

Internet-Wahlkampf mit "Wulff-TV" und Online-Unterschriften

Am kommenden Sonntag wird in Niedersachsen **gewählt**[1], der Wahlkampf geht also in die Endphase. Im Internet fährt die CDU hier mehrgleisig. Gleich auf drei verschiedenen Seiten wirbt die Partei von Christian Wulff für ihren Ministerpräsidenten. CDU-Pressesprecher Thomas Reiter hebt vor allem Wulffs **persönliche Homepage**[2] heraus, auf der auch ein Videopodcast namens "Wulff-TV" zu sehen ist. "Die Clips müssen Vergleiche mit professionellen Auftritten nicht scheuen", lobt Reiter die Macher im eigenen Haus und verweist auf Vorbilder wie den französischen Präsidenten Nicolas Sarkozy. Eine eigene Videobotschaft kann Herausforderer **Wolfgang Jüttner**[3] (SPD) nicht vorweisen. Er setzt auch im Internet auf sein Wahlkampf-Thema Nummer Eins, den gesetzlichen Mindestlohn. Seine Wähler können die Kampagne per virtueller Unterschrift unterstützen.

"Das Internet ist bürgernah, zugespitzter, origineller", sagt Professor Jo Groebel vom **Deutschen Digital Institut**[4] in Berlin. "Meinungsbildung kann hier auf Stundenbasis erfolgen." Mit wenig Aufwand erreichen die Kandidaten mehr Wähler als auf den Marktplätzen. Und das Internet bietet auch mehr Möglichkeiten, die Themen unter das Wahlvolk zu bringen. So nutzen die Politiker nicht nur ihre eigenen Homepages, sondern beteiligen sich auch rege an öffentlichen Plattformen. Dazu zählt etwa die unabhängige Seite **kandidatenwatch.de**[5]. Hier können Bürger und Kandidaten direkt in Kontakt treten, Fragen stellen und beantworten, und jeder kann die Antworten nachlesen.



Wulff-Anhänger zeigen sich im "Wulff TV" von Wulff überzeugt, ...

Von der Bedeutung solcher Seiten sind CDU und SPD gleichermaßen überzeugt. "Wir erwarten, dass sich jeder Kandidat intensiv mit kandidatenwatch auseinandersetzt", sagt Reiter. Und SPD-Geschäftsführer Christoph Materna fügt hinzu: "Wir haben unsere Kandidaten darauf hingewiesen, dass es wichtig ist, diese Fragen möglichst schnell zu beantworten." Für unersetzlich halten CDU und SPD das Internet jedoch nicht. "Plakate und Briefe sind weiterhin wichtig", sagt etwa CDU-Mann Reiter. "Das Internet ist normaler geworden." Für die Parteien ist es eine von vielen Möglichkeiten im Wahlkampf, mehr aber noch nicht – kein Vergleich zu den USA, wo die Präsidentschaftskandidaten online Spenden sammeln oder gar ihre Bewerbung exklusiv im Internet verkünden.



... während sich Wolfgang Jüttner in seinem Wahlkampf film auch von der zärtlichen Seite zeigt.

Für Gregor Hackmack, einen der beiden Projektleiter von kandidatenwatch, hat das Internet dennoch an Bedeutung gewonnen. "In Niedersachsen zeigt sich, wie ernst Politiker inzwischen das Internet als Wahlkampfinstrument nehmen", sagt er. "Bis zum Wahltag rechnen wir mit einer Antwortquote von 75 bis 80 Prozent." Derzeit sind es immerhin knapp 71 Prozent.

Das Problem beim Internet-Wahlkampf: Vor allem die Antworten der Spitzenkandidaten lesen sich, als seien sie direkt aus den Wahlprogrammen kopiert. "Man gibt den Bürgern das angenehme Gefühl, dass sie persönliche Antworten erhalten", sagt Medienforscher Groebel. "Meistens reagieren jedoch größere Stäbe im Sinne des Kandidaten." Hackmack hält dagegen: "Die Spitzenkandidaten wollen sich natürlich nicht in die Nesseln setzen." Da haben es die kleineren Parteien einfacher. Für sie bietet das Internet die Möglichkeit, Geld zu sparen und dennoch einen engagierten Wahlkampf zu führen.

Doch so wichtig die interaktive Kommunikation für Parteien und Kandidaten auch ist – für Medienwissenschaftler Groebel steht die Information im Mittelpunkt des Online-Wahlkampfes. "Das Internet bietet die Möglichkeit, Themen beliebig zu vertiefen." Denn dafür bleibt auf den Marktplätzen meistens nur wenig Zeit. (*Benedikt von Imhoff, dpa*) /

([anw\[6\]/c't](#)) ([anw/c't](#))

URL dieses Artikels:

<http://www.heise.de/newsticker/meldung/102174>

Links in diesem Artikel:

- [1] http://www.nls.niedersachsen.de/LW2008/landtagswahl_2008.html
- [2] <http://www.christianwulff.de>
- [3] <http://www.wolfgang-juettner.de/>
- [4] <http://www.deutsches-digital-institut.de/>
- [5] http://www.kandidatenwatch.de/wahlen_niedersachsen-395-0.html
- [6] <mailto:anw@ct.heise.de>