Regierungsforschung.de
Das wissenschaftliche Online-Magazin
der NRW School of Governance

„Mit dem Internet lässt sich die Wahl nicht gewinnen. Sie lässt sich aber verlieren - wenn Parteien nicht dialogbereit sind.“

Interview mit Alexander Humbert, Bundesgeschäftsführer der Jungen Union Deutschland.

09. September 2013

Redaktion
Matthias Bianchi, M.A.
Tel. +49 (0) 203 / 379 - 4106
Fax +49 (0) 203 / 379 - 3179
matthias.bianchi@uni-due.de

Wissenschaftliche Koordination
Kristina Weissenbach, M.A.
Tel. +49 (0) 203 / 379 - 3742
Fax +49 (0) 203 / 379 - 3179
kristina.weissenbach@uni-due.de

Sekretariat
Anita Weber
Tel. +49 (0) 203 / 379 - 2045
Fax +49 (0) 203 / 379 - 3179
anita.weber@uni-due.de

Herausgeber (V.i.S.d.P.)
Univ.-Prof. Dr. Karl-Rudolf Korte

Redaktionsanschrift
Redaktion Regierungsforschung.de
NRW School of Governance
Institut für Politikwissenschaft
Lotharstraße 53
47057 Duisburg
Tel. +49 (0) 203 / 379 - 2706
Fax +49 (0) 203 / 379 – 3179
redaktion@regierungsforschung.de

www.nrwschool.de
www.forschungsgruppe-regieren.de
www.politik.uni-duisburg-essen.de

NRW School of Governance
www.nrwschool.de

UNIVERSITÄT DUISBURG ESSEN

„Mit dem Internet lässt sich die Wahl nicht gewinnen. Sie lässt sich aber verlieren - wenn Parteien nicht dialogbereit sind."

Interview mit Alexander Humbert, Bundesgeschäftsführer der Jungen Union Deutschland.

Alexander Humbert, 29 Jahre alt, ist seit 2010 Bundesgeschäftsführer der Jungen Union. Der gebürtige Dorstener (NRW) hat zuvor Politikwissenschaft und Geschichte an der Universität Duisburg-Essen und an der Freien Universität Berlin studiert. Mit rund 120.000 Mitgliedern ist die Junge Union die größte politische Jungendorganisation Europas. Als Bundesgeschäftsführer der Jungen Union ist Alexander Humbert einer der wichtigen Wahlkampfmanager im Jahr 2013. Regierungsforschung.de hat mit ihm über die Wahlkampforganisation, über Kampagnen und Programmatik der Jungen Union gesprochen.[1]

Regierungsforschung.de: Es sind noch knapp sechs Wochen bis zur Bundestagswahl. Wie lautet ein erstes Zwischenfazit der Jungen Union zum bisherigen Wahlkampfverlauf?

Alexander Humbert: Die Junge Union ist sehr zufrieden mit dem Wahlkampf. Anders als wir es erwartet hatten, ist die SPD unser bester Wahlhelfer. Wir sind davon ausgegangen, dass die Sozialdemokraten professionell Wahlkampf betreiben, schließlich haben sie auch ein höheres Kampagnenbudget als die Unionsparteien. Stattdessen leistet sich der Kandidat der SPD viele Fehler, das Wahlkampfmanagement hat ebenfalls gepatzt. Aus Sicht derjenigen, die den Wahlkampf technisch organisieren müssen, ist das natürlich bitter. Wir gehen jetzt in den Endspurt und haben noch einiges im Köcher.

Was sind besondere Themen und Aktionen, die den Wahlkampf 2013 der Jungen Union ausmachen?

