

# Die Landtagswahlbewegung der FPÖ-Kärnten 2003/2004

EINE ANALYSE



# **Die Landtagswahlbewegung der FPÖ-Kärnten 2003/2004**

## **EINE ANALYSE**

### **Das operativ-strategische Kernteam der FPÖ-Landtagswahlbewegung 2003/2004**

LPO Dr. Martin Strutz (Gesamtkoordination)  
LGF Manfred Stromberger  
Karl-Heinz Petritz  
Herbert Kickl  
Thomas Sila  
Hans Weixelbaum  
Gernot Rumpold

Das operative Kernteam unter der Leitung von LPO Dr. Martin Strutz führte seine Sitzungen beginnend mit August 2003 regelmäßig mindestens einmal die Woche durch. Die Koordination der Aufträge und Arbeitsergebnisse dieses Kernteams mit Dr. Jörg Haider sowie den politischen Entscheidungsgremien der FPÖ-Kärnten erfolgte durch Dr. Martin Strutz.



### **Impressum:**

Freiheitliche Akademie  
Theobaldgasse 19/4  
1060 Wien

Konzeption/Redaktion/Text:

Herbert Kickl

Graphik/Layout:

Thomas Sila

Mitarbeit:

Christine Witty, Joachim Stampfer,  
Sabrina-Samoa Krobath



Frühjahr/  
Sommer  
2003

DIE AUSGANGSSITUATION

**D**ie Umfragewerte für die FPÖ insgesamt und für die Person Jörg Haider im Frühjahr 2003 sind schlecht. Die FPÖ liegt bundesweit laut einer News/Gallup-Umfrage nur mehr bei 7% und hat damit seit dem massiven Einbruch bei der Nationalratswahl im November 2002 weitere drei Prozentpunkte eingebüßt.

**FPÖ-Bund  
Umfragenniveau  
unter Ergebnis  
der NR-Wahl**

Auch in Kärnten droht der FPÖ bei der Landtagswahl eine schwere Niederlage. Nach einer Umfrage des SORA Institutes im April 2003 ist ein Absturz auf 29% (1999: 42,1%) zu erwarten. Das bedeutet den Verlust der Position 1 an die SPÖ, die laut Prognosen im Frühjahr 2003 bei 41% (1999: 32,8%) liegt. Die ÖVP kommt bei diesen Umfragen auf ca. 24% (1999: 20,7%). Die Grünen liegen bei 6%.

**FPÖ Kärnten:  
minus 13%**

In dieser dramatischen Gesamtsituation ist für die FPÖ die katastrophale Wahlniederlage bei der Landtagswahl am 28. März in Niederösterreich ein weiterer schwerer Rückschlag. Dort erleidet die FPÖ eine schwere Wahlniederlage. Zwölf Prozentpunkte büßt die FPÖ in Niederösterreich bei der Landtagswahl ein. Der Klubstatus geht verloren. Die FPÖ ist damit in Niederösterreich mit 4,5 % wieder dort angelangt, wo sie in der Vor-Haider-Ära gestanden hat.

**Rückschlag  
NÖ-Landtags-  
wahl**

Zu beachten sind weiters noch die Nachwehen des Bruches vor Knittelfeld, die auch in Kärnten immer deutlicher sichtbar und spürbar sind. Jörg Haider wurde in die Rolle des „bundespolitischen Störenfriedes“ und des „Zerstörers“ gedrängt. Die Diskussion mit Herbert Haupt rund um die Übernahme der Bundespartei Spitze verstärkt dieses Bild zusätzlich. Kaum jemand traut dem Kärntner Landeshauptmann auch nur annähernd eine Wiederholung des Wahlerfolges von 1999 zu. Die Herausforderer der anderen Parteien wiegen sich in dieser Situation schon in Sicherheit, bei den Landtagswahlen als Wahlsieger hervorzugehen.

**Störenfried-  
Image**

Juli/August  
2003

DIE AUFWÄRMPHASE

**S**tart einer Bädertour mit der Verteilung von Wasserbällen und Sonnenschutzcremen in den Strandbädern in ganz Kärnten im August. Zusätzlich werden die Events dazu genutzt, in Form von Verteileraktionen Sympathie für die FPÖ zu schaffen.

Im August 2003 wird das Wahlkampfteam im strategisch-operativen Bereich rund um Jörg Haider zusammengestellt. Das Team ist eine Bündelung von wahlkampf erfahrenen internen Kräften und bewährten Agenturvertretern. In wöchentlichen Strategiesitzungen plant dieses operative Gremium die groben strategischen, inhaltlichen und organisatorischen Linien der Vorwahlkampf- und Wahlkampf führung.

Erster Eckpunkt der Kärntner Wahlbewegung 2004 ist der offizielle Entschluss zur Wiederkandidatur durch Jörg Haider: Die öffentliche Bekanntgabe im Zuge der Bärentaler Umweltgespräche 2003 ist ein klares Zeichen der Entschlossenheit und des Willens zum Erfolg. Nach innen wird damit ein wichtiges Motivationssignal gesetzt. Die Botschaft lautet: „In Kärnten gehen die Uhren anders.“ Seit 1999 ist vieles besser geworden. Das Land ist unter der Führung Jörg Haiders dynamisch, modern und zukunftsorientiert geworden. Der Kurs ist ein guter. Jetzt geht es in die zweite Halbzeit.“ Erster Slogan ist: „Ein Herz für Kärnten“.

**Zusammen-  
setzung eines  
strategisch-ope-  
rativen Teams**

**Bärenthal 2003:  
Jörg Haider  
gibt Kandidatur  
bekannt**





September/  
Oktober  
2003

VORWAHLKAMPFFPHASE 1

## Die Ausgangslage

---

Im Herbst droht durch das sich abzeichnende Wahldebakel der FPÖ in Oberösterreich und in Tirol eine Zementierung der schlechten Grundstimmung. Die Werte für die Freiheitlichen liegen bundesweit weiterhin am Boden.

**OÖ und Tirol-  
Debakel für  
FPÖ**

In Kärnten gibt es gegenüber den Umfragen im Sommer einen ganz leichten Aufwärtstrend infolge der Bekanntgabe der Wiederkandidatur Jörg Haider. Die FPÖ liegt aktuellen Umfragen vom OGM Institut zufolge bei 30%. Sie liegt damit also rund 10 Prozentpunkte hinter der SPÖ, die der größte und stärkste Herausforderer für die bevorstehenden Wahlen ist. Jörg Haider liegt als Person klar vor der eigenen Partei. Die ÖVP rangiert bei 21% und die Grünen liegen konstant bei 6%. Die Medien stilisieren die kommende Landtagswahl als Schicksalswahl für die Person Haider und dessen weitere politische Zukunft hoch.

**Ganz leichter  
Aufwärtstrend  
für FPÖ in  
Kärnten.**

Die ÖVP versucht, durch die Präsentation der neuen Spitzenkandidatin Elisabeth Scheucher Dynamik in den eigenen Wahlkampf zu bringen. Die ÖVP stellt zu diesem Zeitpunkt in ihren Werbemaßnahmen den Landeshauptmannanspruch.

Die von Jörg Haider initiierte landesweite Aktion „Kärntner Heimatherbst“, eine brauchtumsorientierte Veranstaltungsreihe, trägt ebenfalls zu einer leichten Verbesserung der Grundstimmung bei, weil sie dem Landeshauptmann die Möglichkeit zum unmittelbaren Kontakt mit der Bevölkerung gibt.

## Die Strategie

---

In der Wahlkampfleitung herrscht die Einschätzung, dass der Herbst die einzige Phase ist, in der die positiven Inhalte der Ära Haider in Form einer Bilanz aufgrund des zeitlichen Abstandes zur Wahl noch glaubhaft zu kommunizieren sind. Die Erfolge Kärntens seit 1999 sind bestens dokumentiert, d. h. das Ausgangsmaterial für den ersten Kampagneteil war gegeben. Die Negativ-Entwicklungen speziell im SPÖ-dominierten Wien sind als Kontrast bestens für die Darstellung geeignet.

**Kommunizie-  
rung politischer  
Erfolge:  
Kärnten am  
neuen Weg**



Die Kernbotschaft lautet: „Kärnten ist mit Jörg Haider auf einem neuen, besseren Weg unterwegs – Bei uns in Kärnten gehen die Uhren anders“. SPÖ und ÖVP werden in der Kommunikationsstrategie mit dem Prädikat „alt“ versehen. Wo sie regieren, geht es bergab.

- Zweikampf Haider – Ambrozy anheizen** Ziel ist es, über den Verkauf der politischen Leistungen und Erfolge Sicherheit und Vertrauen in die Person Jörg Haider als bewussten Gegenpol zum schlechten und zerstörerischen Image in der öffentlichen und veröffentlichten Meinung aufzubauen. Wer von der Person Haider zunächst noch nicht überzeugt ist, soll sich von dem Ergebnis der Arbeit für Kärnten überzeugen lassen. Über den inhaltlichen Vergleich der politischen Arbeit von FPÖ und SPÖ über die Grenzen Kärntens hinaus wird der Zweikampf zwischen Jörg Haider und Peter Ambrozy angezogen. ÖVP und Grüne werden aus dieser Überlegung heraus in den kommunikativen Maßnahmen bewusst ignoriert.
- Offensiver Umgang mit Knittelfeld** Das Trauma Knittelfeld und die damit in Verbindung stehende Blockadehaltung vieler Wählerinnen und Wähler, die Jörg Haider noch 1999 unterstützt haben, soll durch geeignete kommunikative Maßnahmen aufgearbeitet werden. Die reservierte Haltung der Bevölkerung soll Schritt für Schritt mit Hilfe einer Sympathie-Offensive aufgebrochen werden.
- Immunisierung gegen öö. Niederlage** Nach innen soll eine Immunsierung der Kärntner Funktionäre gegen die sich bereits abzeichnenden schlechten FPÖ-Wahlergebnisse in Oberösterreich und Tirol erreicht werden.
- Regierungspartei nutzen** Entscheidender Faktor der Wahlkampfplanung von Anfang an ist der Einbau der Möglichkeiten, die die Ressorts der FPÖ in der Landesregierung bieten, in die gesamten strategischen Überlegungen. Sie bieten die Möglichkeit, freiheitliche Politik, die sich seit 1999 praktisch an den Bedürfnissen der Menschen orientiert, ohne die Partei-Etikettierung zu verkaufen.
- Jugendschwerpunkt** Zentral in der inhaltlichen Herbarbeit von der FPÖ-Landesregierungsseite her ist der Jugendbereich. Insbesondere werden Maßnahmen vorangetrieben, die die Problematik der Jugend-

arbeitslosigkeit offensiv angehen und die Ausbildungssituation speziell im Lehrlingsbereich massiv verbessern. Über das Engagement für die Jugend wird der Zugang zum Wählersegment Eltern geschaffen.

## Das wurde gemacht

### Kampagne: „Nur der Vergleich macht sicher.“

Darstellung des von der FPÖ regierten Kärnten und seiner positiven Entwicklung im Gegensatz zu den Negativ-Entwicklungen im absolut SPÖ-regierten Wien und den ÖVP-dominierten Bundesländern (speziell Niederösterreich und Steiermark) in betont sachlicher und nüchterner Weise.

Nur der  
Vergleich  
macht sicher



Wiederkehr des  
„Tafelr“

Die Partei selbst tritt dabei aufgrund des seit Knittelfeld und der verlorenen Wahlen deutlich angekratzten Markenimages völlig in den Hintergrund. Die Person Jörg Haider wird ohne Abbildung derselben als Träger des positiven neuen Kärntner Weges festgesetzt und in Erinnerung gerufen. Die Farbe in der Darstellung wechselt vom klassischen FPÖ-Blau hin zu Grün und Gelb.

Marke FPÖ  
völlig im  
Hintergrund

Das zentrale Element in der graphischen Darstellung ist als Zeichen der Vertrautheit und als Signal in Richtung FPÖ das „Tafelr“, das Jörg Haider in die Politik eingeführt hat.

Pflegescheck  
als „weiches“

Thema

### **Kampagne: „Pflegescheck – Alt werden zuhause.“**

Zweites wichtiges Element der ersten Phase ist die Aufweichung des harten Images vom Landeshauptmann durch den Einbau einer Reihe von weichen Themen (Frauen, Soziales) in die Kampagnengestaltung. Damit wird das in der Öffentlichkeit unbestrittene „Macher-Image“ durch die soziale/menschliche Komponente ergänzt.

Inhaltlicher Schwerpunkt ist dabei das Thema „Pflegescheck“. Er wird nach dem Kinderscheck (gehaltenes Wahlversprechen von 1999) als nächster sozialpolitischer Meilenstein für Kärnten für den Fall versprochen, dass Jörg Haider wieder Landeshauptmann wird. Damit übernimmt die FPÖ in einer vermeintlich-zentralen SPÖ-Kompetenz die inhaltliche Themenführerschaft.

Glaubwürdigkeit  
bekommen:  
Kinder- und  
Pflegescheck

Die negativen Reaktionen der anderen wahlwerbenden Parteien auf die Ankündigung des „Pflegeschecks“ werden dazu genutzt, um die SPÖ-Negativ-Propaganda in Sachen Kinderscheck vor der Wahl 1999 in Erinnerung zu rufen und damit die Glaubwürdigkeit der SPÖ-Wahlkampfstrategie, ein möglichst schlechtes Bild von der Entwicklung in Kärnten zu zeichnen, von Anfang an zu untergraben.

### **Jugendmaßnahmen im Ausbildungs- und Arbeitsmarktbereich.**

Mit Aktionen wie dem Lions-Lehrlingswettbewerb, einer umfassenden Reform des Berufsschulwesens und Schwerpunktaktionen wie der Lehrstellenbörse wird im emotional wichtigen Jugendbereich die Lösungskompetenz des Landeshauptmannes besonders hervorgehoben.

## **Verwendete Slogans**

---

### **Hauptslogan:**

„Nur der Vergleich macht sicher – Wir Kärntner. Unser Landeshauptmann Jörg Haider“. – Er durchzieht alle kommunikativen Maßnahmen dieser Phase.



## Zusatzslogan:

„Weiter am neuen Weg.“ (Parteitagsmotto)

„In Kärnten gehen die Uhren anders.“ – Als bewusste Immunisierung der eigenen Funktionäre gegen die möglichen Auswirkungen des Oberösterreich-Wahldesasters.

