



Die Qualen der Wahl

1,14 Mio. Kunden, 1.811 Belieferungsstellen, 2.000 Abgabedepots, 18.000 Mitarbeiter und das alles an einem Tag?! Das sind die logistischen Kennzahlen der im Oktober 2010 geschlagenen Wahl in der Bundeshauptstadt. Übersetzt: Wahlberechtigte, Wahllokale, Wahlurnen und Wahlhelfer.

Das perfekte Zusammenspiel von Behörden und Dienstleistern bei einer Wahl ist in erster Linie eine logistische Herausforderung und bedarf daher einer genauen Planung und Vorbereitung. Einerseits müssen die Haushalte der Wahlberechtigten im Vorfeld rechtzeitig mit Wahlinformationen und Wahlkarten (in Wien rd. 162.000) versorgt werden, andererseits ist auch die Bestückung der Wahllokale mit Urnen, Wahlkabinen, Wählerverzeichnissen und Stimmzetteln, die meist erst einen Tag vor der Wahl durchgeführt werden kann, eine Angelegenheit von exaktem Timing und logistischem Gespür. Die hohe Anzahl der Wahllokale und die oftmaligen Korrekturen im Belieferungsnetz (Verlegung bzw. Auffassung der Wahllokale) verlangen zusätzlich Flexibilität in der Routenplanung und der Disposition des Mengengerüsts. Selbst bei der Entsorgung der Wahllokale ist Zeitmanagement der zentrale Faktor, müssen ja Schulen, Ämter, etc. am nächsten Tag wieder uneingeschränkt genutzt werden können. Die rechtzeitige Bereitstellung und Einsammlung von Wahlkabinen, Urnen, Tischen und Stühlen bei Wien- und landesweiten Wahlen wird wie in vielen Unternehmen aus einem Zentrallager gesteuert. In der Regel sind alle Gegenstände zwei Tage nach der Wahl bereits wieder eingesammelt und werden bis zur nächsten Wahl gelagert.

Neben der öffentlichen Hand laufen auch die logistischen Vorbereitungen der einzelnen Parteien in der Wahlkampfphase auf Hochtouren. Während im Vorfeld die Beschaffungslogistik für den rechtzeitigen Druck von Plakaten, Informationsbroschüren und das Schalten diverser Inserate und Werbesendungen sorgt, wird die Distributionslogistik in der „Last Mile“ vorwiegend durch die Fußarbeit der Funktionäre erledigt. Kern der Arbeit liegt aber wie in jedem Unternehmen in der richtigen Informationslogistik: Mit der Frage: „Wie kommuniziere ich meine Inhalte einer möglichst großen Wählerschaft und mobilisiere diese gleichzeitig?“ beschäftigen sich neben Politikern eine große Anzahl an Spindoktoren, Marketingunternehmen, Meinungsforschern und Beratern. Ob dabei die – in der Logistik – an erster Stelle stehende Effizienz von eingesetzten (Steuer-)Geldern und Mitteln berücksichtigt wird, soll infrage gestellt werden. Am Tag nach der Wahl analysieren Medien, Politikwissenschaftler und Meinungsinstitute noch lange und ausführlich die Motive, Wählerströme, Koalitions- und Regierungsmöglichkeiten – während in der Zwischenzeit bereits inhaltliche Lehren gezogen und die logistischen Vorbereitungen für den nächsten Wahlkampf getroffen werden. Nicht umsonst heißt es landläufig: „Nach der Wahl ist vor der Wahl.“ Das gilt auch für Unternehmen, die nie zu früh damit beginnen können ihre logistischen Aktivitäten zu planen und ständig neu zu überdenken, um eine verspätete Marktpräsenz zu vermeiden und Wettbewerbsvorteile ausschöpfen zu können.

Ambivalent ist eine Wahl in jedem Falle. Sei es für die im Wahlkampf oftmals reiz- und papierüberfluteten BürgerInnen oder das abwechselnde „Wunden lecken“ bzw. der Jubel innerhalb der Parteien am Tag nach der Auszählung. Die Qualen einer Wahl liegen in erster Linie im Auge des Betrachters.