Unser Wahlkampf beruht auf drei Säulen. Die erste Säule ist, dass wir unsere eigenen Themen in den Fokus stellen. Wir bieten z.B. Aktionswochenenden zu spezifischen Themen wie etwa Netzpolitik an. Gerade in diesem Bereich haben wir zum Teil eine ganz andere Auffassung als die Unionsparteien. Wir werden auch Aktionswochenenden zu den Themen Wirtschaft und Finanzen durchführen, denn das sind Themen, die junge Menschen aktuell sehr interessieren. Wir stellen dabei heraus, was die Unionsparteien – insbesondere in den letzten vier Jahren – erreicht haben und was wir als Junge Union in Zukunft noch auf die Agenda setzen wollen. Als ein wichtiges Ergebnis der vergangenen vier Jahre lässt sich die Schuldenbremse nennen, die in

[1] Das Interview mit Alexander Humbert führte Nina Voß am 09. August 2013.

das Grundgesetz festgeschrieben wurde. Darüber hinaus stellen wir auch wichtige Zukunftsfragen heraus, wie z.B. die Ablehnung von Eurobonds.

Die zweite Säule, auf der unser Wahlkampf beruht, ist Negative-Campaigning gegenüber dem politischen Gegner. In diesem Zusammenhang zeigen wir die Fehler unserer politischen Mitbewerber auf oder stellen Widersprüche in ihren Aussagen heraus. Hier sind z.B. spezielle Aktionen gegen die grüne Verbotspolitik zu nennen.

Die dritte Säule, die unseren Wahlkampf ausmacht, ist die Tour unseres Bundesvorsitzenden, Philipp Mißfelder (MdB), durch das ganze Land. Er absolviert bis zum 22. September insgesamt hundert Termine. Teilweise findet diese Tour gemeinsam mit dem Bundesvorsitzenden der Senioren-Union, Professor Dr. Otto Wulff, statt. Auf der Tour wird von beiden insbesondere das Thema Demografie bzw. demografischer Wandel aufgegriffen und diskutiert. Damit machen wir deutlich, wie sich unsere Gesellschaft in den kommenden Jahren wandeln wird. Das sind die drei Säulen unseres Wahlkampfs.

Auf welche Wahlkampfaktionen oder -projekte sind Sie besonders stolz?

Uns macht besonders stolz, dass wir die einzige politische Organisation sind – übrigens inklusive aller anderen Parteien – die auch in diesem Jahr bei der Computerspielmesse "Gamescom" vertreten war. Die Gamescom ist die weltweit größte Computermesse. Diese fand vom 21. bis zum 25 August 2013 in Köln statt. Seit drei Jahren haben wir einen eigenen Stand und sind dort aktiv. Das ist im Grunde der erfolgreichste Infostand der Union insgesamt, weil wir dort über fünf Tage hinweg mit jungen Menschen im Alter von 14-35 Jahren ins Gespräch kommen können – insgesamt über 50.000 direkte Kontakte mit unserer Zielgruppe. Dass wir auf der Gamescom vertreten sind, ist im Wahlkampf, aber auch generell, außerordentlich wichtig.

Wie viele Helfer engagieren sich im Wahlkampf für die JU? Was sind deren Aufgaben?

Die Junge Union hat aktuell 120.000 Mitglieder, die in über 400 Kreisverbänden organisiert sind. Die Kreis- und Stadtverbände sind das Herz der Jungen Union. Besonders stark sind wir in den ländlichen Gebieten vertreten, aber natürlich auch in der Stadt. Von der Bundeszentrale aus geben wir unsere Ideen zum Wahlkampf und zu den Aktionswochenenden an die einzelnen Verbände, die als Anregung für Aktivitäten vor Ort dienen. Die allermeisten Verbände planen ihre Projekte aber selbst. Über unseren Onlineshop können dann passende Materialien bestellt werden. Dieses Jahr haben wir ein neues Werbemittel eingeführt: den "Display Reiniger". Der Display Reiniger ist eine Infokarte, auf dessen Rückseite unsere Themenschwerpunkte aufgeführt sind, wie z.B. Netzpolitik, Wirtschaftspolitik usw. Auf der Vorderseite ist ein kleines Reinigungspad, womit sich Touchscreenoberflächen reinigen lassen. Mit diesen Display Reinigern statten wir unsere Verbände vor Ort aus. Die Verbände machen den eigentlichen Wahlkampf und sind sehr engagiert bei der Sache. Im Großen und Ganzen sind es an die 80.000 bis 100.000 junge Menschen, die dann in ganz Deutschland Wahlkampf betreiben.