**Offener Brief des Landeshauptmannes zum Thema Knittelfeld**  
Ganzseitiges, an alle Kärntnerinnen und Kärntner gerichtetes Inserat in allen Tageszeitungen mit einer offenen und unmissverständlichen Entschuldigung für die Entscheidungen rund um Knittelfeld und deren Folgen bis zum Bruch der Regierung. Grundtenor: Wer Dinge verändern und anpacken will, ist nie davor gefeit, Fehler zu machen. Aus einer Schwäche soll durch dieses „offene Wort“ des Landeshauptmannes eine Stärke ge-

Offener Brief  
von Jörg Haider:  
Jeder macht  
Fehler

## Ein offenes Wort ...

Liebe Kärntnerinnen und Kärntner,

**wir haben viel erreicht in den letzten Jahren.** Mit der Wirtschaft geht es bergauf, für ältere Menschen und ihre Angehörigen wird mit der neuen Aktion "Altwerden zu Hause" vorgesorgt – und für Ihre Kinder kann ich Ihnen heute eine Lehrstelle oder Ausbildung garantieren. Nun entscheiden Sie am 7. März 2004, ob wir **diesen guten Weg gemeinsam weitergehen.**



Dr. Jörg Haider  
Landeshauptmann

Für Ihren Zuspruch, Ihr Vertrauen und die vielen positiven Briefe, Gespräche und Ideen danke ich Ihnen. Doch Sie fragen mich auch nach der Situation, die im letzten Jahr zu Neuwahlen in Österreich geführt hat und wollen wissen, warum ich damals – wie heute – so aktiv geworden bin.

Jeder Mensch hat zwei Möglichkeiten: Man kann **jeden Tag aufs Neue sein Bestes geben** – oder Schwierigkeiten ausweichen. Ich habe immer versucht, Dinge anzupacken.

Es war damals eine sehr schwierige Situation für mich: Viele Menschen hatten mir ihr Vertrauen geschenkt, **weil wir ganz klare Ziele** hatten. Z. B. die Verbesserung Ihres Einkommens durch die Steuerreform. Dieses Vertrauen wurde leichtfertig aufs Spiel gesetzt. Deshalb wollte ich das Verschieben nicht mehr hinnehmen und mein Wort halten.

Was passierte, als sich die Ereignisse überstürzten, konnte auch ich nicht voraussehen. **Aber jeder von uns stand in seinem Leben schon einmal vor schweren Entscheidungen.** Und manchmal kann man das Richtige nicht mit Sicherheit tun, weil sich das Richtige erst mit Abstand erkennen lässt. Doch das Lernen gehört zum Leben dazu. Denn Erfahrung und Einsicht machen stärker! – Gerade nach den Ereignissen der letzten Tage bietet sich eine neue Chance, **die Steuer-Entlastung für Sie durchzusetzen.**

**Jetzt geht es um unser Kärnten.** Und um eine große Aufgabe, die man nur mit Liebe zum Land und dem Mut zu Entscheidungen meistern kann. Kärnten steht vor großen Herausforderungen in einer unsicheren Welt.

Mit Ideen und Verantwortungsbewusstsein, um unser Land voranzubringen, werde ich meinen **bestmöglichen Beitrag** leisten. Nutzen wir diese Chancen mit ganzer Kraft! Gemeinsam – am 7. März 2004!

Ihr

Jörg Haider  
Landeshauptmann

macht werden. Die kommunikative Blockade, die mit dem Begriff „Knittelfeld“ in Verbindung steht, soll so in persönlicher Form aufgebrochen werden.

### Plakat- und Inseratserie „Nur der Vergleich macht sicher.“

16-Bogen-  
Plakatserie



Kernbotschaften des Vergleiches zwischen Kärnten und anderen Bundesländern zur fachlich-sachlichen Argumentation des Erfolges des Kärntner Weges unter Jörg Haider.

Information für  
Funktionäre und  
die Bevölkerung

### Argumentationsfolder intern „Nur der Vergleich macht sicher – Die Fakten sprechen für uns“

Für die Funktionäre zur Stützung und Vertiefung der Plakatbotschaften und als Einwandargumentation gegen die Hauptangriffspunkte von SPÖ und ÖVP.

### Folder „Nur der Vergleich macht sicher. Kärnten: Erfolgsmodell für Österreich.“

Zur inhaltlichen Verdichtung der Plakatserie als breites Verteilermittel. Neben Verteileraktionen wurde er als Beilage in der Gratis-Zeitung „Kärntner Woche“ an jeden Haushalt geschickt.




## Video und DVD: „Kärnten am neuen Weg“

Die Eckpunkte der Erfolgsstory Kärntens seit 1999 in Bild und Ton.

## Direct Mailings:

- Brauchtumsmesse
- Kostenlose Gripeschutzimpfung
- Kindergeld-Mailing

**Max Mustermann**  
Schaumgasse 7  
9020 Klagenfurt



Dr. Jörg Haider  
Landeshauptmann von Kärnten

Klagenfurt, am 14. 10. 2003

### Neue Vorteile für Senioren!

Sehr geehrter Herr Mustermann,

in Kärnten führen wir heuer zum dritten Mal die **kostenlose Grippe-Impfaktion** für Senioren durch. Ich lade Sie herzlich ein: Nutzen Sie unsere Serviceleistung als wertvollen Beitrag zu Ihrer Gesundheit. Schützen Sie sich vor einer Erkrankung. Nehmen Sie diese Gratis-Impfung in Anspruch.

Die Leistungen der älteren Generation werden von mir besonders geschätzt. Daher setze ich mich in einer verantwortungsvollen Seniorenpolitik konsequent dafür ein, Ihnen einen **sorgenfreien Lebensabend** zu ermöglichen.

Erst dieser Tage haben wir in der Landesregierung ein umfangreiches Seniorenpaket beschlossen: In Zukunft soll es einfacher werden, Familienmitglieder zu Hause zu betreuen. Ab 2004 wird die soziale und arbeitsrechtliche Absicherung pflegender Familien-Angehöriger endlich geregelt. Die Senkung der Tarife für die Hauskrankenpflege bringt Ihnen eine **Ersparnis von 5 %**.

Das ist ein entscheidender Schritt in Richtung „**Pflegescheck**“, den ich als nächstes durchsetzen möchte und an dem wir jetzt intensiv arbeiten. Denn viele Senioren werden aufopfernd von ihren Familien-Angehörigen gepflegt. Diese Arbeit muß anerkannt werden!

Mit dem „Pflegescheck“ kann die Person, die Sie pflegt, auch einmal Urlaub nehmen, während Sie 14 Tage zu Hause oder in einer Seniorenstätte bzw. Sanatorium **kostenlos** betreut werden.

Noch ein neuer Vorteil: Mit der „Seniorencard“ erhalten Sie in Kürze einen kärn-

Landeshauptmann Jörg Haider • Arnulfplatz 1 • 9020 Klagenfurt • Telefon 050/536-22101

Muster eines von FPÖ-Regierungsmitgliedern ausgesendeten, persönlich adressierten Briefes.



## Veranstaltungen

Interne Motivationstour parallel zur Kampagne

### „Kraft tanken mit Jörg“:

Motivationsserie für eigene Funktionäre mit Präsentation des ersten Kampagneteils und anschließendem geselligen Beisammensein bei Bier und Frigga. Nach dem landesweiten Auftakt Herunterbrechen des Veranstaltungstyps auf jeden Bezirk.



Landesparteitag:  
Zeichen der Geschlossenheit und Kampfansage an SPÖ.

### Landesparteitag der FPÖ Kärnten „Weiter am neuen Weg.“

Deutliches Zeichen der inneren Geschlossenheit, des Aufbruchs und klare politische Kampfansage an die „alten Herausforderer“, speziell an Peter Ambrozy.



Wichtiges strategisches Instrument: Experten für sich sprechen lassen.

### Experten-Enquete zum Thema „Pflugescheck“

Inhaltlicher Startschuss mit Experten und Bundesregierungsmitgliedern für die darauf folgende Plakatkampagne.

## Heimatherbst

Neue Veranstaltungsserie des Landes, die dem Landeshauptmann die Gelegenheit gibt, sich stark und sympathisch im Segment von Heimat und Brauchtum im ganzen Land zu etablieren. Mit der Vielzahl der im Rahmen des Gesamtprojektes in allen Tälern und Regionen Kärntens stattfindenden Brauchtumsveranstaltungen wird ein wichtiger Impuls zur touristischen Belegung der Zwischensaison gesetzt. Die Veranstaltungen bieten dem Landeshauptmann eine optimale Auftrittsgelegenheit und die Möglichkeit zur Kommunikation der Heimatverbundenheit.

Brauchtumsveranstaltungen in allen Kärntner Regionen als ideale Bühne für den Landeshauptmann.



November/  
Dezember  
2003

VORWAHLKAMPFFHASE 2



## Die Ausgangslage

---

Das Negativ-Image von LH Haider infolge von Knittelfeld erweist sich trotz langsam erkennbarer Aufweichung im Bild der Öffentlichkeit und in den Medien als hartnäckiger Störfaktor für einen Erfolg der Wahlbewegung.

**Negativ-Image  
infolge Knittel-  
feld bei Bevöl-  
kerung weiter  
hartnäckig**

Die eigenen Funktionäre beginnen sich mit dem Wahlkampf inhaltlich auseinander zu setzen und sich damit anzufreunden. Entschlossenheit und der Wille zum Erfolg werden in den Veranstaltungen spürbar. Sie erhalten langsam, aber sicher ein Gefühl der Sicherheit.

**Eigene Funktio-  
näre werden si-  
cherer**

Entscheidend in der unmittelbaren Vorweihnachtsphase ist die Reaktion der Bevölkerung auf einen in einem Interview gezogenen Vergleich zwischen Saddam Hussein und US-Präsident Bush durch Landeshauptmann Haider. Diese Reaktion fällt völlig anders aus, als von SPÖ und ÖVP eingeschätzt. Besonders die ÖVP betont sich in Reaktion auf diesen Vergleich in eine „Nie mehr Haider als LH“-Position ein, die den Wahlkampf in der Folge zu einer Auseinandersetzung rund um das Ausgrenzungsthema gegenüber Jörg Haider und damit zu einer Diskussion „pro oder kontra Haider“ werden lässt.

**Strategische  
Einzementie-  
rung der ÖVP:  
Nein zu Haider**

Je nach Umfrage rangiert die FPÖ in dieser Phase in einem Spektrum zwischen vier und zehn Prozent hinter der SPÖ. Es ist eindeutig ersichtlich, dass die FPÖ den Rückstand langsam, aber kontinuierlich kleiner werden lässt. Umfragen, die Mitte Dezember vom OGM Institut durchgeführt werden, zeigen zwar die SPÖ mit 39% klar in Führung. Doch die FPÖ kommt dabei schon auf 32% und beginnt das Image des Aufholers für sich zu besetzen. Die ÖVP bewegt sich trotz neuer Spitzenkandidatin mit Landeshauptmannanspruch bei nur 23%. Die Grünen kommen auf 5%.

**Umfrage:  
FPÖ legt leicht  
zu**

## Die Strategie

---

Der Versuch, die infolge der medialen Darstellung von Knittelfeld vorhandenen Vorbehalte gegenüber Jörg Haider und der

<b>Weiche Themen weiter verstärken</b>	FPÖ aufzuweichen, wird weitergeführt. Die Wähler sollen durch das Angebot weicher Themen aus der Abwarteposition geholt werden. Das Thema Pflegescheck wird zentral durchgetragen.
<b>Angriffe auf SPÖ verstärken: „Rote Raunzer“</b>	Gleichzeitig wird versucht, die SPÖ-Negativ-Kampagne, die Kärnten als Schlusslicht und Verlierer darstellen möchte und die in der Öffentlichkeit nicht goutiert wird, für die FPÖ zu nutzen. Ambrozy wird das Miesmacher- und Nestbeschmutzer-Image umgehängt. Gegenüber der ÖVP setzt man auf eine Taktik des freundlichen, aber konsequenten Ignorierens, um der neuen Spitzenkandidatin möglichst wenig Gelegenheit zur eigenen Profilierung zu geben.

## **Das wurde gemacht**

---

<b>Politik unpolitisch verkaufen</b>	Nutzung der kommunikativen Möglichkeiten der klassisch-unpolitischen Vorweihnachtszeit, um in die Herzen der Menschen zu kommen. Die sachlich-inhaltliche, an messbaren und vergleichbaren Fakten orientierte Phase 1 wird damit völlig abgeschlossen.
<b>FPÖ-Aussagen in SPÖ-Kernbereichen</b>	Inhaltlicher Schwerpunkt ist weiter das „weiche“ Thema Pflegescheck. Zur Stärkung der Glaubwürdigkeit dieses zentralen Wahlversprechens wird an das 1999 versprochene und gehaltene Wahlkampfversprechen „Kinderscheck“ wieder erinnert. Damit wird bewusst in ein Kompetenzfeld, das der SPÖ zugeordnet wird, eingegriffen.
<b>Bewusster Verzicht auf klassisches Kopfplakat mit LH</b>	Jörg Haider ist als Träger der einzelnen sozialpolitischen Maßnahmen zwar immer präsent, es gibt aber weiterhin keinen großflächigen Einsatz von Porträts oder Plakaten im Sinne der klassischen politischen Werbung (Porträtplakat). Es wird damit ein bewusster Gegenpol zum frühen Einsatz von Porträtplakaten von Seiten der SPÖ und der ÖVP gesetzt, der in relativ kurzer Zeit einen Sattseh-Effekt bei den Wählern erwarten lässt.
<b>Aufbau unabhängiger Plattformen</b>	Zeitgleicher Aufbau unabhängiger Plattformen wie „Ladies Lounge“ (Frauen), „next generation“ (Jugendliche) und „Unabhängiges Personenkom. zur Wiederwahl von Landeshauptmann Jörg Haider (UPK)“ im erweiterten Umfeld der Partei mit dem Ziel, unpolitische Auftritts- und Kontaktmöglichkeiten für den

Landeshauptmann in bestimmten Zielgruppen zu schaffen und Sympathiefelder außerhalb des klassischen Parteiapparates zu eröffnen.

