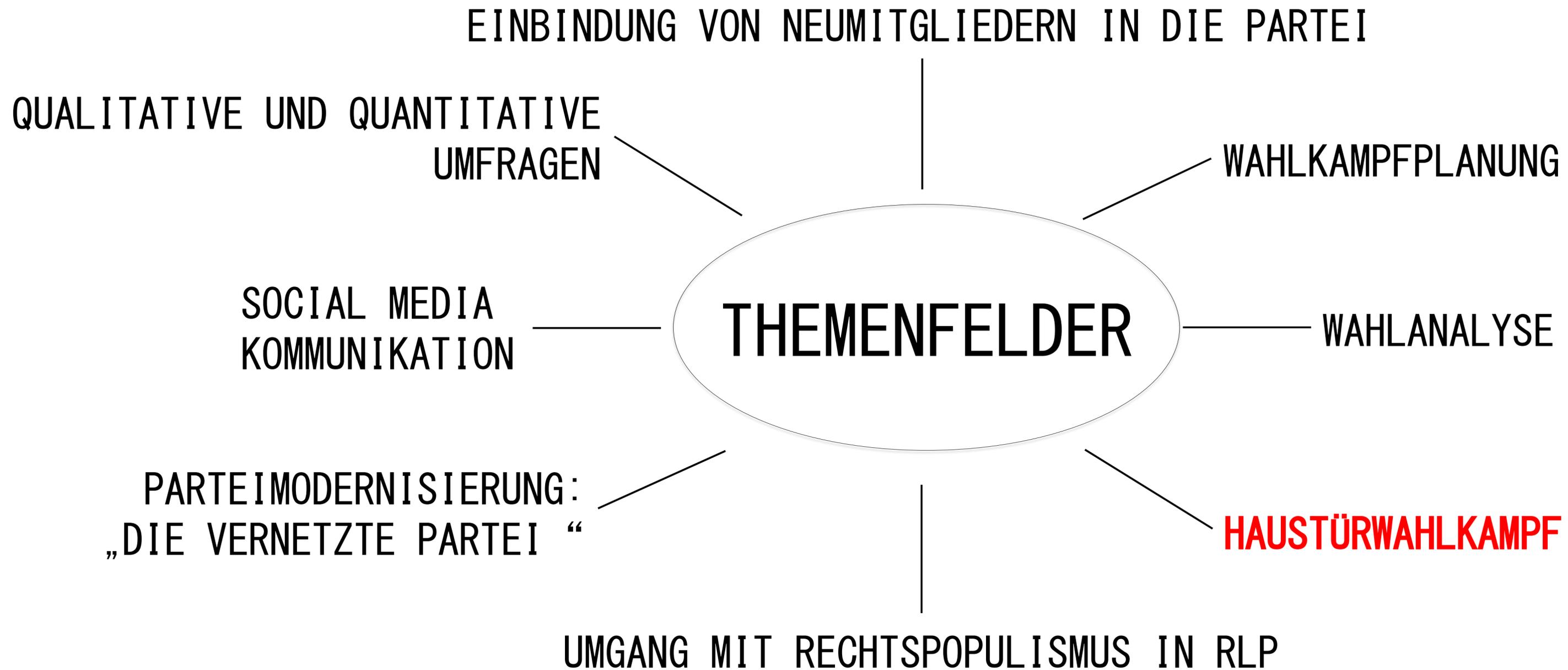


DATENSCHUTZ

III DATENBASIERTE MOBILISIERUNG BEI DER SPD RLP



III DATENBASIERTE MOBILISIERUNG BEI DER SPD RLP



IV DATENBASIERTE MOBILISIERUNG DURCH HAUSTÜRBEUCHE



HAUSTÜRWAHLKAMPF

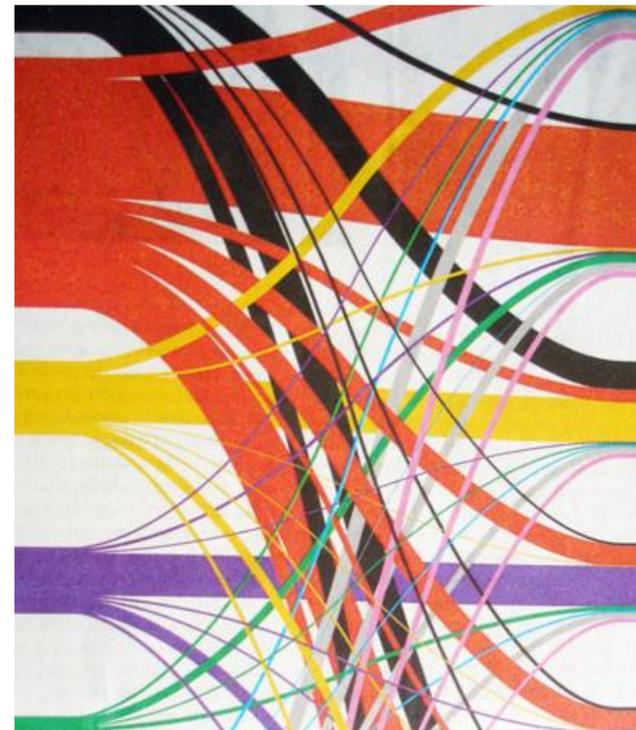
JEDE KLINGEL ZÄHLT!

IV DATENBASIERTE MOBILISIERUNG DURCH HAUSTÜRBEZUCHE

- SYSTEMATISCHE HAUSTÜRBEZUCHE STELLEN SEIT 2016 ZENTRALES WAHLKAMPFINSTRUMENT DER SPD RLP DAR, WEIL ...



VERÄNDERTE
MEDIENNUTZUNG



SINKENDE
PARTEIBINDUNG



ABNEHMENDE
WAHLBETEILIGUNG

IV DATENBASIERTE MOBILISIERUNG DURCH HAUSTÜRBEsuche

I VERÄNDERTE MEDIENNUTZUNG



IV DATENBASIERTE MOBILISIERUNG DURCH HAUSTÜRBEsuche

II NACHLASSENDE IDENTIFIKATION MIT POLITISCHEN PARTEIEN



IV DATENBASIERTE MOBILISIERUNG DURCH HAUSTÜRBEUCHE

III SINKENDE WAHLBETEILIGUNG VOR ALLEM BEI SPD-NAHEN BEVÖLKERUNGSSCHICHTEN



IV DATENBASIERTE MOBILISIERUNG DURCH HAUSTÜR-BESUCHE



**FLÄCHENDECKENDE & DURCHDRINGENDE
MOBILISIERUNG WAR NIE WICHTIGER ALS HEUTE!**

