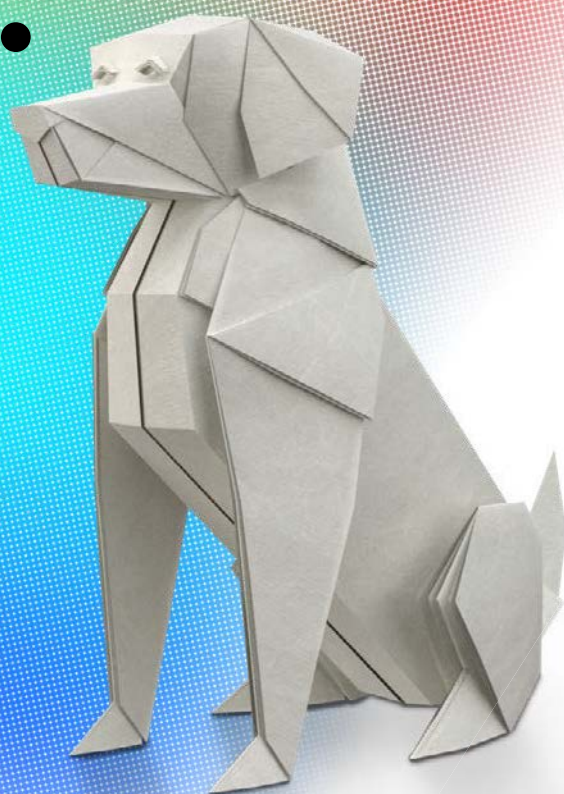




Print entscheidet Wahlen.



Wer Print versteht, gewinnt.

Menschen werden täglich mit unzähligen Inhalten konfrontiert. Alle kämpfen um Aufmerksamkeit und Durchdringung: Inhalte tauchen im Feed auf, werden weggeschwemmt und binnen Sekunden durch neue ersetzt – wenig davon bleibt hängen.

Deshalb erlebt Print im Wahlkampf eine Renaissance: Durch die physische Berührung schaffen Inhalte eine erfrischende Verbindung, die digital nicht möglich ist. Inhalte in Printmedien werden deshalb als 6-mal glaubwürdiger wahrgenommen als Inhalte auf Social Media und sind damit wirksamer für das Erklären komplexer Sachverhalte oder das Aufbauen einer neuen Personenmarke.

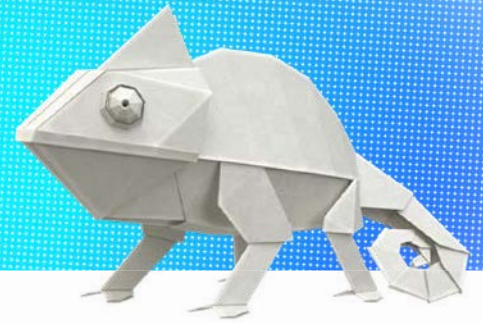
«Als physisches Erlebnis bindet Print die Aufmerksamkeit nachhaltig.»



Kennzahlen

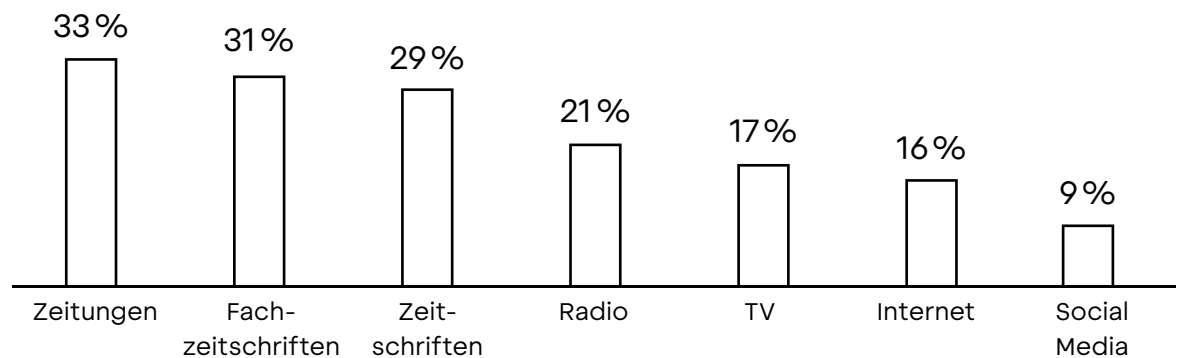
Wer die Funktionsweise und die Wirkung von Print versteht, kann sich für Wahlen einen entscheidenden Vorteil verschaffen. Für eine Hauswurfsendung gilt beispielsweise:

- 45,6 % der Bevölkerung haben einen «Stopp Werbung»-Kleber am Briefkasten. Dieser gilt jedoch für politische Werbung nicht.
- Postsendungen erhöhen die Wahlbeteiligung um 0,4 Prozentpunkte.
- Rund 282 erreichte Personen genügen, um eine zusätzliche Stimme zu gewinnen.