## Material

### „Hoffnung schenken“

Adventbüchlein zur Kommunizierung der Leistungen des FPÖ-Sozialfonds. Es werden ergreifende Schicksale betroffener Personen dokumentiert, denen geholfen wurde. Die Broschüre ist mit Kinderzeichnungen illustriert. Als zusätzlichen Inhalt gibt es Adventrezepte, Weihnachtslieder, Weihnachtsgedichte etc.



Adventverteiler:  
Mischung aus  
Menschlichkeit  
und Service-  
Idee.

### „Kärntner Mondkalender 2004“

Serviceorientierter Hänge-Mondkalender mit Abbildungen von Kärntner Landschaften und Fotos aus dem Bereich des Kärntner Brauchtums. Der Serviceteil gibt praktische Anweisungen und Tipps für die Bereiche Gesundheit, Garten, Haushalt etc. LH kommt nur auf der Märzseite mit Eintrag am Wahltag und mit kurzer Widmung auf der Innenseite vor. – Als Beilage in der Kärntner Woche (an jeden Haushalt) in der Woche vor Weihnachten.



Weihnachtsaktion:  
Mondkalender

### Offener Brief zum Irak „Die Wahrheit tut weh“

In Anlehnung an den ersten offenen Brief zu Knittelfeld nimmt Jörg Haider zu seinem Vergleich Hussein–Bush in ganzseitigen

Offener Brief:  
Irak: Offensiver  
Umgang mit  
Problemthema



Zeitungsinsératen differenziert Stellung. Er bekräftigt damit zu einem Zeitpunkt, in der die öffentliche Meinung zum Irakkrieg täglich mehr zuungunsten der USA kippt, seine von Anfang an ablehnende Haltung gegen diese Militäraktion. Herausgestrichen wird damit die Glaubwürdigkeit der Person Jörg Haider als eines Politikers, der sich kein Blatt vor den Mund nimmt und sich immer dann zu Wort meldet, wenn es um Recht und Gerechtigkeit geht.

## Die Wahrheit tut weh ...

Liebe Kärntnerinnen und Kärntner,

Sie kennen mich als einen, der immer seine Stimme erhoben hat, wenn es darum ging, Unrecht anzuprangern und für **Gerechtigkeit** einzutreten.



Dr. Jörg Haider  
Landeshauptmann

Genau darum ging es mir auch bei meinen Aussagen zum Irakkrieg, zur Rolle von US-Präsident Bush und Israels. Zu keiner Sekunde habe ich dabei die Verbrechen Saddam Husseins und seine Verantwortung für Krieg und Leid in Frage gestellt. Für genauso notwendig halte ich es aber auch, die Handlungen jener zu beurteilen, die für sich allein in Anspruch nehmen, im Namen von Recht und Gerechtigkeit zu agieren. Dieser Anspruch allein kann noch keine Schuldbefreiung bedeuten. Denn **der selbe Maßstab muss für alle gelten**.

Die Wahrheit ist den Menschen zumutbar. Das sind Worte unserer großen Kärntner Dichterin Ingeborg Bachmann. Ich glaube fest daran. **Wahrheit ist zumutbar, auch wenn sie manchmal weh tut.**

Es ist wahr, dass die USA Saddam Hussein selbst solange mit Waffen und Giftgas beliebt haben, wie es ihren Interessen nutzte. Es ist wahr, dass Präsident Bush die Weltöffentlichkeit wiederholt falsch informierte, wie u.a. die gefälschten Beweise für die Existenz von Massenvernichtungswaffen zeigen. Es ist wahr, dass bei Menschenrechtsverletzungen oft mit zweierlei Maß gemessen wird, je nachdem, welches Land sie begeht. Und es ist wahr, dass als Resultat eines vermeidbaren Krieges nicht Freiheit und Demokratie sondern der Besitz der zweitgrößten Ölreserven der Welt durch die USA stehen.

**Ich bin mit meiner Position nicht allein.** Deshalb ist es auch Unsinn, von einem Schaden für Kärnten zu sprechen, wie es meine politischen Gegner tun. Persönlichkeiten von Papst Johannes Paul über Friedensnobelpreisträger Michael Gorbatschow bis hin zu Al Gore, Künstler, Intellektuelle, Politiker, teilen meine Kritik genauso, wie viele Menschen in unserem Land: Der Irak-Krieg war kein Akt der Gerechtigkeit. Er war ein neuer Akt der Willkür unter Missachtung des Völkerrechts. Das aber kann nicht der Boden sein, auf dem ein friedliches Miteinander der Völker wachsen kann.

Ich bin zutiefst davon überzeugt, dass man ein Unrecht nicht dadurch beseitigen kann, dass man ein Neues begeht. **Gewalt erzeugt nur Gegengewalt.** Und deshalb werde ich auch nicht müde werden, dagegen meine Stimme zu erheben.

Ihr

Jörg Haider, Landeshauptmann

Start der  
Image-Homepage:  
[www.joerg1.at](http://www.joerg1.at)

## Start der Homepage [www.joerg1.at](http://www.joerg1.at)

Sie ist primär als Imageverstärker für die Person Jörg Haider konzipiert. Die Webadresse ist fixer Bestandteil auf allen Wahlwerbeartikeln, Plakaten etc. Die Zugriffsrate auf die Seite ist enorm: Neben der Berichterstattung über aktuelle politische



Veranstaltungen werden wichtige Jörg-Haider-Veranstaltungen (Neujahrstreffen, Steuerenquete mit Minister Grasser, Aschermittwoch-Treffen oder Spitzenkandidatendiskussionen) live im Internet übertragen.

### Start Homepage [www.next-generation.cc](http://www.next-generation.cc)

Jung, frech, unkonventionell und powered by Jörg.

Next generation  
als unpolitische  
Jugendplatt-  
form



### Plakatkampagne „Pflegescheck“ (16-Bogen-Fix- flächen und City- lights):

Flächendeckender  
Transport des zentralen

inhaltlichen Themas im weichen Sozialbereich.



## Inserate „Pflegescheck“

Zur Stützung und Verdichtung der Plakatkampagne. Dabei wird u.a. der Kinderscheck mit erinnert. Zusätzlich werden in Regionalmedien redaktionelle Schwerpunkte zum Thema gesetzt.

Verdichtung der  
Pflegescheck-  
Plakate

## Folder zum Pflegescheck

Als Verteilermaterial bei Schwerpunkt-Aktionen zum Thema.

## Inserate „Familienpaket“

Vorweihnachtlicher Verkauf der familienpol. Leistungsbilanz der Ära Haider als Ergänzung zur sozialpolitischen Offensive in Form des Pflegeschecks.



Kärntnerlied-  
CD mit Jörg  
Haider als  
Solist



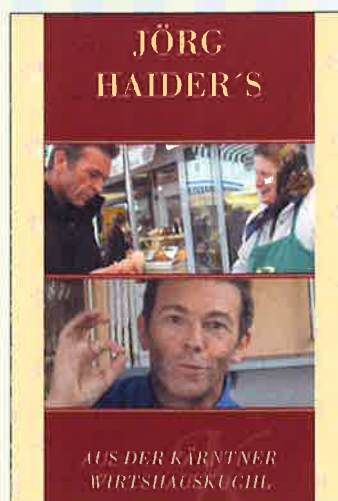
## CD „Kärntnarisch g'sungan“

Parteiunabhängige Charity-Aktion mit Kärntner Chören unter der Patronanz von Gretl Komposch. Jörg Haider tritt als Chorsänger und Solist auf. Der Verkaufserlös kommt „Kärntner helfen Kärntnern“ zu Gute und stützt die Sozialfondsschiene des Landeshauptmannes.

Klassiker  
Kochbuch

## Kochbuch „Aus der Kärntner Wirtshauskuchl“

Rezeptsammlung aus allen Tälern und Regionen Kärntens.





## Direct Mailings:

- Senioren-Powercard
- Einladung zur Brauchtums- messe und Brauchtumsgala an Vereinsadressen
- Heizkostenzuschuss
- Kindergeld



Weiter voller Einsatz der direkten Kommunikation

## Song „Kärnten is a Wahnsinn“

Als Faschings- und Stimmungssong auf CDs zur Gratisverteilung.

Eigenes Faschingslied

## Angriffslinie:

### Inseratserie „Einfache Fragen an SPÖ-Chef Peter Ambrozy“

Zur Verstärkung des Raunzer- und Miesmacher-Images von SPÖ-Spitzenkandidat Ambrozy.

**Pickerln „Raunzfreie Zone – Ambraunzys müssen draußen bleiben!“**

### 6 ganz einfache Fragen an SPÖ-Chef Peter Ambrozy

- 1) Stimmt es, dass in Österreich die **Beschäftigungszahlen** ständig zurückgehen, während sie **in Kärnten kontinuierlich steigen**?
- 2) Stimmt es, dass **Kärnten** im Landesbudget heute **weit weniger Schulden** hat als zu der Zeit, als Sie Finanzreferent im Land waren?
- 3) Stimmt es, dass Kärnten durch die **sinnvolle Investition von Privatisierungserlösen** heute weit besser dasteht, als zu Zeiten, als Sie und Zernatto Kärnten regiert haben?
- 4) Stimmt es, dass der **Kärntner Sommer- und Wintertourismus** seit 1999 **kräftige Zuwachsraten** erzielen konnte, während ihm vorher der Absturz drohte?
- 5) Stimmt es, dass **Kärnten** heute zu einer der **innovativsten Regionen Europas** zählt, während es vor 1999 international keine Bedeutung hatte?
- 6) **Und stimmt es, dass Sie mit dieser positiven Aufwärtsentwicklung Kärntens nichts zu tun haben wollen?**

**Peter, raunz weiter ...**

Angriff auf die „Roten Raunzer“: Ganz einfache Fragen an Peter Ambrozy

## Veranstaltungen:

### Faschingswecken am 11.11. um 11 Uhr 11

Nutzung dieses „Kärntner Feiertages“ um Jörg Haider als lockeren Landesvater zu präsentieren.



„Unabhängige“  
Frauenplatt-  
form

### Start Ladies Lounge

Als unabhängige Plattform im Frauenbereich und Auftrittsplattform für

Jörg Haider in diesem Bereich. Erster Gast: Janeth Kath (GF Interio Möbel Österreich)



### Weihnachtsverteileraktion

Klassische Bürgerstandl-Aktion im ganzen Land mit Verteilung von Lebkuchenherzen, „Hoffnung schenken“, und Kärntner Mondkalendern. Dazu kommen von den Ortsgruppen organisierte Puntchpartys.

Eigenständiger  
werblicher Auf-  
tritt von „next  
generation“



### Start „next generation“

Veranstaltungen als Jugendplattform für Gesprächsmöglichkeiten mit Jörg Haider.

## Übergabe des 15.000. Kärntner Kinderschecks

PR-Aktion für die Medien zur Verstärkung des Glaubwürdigkeitsfaktors von Jörg Haider.



Kinderscheck als Glaubwürdigkeits-Multiplikator für Pflegescheck-Idee.

## CD-Präsentationstour „Kärntnerisch gsungan“

Moderierte Liederabende mit Chören der jeweiligen Region; Verlosung von Kärntner Gwandln. Insgesamt gibt es acht Konzerte, die nicht nur bei den Freunden des Kärntnerliedes großen Zuspruch finden.

Jeweils Kooperation mit regionalen Chören

## EVA 2003

Wahl der „Kärntnerinnen des Jahres“ mit Auszeichnungen für speziell im Sozialbereich aktive Kärntnerinnen. Die EVA-Wahl findet seit 1999 statt. Sie ist eine Initiative des damaligen Landeshauptmannkandidaten Jörg Haider. Durch die jahrelange Kontinuität der Veranstaltung, die in Kooperation mit der Kärntner Krone durchgeführt wird, ist EVA zum Markenzeichen für Kompetenz des Landeshauptmannes in Frauen-, Familien- und Sozialfragen geworden. Das Medienecho ist enorm.

Mediales Großereignis EVA

## Brauchtumsmesse mit Brauchtumsgala

Einführung von Landeshauptmann Jörg Haider als Plattform der lebendigen Kärntner Brauchtumpflege. Sie gibt in konzentrierter Form einen Überblick über die Tätigkeit und die Organisationen der Kärntner Volkskultur. Unterstützend dazu erfolgt der massive Ausbau des Kärntner Musikschulwesens seit 1999 (von 6300 auf über 11.000 Schüler.) Sie bilden ein wichtiges Nachwuchsreservoir der Volkskultur und bieten der Jugend sinnvolle Freizeitbeschäftigung.

Schwerpunkt Brauchtumpflege



# Jänner 2004

DIE INTENSIVWAHLKAMPFFHASE

## Die Ausgangslage

---

Die Wiederherstellung des Vertrauens der Bevölkerung in die Person Jörg Haiders ist noch nicht in dem Maß gegeben, dass eine volle Konzentration auf die Person in der ersten intensiven Wahlkampfphase bereits möglich wäre. Die im allgemeinen Bewusstsein fest verankerten Vorbehalte gegen die Person trotz Anerkennung der erbrachten Leistungen für das Land und Einlösung der im Zuge der Wahlbewegung 1999 gegebenen Versprechen ist nach wie vor vorhanden, wenn sie auch zusehends spürbar aufweichen.

**Anerkennung für LH-Leistungen, trotzdem Vertrauensdefizit**

Durch die intensive und kontinuierliche direkte und indirekte Wahlkampfführung der letzten sechs Monate gerät Bewegung in die Wählerlandschaft. Die FPÖ bewegt sich in immer größeren Schritten von der niederen Ausgangsposition in den Umfragen weg. Die Zugewinne bewirken erstmals offensichtlich Nervosität bei der SPÖ-Spitze und Unsicherheit bei den SPÖ-Funktionären. Die Frage der Machbarkeit der Aufholjagd wird in der Öffentlichkeit zum Thema. Die Motivation der FPÖ-Funktionäre steigt weiter. Diese Geschlossenheit der Kärntner FPÖ und ihrer Funktionäre ist entscheidend für den Erfolg der Aufholjagd.

