

PR Club Hamburg e.V.

Wie kommuniziert der US-Präsident?

23.03.2009 - 09:44 Uhr, PR Club Hamburg e.V.

Hamburg (ots) -

- Querverweis: Bildmaterial ist abrufbar unter
<http://www.presseportal.de/galerie.htx?type=obs> -

Die Mitglieder des PR Club Hamburg waren am 19.03.09 zu Gast im US-Generalkonsulat an der Alster, um einen tieferen Einblick in die politische Kommunikation von Barack Obama, speziell in den Wandel von seiner Wahlkampf- in die Regierungskommunikation zu erhalten. Nach einem Grußwort der US-Generalkonsulin Karen E. Johnson diskutierten die Politikberater Dr. Marco Althaus und Heiko Kretschmer mit ihr vor 120 Teilnehmern über den Einsatz und den Erfolg neuer Medien als effektive Instrumente innerhalb der Wahlkampfkommunikation. Das Gesprächspanel wurde von der Vorsitzenden des PR Club Hamburg, Dagmar Winklhofer-Bülow, moderiert.

Präsident Obama hat in seinem Wahlkampf, für den er nach Angaben der Federal Election Commission rund 745 Millionen Dollar an privaten Spenden sammelte, neue Maßstäbe für politische Kommunikation gesetzt: strategisch, technisch und persönlich. So stark wie kein Wahlkämpfer vor ihm hat Obama auf den Einsatz neuer Medien gesetzt und die Möglichkeiten der interaktiven Kommunikation über das Internet genutzt. Über einflussreiche internetbasierte Netzwerke suchte er jenseits gekaufter Kommunikation den direkten Dialog mit den amerikanischen Bürgern. Wie entscheidend waren diese neuen Techniken für den beispielgebenden Erfolg der Wahlkampfkampagne?

Die zielgenaue Wähleransprache bewertet Heiko Kretschmer als sehr wichtigen Faktor für den Wahlsieg. Mobilisierung der Wähler bedeute Mobilisierung der eigenen Anhänger, so Kretschmer. Die Kunst liege im Aufbau einer Infrastruktur aus Anhängern und der Schaffung einer Beteiligungskultur. Die Mobilisierung von Wahlkämpfern wurde nach Kretschmers Ansicht innerhalb Obamas Kampagne nahezu perfektioniert.

Dr. Althaus sieht zudem in den Inszenierungen der Person Obama durch die Medien einen bedeutenden Erfolgsfaktor für den Wahlsieg. Mit Bildern und Aussagen wurde Obama einerseits präsidential, andererseits als "jedermann" dargestellt. Dieser Mix an Bilderwelten stelle eine große Projektionsfläche für das amerikanische Volk dar, führt Dr. Althaus aus. Nicht zuletzt hätte der stets auf Großveranstaltungen in Interaktion mit dem Publikum erzeugte Wahlkampflogan "Yes we can" maßgeblich zur Identifikation der Bürger mit Obamas Botschaften beigetragen.

Nach Dr. Marco Althaus und Heiko Kretschmer können Deutschlands Parteistrategen aus dem US-Wahlkampf lernen, dass Kampagnen klare und authentische Botschaften brauchen, die auf gesellschaftliche Diskurse abzustimmen und im Dialog mit den Bürgern zu führen sind.

Über den PR Club Hamburg - Der PR Club Hamburg e.V. ist das branchenübergreifende Kommunikationsforum für die PR und verwandte Professionen in Norddeutschland. Im April 2000 von Dagmar Winklhofer-Bülow gegründet und bis heute geleitet, bietet er in acht Veranstaltungsreihen praxisnahe Fortbildung und Networking für PR-Profis, Unternehmer und alle Interessierten. Unter seinem Claim "Hamburg macht PR" setzt er sich außerdem für eine Stärkung des traditionsreichen PR-Standorts Hamburg und für postgraduale PR-Ausbildungsgänge mit anerkannten Zertifizierungen ein. Heute hat der PR Club Hamburg 35 Firmenmitglieder, 25 Sponsoren und Kooperationspartner, sowie 110 Individualmitglieder.

@@infblk@@

Pressekontakt:
Simone Hopf
PR Club Hamburg e.V.

c/o Hamburg@work e.V.
Habichtstraße 41
22305 Hamburg

Tel.: 040 / 36 09 76 30
Fax: 040 / 36 09 27 50
E-Mail: sh@pr-club-hamburg.de

Originaltext:

Pressemappe:

Pressemappe als RSS:

PR Club Hamburg e.V.

<http://www.presseportal.de/pm/25569/pr-club-hamburg-e-v>

http://presseportal.de/rss/pm_25569.rss2