Hohe Akzeptanz von Werbung in Printmedien.

Anteil Personen, die Werbung in den aufgeführten Medien als informativ empfinden.
(Schweizer Bevölkerung ab 14 Jahren)



Wirksamkeit der gängigsten Massnahmen.¹

Mobilisierungsmethode	Effekt auf Wahlbeteiligung	Anzahl nötiger Kontakte für eine zusätzliche Stimme
Persönliche Gespräche ²	+2 % bis +3 %	~ 16 Kontakte
Telefonanruf ²	+0,9 % bis +1 %	~ 36 Kontakte
Postsendung	+0,4 %	~ 282 Kontakte
SMS/WhatsApp	+0,29 %	~ 345 Kontakte
Social-Media-Werbung	kein messbarer Effekt	—
E-Mail	kein messbarer Effekt	—

¹ Alan S. Gerber / Donald P. Green: Get Out the Vote: How to Increase Voter Turnout, 3. Aufl., Washington, D.C., 2019.

² Kostenlose Massnahme, keine Skalierung möglich.

Print-Tools im Wahlkampf.



Plakatstelle und Wildplakat.

Ein Plakat (z. B. F4/F12/B1) hängt nicht tageweise, sondern mindestens eine Woche aus. Damit werden Botschaften potenziell mehrmals auf dem Arbeitsweg gesehen. Diese Wiederholung sorgt dafür, dass Namen, Gesichter und Botschaften im Kopf bleiben, und für Wiedererkennung in Kombination mit anderen Massnahmen.

Vorbereitungs- und Produktionsdauer mind. 2–4 Wochen.

Flyer.

Wer im Wahlgebiet nicht auffällt, existiert im Kopf der Wählenden nicht. Flyer bringen die Botschaften/Claims und Gesichter der Kandidierenden direkt in Quartiere, Briefkästen und an Haustüren. Zusätzlich können diese mit Leichtigkeit bei Verteil- oder Standaktionen in Umlauf gebracht werden. Tipp: Mit Botschaftern und Testimonials arbeiten und dadurch mehr Glaubwürdigkeit ausstrahlen.

Vorbereitungs- und Produktionsdauer mind. 1–2 Wochen.



Visitenkarten.

Der persönliche Kontakt ist das Wichtigste im Wahlkampf – Wählerinnen und Wähler wollen wissen, wer sie vertritt. Um nach einer Begegnung nicht in Vergessenheit zu geraten, sind Visitenkarten ein gutes Mittel.

Vorbereitungs- und Produktionsdauer
mind. 5–7 Arbeitstage.



Personalisierte Postversände.

Postversand im Briefkasten fällt beim Sortieren der Post zum 1. Mal auf, beim Öffnen ein 2. Mal – und durchbricht damit eine wichtige Barriere. Wer persönliche Post erhält, fühlt sich direkt angesprochen.

Vorbereitungs- und Produktionsdauer
mind. 1–3 Wochen.

Hauswurf.

Die unadressierte Botschaft erreicht gezielt eine Postleitzahl – die Botschaft kann zielgruppenspezifisch verbreitet werden. Politische Versände unterstehen nicht dem «Stopp Werbung»-Kleber, weshalb Kandidaten- oder Partei-Flyer an alle Wählerinnen und Wähler versendet werden können.

Vorbereitungs- und Produktionsdauer
mind. 2 Wochen.



Inserate in Printmedien.

Inserate, welche mindestens eine Viertel-seite einnehmen, sind prominent sichtbar. Sie durchbrechen den Lesefluss und sorgen dafür, dass Botschaften mit einem Gesicht verlinkt werden und nicht zwischen Hunderten anderen Inhalten untergehen. Die Wirkung ist gross, da Menschen gezielt bei der Informationsaufnahme angesprochen werden.

Vorbereitungs- und Produktionsdauer mind. 2–3 Wochen vor Erscheinungsdatum.

Mögliche Timeline.

Sichtbarkeit gewinnt keine Wahl.
Aber ohne Sichtbarkeit
gewinnt niemand. Es geht um
Wiedererkennung und
Präsenz im Alltag der Wählerschaft.

12 bis 6 Monate vor der Wahl

Sichtbarkeit aufbauen.

Wer sich erst kurz vor der Wahl präsentiert, kann den Bekanntheitsvorsprung der Konkurrenz nur schwer aufholen. Wenn alle sichtbar sind, ist das Herausstechen eine Herausforderung. Ein früher Einsatz von Printmitteln wie Plakaten und Flyerversänden sorgt dafür, dass Namen, Gesichter und Botschaften während des Wahlkampfes schnell wiedererkannt werden.