**FPÖ rückt SPÖ näher: SPÖ-Nervosität steigt**

Laut OGM Studie sind die Freiheitlichen mit Jörg Haider zwar noch weit vom 42-Prozent-Wahlergebnis 1999 entfernt, doch die FPÖ legt weiter kontinuierlich zu. Sie hält Anfang Jänner bei 34%. Die SPÖ kommt relativ konstant auf 39%. Laut OGM Institut wird diese Landtagswahl immer mehr zu einem Zweikampf um die Pole-Position zwischen Blau – Haider gegen Rot – Ambrozy. Opfer in diesem Zweikampf ist die ÖVP, die sich mit ihrem strategischen Nein zur Wiederwahl Jörg Haiders als Landeshauptmann festlegt und sich damit in weiterer Folge selbst ins Abseits manövriert hat. Sie liegt in dieser Phase bei knapp 22%. Die Grünen kommen in den Umfragen auf ca.5%.

**ÖVP völlig im Abseits**

In den personenbezogenen Umfragen zur Landeshauptmannwahl liegt Jörg Haider klar vor seinen direkten Konkurrenten, aber nach wie vor weit vor der eigenen Partei: Die OGM Umfrage von Anfang Jänner bestätigt dieses Bild. Bei der Frage, wem

**Haider liegt klar vor eigener Partei und SP-Ambrozy**

die Wähler ihre Stimme geben würden, wenn sie ihren Landeshauptmann direkt wählen könnten, liegt Jörg Haider mit 39% Zuspruch deutlich vor seinem stärksten Herausforderer Ambrozy mit nur 28%. Die ÖVP-Kandidatin Elisabeth Scheucher rangiert bei 16% und Rolf Holub von den Grünen erreicht gerade einmal 3% Zustimmung.

## Die Strategie:

---

**Vertrauensgefühl mehr vertiefen**

Die Konzentration auf die Person Jörg Haider unter kommunikativer Zurückstellung der FPÖ als Partei wird weiter verstärkt. Kernpunkt ist das weitere Vorantreiben der Komponente „Vertrauen“ und die Schaffung eines positiven Bauchgefühls für Jörg Haider in der breiten Masse der Wählerschaft.

**Kernthemen:  
Heimat,  
Familie,  
Aufschwung,  
Zukunft**

Das Gefühl soll durch konkrete Inhalte in vier Kernbereichen (Heimat, Familie, Aufschwung, Zukunft) gestützt werden, die das erste umfassende Angebot eines leicht lesbaren Zukunftsprogrammes an die Wähler bringen und bis zum Schluss als Generalthemen durchgetragen werden sollen.

**Massenerlebnis inszenieren:  
Wahlauftakt**

Nach innen muss eine völlige Mobilisierung der Partei über die Kärntner Landesgrenzen hinaus durch ein gemeinsames Massenerlebnis in Form eines groß angelegten Wahlauftaktes erreicht werden, der zugleich für die politischen Gegner ein eindeutiges Signal der organisatorischen Schlagkraft der Partei sein soll.

**SPÖ-Unsicherheit weiter verstärken**

In Richtung SPÖ ist es das Ziel, die dort wachsende Unsicherheit über die Richtigkeit von Personal- und Strategiefragen weiter zu verstärken. Dies geschieht einerseits durch den Aufbau eines Spannungsfeldes rund um die Ankündigung von Quereinsteigern bei der FPÖ aus den Reihen der SPÖ. Andererseits deklarieren sich SPÖ-Prominente in FPÖ-Inseraten und in Interviews gegen den eigenen Spitzenkandidaten Ambrozy.

## Das haben wir gemacht

---

Erzielt wird diese weitere Steigerung des Faktors Vertrauen durch den Einsatz von realen Kärntner Personen (Typen mit



Angabe von Namen) statt beliebiger Fotomodelle im Zuge der ersten Plakatwelle. Die Kommunikationsform wird durch die Verwendung der Ich-Form in den Slogans so direkt wie möglich gewählt. Die FPÖ als Partei bleibt weiter völlig im Hintergrund. Jörg Haider ist als Person nicht abgebildet, sondern kommt nur namentlich vor.

**Keine Models:  
„Echte“ Kärntnerinnen und Kärntner am Plakat**

Unterstützt wird dieses Vertrauensgefühl durch den Einsatz zentraler inhaltlicher Begriffe der kommenden Wahlkampfphase wie „Heimat“, „Familie“, „Aufschwung“ und „Zukunft“, die von den jeweiligen Typen werbetechnisch an die entsprechende Zielgruppe transportiert wird.

Die Glaubhaftigkeit des weiter aufzubauenden Vertrauensgefühls wird durch den Start einer eigenen Testimonialserie weiter gestärkt. Eine Mischung aus überregional und regional bekannten Kärntner Persönlichkeiten (Menschen wie du und ich aus der Bevölkerung) werden in einer eigenen Inseratenserie zum Träger der Botschaft: „Wir Kärntner – Unser Landeshauptmann Jörg Haider. Ich vertraue ihm.“ Diese Testimonials geben aus ihrer jeweils ganz persönlichen Sicht der Entwicklung Kärntens in den letzten 5 Jahren bzw. ihres persönlichen Zuganges zur Person des Landeshauptmannes einen individuellen Vertrauensbeweis, der das Eis weiter auftauen soll.

**Start der Testimonial-Inserate:  
„Ich vertraue ihm“ mit Leuten aus der Bevölkerung**

Zur Verbreiterung der Vertrauensbasis wird das „Unabhängige Personenkom. zur Wiederwahl von Landeshauptmann Jörg Haider“, das seit Herbst aufgebaut worden ist, in kulturellen Veranstaltungen und Inseraten nach außen getragen.

**Unabhängiges Personenkomitee zur Wiederwahl von Jörg Haider als Landeshauptmann (UPK)**

Für den Wahlauftritt mit dem Motto „Pole-Position für Kärnten“ wird in Anlehnung an die Formel 1 in der Gesamtinszenierung der Veranstaltung bewusst eine populäre Thematik gewählt, die zugleich ein Höchstmaß an Modernität und Dynamik vermittelt. Nach außen soll mit dem Charakter der Großveranstaltung mit tausenden Besuchern der Eindruck der Geschlossenheit und Schlagkraft erzeugt werden. Nach innen hat die Veranstaltung das Ziel, den für die Intensivwahlkampfphase entscheidenden Motivationsschub zu setzen. Wichtig ist, die hohe Erwartungshaltung an diese Veranstaltung, die sich aus dem Vergleich mit

**Schlüsselerlebnis  
Wahlauftritt:  
Kraft, Entschlossenheit, Siegeswille, Einigkeit**

dem erfolgreichen Auftakt der Wahlbewegung 1999 ergeben hat, durch ein Gemeinschaftserlebnis der anderen Art zu toppen. Die Spitzenspieler der Bundespartei gliedern sich voll in die laufende Wahlbewegung ein.

**Neue Wege  
bei der  
Plakatierung**

Neue Wege gibt es im Bereich der Plakatierung. Neben den üblichen Fix- und Mobilflächen kommen Sonderwerbeflächen zum Einsatz. Beispielsweise werden Plakate auf beleuchteten Containern angebracht. Strohballen werden als Werbeflächen benutzt. Darüber hinaus werden Einzeltransparente verwendet, auf denen jeweils regionale Projekte (Straßenbau etc.), die mit Jörg Haider seit 1999 in Verbindung gebracht werden, in den von der positiven Maßnahme betroffenen Regionen/Gemeinden eingesetzt.

**Slogans**

**Plakatserie/Folder:**

„Jörg Haider heißt für mich: Heimat“

„Jörg Haider heißt für mich: Familie“

„Jörg Haider heißt für mich: Aufschwung“

„Jörg Haider heißt für mich: Zukunft“

**Abbinder dazu jeweils:**

„Unser Landeshauptmann. Jörg Haider. Ich vertraue ihm.“

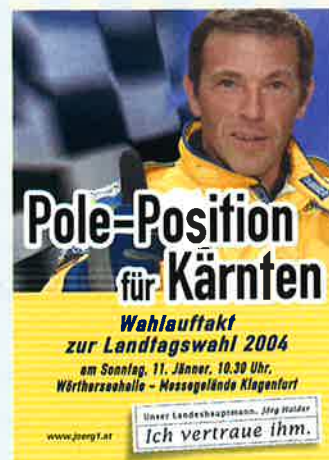
**Slogan**

**Wahlkampfauftakt  
(Messehalle Klagenfurt):**

„Pole Position für Kärnten“

Wir Kärntner.

Unser Landeshauptmann. Jörg Haider



## Material:

### Plakatserie „Jörg Haider heißt für mich...“

16- und 24-Bogen Fix- und Mobilflächen, Citylights, Ein- und Zweibogenplakate

### Inseratserie „Jörg Haider heißt für mich ...“

Zur Verdichtung der Plakatsujets; zusätzlich redaktio-



Die erste Plakatserie des Intensivwahlkampfes

nell gestaltete Beiträge in Regionalzeitungen

### Inseratserie Testimonials: „Kärnten am richtigen Weg“

**Wir wollen, dass Jörg Haider Landeshauptmann bleibt.**

**KR Robert Rogner**  
Bierbrauer  
„Weil Kärnten sich in der Landwirtschaft mit Jörg Haider als Landeshauptmann für unser Kärnten das Beste will.“

**Hermine Wech**  
Bürokauffrau  
„Weil Kärnten sich zukünftig positiv bewegen für die Wirtschaft braucht, dass Arbeitsplätze und Wohlstand in unserer Region durch Jörg Haider mit seinen Jahren und Vertrauen ihm.“

**Friedrich Koren**  
Brauereibesitzer, Schlegel Brauerei  
„Weil es auch für die „Kärntner“ ein Anlass gibt.“

**Eveline Auer**  
Betriebsratsvorsitzende, Hebe-Chemalien  
„Weil es viel für uns Arbeitsplätze gibt, nicht nur, sondern es zu wünschen sind die Einführung der kleinen Familie durch die Staatsführung unter der Landeshauptmannschaft.“

*Wahlkörper  
Förderkreis für  
die Erneuerung im Land  
Kärnten*  
**Jörg Haider**

Organisationsbüro UPK, Landhaus, 5020 Hiegentur  
Tel.: 0043/25 78 82, MÖB. office@joerg1.at

*Kärnten am richtigen Weg!*

**Anita Brunner** | LEHRLING, DÖBRIACH

„Als ich meinen Lehrplatz verloren habe und keinen neuen finden konnte, war ich echt geschockt. Doch dank der Lehrlingsbörse unseres Landeshauptmannes kann ich meine Ausbildung zur Bürokauffrau bei den Mölltaler Gletscherbahnen abschließen und wieder mit Optimismus in die Zukunft blicken.“

**Wir Kärntner, Unser Landeshauptmann**  
**Jörg Haider**

Lehrlings-Hotline: 04276-48353 [www.joerg1.at](http://www.joerg1.at)

Muster Testimonial-Inseratserie und UPK-Inserate

### Inserate „Unabhängiges Personenkomitee – UPK“:

„Wir wollen, dass Jörg Haider Landeshauptmann bleibt.“ Die im UPK organisier-



ten regional bekannten Persönlichkeiten übernehmen mit ihrem Engagement für Jörg Haider das Risiko von Anfeindungen, da zu diesem Zeitpunkt viele Kärntnerinnen und Kärntner noch nicht an eine Wiederholung des Wahlerfolges von Jörg Haider glauben. Spitzenfunktionäre der SPÖ wie der langjährige SPÖ-Klubobmann Dr. Erwein Paska, der AK-Präsident in Kärnten ist, sorgen als Mitglieder im UPK für Nervosität im Wahlkampfteam von SPÖ-Chef Ambrozy, weil sie eine Eisbrecherfunktion im Bereich der SPÖ-Wählerklientel erfüllen.

Folder: Aufgebaut um die vier Kerninhalte dieser Wahlkampfphase

### Inhaltsfolder „Jörg Haider heißt für mich ...“

Als Großverteiler. Aufgebaut analog zu den vier Themen der Plakatserie. Jörg Haider präsentiert dazu die zentralen Inhaltspunkte. „Zukunft heißt für mich ...“ etc.



**Jörg Haider  
heißt für mich:  
Zukunft**

Kärnten ist auf Zukunftskurs. Unsere Unternehmen sind Weltspitze bei modernsten Technologien. Unsere Arbeitskräfte sind bestens qualifiziert. Unser Land ist Spitzenreiter bei Forschung und Entwicklung.

Ein modernes Ausbildungssystem sichert der Jugend alle Zukunftschancen. Die Fachhochschulen sind führend, die Lehrlingsausbildung hat höchstes Niveau. Damit jeder junge Mensch Arbeit findet, startete Jörg Haider die größte Jugendbeschäftigungsoffensive Österreichs mit eigener Lehrstellenbörse.

[www.joerg1.at](http://www.joerg1.at)

Unser Landeshauptmann. **Jörg Haider**  
**Ich vertraue ihm.**

Christina Hössl  
Studentin, Klagenfurt

### Setkarten für die Kandidaten

10 gute Gründe, warum Jörg Haider wieder Landeshauptmann werden soll. Mit der Zugabe eines 11. Grundes „weil es keinen



besseren Landeshauptmann für Kärnten gibt“ als Vorbereitung für den Auflösungslogan am Schlussplakat. Weiters sind in den Setkarten ein Gewinnspiel für die Verlosung von vier Autos im Zuge der Schlussveranstaltungen integriert.

**Setkarte:**  
Zusätzliche Mobilisierung durch Gewinnspiel. Im Zuge der Schlussveranstaltungen können Autos gewonnen werden.

### SMS-Gewinnspiel

In Kombination mit der homepage [www.joerg1.at](http://www.joerg1.at). Über die Beantwortung von Fragen, die von Runde zu Runde immer schwieriger werden, werden FPÖ-Preise wie Uhren etc. verlost. Die richtigen Antworten sind jeweils auf der Homepage zu finden.



SMS-Quiz für Zielgruppe der Jugendlichen

### Postwürfe

Nach Bedarf zur Verstärkung regionaler Schwerpunktaktionen.