**FÜR DIE MEISTEN WAHLKAMPFINSTRUMENTE
GIBT ES KEINE WISSENSCHAFTLICHEN BELEGE FÜR
DIE EFFEKTSTÄRKEN IHRER WIRKSAMKEIT.
FÜR HAUSTÜRWAHLKAMPF SCHON!**

**„DOOR–TO–DOOR CANVASSING IS THE MOST
CONSISTENTLY EFFECTIVE AND EFFICIENT METHOD
OF VOTER MOBILIZATION. “ (GREEN/GERBER 2004)**

IV DATENBASIERTE MOBILISIERUNG DURCH HAUSTÜRBEVISUCHE



DESHALB SETZT DIE SPD RHEINLAND-PFALZ BEI ALLEN WAHLEN AUF SYSTEMATISCHEN HAUSTÜRWAHLKAMPF.

DIE PLANUNG, DURCHFÜHRUNG UND ANALYSE VON HAUSTÜRBEVISUCHEN ERFOLGT BEI DER SPD RHEINLAND-PFALZ FÜR ALLE SCHRITTE DATENBASIIERT.

DIE UMSETZUNG ERFOLGT IM EIGENEN HAUS.



IV DATENBASIERTE MOBILISIERUNG DURCH HAUSTÜRBEVISUCHE

- 1 DATENANALYSE UND AUFBEREITUNG DES MATERIALS FÜR DIE WAHLKÄMPFER
 - 2 TRAINING DER WAHLKÄMPFER VOR ORT FÜR DEN HAUSTÜRWAHLKAMPF
 - 3 DURCHFÜHRUNG VON HAUSTÜRBEVISUCHEN
 - 4 NACHJUSTIEREN DURCH EINEN STÄNDIGEN DRAHT ZU DEN WAHLKÄMPFERN
 - 5 WAHLTAG
 - 6 ANALYSE DES ERFOLGS DER MASSNAHME
-



