

Wähle mit der Kehle – der andere Wahlkampf

Internet. Dank Datennetz macht Politik wieder Spaß. Zum 18. September gibt es viele witzige Seiten.

Von Katrin Saft

Heute schon mit Ihrem Bundestagskandidaten geplaudert? Vorbei sind die Zeiten, wo der Bürger warten musste, bis sich Politiker in die Niederungen seines Wahlkreises begeben und Kulis und süße Versprechen austeilten. Das Internet hat die politische Kommunikation revolutioniert. In Weblogs, sprich online-Tagebüchern, kann der Wähler nicht nur das politische Geschehen kommentieren, sondern seinem Kandidaten auch jederzeit die Meinung sagen. Während fast alle großen Parteien auf ihren Seiten Blogs anbieten, gibt es mit www.wahl.de oder wahlblog.de auch Plattformen, die sich durch Überparteilichkeit auszeichnen. Besonders gelungen: die Seite www.kandidatenwatch.de, die die Initiative „Mehr Demokratie“ betreibt. Für alle 299 Wahlkreise sind hier 1 500 Direktkandidaten erfasst. Die eigene Postleitzahl eingeben, Politiker anklicken, Biografie und Ziele lesen und losdiskutieren. Gute Blogs haben einen Fairness-Kodex. Beschimpfungen und rechte Parolen fliegen raus.



„Merkeldance“ – das Kanzlerspiel der Spiele-Plattform games.de.
Foto: PR

Dank Internet wird Politik endlich auch unterhaltsam. So gibt es im Netz mehrere Märkte, an denen Parteien wie Aktien gehandelt werden (z.B. handelsblatt.wahlstreet.de). Bis zum 18. September kann der Wähler zwischen 5 und 50 Euro setzen. Ausgezahlt bekommt er das tatsächliche Wahlergebnis. Die CDU steht seit Tagen deutlich über 40 Euro. Die Linkspartei versucht, die elf Euro zu knacken. Reich wie die Daimler-Chrysler-Manager dürfte an der Wahlstreet zwar niemand werden. Dafür aber macht der virtuelle Handel Spaß. Und weil jeder das Wahlergebnis genau treffen will, liefert er gleich eine Wahlprognose mit. „Bei der Wahlbörse der Financial Times Deutschland (www.ftd.de/wahlboerse) können Anleger auch auf Nebenmärkte setzen“, sagt Chefredakteur Steffen Klusmann. Sie zocken um die große Koalition oder darum, ob Bayerns Ministerpräsident Stoiber nach Berlin geht oder nicht.

Damit die Politik nicht ganz so trocken ist, ruft die Financial Times ab 12. August auf: „Wähle mit der Kehle“. Besucher des Bundespressestrandes in Berlin entscheiden, ob sie ein Merkel- oder ein Schröder-Bier trinken wollen. Jeder gezapfte Millimeter wird digital gemessen und in einem politischen Stimmungsbarometer verzeichnet: täglich nachzulesen unter www.ftd/kehle. Das Internetportal Lycos dagegen erfasst die Gemütslage der Deutschen in einem „Depressionsbarometer“ (bundestagswahl.lycos.de), das für die Wahlentscheidung herangezogen werden soll. Derzeitiger Stand: an der Grenze zum kritischen Bereich.

Herrlich simpel zu handhaben ist auch der Wahl-O-Mat der Bundeszentrale für politische Bildung, der am 26. August online gehen soll. Der Wähler gibt seine Meinung zu verschiedenen Politik-Themen ein und bekommt beim letzten Mausklick gesagt, welche Partei am besten zu ihm passt (www.bpb.de).

Wer es lieber spielerisch mag, geht auf www.games.de. Die Spiele-Plattform hat es nach „Kanzlerboxen“ und „Merkeldance“ nun auf Oskar Lafontaine abgesehen. Einmal Oskar sein, Stimmen einfangen und von Schröder und Merkel jagen lassen. Kostenlos, natürlich.

Das Institut für Kommunikationswissenschaft in Ilmenau hat jetzt nachgewiesen, dass Internet-Nutzer politisch aktiv sind. „32 Prozent informieren sich auf Seiten von Politikern“, sagt Martin Emmer vom Institut. Pech für die ewig Gestrigen: Wer www.franz-muentefering.de anklickt, landet auf einer Partei-Seite. Und unter www.wolfgang-clement.de kommt schlichtweg nur eine Fehlermeldung.