## Verteilermaterial:

### FPÖ:

- Kugelschreiber • Feuerzeuge • Stoffbären • Kinderuhren

### **Next Generation:**

- Neckbands
- Eisteetuben
- Pins

### **Veranstaltungen:**

---

- Wahlauftakt Messehalle Klagenfurt:  
„Pole-Position für Kärnten“
- Start Bürgerstandln
- Start Hausbesuche
- Tournee „Kärntnarisch g'sungan“



- Soirees des UPK
- Betriebsbesuche
- Infoveranstaltungen

### **Next Generation plus RFS:**

Jörg Haider im Studenten-Kreuzfeuer, Party-Serie

### **Ladies Lounge:** Gerda Rogers

Steuerreform Veranstaltung:

Der gemeinsame Auftritt von Landeshauptmann Jörg Haider und Finanzminister Grasser erregt breite mediale Aufmerksamkeit. Die öffentlichkeitswirksame Versöhnung ist eine wichtige vertrauensbildende Maßnahme für eine Wählerschaft, die nach Knittelfeld noch immer verunsichert ist.



Fotos: Gert Köstinger, Eggenberger u. FPÖ

Am 7. März als Erster durchs Ziel.



Klagenfurt, Wörthersee-Halle am 11.1.2004:  
Tausende sind gekommen, um Jörg Haider zu hören

Unser Landeshauptmann, Jörg Haider  
*Wir vertrauen ihm.*

**Eindrücke vom Auftakt zur Landeshauptmannwahl am 7. März 2004.**

# Pole-Position für Kärnten



Fulminante Begrüßung für Jörg Haider



Starkes Team an der Seite des Landeshauptmannes: LR Dörfler, LHSiv. Pfeifenberger und LPO Strutz



Auch aus Wien volle Unterstützung für Jörg Haider



Top-motiviert: Das Team der Wahlhelfer



Volles Haus auch in der Boxengasse



Jörg Haider - ihm kann man vertrauen

Februar/  
März  
2004

DIE INTENSIVWAHLKAMPFFHASE



## Die Ausgangslage

Durch die Dynamik des freiheitlichen Wahlkampfes gerät die Wählerlandschaft zusehends in Bewegung. In den Meinungsumfragen vom OGM Institut, Mitte Februar durchgeführt, verkürzt sich der Abstand zur anfänglich fast unerreichbar voranliegenden SPÖ weiter. Die SPÖ liegt zwar mit 39% noch immer an der Spitze, allerdings hat die FPÖ gegenüber früheren Umfragen auf 36% aufgeholt. Für die ÖVP wird ein Absturz auf 18% prognostiziert. Die Grünen liegen zu dieser Zeit bei 6%. Aus einer ursprünglich vermeintlich klaren Sache zugunsten der SPÖ wird ein Kopf-an-Kopf-Rennen zwischen SPÖ und FPÖ. Die Möglichkeit, dass Jörg Haider mit einem fulminanten Finish einmal mehr das Unmögliche möglich machen und den Erfolg von 1999 im Idealfall wiederholen könnte, wird real.

**Abstand zur SPÖ verkleinert sich deutlich. Kopf-an-Kopf-Rennen steht bevor.**

Die ÖVP ist mit ihrem dogmatischen Festhalten an der Ausgrenzungsstrategie gegen Jörg Haider, die von der Bevölkerung mehrheitlich nicht gutgeheißen wird, de facto aus dem Rennen. Jörg Haider liegt im direkten Vergleich der Spitzenkandidaten nach wie vor überlegen voran, die Partei hinkt trotz Aufholjagd weiter hinterher.

Unausgewogenheiten bei der Pensionsreform auf Bundesebene zulasten der Bezieher kleiner Pensionen drohen kurzzeitig die Kärnten-spezifische Dynamik des Wahlkampfes zu überlagern und geben der SPÖ Rückenwind.

**Störfall Pensionsverluste**

Die Entlastungen für kleinere und mittlere Einkommen sowie für Familien infolge des Inkrafttretens der ersten Etappe der Steuerreform geben der Position von Jörg Haider, der stets konsequent für Entlastungen eingetreten war, von Bundeseite her zusätzlichen Rückenwind.

**Steuerentlastung bestätigt Jörg Haider**

## Die Strategie

Die allgemeine Vertrauens- und Verständnisebene wird weiter kontinuierlich gestärkt und aufgebaut. Zugleich wird die Strategie daraufhin zugespitzt, die LT-Wahl zur Wahl der Person des

**Wahl zur Personen-Wahl machen**



**Zeigen von Lösungskompetenz durch Auszahlung der Pensionsverluste: Schnell, unkompliziert, bürgernahe**

Landeshauptmannes zu machen, um damit im direkten Vergleich der Kandidaten auch für die Partei punkten zu können. Die Störung der Kärntner Aufholdynamik durch den „Wiener Betriebsunfall“ in Sachen Pensionen muss durch geeignete Gegenmaßnahmen, die die Lösungskompetenz von Jörg Haider unter Beweis stellen, zumindest aufgehoben werden. Es muss verhindert werden, dass die SPÖ die Chance nutzt, die Kärntner Stimmung mit Bundesthemen zu überlagern. Umgekehrt bietet der Erfolg der Steuerentlastung mit Jahresbeginn die Gelegenheit, das vorhandene LH-Image als Vertreter des „kleinen Mannes“ durch Veranstaltungen und Info-Material für die laufende Wahlbewegung zu nützen.

**Jörg Haider am Plakat**

In den werblichen Maßnahmen ist jetzt der Zeitpunkt gegeben, dass erstmals massiv der Landeshauptmann als Person direkt auftreten soll.

**Direkten Kontakt mit Bürgern verstärken**

Im Veranstaltungsbereich ist es Ziel, die Stärke des Landeshauptmannes im direkten und persönlichen Kontakt mit den Bürgern bestmöglich zu nutzen und so wieder im direkten Vergleich der Kandidaten Unentschlossene zu motivieren.

Der Faktor „inhaltliche Glaubwürdigkeit“ wird durch die Realisierung zweier Pilotprojekte zum Pflegescheck in Kärntner Gemeinden weiter gestärkt.

## **Das haben wir gemacht:**

---

**Jörg erstmals am Plakat: Nicht dominant, sondern als Teil einer Gruppe.**

Die Einzelpersonen, die die Träger der vorhergehenden Plakatserie gewesen sind, treten in der zweiten Plakatserie innerhalb einer Gruppe auf. Als eine Person in dieser Gruppe ist jeweils Jörg Haider abgebildet. Damit wird ein starkes Wir-Gefühl und Nähe kommuniziert. Der Landeshauptmann soll als einer wie du und ich, als „Mensch zum Angreifen“ präsentiert werden, der sich nicht in den Vordergrund drängt.

Die dritte und letzte Plakatserie schließt den Kreis hin zum Beginn des Wahlkampfes, indem sie das Motiv „Vergleich, der sicher macht“ wieder aufnimmt. Sie überträgt das Vergleichs-

motiv allerdings von der sachlichen auf die persönliche Ebene. Die Verwendung eines gängigen Spruches in der Mundart am Abschlussplakat soll die Tür zur Zustimmung auch bei jenen öffnen, die bis zuletzt unentschlossen sind. Das Abschlussplakat wird dahingehend aufgebaut, sich ein „Ja“ abzuholen. Als besonderer Gag und Teaser werden die beiden „Vergleichsgegenstände“, Ambrozy und Scheucher, am FPÖ-Plakat abgebildet. Die Inseratenebene wird nochmals verstärkt. Zentral sind redaktionell gestaltete Beiträge und die Fortführung und weitere Verdichtung der Testimonialserie bis zum Wahltag. Die Testimonialidee wird überdies zur Verstärkung auf den Bereich von Rundfunkspots übertragen.

**Schlussplakat:  
Rückkehr zum  
Vergleichsmotiv  
des Anfangs.  
Verwendung  
der Mundart.  
Abbildung der  
Mitbewerber  
am Plakat**

Die Lösungskompetenz des Landeshauptmannes in der Pensionsproblematik wird umgehend durch die Aktion der direkten und unbürokratischen Auszahlung des realen Pensionsverlustes in Kärntner Gemeinden, den Bezirkshauptmannschaften und im Bürgerbüro des Landeshauptmannes unter Beweis gestellt. Die negativen Reaktionen, speziell der SPÖ, auf diese Rückzahlungsaktion verstärken den positiven Effekt dieser Aktion für den Landeshauptmann zusätzlich. Das österreichweite Medieninteresse verfestigt den Eindruck, dass mit Jörg Haider jemand da ist, dem die älteren Menschen vertrauen können. Die „Pensions-Klau-Aktionen“ der SPÖ sind ein Schlag ins Wasser.

**Pensionsrück-  
zahlung als  
Wahlkampf-  
turbo.**

Im Veranstaltungsbereich treten die nicht unmittelbar politischen Veranstaltungen in den letzten Wochen deutlich in den Hintergrund. Die volle Konzentration wird auf die Wahlreise des Landeshauptmannes gelegt. Ziel ist es, jede Kärntner Gemeinde zu besuchen. Landeshauptmanntermine mit Wahlkampfrelevanz (Bsp. Scheckübergabe an Feuerwehr) werden in diese Reise integriert.

**Wahlreise durch  
alle Kärntner  
Gemeinden.  
Termine von  
8 Uhr bis  
„open end“**

Inhaltlich wird Jörg Haider jetzt als Visionär für Kärnten positioniert, der in allen wesentlichen Politikfeldern zukunftsorientierte Lösungen präsentieren kann und sich bewusst von der Negativpropaganda der SPÖ abhebt. Zentrale Themen seiner „Visionen für Kärnten“ sind die Ankündigung einer Geburten-

**Präsentation  
Programm:  
„Visionen für  
Kärnten“**

prämie und einer Mütterpension, mit der nochmals in den SPÖ-Bereich eingedrungen wird.

**Auch in Konfrontationen mit der feel-good-Linie punkten.**

Medienauftritte und direkte Konfrontationen mit den übrigen Kandidaten sind so angelegt, dass der Landeshauptmann in betont ruhiger und sachlicher Weise den guten Kurs des Landes hervorhebt, Zukunftsvisionen präsentiert und die Attacken seinen Mitbewerbern überlässt. Jörg Haider schafft als Landeshauptmann überdies auch Klarheit in der Frage der zusätzlichen Aufstellung von zweisprachigen Ortstafeln und verstärkt damit den Wahlkampffaktor „Heimatbewusstsein“.

**Schwerpunktaktionen in SPÖ-Hochburgen (Bezirksstädten)**

Mit speziellen Schwerpunktaktionen wird in SPÖ-dominierten und einwohnerstarken Bezirksstädten versucht, die mächtige Position der SPÖ-Ortskaiser zu unterlaufen und das Klima für den Landeshauptmann in diesen strategisch wichtigen Gemeinden zu verbessern.

## **Slogans:**

---

### **Zweite Plakatserie:**

„Weil er uns versteht. – Unser Landeshauptmann. Jörg Haider. Wir vertrauen ihm.“

### **Schlussserie:**

„An Bessern krieg ma nimma. Landeshauptmann Jörg Haider. Kärnten vertraut ihm.“

## **Material:**

---

**2. Plakatserie:  
Jörg Haider als  
Teil einer Gruppe**

### **Plakatserie „Weil er uns versteht.“**

24-, 16-Bogen Fix- und Mobilflächen, Ein- und Zweibogen, Citylights, Sonderplakatflächen, Transparente







### Schlussserie „An Bessern krieg ma nimma.“

24-, 16-Bogen Fix- und Mobilflächen, Ein- und Zweibogen, Citylights, Sonderplakatflächen, Transparente



Schlussplakat:  
Mischung aus bodenständig und frech. Rückkehr zum „Vergleichsmotiv“ des Anfangs.

### Broschüre „Visionen für Kärnten“

Mit starken Bildkomponenten zur Unterstreichung des Faktors Menschlichkeit. Damit sind Jörg Haider und die FPÖ die Einzigen, die Zukunftsfragen offensiv ansprechen. SPÖ und ÖVP konzentrieren sich in weiten Teilen ihrer Wahlwerbung weiterhin auf Negativ- und Anti-Haider-Kampagnen



Lösungskompetenz in Zukunftsfragen als bewusster Gegenpol zur SPÖ-Schlechtmacherei gegenüber Kärnten

## Inserate

- Sonntagsseiten
- Testimonials
- UPK
- Veranstaltungsankündigungen
- Wahlaufforderungsbrief

Muster Sonntagsseite: Mischung aus Eigen-PR und Wahlempfehlung durch Dritte

## Landeshauptmann Jörg Haider ist Garant dafür, dass...

- ... das Kindergeld bleibt, zusätzlich kommt die **Geburtenprämie**.
- ... der „**Familienfonds neu**“ eine Entlastung bei den Kinderbetreuungskosten bringt.
- ... der **Pflegescheck** im Wert von 1000 Euro/Jahr ein Altern in Würde unterstützt.
- ... eine eigene **Mütterpension** kommt: Für Frauen, die mehrere Kinder großgezogen oder Pflege- bzw. Waisenkinder versorgt haben, aber im Alter selbst ohne Versorgung dastehen.
- ... die **Jugendbeschäftigungsoffensive** fortgesetzt wird und Lehrlinge die gleichen Chancen wie Schüler und Studenten haben.
- ... in Kärnten im High-Tech-Bereich mit dem Lakeside-Software-Park und dem Ausbau des Technologiedreiecks Klagenfurt, Villach, St. Veit tausende **Zukunftsarbeitsplätze** entstehen.
- ... die laufenden **Infrastrukturprojekte** bei Straße und Schiene von der Koralmbahn über die Lippitzbachbrücke bis zur Drautal Bundesstraße fertig gestellt werden.
- ... die **positive Tourismusentwicklung** weitergeht und der Ganzjahrestourismus vorangetrieben wird.
- ... in Kärnten die **flächendeckende Landwirtschaft** erhalten bleibt und unsere Bauern vor der Willkür der AMA geschützt werden.
- ... Kärnten auch in einem größeren Europa **weiter sichere Grenzen** hat und die Zuwanderung streng kontrolliert wird.

An Bessern  
kriag ma  
nimma.



### Warum Jörg Haider ?

Kommentar von Prof. Fritz Sille

Als Parteiloser und berufsbedingt bin ich ein äusserst kritischer Beobachter und habe mir bei meiner jahrzehntelangen internationalen Tätigkeit eine enorme Menschenkenntnis angeeignet, die mich bis heute noch nie getäuscht hat. **Jörg Haider** ist ganz unbestritten **europaweit ein politisches Talent**, was selbst einige seiner Gegner zugeben, weil er sich von anderen schablonenhaften Politikern deutlich unterscheidet. Seine **direkte, ehrliche**, manchmal auch deftige, **Sprache** gefällt vielen Menschen, weil er nicht mit diesen heuchlerischen, nichtssagenden diplomatischen Sprechblasen hantiert.