IV DATENBASIERTE MOBILISIERUNG DURCH HAUSTÜRBEZUCHE

- IM SINNE DER FORSCHUNG BASIERT UNSER VORGEHEN AUF DER PRÄMISSE:
 - HOCHBURGEN STÄRKEN UND MOBILISIERUNGSPOTENZIALE HEBEN

 - IDENTIFIKATION DER SPD-HOCHBURGEN UND MOBILISIERUNGSGEBIETE ERFOLGT AUF BASIS QUANTITATIVER ANALYSE:
 - STIMMBEZIRKSBASIERT
 - LANDESWAHLLEITER ALS DATENQUELLE
-

IV DATENBASIERTE MOBILISIERUNG DURCH HAUSTÜRBEZUCHE

- FOLGENDE **MATERIALIEN** WERDEN AUS DER DATENANALYSE GENERIERT:
 - AUFLISTUNG DER HOCHBURGEN UND MOBILISIERUNGSSTIMMBEZIRKE
 - STRASSENLISTE
 - TIPPS ZUR DURCHFÜHRUNG VON HAUSTÜRBEZUCHEN
 - DOKUMENTATIONSBOGEN FÜR DIE HAUSTÜRBEZUCHE
 - INSPIRATION FÜR DIE GESPRÄCHSFÜHRUNG

 - DIE **TRAININGS** DIENEN DER ERLÄUTERUNG, DES GEGENSEITIGEN KENNENLERNENS UND DES SAMMELNS ERSTER GEMEINSAMER ERFABRUNGEN AN DEN HAUSTÜREN
-

IV DATENBASIERTE MOBILISIERUNG DURCH HAUSTÜRBEVISUCHE

- NACH DER DURCHFÜHRUNG DER HAUSTÜRBEVISUCHE ERFOLGT DIE **ANALYSE**:
 - WIE VIELE . . .
 - HAUSTÜREN WURDEN GEKLOPFT?
 - KONTAKTE WURDEN HERGESTELLT?
 - SPD-WÄHLER UND SYMPATHISANTEN WURDEN GETROFFEN?
 - NEUE WAHLKÄMPFER WURDEN GEVONNEN?

 - BASIEREND DARAUF WERDEN GGF. **JUSTIERUNGEN** VORGENOMMEN (GEBIET, MATERIAL, TAGESZEIT..) UND WEITERE HAUSTÜRBEVISUCHE DURCHGEFÜHRT

