

Die Demokraten haben ihre gesamte Marke vernichtet, und es ist zu spät, sie zu retten

geschrieben von Andreas Demmig | 14. Dezember 2024

Hier habe ich noch zwei kürzere Beiträge aus Amerika gefunden, die mir gefallen haben. Auch wenn die Wahl in USA nun vorbei ist, so sind m.e. viele Parallelen auch bei uns zu finden. Hier zuerst vor der Wahl, danach nach der Wahl. Nehmen Sie es einfach als lustige Geschichte, wie das Leben sie manchmal schreibt, Andreas Demmig

DAILY CALLER NEWS FOUNDATION

Johannes Loftus, Redakteur, 15. Oktober 2024

Wir alle kennen die Geschichte von Bud Light. Einst das beliebteste Bier in Amerika, zerstörte Bud Light seine Marke über Nacht, indem es den Transgender-Influencer Dylan Mulvaney einsetzte, um für sein Produkt zu werben. Anstatt mehr Bier zu verkaufen, indem es jüngere Millennials und Zoomer ansprach, vergraulte das Unternehmen seine Stammkundschaft: amerikanische Männer aus der Arbeiter- und Mittelschicht, die Football lieben, sonntags in die Kirche gehen und immer noch glauben, dass es nur zwei Geschlechter gibt. Bud Light hat mehrere Versuche unternommen, seine Marke wieder aufzubauen, aber die Umsätze sind im Vergleich zur Partnerschaft vor Mulvaney immer noch gering.

(VERWANDTE THEMEN: Bud Lights neueste Marketingstrategie beweist, dass sie Sie für dumm halten)

Die Demokratische Partei steht vor einem ähnlichen Marketing-Fiasko. Während der Biden-Harris-Regierung (und sogar schon davor) haben die Demokraten jahrelang linke Aktivisten umgarnt und radikale Ideen wie Geschlechtsumwandlungen für Minderjährige und „Antirassismus“ vertreten. Gleichzeitig erzählten sie normalen, arbeitenden Männern, von denen viele wahrscheinlich die Demokraten gewählt hätten, dass sie toxisch, privilegiert, rassistisch, der Aufmerksamkeit nicht würdig oder dazu verdammt seien, im aufgeweckten Amerika des 21. Jahrhunderts irrelevant zu werden.

Jetzt, weniger als einen Monat vor dem Wahltag, versuchen die Demokraten verzweifelt, genau jene Wähler zu umwerben, die sie jahrelang abgekanzelt haben.

Die Harris-Walz-Kampagne startete am Wochenende eine Medienoffensive, um schwarze und ländliche Männer anzusprechen, und schickte den Gouverneur von Minnesota auf eine Fasanenjagd in seinen Heimatstaat. Natürlich war

der PR-Stunt für die Jagd ein peinlicher Fehlschlag. Walz wurde dabei gefilmt, wie er über Schulterschmerzen durch den Rückstoß jammerte, während er es versäumte, seine Schrotflinte zu laden und zu entladen. Der Fauxpas unterstrich nur die Künstlichkeit der Jagd – dass es nur um Optik ging, dass Walz in Wirklichkeit keine Ahnung hat, was er tut, wenn es um Schusswaffen geht, dass er keine natürliche Anziehungskraft auf Männer hat.

(VERWANDTE THEMEN: Nachdem er gesehen hatte, wie Walz mit einer Schrotflinte herumfummelte, war es wahrscheinlich das Beste, dass er sich weigerte, in den Irak zu gehen)

Walz gab bei einer Veranstaltung sogar zu, dass seine Partei Schwierigkeiten habe, jüngere männliche Wähler für sich zu gewinnen. Aber in typischer Manier schlug er den Ton eines scheinheiligen Liberalen an und sagte: „Es ist nicht cool“, Trump zu unterstützen. Es ist schlimm! Du bist schlimm! Hör auf damit! Tut mir leid, aber wenn Sie ein junger Mann sind und Ihnen dieser clowneske Lehrer an einer Privatschule mit dem Finger droht und Ihnen erzählt, was cool ist und was nicht, dann ist er buchstäblich der letzte Mensch auf der Welt, den Sie jemals unterstützen würden. Jeder Mann, der dies mit einem Puls liest, kennt das Gefühl: Man möchte sich nicht sagen lassen, was man tun oder glauben soll, besonders nicht von jemandem wie Tim Walz.