Was sind die Aufgaben eines Bundesgeschäftsführers im Wahlkampf?

Die Aufgabe eines Bundesgeschäftsführers im Wahlkampf ist klassisches Politikmanagement. Darunter fallen das Koordinieren von Terminen und Aktionen. Gegnerbeobachtung ist auch eine wichtige Aufgabe, damit wir schnell auf neue Situationen reagieren können. Wir organisieren und bereiten Veranstaltungen im Wahlkampf vor, wie z.B. den eben angesprochenen Auftritt auf der Gamescom. Traditionell gewinnen wir die meisten Wähler "auf der Straße". Die Mehrheit der jungen Wähler ist allerdings mittlerweile auch täglich im Internet aktiv.

Wie erreicht man diese am besten? Eher durch den Online- oder doch durch den Straßenwahlkampf?

Junge Wähler gewinnen wir sowohl auf der Straße als auch mit Hilfe des Netzes. Wir stellen weiterhin fest, dass der Plakatwahlkampf in Deutschland immer noch sehr wichtig ist. Die Bürger nehmen erst dann wahr, dass Wahlkampf ist, wenn die Plakate hängen. In der Wahlkampfvorbereitung haben wir länger darüber debattiert, ob wir überhaupt noch Plakate in unserem Onlineshop anbieten wollen. Wir haben uns dann aber aufgrund eben dieser Tatsache doch dafür entschieden, weil die Nachfrage danach immer noch enorm groß ist. Wir verkaufen momentan genauso viele Plakate wie vor vier Jahren, das Konzept ist also aufgegangen. Aber auch im Internet sind wir stark präsent. Wir bespielen Facebook und Twitter. Außerdem stellen wir Videos in unserem youtube-Kanal ein. Des Weiteren sind wir bei flickr und Instagram aktiv. Diese Kanäle füllen wir quasi Tag und Nacht mit Inhalten. Online begleiten wir natürlich auch den Wahlkampf unserer politischen Gegner und bringen unsere eigenen Positionen ein. Verstärkt versuchen wir On- und Offlinewahlkampf miteinander zu verbinden, sodass junge Leute auf der Straße angesprochen werden und dann über Werbemittel auf unsere Angebote im Internet gehen: Der besagte Display Reiniger ist hier nur ein Beispiel.

Sie sehen da also auch eine Akzentverschiebung?

Ja, es gibt eine Akzentverschiebung. Alles verlagert sich stärker ins Internet. Mit dem Internet lässt sich die Wahl nicht gewinnen, aber sie lässt sich verlieren, wenn Parteien nicht aktiv und dialogbereit sind. Zusätzlich zu der Internetaktivität ist die Präsenz auf der Straße aber entscheidend.

Also würden Sie sagen, der Fokus des Wahlkampfs liegt sowohl auf dem Straßen- als auch auf dem Onlinewahlkampf?

Genau. Vor allem geht der Trend zum Klinkenputzen zurück. Sprich: Klassische Ansprache an der Haustür. Hier spielt die Junge Union natürlich eine immens große Rolle für CDU und CSU im Wahlkampf. Der persönliche Kontakt ist wahlentscheidend, denn nur im persönlichen Gespräch kann deutlich gemacht werden, wofür wir stehen.

Stichwort: "Wahlprogramm" - Inwiefern ist die JU in dessen Erarbeitung miteinbezogen worden?

