

Pressemitteilung

Wien, 9. Oktober 2017

Schlagworte: NGO-Branding, Political Branding



Die Reformkoalition
der Vernunft

schwarzgruenpink.at

Die Dirndlkoalition: erfolgreiches, positives politisches Branding

Der Branding-Experte **Rudolf Zündel** meint dazu: „Prinzipiell kommt man beim ersten Kontakt mit Dirndlkoalition etwas ins Stolpern, denkt kurz darüber nach, versteht die Idee und vergisst den Namen garantiert nicht mehr. Das sind alle Dimensionen, die man sich bei der Entwicklung von Markennamen wünscht. Dirndlkoalition ist aufmerksamkeitsstark, einprägsam und man kann damit die Produktgeschichte nicht nur leicht – sondern auch sehr gern erzählen. Genau so schleicht sich eine Idee und ein Name in den heiß umworbenen Volksmund. Auch die Umsetzung ist nicht in die einzige aber naheliegende Falle getreten – sich zu üppig an Klischees oder Kitsch zu bedienen. Gut gedacht – gut gemacht.“



Die Idee ist nicht neu, der Begriff schon. Und der Bedarf ist da. Politische Zusammenhänge und Konzepte schreien förmlich nach einer Brand, um die Inhalte einfach und griffig zu transportieren. „Gib dem Kind einen Namen. Sprache schafft Wirklichkeit.“ sagt Journalist Golli Marboe. „Was keinen Namen hat, existiert aus Marketingsicht nicht.“ meint der Kreativ-Unternehmer Moriz Piffel (Vollpension, Gebrüder Sticht). Marboe und Piffel sind die Gründer der Initiative Schwarz Grün Pink, die sich für eine „Reformkoalition der Vernunft aus ÖVP, Grünen und NEOS“ nach der Nationalratswahl 2017 einsetzen. Das Wort dafür: Dirndlkoalition.

„Wir haben ein Wort gesucht und gefunden, das sowohl die Farben schwarz, grün und pink widerspiegelt, als auch einen inhaltlichen Bezug zu einer Kooperation von ÖVP, Grünen und NEOS aufweist.“ meint Marboe. Der Begriff wurde von Robert Kastl geprägt, der das Projekt Schwarz Grün Pink koordiniert und der auch für die grafische Umsetzung verantwortlich zeichnet. „Dirndln sind oft schwarz, grün und pink. Ein Dirndl ist ungewöhnlich, eigenwillig, urban und ländlich. Dirndln sind vielfältig, traditionell und modern. Und sie sind typisch österreichisch.“ meint Kastl dazu. „Genau wie eine Koalition aus ÖVP, Grünen und NEOS.“ ergänzt Piffel.



Die Reformkoalition
der Vernunft

schwarzgruenpink.at

Mit Schwarz-Grün gab es in Österreich bereits 2002 eine ähnliche Initiative, neu ist allerdings das Branding der Koalitionsvariante; also die Schaffung einer Wort- und Bildmarke für die von der Initiative bevorzugte Regierungsvariante. Das Ziel ist, das Wording noch vor der Wahl zu platzieren und sich durch einen sympathischen, positiven Begriff vom Dirty Campaigning der letzten Wochen abzuheben. Marboe: „Wir wollen nach vorne stellen, was wir gut finden und uns nicht in den Chor derer einreihen, die nur gegen Blau oder den Stillstand einer großen Koalition anreden ohne eine inhaltliche Alternative zu bieten.“ Piff: „Vielleicht gelingt es uns damit den Begriff und die Inhalte in der Öffentlichkeit zu verankern, die Wähler zu überzeugen und damit auch die wenigen Prozentpunkte zu verschieben, die für eine Dirndlkoalition zur Zeit noch fehlen.“

Am 1. Oktober ging die Website der Initiative online und der neue Kunstbegriff wurde erstmals der Öffentlichkeit vorgestellt, am 5. Oktober diskutierten bereits **Tarek Leitner, Ulrike Lunacek, Matthias Strolz, Ingrid Thurnher** und **Christian Nusser** im ORF über die Machbarkeit und Inhalte einer schwarz-grün-pinken Koalition; **Lou Lorenz-Dittlbacher** in der ZIB2 folgte; und alle verwendeten dabei den Begriff Dirndlkoalition. Auch der [Kurier](#), Heute, [OE24](#), die [ÖÖ Nachrichten](#), [News](#) bis hin zur [Wiener Zeitung](#) und natürlich das Netz griffen das Wort auf und diskutieren darunter ihre politischen Ansichten zu dieser typisch österreichischen Koalitionsvariante.



Ebenfalls am 5. Oktober fand das Wort Dirndl-Koalition bereits Eingang in das österreichische Wörterbuch auf ostarrichi.com und in Deutschland tauchte der Begriff am 7. Oktober in der Augsburger Allgemeinen erstmals in den Medien auf. Dort hat der Begriff Jamaikakoalition – das politische Pendant zur österreichischen Dirndlkoalition – mittlerweile sogar den Sprung in den Duden geschafft, bevor es eine solche überhaupt gab. Golli Marboe: „Wir würden uns den umgekehrten, den klassischen Weg wünschen. Zuerst die Dirndlkoalition im realen Leben, dann der Duden.“

Links:

Weitere Branding-Infos: www.pinterest.com/Dirndlkoalition (Pinnwand Branding)

Logos, Dirndl: www.schwarzgruenpink.at/pressematerial/

Web: www.schwarzgruenpink.at

Facebook: www.facebook.com/Dirndlkoalition

Pressekontakt für Rückfragen, Grafiken, Bilder:

Robert Kastl (Projektkoordinator)

M: +43-677-613 58 077

E: initiative@schwarzgruenpink.at