 - NACH DEM **WAHLTAG**: UMFASSENDE ANALYSE AUF STIMMBEZIRKSEBENE
-

V HAUSTÜRBEUCHE IM LANDTAGSWAHLKAMPF 2016



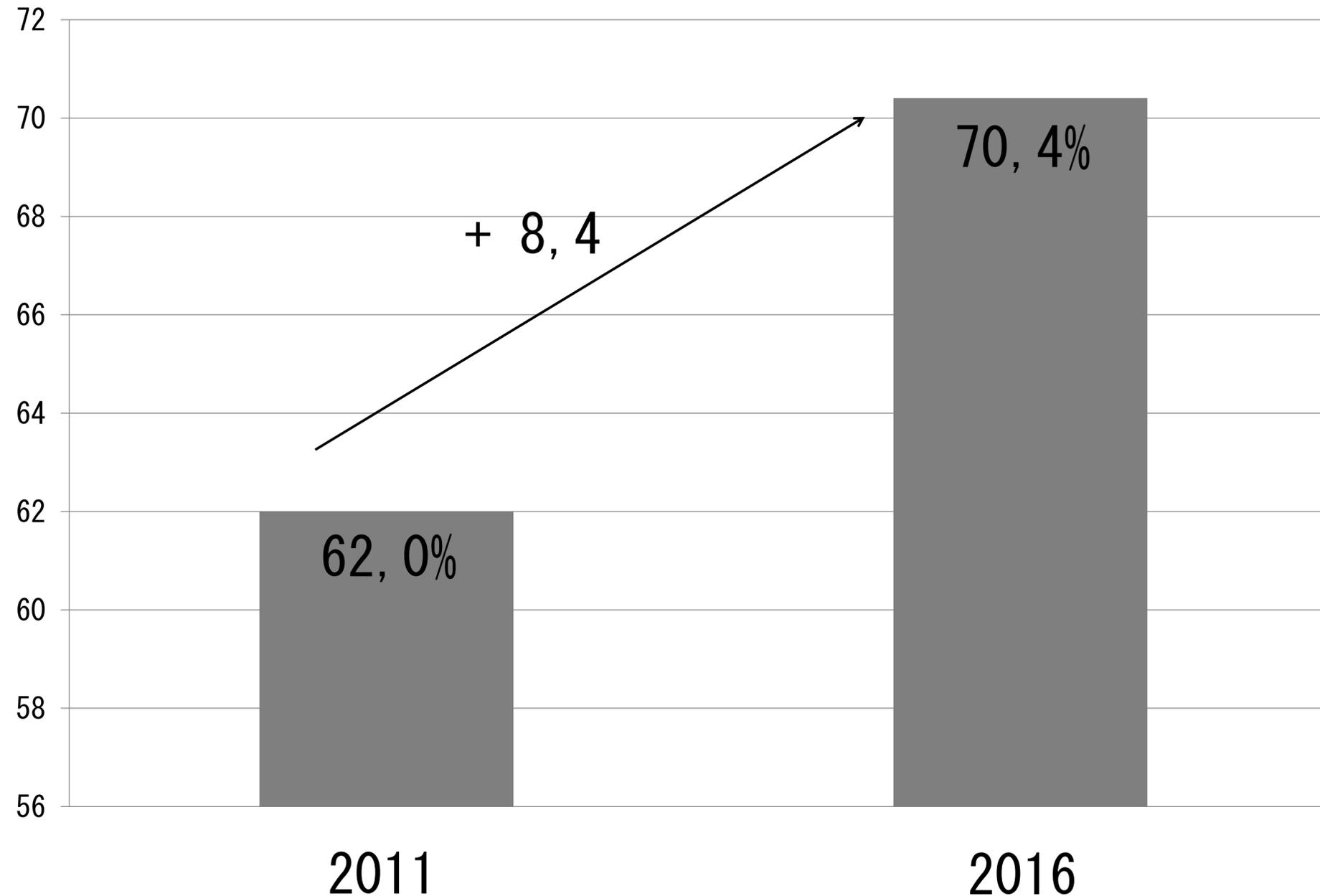
V HAUSTÜRBEZUCHE IM LANDTAGSWAHLKAMPF 2016

**IN 18 VON 51 WAHLKREISEN
WURDEN SYSTEMATISCHE
HAUSTÜRBEZUCHE DURCHGEFÜHRT**

**38.000 GEKLOPFTE HAUSTÜREN UND
ÜBER 18.000 KONTAKTE MIT
BÜRGERN AUS RHEINLAND-PFALZ**

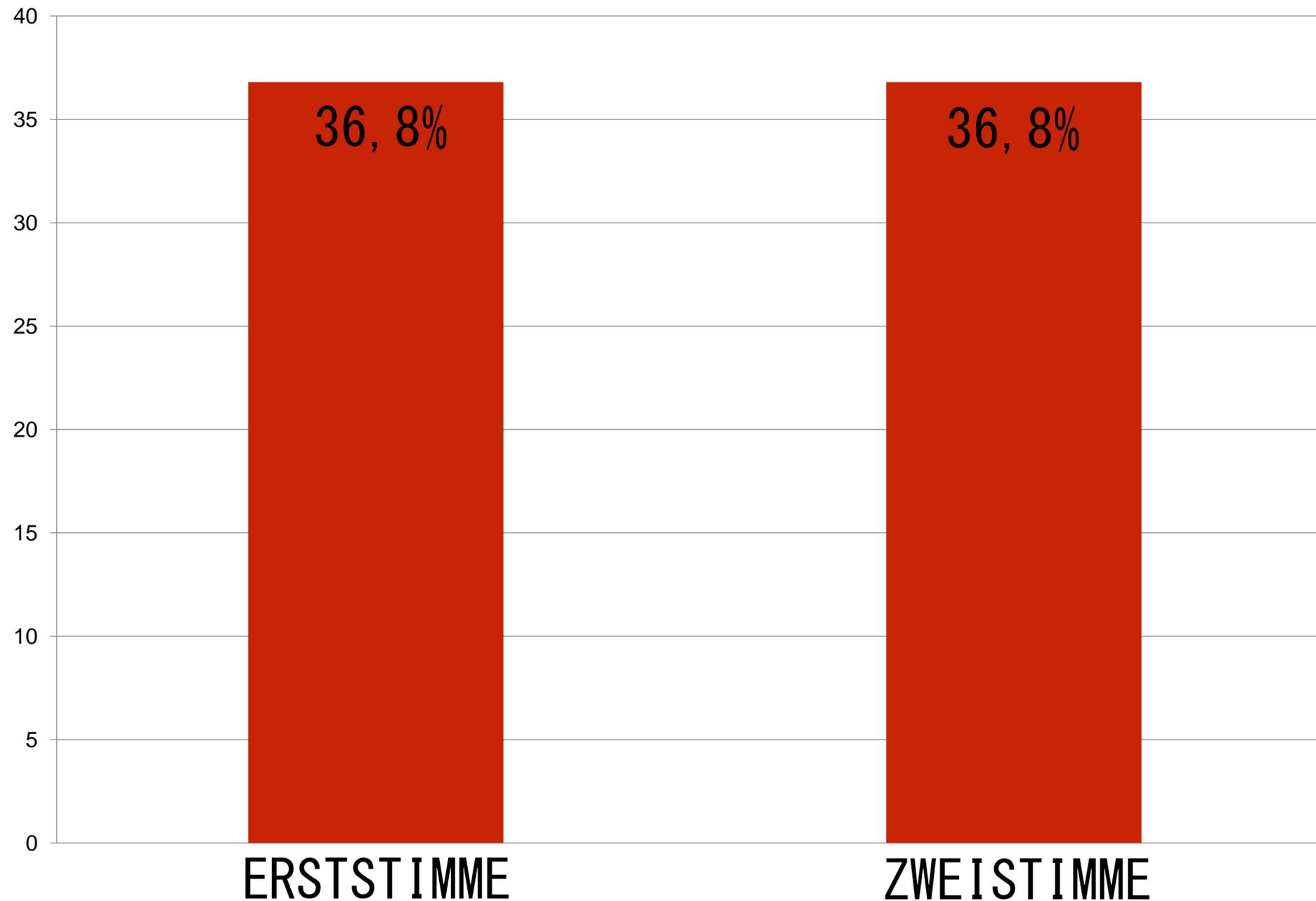


V HAUSTÜRBEsuchE IM LANDTAGSWAHLKAMPF 2016



