



Medienkonferenz vom 10. Januar 2014

Regula Tschanz, Geschäftsführerin Grüne Kanton Bern

Wollsocken-Image ade: Grüne mit dynamischer Wahlkampagne

Es gilt das gesprochene Wort.

Sehr geehrte Damen und Herren

Blaise Kropf hat Ihnen unser Programm „Fünf Entwicklungsachsen für einen modernen und zukunftsfähigen Kanton Bern“ vorgestellt. Damit wollen wir den Kanton Bern einen entscheidenden Schritt voran bringen. Das ist ein ambitioniertes Ziel – und es gilt, jetzt die dafür nötige Unterstützung zu finden. Die Grünen möchten dabei kommunikativ nicht auf ausgetrampelten Pfaden gehen, sondern neue, frische Kommunikationsmittel einsetzen. Eines davon möchten wir Ihnen im Rahmen einer kleinen Weltpremiere präsentieren.

Den Film, den sie ab heute auch auf unserer Website www.gruenebern.ch finden, ist nicht das einzige der innovativen Kommunikationsmittel, auf welche die Grünen setzen. In den letzten Wochen haben wir unseren Webauftritt systematisch erneuert und können Ihnen heute die neue Website präsentieren. Schauen Sie regelmässig auf unsere Website – wir werden noch das eine oder andere attraktive Feature einbauen. Und klar: Die Einbindung von Twitter ist mittlerweile *state of the art*. Auch die Grünen bewirtschaften seit letztem Herbst einen Twitter-Account (www.twitter.com/gruenebern). Im Zusammenhang mit Website und Twitter möchte ich Sie auf eine spezielle Aktion hinweisen. Sie haben bereits den Voten meiner Vorredner/innen entnommen, dass es unzählige Gründe dafür gibt, die Grünen zu wählen. 100 davon werden wir bis zum Wahltag auf Twitter und unserer Website in Form von Testimonials von Grünen und den Grünen nahestehenden Personen veröffentlichen; die ersten 10 Gründe finden Sie bereits jetzt auf unserer Website.

Ich komme nun zur Wahlkampagne im engeren Sinn. Die Grünen Kanton Bern haben vor genau einem Jahr ein breites Bündnis für erneuerbare Energien gezimert, welches die Energiepolitik im Kanton Bern nachhaltig verändert hat. Klar, dass die Energiepolitik auch im Zentrum unserer Wahlkampagne steht. Entsprechend haben wir unserer Plakatserie für sämtliche Wahlkreise (Ausnahme Stadt Bern) ein entsprechendes Fotokonzept zugrunde gelegt. Und weil Plakate auch auffallen sollen, haben wir uns bei der Gestaltung von einem Song von Aerosmith aus den 1990er Jahren inspirieren lassen: „Pink it's my new obsession, Pink it's not even a question.“ Analog zu den Wahlplakaten sind auch die individuellen Postkarten für unsere Kandidatinnen und Kandidaten gestaltet.

Die Organisation der Grossratswahlen mit neun Wahlkreisen ist immer eine logistische Herausforderung – insbesondere wenn man sicherstellen will, dass der Parteauftritt über die Wahlkreisgrenzen hinaus einheitlich bleibt. Sowohl bei der Gestaltung der Plakate als auch der Wahlzeitungen haben wir alles daran gesetzt, diesem Anspruch gerecht zu werden. Daher bleibt das inhaltliche, grafische und fotografische Konzept für sämtliche Wahlzeitungen der Grünen Kanton Bern identisch. Einen Eindruck davon erhalten Sie auf den Slides.

Das Wahlmaterial wird im Kanton Bern rund drei Wochen vor dem Wahlwochenende an die Stimmberechtigten verschickt. Die Grünen verstehen Kommunikation und Austausch mit Mitgliedern und an Grüner Politik interessierten Personen aber als kontinuierliche Aufgabe. Um in den Gemeinden und Regionen präsent zu sein und die Aktivitäten und Projekte der Grünen zu kommunizieren, haben wir seit Sommer 2012 in Zusammenarbeit mit unseren Orts- und Regionalparteien und ergänzend zu unserer Zeitschrift „bewegt“ regionenspezifische Zeitungen produziert, welche einerseits kantonale, andererseits aber auch regionale Themen behandeln. Wir haben Ihnen in der Dokumentation ein Beispiel für eine solche Zeitung beigelegt. Insgesamt wird in den kommenden Wochen eine Auflage von rund 100'000 Exemplaren solcher Zeitungen verteilt.

Wir sind überzeugt, dass wir mit unserem Kampagnenkonzept – und natürlich immer kombiniert mit unseren inhaltlichen Projekten, auf welche in der Folge noch Jan Remund eingehen wird – eine hohe Präsenz garantieren können. Wir zeigen mit dem Refresh unserer Kommunikationsmittel und unserer Wahlkampagne, dass wir Grünen uns nicht nur inhaltlich, sondern auch kommunikativ an hohen Ansprüchen messen. Für mich ist jedenfalls klar: Die Restbestände des Wollsocken-Image der Grünen gehören der Vergangenheit an. Die Grünen stehen für eine ökologische, soziale und offene Politik. Und wir sind der Zeit oft einen Tick voraus. Das ist unser Wahlslogan für die Wahlen 2014.

Wir sind überzeugt, dass wir auf diese Art und Weise unser Wahlziel erreichen können. Wir wollen die Rahmenbedingungen für eine ökologische, soziale und offene Politik verbessern. Dafür streben wir an, unsere Fraktionsstärke aus der Legislatur 2006–2010 wieder zu erlangen. In anderen Worten: Zusätzlich zu unseren 16 Mandaten von 2010 wollen wir die drei vor vier Jahren verlorenen Mandate zurückgewinnen.