Er kann sagen und machen was er will, er wird immer bössartig interpretiert, vernadert und angepatzt, was bei vielen Wählern unwillkürlich kontraproduktiv einen Solidarisierungseffekt auslöst. All seine, von seinen Gegnern verteuflerten Sprüche und „Sager“ sind stichhältig und wahr, was ich Wort für Wort bestätigen kann. Wenn man ihm vorwirft, dass er als LH bei allen Events anzutreffen ist, so sehe ich darin einen Vorteil, weil er **volksnah** überall mitmacht und man Jörg Haider im wahrsten Sinne des Wortes „anfassen“ und mit ihm **ohne Terminvereinbarung über alle Sorgen und Themen sprechen** kann. Er hat ein Gespür dafür, das geradlinig auszusprechen, was viele von uns – nicht nur an den Stammtischen – denken. Er bewegt und verändert endlich etwas in Kärnten.

Ich **schätze** den Menschen und Politiker **Jörg Haider ausserordentlich**, ich **vertraue** ihm und ich **wähle** ihn und sehe **keine andere Alternative für Kärnten!**



Kampf um un-  
zufriedene SPÖ-  
Anhänger

# Mein Angebot

an Sie, liebe Kärntnerinnen und Kärntner!

Hinter uns liegen fünf erfolgreiche Jahre für Kärnten.  
Am 7. März entscheiden Sie, wer Kärnten in die Zu-  
kunft führen soll.

Egal, welcher politischen Gesinnung Sie angehören:  
Wenn Sie die nächsten fünf Jahre nicht mit einem  
Landeshauptmann Peter Ambrozy gehen wollen, bit-  
te ich Sie darum, mir am 7. März Ihre Stimme zu ge-  
ben.  
Gehen wir ein Stück des Kärntner Weges gemeinsam.

Ihr  
*Jörg Haider*



Landeshauptmann. Jörg Haider  
Ich bitte um Ihr Vertrauen!

[www.joerg1.at](http://www.joerg1.at)

## Telefonaktion Villach

Persönlicher Anruf des Landeshauptmannes bei allen Villache-  
rinnen und Villachern mit einem Angebot, bei der Wahl seinen  
Kurs für Villach zu unterstützen.

Schwerpunktak-  
tionen in SPÖ-  
Hochburgen

## Jungwählerinserate mit „Wetten, dass...“-Gewinnspiel

Verlost werden als Hauptpreis die beiden garantiert-letzten Ein-  
trittskarten für die Live-Fernsehsendung „Wetten, dass ...“ in  
Klagenfurt eine Woche vor der Wahl, sowie Städteflüge und  
Uhren. Die Gewinner der Hauptpreise werden von Jörg Haider  
persönlich angerufen. Alle Gewinner werden namentlich in  
Zeitungsinseraten genannt.

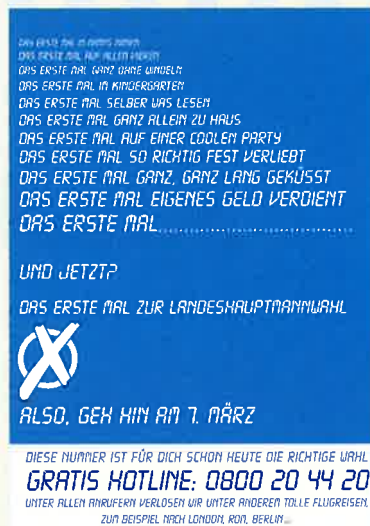
Ausnützung von  
„Wetten, dass...“  
für Jungwähler-  
aktion



Direktmailing im  
Erstwählerbereich

## Personalisierte Jungwähler- karte „Das erste Mal ...“

Als Landeshauptmann-Aktion über das Land ausgeführt, um mit Überparteilichkeit den emotionalen Zugang zur Person Jörg Haider zu erleichtern.



Schwerpunktaktion in SPÖ-  
Hochburgen

## St. Veit-, Villach- und Lavanttal-Paket

Inserat- und Postwurfserie mit einer Auflistung der konkreten Leistungen des Landes für die Region. Damit wird noch einmal die gute Regierungsarbeit des FPÖ-Teams mit Jörg Haider, Karl Pfeifenberger und Gerhard Dörfler in Erinnerung gerufen. Schwerpunkte sind dabei die Schaffung von

Arbeitsplätzen, die Forcierung von innovativen Zukunftsprojekten, wichtige Maßnahmen im Sozialbereich sowie die Lösung von Verkehrsproblemen. Zentral in der Aussage ist, dass Jörg Haider als erster Kärntner Landeshauptmann Milliardenbeträge von Bund für die Umsetzung der Projekte in den Regionen geholt hat.

**Wo Villach draufsteht, steckt Kärnten drin!**

### Das Villach-Paket

*Das hat das Land Kärnten für Villach erreicht:*

- Technologiepark Villach
- „Silicon-Wifi“
- Forschungsinitiative: Forschungszentrums CTR
- [micro]electronicclusters (me<sup>2</sup>c)
- IT-HTL
- Werkmeisterschule für Mechatronik
- Neues Lehrlingsheim für die Berufsschule
- Spar-Einkaufszentrum
- Ausbau der Verkehrsinfrastruktur
- 20 Mio. Euro zur Stärkung des Wirtschaftsstandortes
- Infineon: 270 neue High-Tech-Arbeitsplätze






**Jörg Haider** Landeshauptmann   
 **Karl Pfeifenberger** Landeshauptmann-Stv.   
 **Gerhard Dörfler** Landesrat   
 **Walter Lang** Stadtrat

www.joerg1.at

Wir Kärntner. Unser Landeshauptmann  
**Jörg Haider**

## Kärntner Sagen-Comic:

Mit Sagen aus allen Bezirken Kärntens



Ein Renner in  
der Wählergunst:  
Kärntner Sagen  
einmal anders

### Radiospots:

Analog zu den Inseraten der Testimonialserie aufgebaut. Kärntnerinnen und Kärntner sagen aus ihrer persönlichen Sicht, warum sie Jörg Haider vertrauen.

### Kinospot:

Gelsenspot; frech, jung und witzig aufgebaut als Gag, der erst am Schluss Jörg Haider als Auflösung bringt.

Nutzung der  
Privatradios



## Veranstaltungen:

### Wahlreise/Kundgebungen

In 14 Tagen durch ganz Kärnten. Veranstaltungen von 8.30 Uhr beginnend bis Mitternacht.

**Jörg Haider auf Tour**

**Mo. 1. März**

09.00 Uhr: Reichenfels, GH Hotel Steinkellner  
 10.00 Uhr: Bad St. Leonhard, Hauptplatz  
 11.00 Uhr: Preitenegg, GH Hanslwirt  
 12.00 Uhr: St. Andrä, Neuer Platz  
 13.30 Uhr: St. Paul, Lobisserplatz  
 14.30 Uhr: Lavamünd, GH Hüftenwirt

1		FPÖ	Jörg Haider – Freiheitliche Partei Österreichs
---	--	-----	--

**Jörg Haider auf Tour**

**Mo. 1. März**

15.00 Uhr: Bleiburg-Einersdorf,  
GH Pachoinig  
 16.00 Uhr: Bad Eisenkappel, Gesund-  
heitszentrum  
 17.00 Uhr: Siftersdorf-Jerischach,  
GH Schmautz

1		FPÖ	Jörg Haider – Freiheitliche Partei Österreichs
---	--	-----	--

### Redoute „Der Ball des Landeshauptmannes“

Um vieles größer angelegt als in der Vergangenheit. Der Ball ist ein Stelldichein der Kärntner Gesellschaft, die sich sichtbar für den Landeshauptmann deklariert.

### Große Schlusskundgebungen in den Bezirksstädten

Mit Verlosung von Autos unter den Zuhörern, die eine Frage auf einer Setkarte richtig beantwortet haben.

**Jörg Haider KOMMT!**  
www.joerg1.at

**Beginn: ab 11 Uhr**

**Schlusskundgebung**  
**Sa. 28. Februar**  
**Neuer Platz, Spittal/Drau**

Kommen Sie hin und gewinnen  
Sie einen von vier Fiat Panda

1		FPÖ	Jörg Haider – Freiheitliche Partei Österreichs
---	--	-----	--



**Kinderfasching auf der Schleppe-Alm  
Geburtstagsfeier Jörg**

Ein Tag mit Landeshauptmann Jörg Haider. Seniorenfrühschop-

**Ein Tag mit Jörg**  
**Sa, 24. Jän. 2004**  
**Geburtstags-Frühschoppen**  
Brückl Gemeinschaftshaus **ab 10 Uhr**  
**Eis-Fest** am Flatschachersee **12-17 Uhr**  
**Party** **ab 18 Uhr**  
GH "Zum Augustin"  
Klagenfurt

Unser Landeshauptmann. *Jörg Haider*  
**Wir vertrauen ihm.**

pen, Eisfest und Jugendveranstaltung mit Jörg ganz persönlich.

**Karntnarisch g'sungan**

Weiterführung der Erfolgsserie.

**Aschermittwochtreffen**

Nach der Enttäuschung in Oberösterreich wird die alte Rieder-Tradition bereits zum dritten Mal in Kärnten fortgesetzt und ist ein wichtiges Ereignis für die österreichische Innenpolitik.

**UPK-Schlussveranstaltung**

**Ladies Lounge:** Gerti Senger

**Next Generation:**

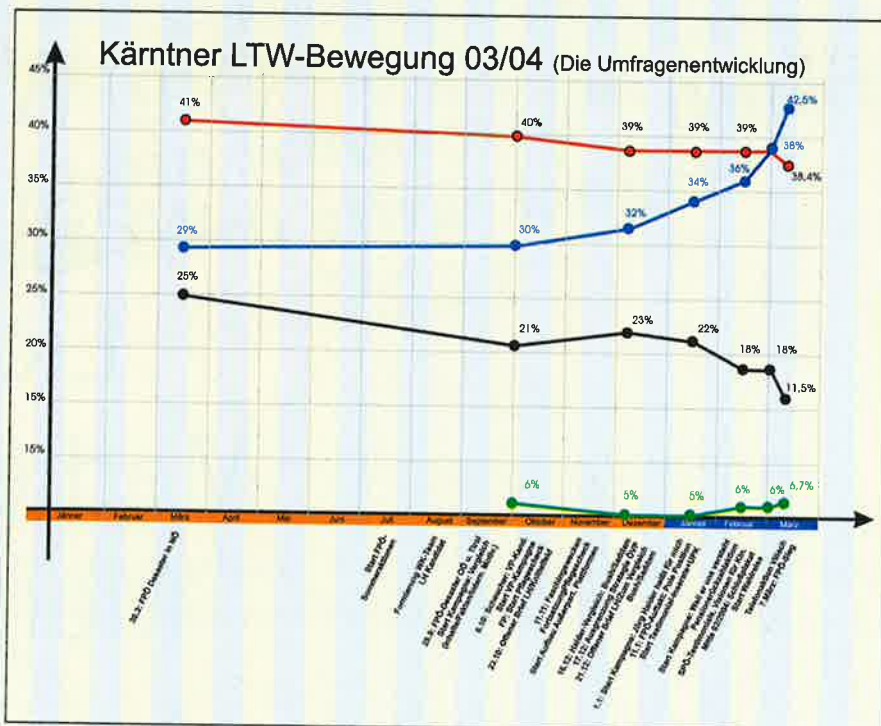
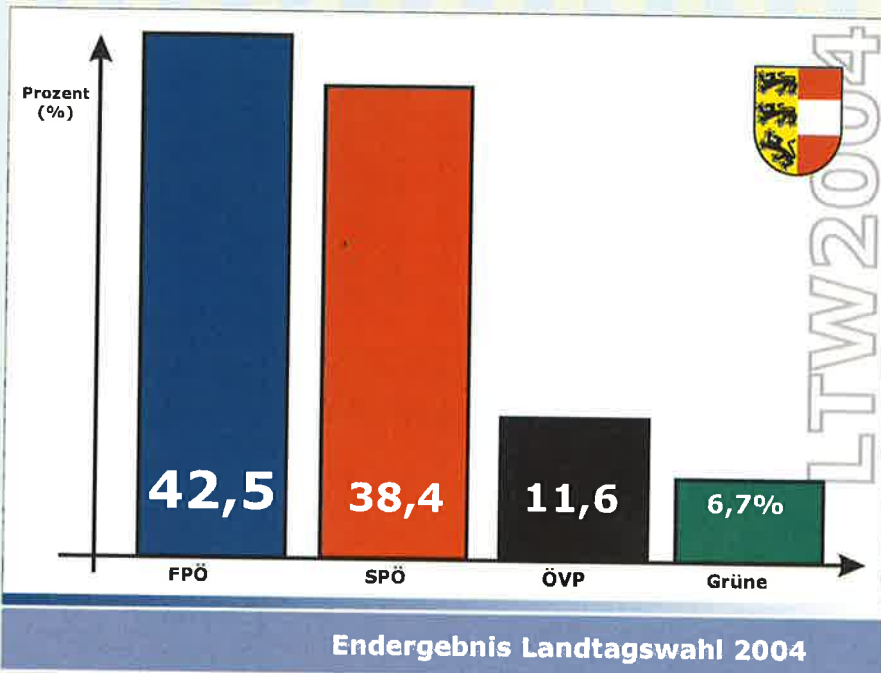
Erste Kärntner Rutschpartie: Rodelwettbewerb mit Eigenkonstruktionen in Anlehnung an den Red-Bull-Flugtag.