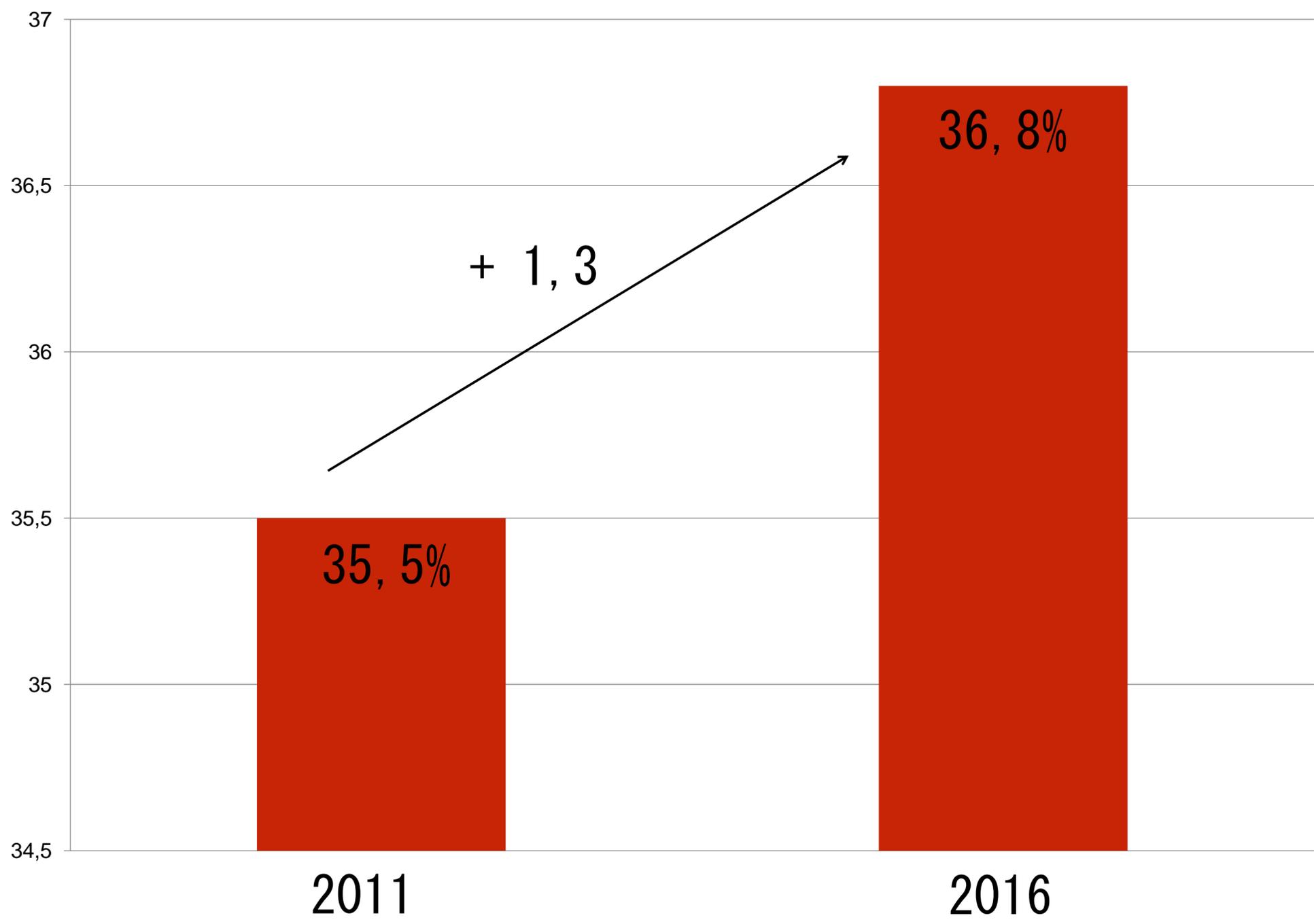
- WAHLBETEILIGUNG
- IN WAHLKREISEN MIT HAUSTÜRBEsuchEN LAG DIE WAHLBETEILIGUNG BEI 71.1 % (+0.7 PROZENTPUNKTE ÜBER DEM LANDESSCHNITT)

V HAUSTÜRBEsuchE IM LANDTAGSWAHLKAMPF 2016



- **SPD-ERGEBNISSE**
- **IN WAHLKREISEN MIT HAUSTÜRBEsuchEN LAG DAS ERSTSTIMMENERGEBNIS BEI 36.8 % (+0.7 PROZENTPUNKTE ÜBER DEM LANDESSCHNITT)**
- **DAS ZWEITSTIMMENERGEBNIS LAG BEI 36.8 % (+0.6 PROZENTPUNKTE , ÜBER DEM LANDESSCHNITT)**

V HAUSTÜRBEsuchE IM LANDTAGSWAHLKAMPF 2016



- **IM VGL. ZU 2011 STIEG DAS LANDESERGEBNIS BEI WAHLKREISEN MIT HAUSTÜRBEsuchEN AUF 36.8% AN (+1.3 PROZENTPUNKTE), WÄHREND ES AUF LANDESEBENE LEDIGLICH UM 0.5 PROZENTPUNKTE (AUF 36.2 %) ANSTIEG**

V HAUSTÜRBEsuche IM LANDTAGSWAHLKAMPF 2016

- DAS BEISPIEL MAINZ I
- 2826 GEKLOPFTE HAUSTÜREN, 1266 KONTAKTE
- WAHLBETEILIGUNG: 72.4% (+ 10.2% ZU 2011)
- SPD-ERSTSTIMME: 40.3% (+ 6.5% ZU 2011)
- SPD-ZWEITSTIMME: 41.3% (+ 10.1% ZU 2011)

