

Panorama

- Europa
- Modernes Leben
- Philosophie und Religion
- Politik und Zeitgeschichte
- Themen
  - Dossiers
  - Projekte
  - Links
  - Sprache
  - Umwelt
  - Wirtschaft und Soziales

## Auf Obamas Online-Spuren – Web-Wahlkampf in Deutschland



Mit dem Internet zum Wahlerfolg: US-Präsident Barack Obama hat es vorgemacht. Seinem Vorbild eifern deutsche Parteien im Bundestagswahlkampf nach. Doch das klappt nicht so richtig. Web-AktivistInnen finden den Internet-Wahlkampf in Deutschland langweilig und ineffizient.

Beim ersten deutschen Polit-Camp in Berlin trafen im Mai 2009 Politik und Web 2.0 aufeinander: Rund 600 Politiker und Netznutzer tauschten sich über die Möglichkeiten des Mitmach-Internets aus. Bei der sogenannten Elefanten-Session saßen die Online-Wahlkampfleiter von CDU, SPD, FDP, Grüne und Linkspartei auf dem Podium.

Mit dabei war als einziger Nicht-Parteienvertreter der Runde auch Markus Beckedahl, Autor und Betreiber des Blogs netzpolitik.org. Er gilt als einer der deutschen Pioniere der politischen Internet-Kommunikation. „Irgendwann dachte ich mir, man müsste einen Vorhang runterlassen, einen Sprachverzerrer einschalten und das Publikum raten lassen, welche Partei gerade spricht“, erinnert sich Beckedahl. Die vorgetragenen Strategien seien beliebig und austauschbar gewesen. „Jeder wollte mal das Netz ausprobieren, Angebote zum Mitmachen schaffen und dabei irgendwie dialogorientiert vorgehen.“

### „Mitmachangebote wirken bemüht“

In Anlehnung an Obamas Plattform mybarackobama.com bieten mittlerweile alle deutschen Parteien eigene Online-Communities, sogenannte Social Election Networks, an: meinespd.net, myfdp.de, wurzelwerk.gruene.de, linksaktiv.de und team2009.de, die CDU-Version. Beckedahl kritisiert, dass er sich als Wähler von diesen Bemühungen kaum angesprochen fühle: „Die Mitmachangebote aller Parteien sind recht langweilig, wirken bemüht und sehen fast alle gleich aus.“ Die erhoffte Breitenwirkung bleibe aus: „Es scheinen sich dort weitgehend Parteimitglieder untereinander zu vernetzen“, so Beckedahl. Man erkenne wenig Engagement von Wählern, die mitmachen wollten.



Blogger Beckedahl vergleicht die Partei-Webseiten mit Wahlkreisbüros: „Kein Bürger begibt sich freiwillig dorthin und holt die neusten Flyer ab. Das wissen auch die Parteien. Deshalb gehen sie und ihre Kandidaten an die virtuellen Orte, an denen sich Bürger aufhalten: in die sozialen Netzwerke, auf Youtube und Twitter.“

### „Netz noch nicht wahlentscheidend“



Das Interesse der Politik führt auch zu einem Wettbewerb unter den Communities. Dies belegt die fünfte Kurzstudie *Politik im Web 2.0* von netzpolitik.org aus dem Juli 2009. So hat StudiVZ im Sommer 2009 eine „Wahlzentrale“ gestartet und bietet Politikern „Edelprofile“ für ihre Selbstdarstellung. Damit hat das

deutsche Netzwerk nun mehr Parteiprüfer auf seiner Plattform als Konkurrent Facebook, wo ebenfalls so gut wie alle deutschen Politiker Profile haben. Auf die Anhängerzahlen der beiden Spitzenkandidaten von CDU und SPD hat dies allerdings keinen Einfluss: „Angela Merkel spielt ihren Kanzlerinnen-Bonus auf allen Plattformen aus und lässt Frank-Walter Steinmeier immer weiter hinter sich“, so die Studie.

