
Handelsblatt

15.01.2025

120.000 euro per la lotta per il mandato

Questa campagna elettorale insolitamente breve. E costosa. Invece che nelle strade, gli elettori devono essere conquistati nelle sale e attraverso i social media.

di [Daniel Delhaes](#)



Reinhard Brandl, 47 anni, non ha mai ricevuto una consegna così grande nelle sue cinque campagne elettorali parlamentari: il 2 gennaio, il deputato della CSU ha ricevuto 150.000 opuscoli, 1.500 manifesti, 5.000 penne a sfera, 5.000 blocchi per appunti e altro materiale pubblicitario in una sola volta. Il giorno successivo, 80-90 aiutanti delle associazioni locali sono arrivati per raccogliere il necessario per promuovere i loro candidati nelle poche settimane che mancano alle elezioni federali anticipate del 23 febbraio. Come per la CSU, anche per gli altri partiti è partita la macchina della campagna elettorale.

Gli aiutanti devono completare entro sei settimane ciò che richiederebbe mesi in una normale elezione del Bundestag. L'anticipo delle elezioni generali sta scuotendo il loro lavoro. All'inizio di novembre, il Cancelliere Olaf Scholz ha messo fine alla coalizione tra SPD, Verdi e FDP con il licenziamento del Ministro delle Finanze Christian Lindner e ha indetto un voto di fiducia il 16 dicembre per consentire nuove elezioni. Da quando il Presidente federale Frank Walter Steinmeier ha fissato la data delle nuove elezioni al 23 febbraio, gli eventi si sono susseguiti in rapida successione, con una conferenza speciale di partito dopo l'altra.

Gli attivisti sono solitamente all'opera fin da subito presso gli stand informativi, distribuendo volantini e materiale promozionale. Dopo tutto, il voto per corrispondenza inizia normalmente sei settimane prima delle elezioni. Questa volta, invece, ci sono al massimo due settimane per richiedere, compilare e restituire i documenti per il voto per corrispondenza. "Tuttavia, ora c'è il rischio, soprattutto per i tedeschi che vivono

all'estero, che le lettere elettorali non arrivino in tempo e che alcuni elettori idonei non siano in grado di esercitare effettivamente il loro diritto di voto”, avverte Kai Arzheimer, politologo di Magonza.

Almeno gli attivisti hanno un po' di tempo in più. Tuttavia, i tedeschi ora votano in pieno inverno invece che a fine estate, il che per di più costa tempo. “Quando il tempo è freddo o cattivo, è più difficile mobilitare la base del partito e raggiungere i potenziali elettori”, afferma il professor Benjamin Höhne della Chemnitz University of Technology. I grandi eventi non si svolgeranno nelle piazze dei mercati, ma nelle sale. Tuttavia, il professor Uwe Jun dell'Università di Treviri è convinto che questo permetterà ai partiti di raggiungere solo i propri sostenitori. Mentre nelle città i promotori della campagna elettorale escono da soli e riempiono le cassette delle lettere con materiale informativo, nelle zone rurali i candidati dovranno assumere fornitori di servizi postali a costi elevati a causa della mancanza di tempo.

In ogni caso, la campagna elettorale sarà costosa: in media, ogni candidato dovrà spendere dagli 80.000 ai 120.000 euro. Secondo la CDU e la CSU, ad esempio. “A seconda della campagna elettorale, può essere facilmente superiore”, riferisce un candidato. Il partito locale contribuisce in parte. Soprattutto, però, il candidato deve raccogliere le donazioni in fretta se non vuole farsi carico del resto dei costi. “È una campagna elettorale insolitamente breve che si svolge in una fase di sentimento politico interno molto negativo e in un contesto di politica estera molto incerto”, afferma il professor Arzheimer, riassumendo la situazione. Hans Vorländer dell'Università Tecnica di Dresda cita gli esempi del “nuovo mandato di Donald Trump negli Stati Uniti, della situazione in Austria e della campagna elettorale di Elon Musk per l'AfD”. La brevità della campagna elettorale comporta “vantaggi, ma anche pericoli”, prevede il professore. “Gli elettori, già stanchi, non vengono bombardati troppo a lungo. D'altra parte, possono accumularsi umori che non possono più essere contenuti fino al giorno delle elezioni”.

La risposta dei media sarà “un fattore decisivo” in questa campagna elettorale. E i social media svolgeranno un ruolo importante come cassa di risonanza. “Tutti i partiti intensificheranno i loro sforzi, soprattutto a causa della forza dell'AfD”, afferma Jun. I social media diventeranno “ancora più importanti di quanto non lo siano già” per raggiungere le persone con i loro messaggi, afferma Höhne, ricercatore di Chemnitz. Mette in guardia dal potere delle piattaforme. Ad esempio, “l'influenza di Musk su X potrebbe distorcere una campagna elettorale corretta”. Elon Musk, il proprietario della piattaforma, ha fatto una raccomandazione elettorale per l'AfD su X e ha dato una piattaforma alla sua candidata principale Alice Weidel.