7. März  
2004

DER TRIUMPH

## Das Endergebnis:

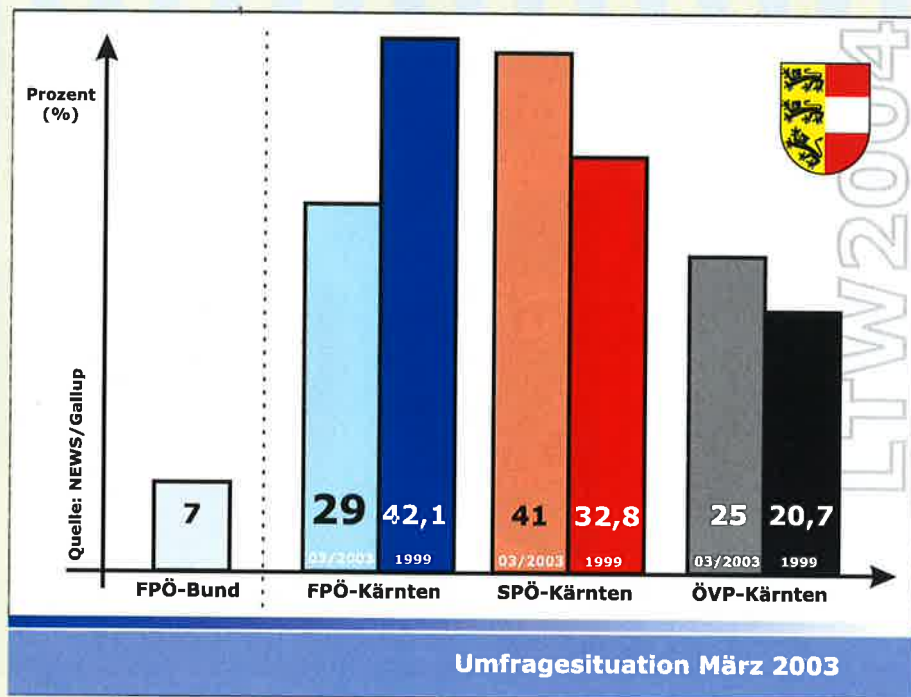
Das Unmögliche wird Wirklichkeit. Jörg Haider und seinem Team gelingt als krönender Abschluss einer fulminanten Wahlbewegung, die ihren Beginn im August des Vorjahres genommen hat, eine Übertrumpfung des Wahlerfolges von 1999. Der Einsatz hat sich gelohnt, die Strategie ist voll aufgegangen.





Die Wahlbe-  
wegung im  
Licht der  
Medien und  
Meinungs-  
forschung.

EINE ZUSAMMENSTELLUNG



Die Ausgangssituation März 2003: FPÖ 13% hinter 1999er-Ergebnis. SPÖ 12% Vorsprung

Der Standard, 1.9.2003

**„Ich bin schon weg“ dauert doch noch etwas länger**

Haider tritt als FP-Spitzenkandidat bei der Kärntner Landtagswahl 2004 an - Oberösterreich und Tirol wählen in vier Wochen

Bekanntgabe Wiederkandidatur: Ende August 2003

**Es ist offiziell:**

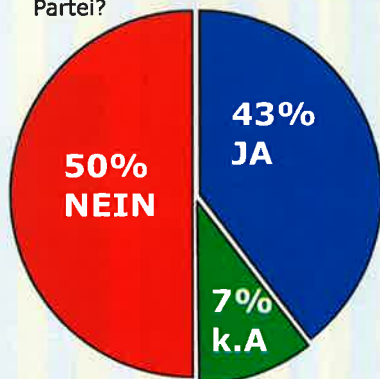
Jörg Haider steigt wieder in den Ring. Die Bekanntgabe der Kandidatur erfolgt im Zuge der Barentaler Umweltgespräche 2003 Ende August.

Anfang September 2003:

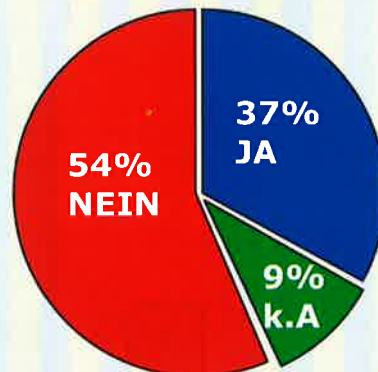
Umfragen zeigen,  
dass Verteidigung der  
Nummer 1 kaum für  
möglich gehalten wird.

### NEWS-GALLUP-UMFRAGE: Harte Zeiten für Haider

**FRAGE 1:** Schafft Jörg Haider wieder Platz 1 und macht die FPÖ damit zur größten Kärntner Partei?



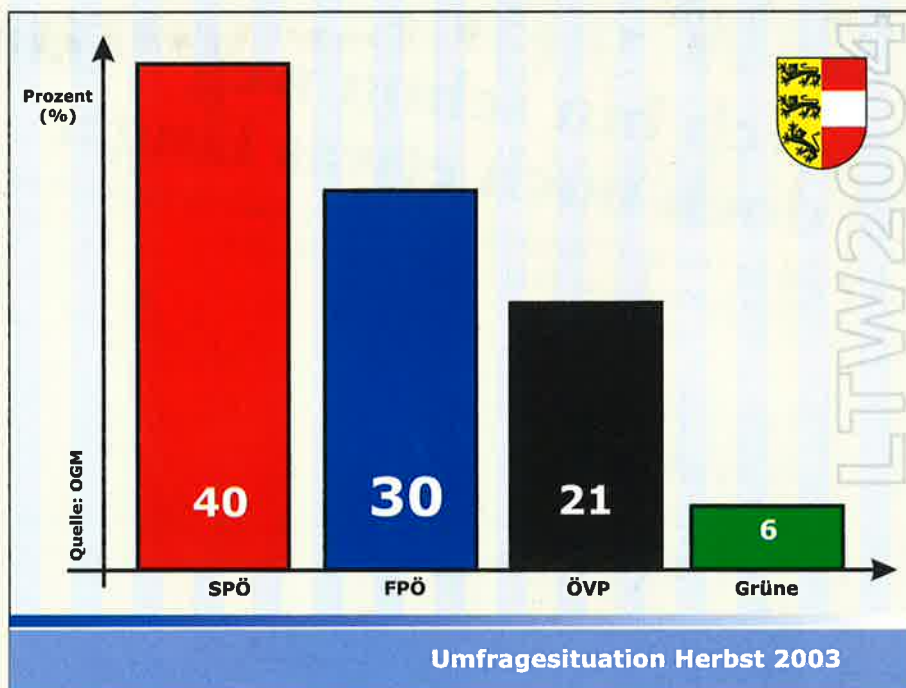
**FRAGE 2:** Begrüßen Sie es, dass Jörg Haider wieder als Kärntner Landeshauptmann kandidiert?



**Ogris:** „Ich sehe die FPÖ in Kärnten nach wie vor deutlich unter 30 Prozent. Wenn zudem die Wahlbeteiligung um zehn Prozent sinke, sei es durchaus realistisch, dass sich das Ergebnis der letzten Landtagswahl umkehrt.“

Anfang Oktober 2003:

Eine ganz leichte  
Bewegung der FPÖ  
nach oben beginnt.  
SPÖ stabil hoch,  
ÖVP mit Bonus  
Scheucher-Kandidatur





Kärntner Tageszeitung, 2.10.2003

# SPÖ turmhoch über der Kärntner FPÖ

Zwei Drittel der Kärntner Bevölkerung sind mit der Arbeit von Landeshauptmann Jörg Haider unzufrieden. Aktuelle Sonntagsfrage sieht Rot mit 41(!) Prozent vor Blau (30 Prozent).

Anfang  
Oktober 2003:  
Die Umfrage-  
werte für die  
FPÖ beginnen  
sich leicht nach  
oben zu be-  
wegen.  
SPÖ bleibt kon-  
stant hoch.

Fünf Monate vor der Wahl fühlt sich die SPÖ als sicherer Sieger.

Kleine Zeitung, 9.10.2003

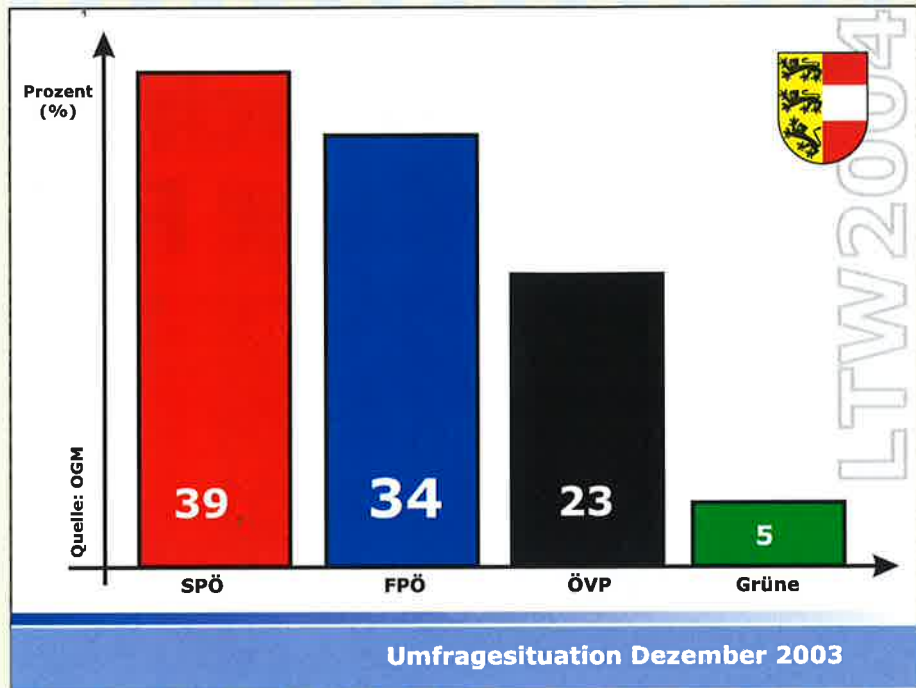
# In Direktwahl liegt Haider klar voran

Neue Kärnten-Umfrage: SPÖ führt in Parteienwertung, stürzt aber bei Direktwahl gegenüber Haider ab. ÖVP profitiert von Scheucher-Effekt

Die Person  
Haider liegt klar  
vor der eigenen  
Partei.

Große Kluft zwischen Jörg Haider und der FPÖ.  
Der strategische Auftrag lautet: Die Person Haider muss mit einer  
Phase der Wiederherstellung des Vertrauens  
die angeschlagene Marke FPÖ mit nach oben ziehen.

17., 18. Dezember 2003:  
Wieder plus zwei Prozent-  
punkte für die FPÖ

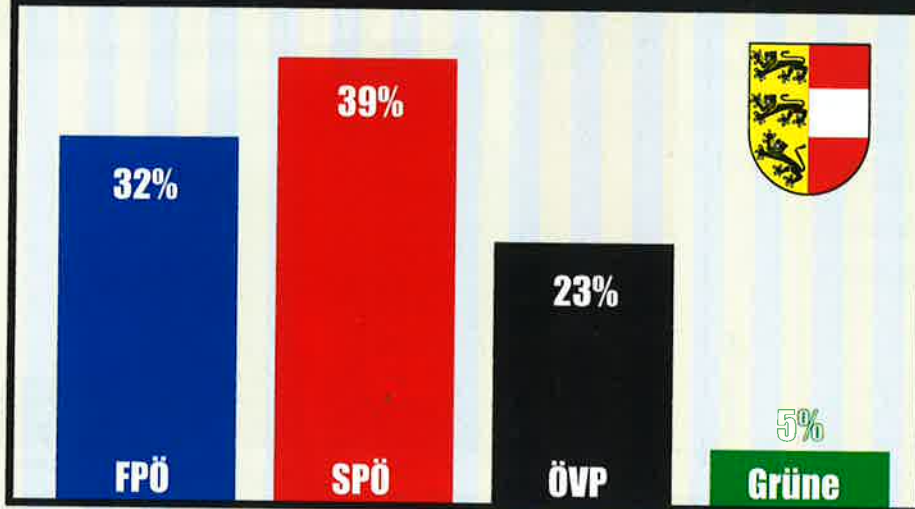


Kleine Zeitung, 21.12.2003

Mitte Dezember 2003: Der  
frühe Wahlkampfstart der  
SPÖ und die frühzeitige  
Präsentation der ÖVP-  
Spitzenkandidatin zeigen  
Wirkung in der öffentlichen  
Wahrnehmung.



## Welche Partei lieferte bisher den besten Wahlkampf?



## Es spitzt sich zu zwischen Blau- und Rot-Anhängern

Aktuelle OGM-Umfrage zeigt starke Polarisierung in der Wählerschaft. Stimmung für SPÖ am besten, FPÖ fällt im Wahlkampf am stärksten auf.

Kleine Zeitung, 22.12.2003

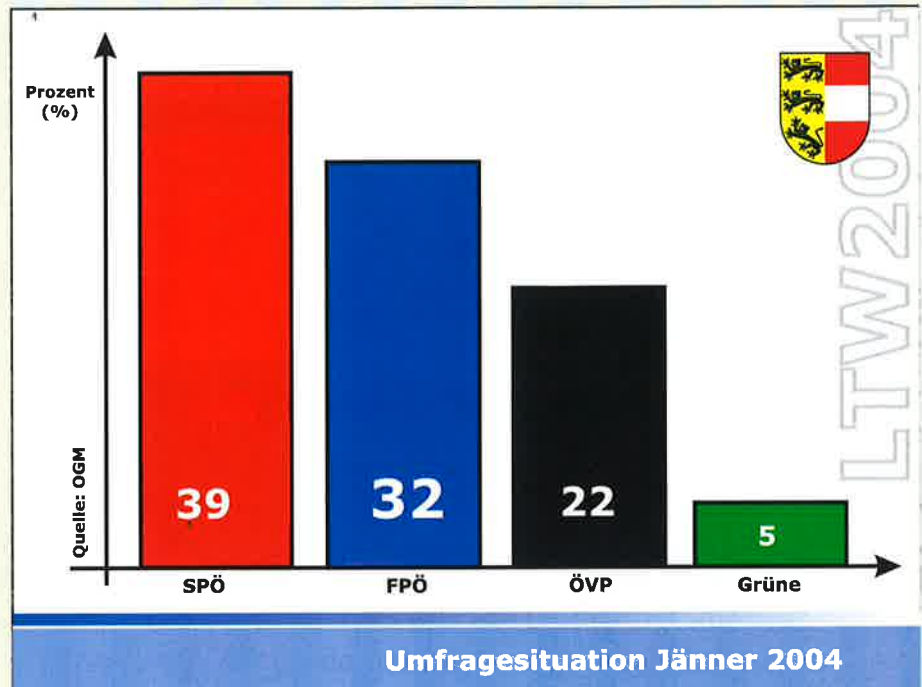
Die Aufholjagd hat längst begonnen.

