

Wahlkampf**Mit Facebook ins Rathaus**

Oliver Voß

21.08.2009 3,7 (12) **Legende**

Auch im Lokalwahlkampf setzen die Parteien auf die neuesten Internettechniken. So zeigt die SPD in Hamm beispielhaft, wie Online-Wahlkampf funktionieren kann und welche Probleme die etablierten Parteien mit dem Netz haben. Ein Ortstermin.



Wahlkämpfer Justus Moor: „Wir wissen auch nicht, ob sich der Aufwand lohnt“

Die Internet-Begeisterung bei der SPD im westfälischen Hamm wird erst auf den zweiten Blick deutlich. „Mitglieder & Unterstützer können hier kostenlos W-LAN nutzen“ steht auf einem Aufkleber im Eingangsbereich des Parteibüros. Doch der Hinweis ist links oben neben der Tür versteckt.

Auch der Bundestagsabgeordnete des Wahlkreises Hamm-Unna II, Dieter Wiefelspütz, ist bislang nicht als Vorreiter im Online-Wahlkampf aufgefallen. StudiVZ-Profil? Twitter-Account? Facebook-Seite? Auf der Website des innenpolitischen Sprechers der SPD findet sich kein Hinweis auf die Nutzung der im Superwahljahr angesagten Webspiegelzeuge.

Doch ein Link auf [Wiefelspütz' Homepage](#) führt auf das Portal [Abgeordnetenwatch](#), wo seit 2006 die Arbeit der Bundestagsabgeordneten protokolliert wird und Bürger direkt Fragen an ihre Volksvertreter richten können. Niemand ist dabei so fleißig, wie Wiefelspütz: Von 1526 Fragen hat er 1515 beantwortet.

Piraten stehlen den etablierten Parteien im Netz die Show

Die Zurückhaltung von Wiefelspütz im Web2.0 ist daher überraschend, zumal einige seiner Mitarbeiter im Lokalwahlkampf mit einer großen Online-Kampagne für Aufsehen sorgen. Die Parteien nutzen im Superwahljahr das Internet so intensiv wie nie.

Vor allem die SPD wollte mit einem furiosen Online-Wahlkampf Barack Obama nacheifern und hat dabei auf die Expertise von Netzexperten wie Nico Lumma, Chef für Web2.0-Aktivitäten bei Scholz & Friends, oder Deutschlands erfolgreichsten Twitterer Sascha Lobo gesetzt.

Allerdings hat sich die Partei mit Ihrer Zustimmung zu den geplanten Internetsperren ein Eigentor geschossen, mehrere Mitglieder des SPD-Online-Beirates distanzieren sich und die Piratenpartei stiehlt den etablierten Parteien im Netz die Show.

Schlagworte zum Thema

SPD Web 2.0
Internetwahlkampf

Thorsten Schäfer-Gümbel zum Internet-Politsternchen gemacht

Im Lokalwahlkampf spielt die neue Konkurrenz allerdings keine Rolle, zum Glück, denn auch bei den Kommunalwahlen setzen die Genossen in Hamm massiv auf das Netz. Monika Simshäuser ist die Bürgermeisterkandidatin und soll am kommenden Sonntag nach Jahren der CDU-Dominanz das Hammer Rathaus für die SPD zurückerobern. Um der politischen Konkurrenz im Netz Paroli zu bieten, hat sich die SPD einen ganz

besonderen Experten geholt: Oliver Zeisberger.

Der Inhaber der Kölner Internetberatung Barracuda ist einer der profiliertesten deutschen Experten für Internetwahlkampf. Zeisberger war es, der den hessischen Ypsilanti-Nachfolger Thorsten Schäfer-Gümbel von einer unbekanntenen Notlösung zum ersten Internet-Politsternchen machte.

Doch als der 38-Jährige zur Strategiesitzung nach Hamm kommt, ist die Bürgermeisterkandidatin Simshäuser selbst gar nicht anwesend. Versammelt hat sich eine Gruppe von „Milchgesichtern“, einige von Ihnen kaum wahlberechtigt. Es sind die örtlichen Jusos, denen die Federführung für den Lokalwahlkampf im Netz übertragen wurde.

„Ich hatte gehofft, dass ein paar mehr vom Ortsvereinen kommen“, sagt der Juso-Chef Justus Moor. Doch nur ein SPD-Veteran hat sich mit seinem Hund in die Sitzung verirrt.



Internetberater Oliver Zeisberger: „Wenn man einen Genossen siezt, wird er garantiert nichts spenden“

Dabei gibt es einiges zu lernen, denn in einer guten Stunde erläutert Zeisberger das Einmaleins des Online-Wahlkampfes: Präsenz in sozialen Netzwerken zeigen; bei Videoclips auf Youtube nicht versuchen, Fernsehen zu machen; immer ansprechbar sein; aufpassen, dass man in den jungen Medien nicht gekünstelt wirkt.

Die entscheidende Lektion ist jedoch durchaus überraschend. Denn während Zeisberger sagt, der Kurznachrichtendienst Twitter sei „völlig überschätzt“ und könne getrost vernachlässigt werden, erklärt er ausgerechnet eines der ältesten Kommunikationsmittel im Internet auch zum wichtigsten: „Die E-Mail sollte der Dreh- und Angelpunkt des Wahlkampfes sein“,

sagt Zeisberger, „die ist sogar wichtiger als die Website des Kandidaten.“

E-Mails waren Obamas Erfolgsgeheimnis im Internet

Mit keinem anderen Kanal kann man seine Unterstützer gezielter und direkter informieren, zur Teilnahme an bestimmten Aktionen oder zum Spenden aufrufen. Das war auch bei Obama entscheidend. „Trotz all des Geredes von sozialen Netzwerken, war das Rückgrat unseres Erfolges eine E-Mailbeziehung mit 14 Millionen Leuten“, sagt Thomas Gensemer, als Partner der Agentur Blue State Digital einer der Strippenzieher von Obamas Netz-Wahlkampf.

