

news

Home

News/ Analysen

Newsübersicht

BörseGo News

DAX, MDAX, TecDAX

US-Market-News

Asien

Biotech & Pharma

Marktberichte

Wirtschaftsdaten

Ratings Deutschland

Ratings USA

Analysen Deutschland

Analysen USA

Chartanalysen

Insiderdaten

Gerüchte

Fonds-News

Öl/ Rohstoffe

news aktuell

Ad-hoc-Meldungen,

Politik, Unternehmen,

Wissenschaft, Medien,

Technologie, Umwelt,

Biotechnologie, etc.

EMFIS - Wirtschaft

China

Japan

Russland

Osteuropa

Südamerika

Afrika

Wallstreet-Online

Kommentare

Marktberichte

Chartanalysen

financial.de

Top-Stories

Agenturmeldungen

Deutsche Aktien

Wirtschaftsnachrichten

Experten

Rohstoffmarkt

Unternehmensnews

Finanztreff.de

Adhoc/ Ticker

Topthemen/ News

Analysen/ Empfehl.

Marktberichte

Finanzen.net

Analysen

Wirtschaft

Zeit.de

Finanzen

Wirtschaft

Politik

N24

Ad-hoc-Meldungen, Finanzen & Börse, Wirtschaft, Politik, Wissenschaft, Com

21.09.2009

comcheck

Homepage

Bei Gelb wird Gas gegeben / Parteien im Mailverkehr....

Köln (ots) - Wie steht es mit der Wählerorientierung der großen Parteien im Wahlkampf? Was hat sich seit dem Bundestagswahlkampf 200 geändert?

comcheck wollte es erneut wissen, wie sich die Parteien vor der Bundestagswahl um die Beantwortung von Bürgeranfragen per E-Mail kümmern.

Die Tester von comcheck versendeten dazu an die fünf großen Parteien jeweils 20 identische E-Mail-Anfragen zu aktuellen Wahlkampfthemen.

Insgesamt kann man feststellen, dass sich seit dem Bundestagswahlkampf 2005 einiges getan hat.

Blieb damals noch jede fünfte Anfrage unbeantwortet, ist es heute nur noch jede Zwanzigste. Einzig die SPD (85%) und die Linke (90%) haben nicht alle Anfragen beantwortet. Musste man 2005 parteiübergreifend noch durchschnittlich 172 Stunden auf eine Antwort warten, sind es 2009 nur noch 59 Stunden.

Die FDP beantwortete die Anfragen durchschnittlich in beachtlichen 11 Stunden und war damit deutlich schneller als die politische Konkurrenz. Die Linke benötigte 22 Stunden, Die Grünen 59 Stunden, CDU 83 Stunden und die SPD gar 127 Stunden.

Kommunikativ ist allerdings weiterhin wenig Bemühen um die Gunst des Wählers spürbar. Die Antworten laden eher nüchtern und wenig individuell Informationen ab.

Dipl.-Kfm. Christian Hogertz, Geschäftsführer von comcheck, zu den Entwicklungen seit 2005: "Positiv ist anzumerken, dass der Wähler deutlich mehr und schneller Antwort auf seine Anfragen erhält.

Negativ bleibt weiterhin, dass man inhaltlich so sehr auf sich selbst und die Darstellung eigener Argumente fixiert ist, dass man den anfragenden Wähler vergisst. Damit bleiben wertvolle Chancen zur Sympathiewerbung und Wählerbindung ungenutzt."

Das Unternehmen comcheck hat sich darauf spezialisiert, die Qualität des Kundenkontakts seiner Auftraggeber zu überprüfen sowie durch Beratung zu steigern. In Projekten auf dem europäischen, dem US-amerikanischen, australischen und asiatischem Markt testet und berät comcheck zahlreiche Unternehmen verschiedener Größen.

Originaltext: comcheck

Digitale Pressemappe: <http://www.presseportal.de/pm/77014>Pressemappe via RSS : http://www.presseportal.de/rss/pm_77014.rss2