Unser Bundesvorsitzender Philipp Mißfelder ist Mitglied im Präsidium und hat demzufolge aktiv an allen Programm-Sitzungen teilgenommen. Die CDU hat sämtliche Vorsitzende der verschiedenen Vereinigungen in die Erarbeitung des Wahlprogramms eingebunden. Wir konnten unsere Ideen also einbringen. Gerade im Hinblick auf generationengerechte Politik und unsere Forderung nach bezahlbaren Mieten ist das sehr gut gelungen. Das war immer schon ein großes Thema von uns: Können sich Studenten überhaupt Wohnungen in Großstädten leisten? Insofern waren wir an der Erarbeitung beteiligt. Im Vorfeld konnte zudem jedes CDU Mitglied aktiv an der Entstehung des Programms mitarbeiten.

Gab es Forderungen, die nicht mit eingegangen sind, die der JU aber wichtig waren?

In einer Volkspartei ist das ein natürlicher Prozess. Wir werden auch versuchen, nach der Bundestagswahl unsere Ideen einzubringen, wenn es darum geht einen Koalitionsvertrag zu verfassen. Die politischen Projekte der kommenden Legislaturperiode werden auch auf dem Ende November stattfindendem Bundeskongress der Jungen Union, dem Deutschlandtag, in Erfurt eine Rolle spielen.

Inwiefern orientiert sich die JU an der CDU und inwiefern vertritt sie deren Standpunkte und Grundsätze. Findet ein Austausch mit dem Konrad-Adenauer-Haus statt? Wie ist die Arbeitsteilung von Junger Union und der CDU/CSU überhaupt organisiert?

Es findet ein permanenter Austausch über all das statt, was die Grundstrategie unseres Wahlkampfs betrifft. Gleichzeitig fahren wir eine eigenständige Kampagne. Unsere Kampagnen- und Verbandsfarbe ist Blau. Wir heben uns also farblich von der Union ab, die bekanntermaßen Orange nutzt. Unsere aktuelle Kampagne steht darüber hinaus unter dem Motto: "Cool bleiben, Kanzlerin wählen"

Die JU hat ein breites thematisches Spektrum. Die ganz großen bundespolitischen Themen wie "Außen- und Sicherheitspolitik" oder "Bildung und Forschung", aber auch Themen, die sich auf die Lokalebene beziehen. Welche Themen sind besonders für junge Wähler interessant?

Ganz wichtig und auch bei allen Umfragen ganz vorne stehen eben Themen wie "Bildung", "wirtschaftliche Entwicklung", "Arbeitsmarkt", "Zukunftsperspektiven". Aber natürlich auch das Thema "Finanzen" in Verbindung mit Staatsverschuldung. Wir setzen uns für ausgeglichene Haushalte in Deutschland und Europa ein. Schließlich ist das Thema "Netzpolitik" ganz zentral für junge Menschen. Die Freiheit im Netz ist für die JU schon seit Jahren ein Anliegen.

Die Parteien leiden seit Jahren an Mitgliederverlust. Was kommt besonders gut an bei jungen Wählern?

Junge Menschen sind politisch sehr interessiert. Die Herausforderung, die sich allen politischen Organisationen stellt ist, dass es erstens ein breites Angebot von politischen Organisationen und Möglichkeiten der Freizeitgestaltung gibt. Zweitens gibt es einen hohen Leistungsdruck an der Uni, im Job oder auch in der Familie. Deshalb ist es vom politischen Interesse hin zu einem politischen Engagement ein großer Schritt. Wir möchten dabei helfen, diesen Schritt in die Politik zu machen. Wir laden Interessenten zu unseren Veranstaltungen ein und geben ihnen Zeit sich zu orientieren. Wir müssen mit einem riesigen Angebot an Freizeitaktivitäten für junge Menschen konkurrieren. Wenn jemand zum Beispiel im Sportverein, in der Kirchengemeinde oder in einer Gewerkschaft engagiert ist, bleibt nur noch wenig Zeit, um politisch aktiv zu werden. Wir versuchen junge Menschen zu sensibilisieren, dass Politik wichtig ist. Gerade, wenn es um die Gestaltung der eigenen Zukunft geht.

Vielen Dank für das Gespräch!