Tampon Tim just can't figure out why male voters prefer President Trump and JD Vance over him and Kamala: "I refuse to admit that that's real."

☐☐ pic.twitter.com/8XKlDXaR3Z

– Trump War Room (@TrumpWarRoom) October 14, 2024

Walz hat große Probleme damit, dass Trump bei jungen Männern ankommt:

„Ich weigere mich zuzugeben, dass das echt ist.“

„Das ist kein WWE-Zeug. Es ist nicht cool, wenn er so redet.“

(Ja, das ist es tatsächlich.) pic.twitter.com/TZLpSeTwKM

– Johnny Maga (@_johnnymaga) , 14. Oktober 2024

In der Zwischenzeit haben die Demokraten die sozialen Medien mit peinlichen Anzeigen überschwemmt, in einem verzweifelten Versuch, Männer in ihr Lager zu locken. In der vielleicht schlimmsten Anzeige bisher behaupten bezahlte Schauspieler, die sich als echte, bodenständige Männer ausgeben, dass sie trotz ihrer Unterstützung des Harris-Walz-Tickets immer noch männlich seien. Sie „haben keine Angst vor Frauen“, sagen sie und klingen dabei wie Geiseln. Aber selbst ein ehemaliger Beamter des Weißen Hauses unter Biden kritisierte die Anzeige als „herablassend“.

„Ja, die Botschaft ist herablassend“, sagte Meghan Hays gegenüber CNN. „Und ich weiß, dass es meine Partei ist, aber sie wirkt einfach herablassend, und diese Anzeige kam mir wie ein Witz vor. So ist das nicht. Wenn ein Mann so mit mir reden würde, würden die Frauen auf die Barrikaden gehen ... Die Botschaft ist einfach so herablassend, und ich denke, der Punkt mit der Authentizität ist wirklich gut: Wenn die Demokraten die Männer wirklich ansprechen wollen, müssen sie einen besseren Weg finden, mit ihnen zu reden, und sie müssen einen besseren Weg finden, der authentischer ist gegenüber dem, wer sie in ihrer Botschaft sind.“

If you thought that ad of the men for Kamala was cringe, wait until you see the same group's Tim Walz video
pic.twitter.com/RtEfCDCAB2

– Brent Scher (@BrentScher) October 11, 2024

*Wenn Sie dachten, die Werbung der Männer für Kamala sei peinlich, warten Sie, bis Sie das Tim Walz-Video derselben Gruppe sehen
pic.twitter.com/RtEfCDCAB2*

– Brent Scher (@BrentScher) , 11. Oktober 2024

Kamala Harris geht direkter vor. Die Vizepräsidentin besticht schwarze Männer quasi, indem sie ihnen aufgrund ihrer Rasse erlassbare Kredite für Kleinunternehmen verspricht. Das ist nicht nur ein zynischer Trick, sondern wahrscheinlich auch illegal. Und was werden weiße Männer vom Land von diesem Vorschlag halten? Sie bekommen Instagram-Videos von Tim Walz, der auf einem Feld in Minnesota nach Fasanen sucht, aber der schwarze Mann in der Stadt bekommt einen Kredit über 20.000 Dollar. Okay, Botschaft angekommen.

All das wird natürlich nach hinten losgehen. Die Demokraten hätten sich ein Beispiel an Bud Light nehmen sollen, aber das haben sie nicht. Man kann nicht über ein Jahrzehnt lang Bud Light als Marke vermarkten und erwarten, sie in nur einem Wahlzyklus zu retten. Normale amerikanische Männer sind nicht so dumm. Am Wahltag werden sie dies als das sehen, was es ist: ein falscher, zynischer Versuch in letzter Minute, sie davon zu überzeugen, dass das, was sie in den letzten Jahren gesehen haben, nie wirklich passiert ist.