Auch wenn mit der Europawahl 2009 das politische Interesse im Netz insgesamt gestiegen ist, bleibt der virtuelle Mobilisierungsgrad für die Bundestagswahl gering: „Die paar tausend Unterstützer von Parteien und Spitzenkandidaten in den sozialen Netzwerken sind gegenüber 60 Millionen Wahlberechtigten eine sehr überschaubare Gruppe“, resümiert Beckedahl. „Das Netz ist immer noch nicht wahlentscheidend.“

### „Parteien müssen Kommunikation umstellen“

Um im Netz so erfolgreich wie Obama zu sein, müssten die deutschen Parteien ihre Kommunikation umstellen, sagt Patrick Brauckmann. Er ist freier Redakteur bei der Website politik-digital.de, betreibt das Blog kampagnen-fabrik.de und schreibt zurzeit an der Universität Leipzig seine Dissertation zum Thema



*Online-Communities und Bundestagswahlkampf 2009*. „Wie schon 2005 dient das Internet den Parteien noch immer nur als Informationsplattform. Sie versuchen, dem Netz ihre klassischen PR-Strategien überzustülpen“, sagt der Experte, „aber das funktioniert nicht.“ Denn soziale Medien seien auf Dialog und Partizipation ausgerichtet. „Die gewohnte Einweg-Kommunikation der Parteien motiviert niemanden, sich politisch zu engagieren.“

Brauckmanns Rat an die Parteien: „Nicht alle möglichen Tools nutzen wollen, sondern wirklich die eigene Kommunikationsstrategie dem Internet anpassen.“ Diesem Schritt stehe jedoch oft die Angst vor einem Kontrollverlust im Weg. „Wie können Kampagnen noch gesteuert werden, wenn Wähler sich direkt daran beteiligen, lautet die große Frage“, so Brauckmann. Obama habe es vorgemacht – sogar bei einem Gesetz, das eine Gruppe von Internetnutzern nicht wollte. „Obama hat den Dialog mit ihnen gesucht, seine Meinung verteidigt und schließlich auch umgesetzt.“

Wichtig ist laut Brauckmann, die Internetnutzer ernst zu nehmen und ihnen das Signal zu geben, dass ihre Meinung in den politischen Entscheidungsprozess mit einfließt. Dem stimmt Beckedahl zu: „Die Parteien sollten ihre Kampagne als kontrollierten Kontrollverlust begreifen, bei der die Wahlhelfer als motivierte Botschafter unterwegs sind, aber auch die Kampagne mitdefinieren.“

### Unabhängig vom Wahlkampf politisieren



Wer als Internetnutzer nicht auf eine neue Kommunikationskultur der Parteien warten will, kann politische Teilhabe bereits jetzt schon auf [abgeordnetenwatch.de](http://abgeordnetenwatch.de) einfordern. Das Angebot sieht sich als verlängerter Arm der Wähler im Parlament. Das Konzept: Bürger fragen, Abgeordnete antworten – und

zwar öffentlich. Damit werden unbeantwortete Anfragen ebenso allgemein bekannt wie Versuche, sich um eindeutige Aussagen zu drücken. Das 2004 aus den Reihen des Vereins „Mehr Demokratie“ gegründete Mitmachportal will Transparenz und Bürgernähe schaffen. „Wir verstehen uns als Dialog-Plattform“, erklärt Martin Reyher, Redakteur bei [abgeordnetenwatch.de](http://abgeordnetenwatch.de).

Netznutzer können so Politik auch unabhängig von Wahlen beeinflussen: Als im Mai 2008 die Fraktionsspitzen von Union und SPD eine erneute Diätenerhöhung verabredeten, führte das zu einem Sturm der Entrüstung auf [abgeordnetenwatch.de](http://abgeordnetenwatch.de). Es gab Hunderte von Bürgeranfragen an Wahlkreisabgeordnete. Viele Parlamentarier distanzieren sich auf der Webseite von den Plänen. Der Dialog ist im Archiv, dem „digitalen Wählergedächtnis“, für jeden weiterhin nachlesbar. Am Ende fehlte den Fraktionschefs die Mehrheit in den eigenen Reihen. Die Diätenerhöhung fiel aus.

### Grenzüberschreitungen

Dritter Wettbewerb der Stiftung „Erinnerung, Verantwortung und Zukunft“ und des Goethe-Instituts

### Dossier: Konstruktion der Erinnerung

Die Frage nach dem Umgang mit der Vergangenheit und verschiedenen Erinnerungskulturen ist in vielen Ländern aktuell.

### DW-WORLD.DE DEUTSCHE WELLE

#### Politikberichte

- ▶ Teheran gibt Pakistan Mitschuld an Blutbad
- ▶ Zuckerbrot oder Peitsche?
- ▶ Keine Chance für die Opposition in Botsuana

### Link-Tipps

- Newsletter Gesellschaft abonnieren

Dominik Reinle

ist Diplom-Soziologe und arbeitet als freier Journalist in Köln, unter anderem für die Internetredaktion des Westdeutschen Rundfunks.