Stimmbezirk	WB 2016 in %	SPD Landesstimme 2016 in %	WB 2011 in %	SPD Landesstimme 2011 in %	Veränderung WB in %	Veränderung SPD Landesstimme in %
01608 Mainz/Neustadt	57,9	45,8	48,4	37,0	9,5	8,8
01690 Mainz/Neustadt	47,2	49,8	38,8	36,9	8,4	12,9
02406 Mainz/Oberstadt	55,1	39,8	43,0	33,5	12,1	6,3
02506 Mainz/Hartenberg/Münchfeld	60,0	49,9	56,9	33,5	3,1	16,4
07104 Mainz/Weisenau	63,7	52,3	56,6	48,1	7,1	4,2

V HAUSTÜRBEsuchE IM LANDTAGSWAHLKAMPF 2016

- DAS BEISPIEL MAINZ II
- 3668 GEKLOPFTE HAUSTÜREN, 1223 KONTAKTE
- WAHLBETEILIGUNG: 74.5% (+ 6.8% ZU 2011)
- SPD-ERSTSTIMME: 38.9% (+ 4.9% ZU 2011)
- SPD-ZWEITSTIMME: 38.0% (+ 8.9% ZU 2011)

Stimmbezirk	WB 2016 in %	SPD Landesstimme 2016 in %	WB 2011 in %	SPD Landesstimme 2011 in %	Veränderung WB in %	Veränderung SPD Landesstimme in %
03102 Mainz/Mombach	54,0	44,9	45,7	41,3	8,3	3,6
04109 Mainz/Gonsenheim	53,4	45,0	44,0	39,8	9,4	5,2
04110 Mainz/Gonsenheim	55,3	39,9	44,7	38,1	10,6	1,8
05107 Mainz/Bretzenheim	74,8	40,0	64,7	24,3	10,1	15,7
05303 Mainz/Lerchenberg	57,8	43,1	54,8	39,5	3,0	3,6

V HAUSTÜRBEsuchE IM BUNDESTAGSWAHLKAMPF 2017

**HAUSTÜRBEsuchE ZAHLEN SICH AUS!
DESHALB SETZEN WIR AUCH ZUM
BUNDESTAGSWAHLKAMPF 2017 AUF
HAUSTÜRBEsuchE.**

V HAUSTÜRBEsuchE IM BUNDESTAGSWAHLKAMPF 2017

- DAS DATENMATERIAL IST ANALYSIERT
 - REGIONALE CAMPAIGNER UNTERSTÜTZEN DIE BUNDESTAGSKANDIDATEN VOR ORT
 - TRAININGS DER WAHLKÄMPFER SIND BEREITS ERFOLGT UND PASSIEREN FORTLAUFEND
 - DIE ERSTEN HAUSTÜRWAHLKÄMPFER SIND BEREITS GESTARTET

 - ZUSÄTZLICHE MOTIVATION DURCH NEUESTE UMFRAGE VON YUGOV (MAI/2017) :
 - ERST 9 % DER DEUTSCHEN HATTEN EINEN HAUSTÜRBEsuch
 - 44 % WAREN ZU EINEM GESPRÄCH BEREIT
 - 18 % SAGEN, DASS DAS GESPRÄCH IHRE WAHLENTSCHEIDUNG BEEINFLUSSEN KÖNNTE
-

VI AUSBLICK



VI AUSBLICK

- QUANTITATIVES UND QUALITATIVES DATENMATERIAL IST IN WESENTLICHE ARBEITSBEREICHE DER SPD RHEINLAND-PFALZ INTEGRIERT
 - WESENTLICHE ENTSCHEIDUNGEN IN UND AUSSERHALB DES WAHLKAMPFS WERDEN DATENBASIIERT GETROFFEN

 - IN DER ZUKUNFT:
 - **MODERNISIERUNG** DER SPD RHEINLAND-PFALZ ALS „VERNETZTE PARTEI “
 - MITGESTALTEN DER **PROFESSIONALISIERUNG** VON WAHLKÄMPFEN MIT HILFE VON DATEN
 - VERANKERUNG DER SPD ALS **HAUSTÜRPARTEI**
 - **VERFOLGEN** DER WAHLKAMPF-FORSCHUNG UND PRAGMATISCHE ADAPTION
-



LUST AUF HAUSBESUCHE?

SPD Landesgeschäftsstelle Rheinland Pfalz:
Email: LV.RHEINLAND-PFALZ@SPD.DE
Telefon: 06131 270 610
Facebook: [SPD RHEINLAND-PFALZ](https://www.facebook.com/SPD.RHEINLAND-PFALZ)