**Die FPÖ-Strategie:  
Kontinuierlich und ruhig –  
Prozentpunkt um Prozentpunkt aufholen.**



21. Jänner 2004:

Seit Beginn der Wahlbewegung vier Prozentpunkte gutgemacht, seit Dezember zwei Prozentpunkte. ÖVP lässt infolge der Ausgrenzungsstrategie gegenüber Jörg Haider nach. SPÖ weiter konstant hoch.



Ende Jänner 2004:

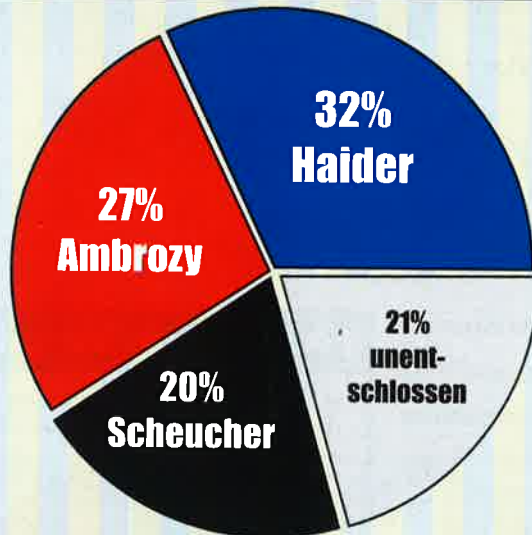
Das Festhalten der ÖVP an strikter Ausgrenzung zeigt Wirkung. ÖVP nimmt sich selbst aus dem Rennen. Wahlkampf wird zu Duell Haider-Ambrozy.

# Haider holt auf und spaltet Konkurrenz

OGM-Umfrage zeigt Zuspitzung auf rot-blaues Duell zu Lasten von Schwarz und Grün. Strikte Absage an Haider lehnen die Kärntner ab.

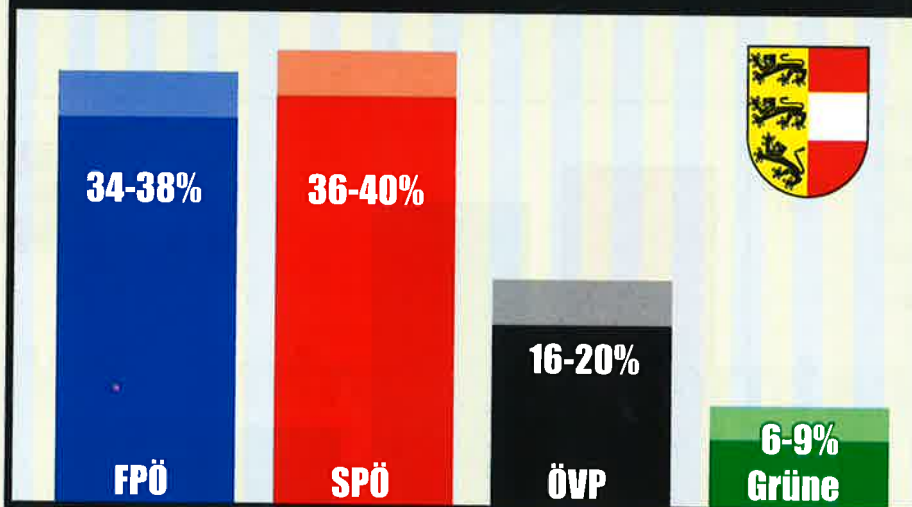
Kleine Zeitung, 24. 1. 2004

## Wer soll Landes- hauptmann werden ?



Ende Jänner 2004:  
Jörg Haider im direkten Duell  
klar vor Herausforderer  
Ambrozy von der SPÖ.  
Das Match um die Unent-  
schlossenen ist eröffnet.

## So liegen die Kärntner Parteien jetzt



Ende Jänner  
2004:  
Die Wahl wird  
zum Kopf-an-  
Kopf-Rennen.  
Jörg Haider  
bringt die FPÖ  
immer näher an  
die SPÖ heran.

Die permanente Medienberichterstattung heizt das Duell weiter an.

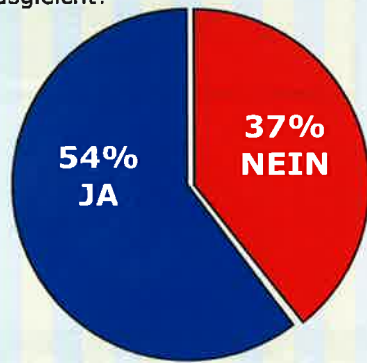
# FP und SP Kopf an Kopf

IMAS-Umfrage: Jeder 2. Wähler in Kärnten noch zu haben • SP knapp vorne • FP holt stark auf • VP verliert • Bei der Landeshauptmann-Frage führt Haider • 53 Prozent finden Scheucher sympathisch

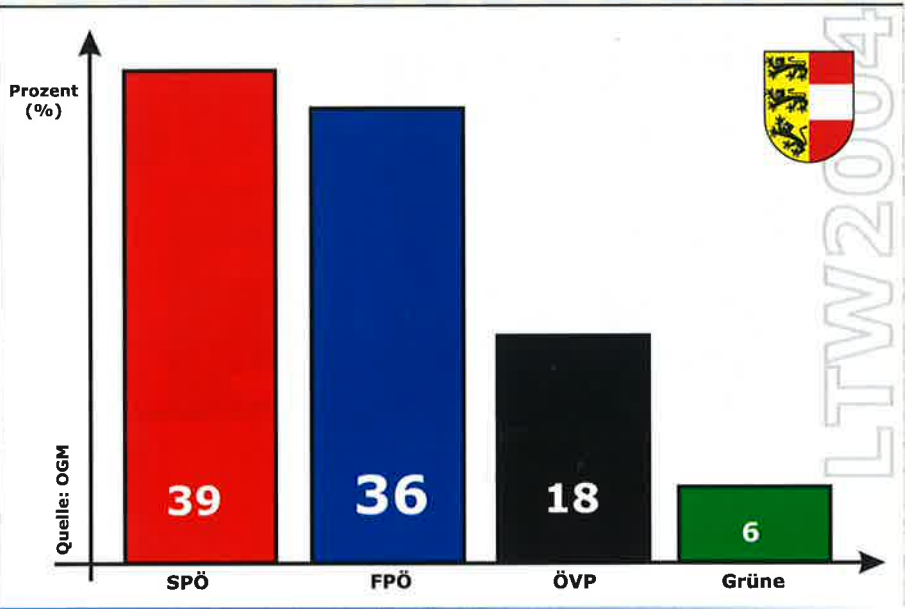
Anfang Februar 2004 Störenfried Pensionsverlust:  
Die klare Mehrheit unterstützt die Haider-Initiative der Zurückzahlung. SPÖ-Negativ-Kampagne geht ins Leere.

## FP holt auf, VP stürzt ab

• Befürworten Sie, dass Jörg Haider die reformbedingten Pensionsverluste ausgleicht?



17.,18. Februar 2004:  
Nur noch drei Prozent Abstand zur SPÖ.  
Tendenz weiter steigend.  
ÖVP bricht endgültig ein.



Umfragesituation Februar 2004



# Der Countdown läuft, die Spannung steigt

Kärnten wählt heute in zwei Wochen. Topaktuelle Umfrage verspricht Hochspannung bis zuletzt: Diese sieht SPÖ bei 39 Prozent, die FPÖ bei 36 Prozent. Absturz für ÖVP: 18 Prozent

SPÖ-Presse versucht bis zuletzt, die eigene Situation zu beschönigen.

# Kärntner SPÖ feiert Umfragesieg, doch Haider ist ihr auf den Fersen

"Es zeichnet sich ab, dass Haider keine Chancen hat, die Wahlen am 7. März zu gewinnen": Derart euphorisch feiert gestern die Kärntner SPÖ einen Umfragesieg, den ihr das OGM-Institut bescheinigte. Was die SPÖ dabei unter den Tisch fallen lässt: Haider ist ihr auf den Fersen

Ende  
Februar 2004:  
FPÖ ist der SPÖ  
ganz dicht auf  
den Fersen.

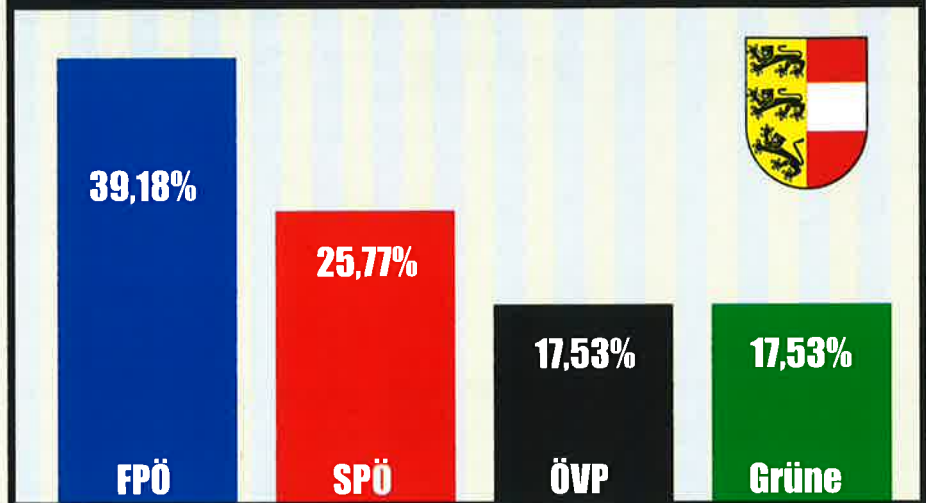
# NEWS-Umfrage: In Kärnten SP&FP gleichauf, in Salzburg SP voran

Umfrage  
bestätigt:  
Das Unmögliche  
ist für Jörg  
Haider zum  
Greifen nahe.

Ende Februar 2004:  
Die FPÖ-Wahlkampf-  
Maschinerie läuft auf  
vollen Touren.

Das Ergebnis: Fast 40 Pro-  
zent sagen, die FPÖ liefert  
den besten Wahlkampf.  
Das Vorweihnachtsergebnis  
ist damit umgedreht.

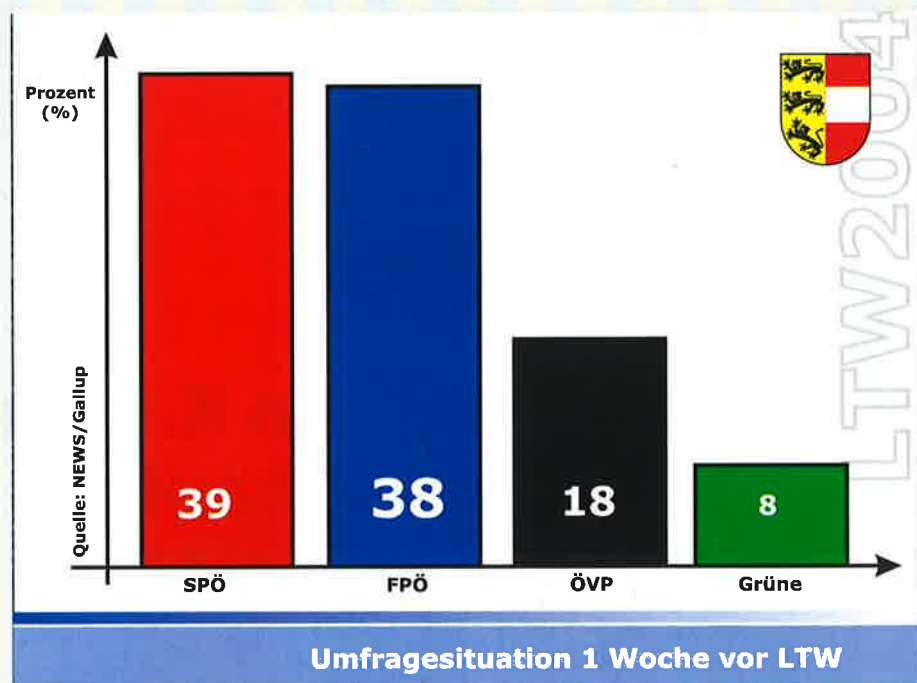
### Welche Partei lieferte bisher den besten Wahlkampf?



25. März 2004:

Aus einem 12-Prozentpunkte-  
Abstand ist ein Kopf-an-Kopf-  
Rennen geworden.

Die letzten Tage entscheiden  
das Duell. FPÖ durch kontinu-  
ierliche Aufholjagd psycholo-  
gisch im Vorteil.



Kärntner Tageszeitung, 29.2.2004

# SPÖ startet Endspurt mit Umfragehoch

Die Sozialdemokraten sind bei den Landtagswahlen in Kärnten und Salzburg klare Favoriten. Laut „market“-Studie erhält die SPÖ im südlichsten Bundesland 39 Prozent, die FPÖ 34 Prozent der Stimmen

Ende  
Februar 2004:  
Das Marketing-  
institut „market“  
liegt mit seiner  
Prognose am wei-  
testen vom Wahl-  
ergebnis  
entfernt.

Die Presse, 2.2.2004

# Politologe: Schlüssel- wahl für SP und FP

*Der Politologe Filzmaier hält FP-Gewinne gegenüber 1999 für „illusorisch“.  
Die Grünen wollen mit bundeshilfe erstmals in den Landtag.*





# Was macht er mit dem Sieg?

## Ein strahlender Sieger!

Was vor Monaten noch für unmöglich gehalten worden ist, wird Realität: Jörg Haider führt die FPÖ aus einer Schlusslichtposition erneut in die Pole-Position. Von einem Kopf-an-Kopf-Rennen keine Spur – Haider hat so viel Zuspruch in der Bevölkerung wie nie zuvor.

Nr. 11 • 35. Jg., 8. März 2004

**profit**

enmagazin



# UNBESIEGBAR

Sein nächster Gegner heißt Schüssel

Unbesiegt. Die Medien kommen nicht herum, über Jörg Haider's Wahltriumph zu berichten.





Kurier, 8. März 2004

**Kärnten  
bleibt blau**



**Kärnten  
überrascht  
Österreich**