Nonostante tutti i problemi organizzativi, Vorländer sente la mancanza di dichiarazioni chiare da parte dei partiti. “Stiamo vivendo una svolta che va ben oltre la sicurezza militare: si stanno verificando grandi cambiamenti anche in ambito sociale ed economico, che richiedono effettivamente risposte chiare da parte dei partiti”. Gli elettori vogliono sapere dove stanno le differenze e cosa c'è sulla scheda elettorale. “Ma i partiti di centro si trattengono per paura degli elettori e preferiscono parlare della pensione di maternità come la CSU o presentarsi come amici del piccolo e grande discorso come Robert Habeck dei Verdi”. Se i partiti non daranno risposte, la narrativa dell'AfD e la sua critica ai “partiti di sistema” si rafforzeranno ulteriormente.

Il politologo di Essen Karl-Rudolf Korte vede uno schema simile per tutti i partiti: “La campagna sulla sicurezza è rilevante per tutti i partiti: sicurezza esterna, interna, sociale, sanitaria, culturale e, naturalmente, questioni economiche, sicurezza del lavoro”. Il collega di Korte, Höhne, mette in guardia dai partiti che discutono di questioni esclusivamente da questa prospettiva, soprattutto quando si tratta di migrazione. Questo fa solo il gioco delle forze antidemocratiche che lo usano per creare un'atmosfera a

buon mercato. “La Germania ha bisogno dell'immigrazione per affrontare il problema della manodopera qualificata”, avverte Höhne. Altre questioni importanti sono l'efficienza delle autorità, la digitalizzazione, lo stato delle infrastrutture di trasporto “e, soprattutto, un quadro statale per un'economia orientata al futuro”.

La deliberata vaghezza come elemento tattico non significa che sarà una campagna elettorale tranquilla. “Questa volta vivremo una campagna elettorale calda”, è certo lo scienziato Jun. Il dibattito politico si concentrerà nelle ultime tre o quattro settimane prima della data delle elezioni. Questo periodo includerà il duello televisivo che ARD e ZDF vogliono trasmettere con il Cancelliere Scholz e il suo sfidante Friedrich Merz. Gli scienziati criticano la decisione. Secondo Korte, si tratta di una scelta giornalistica e attraente per i telespettatori. Ma: “Non riflette il tema delle elezioni: un triello con i Verdi sarebbe stato più appropriato”. Perché alla fine è necessario trovare una maggioranza di governo.

La campagna elettorale ha già avuto un inizio difficile. Il leader della CSU Söder, ad esempio, ha reagito in modo indignato perché i Verdi avevano illuminato la Porta della Vittoria a Monaco con l'effigie del loro candidato principale Habeck e questo “guerrilla marketing” poteva essere fermato solo dalla polizia.

Il cancelliere Scholz ha fatto annunciare al portavoce del governo che stava valutando un'azione legale contro il deputato della CDU Roderich Kiesewetter. Quest'ultimo aveva ipotizzato sui social media un possibile viaggio del Cancelliere presso il Presidente russo Vladimir Putin.

La deputata della CDU Gitta Connemann ha denunciato: “In questa campagna elettorale non è solo l'AfD a concentrarsi sugli attacchi personali, ma purtroppo anche la SPD”. La deputata aveva criticato il concetto fiscale dei socialdemocratici. In risposta, il conservatore Seeheimer Kreis del gruppo parlamentare SPD ha postato la sua immagine con il commento: “Connemann ha ragione a proteggere i super-ricchi”. Il cristiano-democratico ha criticato: “È stato scorretto nei fatti e personale. Ha una nuova qualità”.

L'opinionista politico Höhne afferma: “Sarà importante per la cultura politica che non ci siano pugni sotto la cintura, cioè che vengano rispettati i limiti politici della decenza”. Il ricercatore di partiti Arzheimer, con sede a Magonza, elogia il fatto che CDU, CSU, SPD, Verdi, FDP e la Sinistra abbiano concluso un accordo di correttezza e si siano impegnati ad astenersi da “disinformazione e diffamazione” come “notizia positiva”. Ma è sufficiente? Il professor Jun di Treviri fa riferimento al tono imposto proprio da Scholz. Il cancelliere dell'SPD aveva negato al leader dell'FDP Lindner “maturità morale” dopo il suo licenziamento da ministro delle Finanze. Jun ne è certo: “Sarà una campagna elettorale molto dura”.