<https://dailycaller.com/2024/10/15/democratic-party-kamala-harris-tim-walz-black-men-latino-dylan-mulvaney-bud-light/>

Top-Mitarbeiter von Kamala Harris gibt zu, was wir die ganze Zeit wussten

Johannes Loftus, Redakteur, 10. Dezember 2024

Der stellvertretende Wahlkampfmanager von Kamala Harris, Rob Flaherty, gab bei einer Veranstaltung der Harvard-Universität am 6. Dezember zu, dass die Medienstrategie der Demokratischen Partei nicht nur danebengegangen ist, sondern kläglich danebengegangen ist.

Während einer Podiumsdiskussion am Institut für Politik der Universität beklagte Flaherty, dass es seiner Partei und seinem Wahlkampf nicht gelungen sei, Wähler zu finden, die nicht auf die Unternehmenssender – CNN und MSNBC – und die Hollywood-Stars aus Diddys Umfeld achten. Er machte auch eine interessante Bemerkung über die Demokratische Partei als „Partei der Institutionen“, was meiner Meinung nach stimmt. Die Demokraten sind zu den überzeugten Verteidigern des Status quo geworden, während die Republikanische Partei unter der Führung des designierten Präsidenten Donald Trump zu einer rebellischen Kraft des Wandels in der Hauptstadt geworden ist.

(Streamen Sie die Dokumentation „Cleaning Up Kamala “ des Daily Caller HIER)

Kamala's deputy campaign manager Rob Flaherty just straight up admits the left's "amplification ecosystem is the mainstream media and Hollywood."

"[They] don't really mess with us." pic.twitter.com/EGnREiFPds

– Jake Schneider (@jacobkschneider) December 8, 2024

Kamalas stellvertretender Wahlkampfmanager Rob Flaherty gibt unverblümt zu, dass das „Verstärkungs-Ökosystem der Linken die Mainstream-Medien und Hollywood sind“.

„[Sie] legen sich nicht wirklich mit uns an.“ pic.twitter.com/EGnREiFPds

– Jake Schneider (@jacobkschneider) , 8. Dezember 2024

„Für die Linke sind die Mainstream-Medien und Hollywood unser Verstärkungsökosystem, und die Mainstream-Medien und Hollywood legen sich nicht wirklich mit uns an – sie sind keine wirklichen Verbündeten. Und sie sind nicht dort, wo diese Wähler sind, die sich nicht für Politik interessieren wollen. Wir sitzen hier in Harvard bei einer großen Veranstaltung mit den Mainstream-Medien. Die Wähler da draußen, die wir eigentlich erreichen mussten, sehen das überhaupt nicht, und sie sehen die Mainstream-Medien überhaupt nicht“, sagte Flaherty.

„Ich denke, grundsätzlich besteht eine Diskrepanz zwischen der Verstärkungsmaschinerie der Linken und den Medien der Gegenwart, die zunehmend alternativ und gegen das Establishment eingestellt sind. Das stellt für uns als Partei der Institutionen ein echtes Problem dar, in einer Zeit, in der die Menschen Institutionen wirklich hassen“, fügte er hinzu.

Flaherty hat vollkommen recht, und die meisten von uns, die nicht Teil dieser liberalen „Verstärkungsmaschinerie“ sind, wussten schon lange, dass einer der größten Mängel von Harris' Wahlkampf ihre Unfähigkeit war, die Wähler auf unkonventionellem Wege zu erreichen.

Tatsächlich ist die Demokratische Partei so sehr in ihrer Echokammer gefangen, dass es für sie fast unmöglich sein dürfte, zu entkommen. Und niemand will ihnen wirklich helfen. Sie sind wie ein Alkoholiker, der nicht mehr zu retten ist, für den es keine Intervention mehr gibt. Sie sind völlig fertig, und niemand wird sich nach Kräften bemühen, ihre abtrünnige Marke wieder in Ordnung zu bringen .

Wie Flaherty sagte, ist der Moment in Politik und Medien derzeit alternativ und anti-etabliert . Unglücklicherweise für die Demokraten sind sie die Partei des Mainstreams und des Establishments. Sie können sich in der Medienwelt nur dann wiederbeleben, wenn sie ihre Plattform ganz aufgeben.

Vorerst bleiben sie in ihrer Blase der Kontaktsperre gefangen und plaudern untereinander.

<https://dailycaller.com/2024/12/10/rob-flaherty-kamala-harris-staffer-harvard-event-media-hollywood/>