

rezensionen:kommunikation:medie n

Rezensionen aus den Bereichen Kommunikation und Medien

Silvano Moeckli: So funktioniert Wahlkampf

Redaktion · Mittwoch den 23. Januar 2019

Rezensiert von Ralf Spiller



“Einen Wahlkampf zu führen ist keine Wissenschaft, eher eine Kunst”, schreibt Silvano Moeckli im Vorwort. Diese “Kunst” versucht er dann auf den weiteren 210 Seiten in 10 Kapiteln zu vermitteln. Dabei geht es um den Kontext von Wahlkämpfen, Wahlkampfstrategien, Wahlkampagnen als Kommunikationsprozesse, Themen im Wahlkampf, Instrumente im Wahlkampf, die Kandidierenden, das Elektorat, die politische Konkurrenz und den Wandel von Wahlkämpfen.

Der Autor verspricht dabei keine Patentrezepte: Selbst der cleverste Berater könne nicht garantieren, dass der Auftraggeber die Wahl gewinnt. Allerdings sei jedes Wahlresultat immer auch kontextabhängig und darauf, ebenso wie auf andere Parameter, könnten Kandidierende durchaus Einfluss nehmen (vgl. 9). Durch das Buch könne der Leser sich Orientierungswissen aneignen und lernen, worauf es im Wahlkampf ankomme.

Moeckli verwendet Beispiele von Wahlkämpfen in den USA, der Schweiz, Deutschland, Österreich, Großbritannien und Frankreich. Insgesamt dominieren jedoch die Beispiele aus der Schweiz, aus der auch der Autor stammt. Neben der Darstellung von Wahlkampfstrukturen werden viele praktische Tipps für “Politik machen“ gegeben, z.B. wie man heiklen Fragen in politischen Interviews ausweicht (vgl. 115) oder wie man mit Anekdoten und Witzen ein Publikum für sich gewinnt (vgl. 118).

Während den Themen “Instrumente im Wahlkampf“ und “das Elektorat“ sehr viel Platz

eingräumt wird, kommt ein Thema viel zu kurz und wird nur am Rande abgehandelt: die “Konkurrenz innerhalb der (eigenen) Partei“ (194). Ist es für einen Wahlkampf doch notwendig, erst einmal von der eigenen Partei nominiert zu werden. Dies ist jedoch häufig schwierig und geht zum Teil mit erbitterten Kämpfen einher.

Moeckli geht auch auf aktuelle Themen ein, wie von Russland bezahlte Trolle zur Wahlkampfbeeinflussung (vgl. 139) oder “fake news“ und “alternative facts“ (149). Er zeigt dabei ein breites Wissen, was er sich als Wahlexperte der UNO, der OSZE und des Europarates im Laufe der Jahre aneignen konnte.

Das Buch ist in einer einfachen Sprache geschrieben und enthält zahlreiche zusammenfassende, einfach verständliche Schaubilder und Tabellen. Es nimmt Rückgriff auf umfangreiche sowohl wissenschaftliche als auch populäre Literatur zum Thema Wahlkampf. Ebenso wird dokumentarisches Material genutzt, bspw. Berichte von Wahlkämpfern wie David Plouffe, der 2008 den Präsidentschaftswahlkampf von Barack Obama organisierte.

Es ist ein nützliches Handbuch für alle Wahlkämpfer oder solche, die es werden wollen. Ebenso ist es relevant für Studierende der Politik- und Kommunikationswissenschaften oder verwandter Fächer. Weniger zielt es hingegen auf Wissenschaftler ab, dafür werden zahlreiche einzelne Aspekte wie Framing oder Negative Campaigning zu kurz behandelt.

Insgesamt gibt das Buch einen guten, zeitgemäßen Überblick, was bei aktuellen Wahlkämpfen alles beachtet werden sollte – freilich ohne einen Wahlerfolg garantieren zu können.

Links:

- [Verlagsinformationen zum Buch](#)
- [Webpräsenz von Prof. Dr. Silvano Moeckli an der Universität St. Gallen](#)
- [Webpräsenz von Prof. Dr. Ralf Spiller an der Macromedia Hochschule, Köln](#)

Dieser Beitrag wurde publiziert am Mittwoch den 23. Januar 2019 um 13:58
in der Kategorie: [Einzelrezension](#), [Rezensionen](#).

Kommentare können über den [Kommentar \(RSS\)](#) Feed verfolgt werden.

Kommentare und Pings sind momentan geschlossen.