



Kampagnen- und Strategieberater

Julius van de Laar ist Politik- und Strategieberater mit langjähriger, internationaler Kampagnenerfahrung, unter anderem in den US-Präsidentenwahlkämpfen von Barack Obama. Das Wirtschaftsmagazin Capital zählt Julius van de Laar zu den 40 Top-Nachwuchskräften unter 40 Jahren im Politikbereich.

Julius van de Laar studiert Politik- und Kommunikationswissenschaften in den USA und engagiert sich in Barack Obamas Präsidentenwahlkämpfen 2007 und 2008 als hauptamtlicher Wahlkämpfer. 2012 leitet Julius van de Laar als hauptamtlicher Regional GOTV Director den Bereich Wählermobilisierung für Barack Obama im wahlentscheidenden Schlüsselstaat Ohio. Außerdem bringt er seine Erfahrungen als Berater in den Bundestagswahlkampf 2009, 2013, 2017 sowie in diverse europäische Wahlkämpfe und NGO-Kampagnen ein.

Heute berät er politische Organisationen, NGOs, und Unternehmen bei der Entwicklung von Kampagnen sowie deren Umsetzung. So hat er unter anderem Amnesty International und Greenpeace dabei unterstützt und beraten, ihre Zielgruppen zu begeistern und zu mobilisieren. Die Schwerpunkte seiner Arbeit sind strategische, integrierte Kommunikation, Positionierung, Message Development und Storytelling, Mobilisierung und Kampagnen-Management.

Julius van de Laar kommentiert und analysiert regelmäßig aktuelle politische Geschehnisse für führende Medien wie ARD, ZDF, NTV, WELT, Der Spiegel, FAZ oder Deutschlandfunk.

Er hält Seminare und gibt Workshops und ist ein vielgefragter Vortragsredner zu Themen wie Digitalem Campaigning, StoryTelling, Fundraising und Politischer Kommunikation. Er schildert, wie internationale Kampagnen hinter den Kulissen orchestriert werden und beschreibt anhand konkreter Beispiele, welche Strategien und Maßnahmen zum Erfolg führen. Julius van de Laar hält außerdem Guest Lectures an der Hertie School of Governance, Harvard University, University of Oxford sowie der Quadriga Hochschule in Berlin.

Themen (Auswahl):

- Message Matters: Der Kampf um die Deutungshoheit
- Inside the Campaign: Von den Siegern gewinnen lernen
- Storytelling: Authentische Botschaften, die mobilisieren
- Stand for something: Keine Mobilisierung ohne Polarisierung!
- Effizienzsteigerung durch Big Data