Obamas Leute verpassten keine Gelegenheit, Mail-Adressen von Anhängern zu sammeln. Selbst bei seinem Auftritt an der Berliner Siegestsäule liefen Mitarbeiter mit langen Listen herum, wer sich dort einschrieb, hatte bereits wenige Stunden später die erste Mail von Obama im Postfach.

Ganz anders in Deutschland. Manche Ortsverbände haben nicht einmal von einem Drittel ihrer eigenen Mitglieder eine E-Mail-Adresse. „Außerdem haben viele Angst, den Leuten auf den Geist zu gehen“, sagt Zeisberger. Entsprechend zurückhaltend werden die Mails verschickt.

Bei der SPD kommt noch ein besonderes Problem hinzu: Sie müssen unterscheiden, wer in den E-Mailverteiltern Parteimitglied ist und wer nur Sympathisant, denn entsprechend muss sich die Ansprache in Spendenaufrufen und anderen Mails unterscheiden. „Wenn man einen Genossen siezt, wird er garantiert nichts spenden“, sagt Zeisberger.

Schlagworte zum Thema

SPD Web 2.0
Internetwahlkampf

"Mit den ganzen Plattformen, dass ist mir zu hoch angesetzt"

Nach dem Vortrag des Internet-Beraters stellen Juso Moor und seine Mitstreiter ihre Pläne, Entwürfe und Aktivitäten vor: Einen eigenen Kanal bei Youtube, Profile bei MeinVZ und Facebook, Wahlkampfplakate auf der Fotoplattform Flickr und ein Blog. Zudem haben sie sich die Website monika.de besorgt und planen einen völlig neuen Auftritt für die örtliche SPD-Website.

Noch während Moor sein Ideen-Feuerwerk zündet, verlässt der einzige ältere Genosse den Raum. „Die Sache mit den E-Mails war ja ganz interessant“, sagt Ole Trautmann, „aber mit den ganzen Plattformen, dass ist mir zu hoch angesetzt.“

Internetexperte Zeisberger kommt dagegen aus dem Staunen kaum heraus: „Geil, das habe ich in ganz Nordrhein-Westfalen noch nicht in der Qualität gesehen“. Mit ihrem Ansatz auf lokaler Ebene seien sie in Teilen weiter, als die Landespartei. Vor allem der Entwurf der **Parteiseite** hat es ihm angetan, denn die Jungs haben ganz intuitiv schon die entscheidenden Punkte umgesetzt. So werden gezielt verschiedene individuell Zielgruppen angesprochen, von Familien über Studenten bis hin zu Bergleuten.



Neue Website der SPD in Hamm: Bürger haben schon fast 500 Probleme gemeldet

Zudem gibt es eine **spezielle Seite**, auf der Bürger ihre ganz persönlichen Probleme nennen können. Von einer neuen Ampel über Schlaglochmeldungen bis hin zum Wunsch nach niedrigeren Schwimmbadpreisen – die Anliegen werden auf einer Karte eingezeichnet.

Fast 500 Probleme wurden schon gemeldet, seit die Seite im Juli ans Netz gegangen ist. Von den 5000 Postkarten, die zum selben Zweck verteilt wurden, kamen dagegen erst 150 zurück.

"Es ist gerade cool, für die Piraten zu sein"

Trotz dieser Erfolge ist es ein großes Experiment. Nur durch viel ehrenamtliche Arbeit und einen befreundeten Webdesigner, der die Ideen professionell umgesetzt hat, konnten all die Online-Aktivitäten umgesetzt werden. „Wenn wir damit eine Agentur beauftragt hätten“, sagt Moor, „wäre wahrscheinlich kein Geld für Plakate übrig geblieben.“

Was es wirklich bringt, so viel Zeit in Internetseiten und die Betreuung von Profilen bei MeinVZ oder Facebook zu stecken, muss sich am 30. August zeigen, wenn in Hamm gewählt wird. „Wir wissen auch nicht, ob sich der Aufwand lohnt“, gesteht Justus Moor. Doch zumindest haben der 22-jährige und seine Mitstreiter gezeigt, dass auch der Nachwuchs der etablierten Parteien mit den Internet-Aktivisten der Piratenpartei mithalten kann.

„Bei vielen jungen Wählern ist es gerade cool, für die Piraten zu sein“, sagt Moor. In manchen Punkten, wie beispielsweise bei den umstrittenen Internetsperren, findet er auch die Argumente der Piraten überzeugender, als die der SPD. „Die Volksparteien sind ein bisschen träge, was das Internet angeht“, sagt Moor. Doch sobald sie sich mehr damit beschäftigen, werde sich auch die derzeitige Begeisterung für die Piraten legen.

Internet Die Piratenpartei dominiert den Wahlkampf im Netz

Internetwahlkampf Wahlkampf mit dem Netz

Bundestagswahl Acht Gründe für die Piratenpartei

Online-Wahlkampf "Das Rückgrat von Obamas Erfolg war eine Email-Beziehung"

Politiker bei Twitter "Bratwurst ich komme"