Quick Wins

- Strategie und visuelle Linie definieren
- erste Materialien (Visitenkarten, Kandidaten-flyer zum Weitergeben, evtl. Plakate)
- Aufbau der Bekanntheit im lokalen Umfeld

Letzte 4 Wochen vor der Wahl

Botschaften verankern.

Der Kampf um Sichtbarkeit ist intensiv. Botschaften und Massnahmen müssen ständig wiederholt werden. Die Kombination aus Wildplakaten, Hauswurf und flächendeckender Präsenz sorgt für Dominanz. Kreativität und Persönlichkeit stechen heraus: Werbung, die persönlich ist, beispielsweise adressierte Versände, durchbricht den Werbeblocker.

Quick Wins

- Mailings wiederholen
- Ausbau der Plakatpräsenz
- gezielte Ansprache von Schlüsselzielgruppen

3 Monate vor der Wahl

Präsenz erobern.

Kampagnen müssen sichtbar werden. Plakate und Postversände sorgen dafür, dass Kandidierende im öffentlichen Raum über verschiedene Kanäle präsent sind. Zudem müssen Kandidierende in dieser Phase gezielt den persönlichen Kontakt zur Wählerschaft aufbauen. Um diesen Kontakt nachhaltig zu prägen, sind Flyer und Visitenkarten ideale Massnahmen.

Quick Wins

- für Produktion von Plakaten und Distribution zum Aushang mindestens zwei Wochen einberechnen
- Verteilung von Flyern beim Spaziergang
- der Nachbarschaft eine handschriftliche Notiz hinterlassen: «Hey, ich kandidiere»
- Komitee in Wahlkampf involvieren: Community Event in Druckerei und beim Flyerdruck dabei sein



Best Practices.



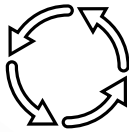
Reduzierte Gestaltung schafft Sichtbarkeit.

Im Wahlkampf entscheiden oft Sekunden über Aufmerksamkeit. Weniger Inhalt, gut lesbare Schrift und klare Unterschiede zwischen Text und Hintergrund sorgen dafür, dass Kandidierende sofort erkannt und Botschaften direkt verstanden werden.



Hochwertige Materialien schaffen Vertrauen.

Papierqualität, Druckbild und Verarbeitung beeinflussen direkt, wie professionell Kandidierende und Kampagnen wahrgenommen werden. Wir empfehlen ungestrichenes Papier (200 g / hochweiss), welches das Produkt hochwertiger macht.



Durchdringung schafft Wahrnehmung.

Wiedererkennung entsteht durch dauerhafte Präsenz – auf Plakaten, im Briefkasten und mitten im Alltag der Wählenden. Auf die zeitliche Abstimmung kommt es an.



Botschaft durch Material.

Das Material, mit dem ein Kandidat oder eine Kandidatin arbeitet, vermittelt eine Botschaft. FSC-zertifizierte Papiere, Recyclingmaterialien und klimabewusste Produktion stehen für Nachhaltigkeit. Print ist zudem grüner, als man denkt. Gedruckte Prospekte verursachen pro Million Impressionen fünfmal weniger CO₂ als Online-Prospekte. (642 kg vs. 3360 kg CO₂e. Quelle: Öko-Institut Freiburg, 2025)



Produktion in der Schweiz ermöglicht rasche Anpassungen.

Fehler passieren. Kurze Wege, schnelle Abstimmungen und flexible Anpassungen ermöglichen es, auch auf kurzfristige Änderungen oder Fehler sofort reagieren zu können. Deshalb ist es wichtig, einen Plan zu haben, bei wem die Wahlkampfprodukte produziert werden. Eine Produktion in der Schweiz reduziert zudem das Risiko von Verzögerungen, beispielsweise durch Zoll- oder Lieferfehler.



Verlässliche Partner für Ihren Wahlkampf.

dpsuisse, der Verband der Schweizer Print- und Medienindustrie, steht für professionelle Produktion, hohe Qualität und zuverlässige Umsetzung.

Unsere Mitglieder sorgen dafür, dass Kampagnen sichtbar werden – auf Plakaten, im Briefkasten, in Zeitungen oder direkt im öffentlichen Raum. Kurze Wege, schnelle Produktion und regionale Verankerung machen sie zu verlässlichen Partnern für Wahl- und Abstimmungskampagnen.

Folgende Druckereien sind wahlkampf-erprobt und können mit ihrer Erfahrung Kandidierende und Parteien optimal beraten:

Kontakt.

Beat Kneubühler
beat.kneuebuehler@dpsuisse.ch

thisisprint.ch
dpsuisse.ch



Scan + Search

Den passenden Druckpartner in Ihrer Nähe finden.

