

Regionales

Twitternde Spitzenkandidaten

Sachsens Landtagsbewerber lassen sich im Internet befragen

Dresden (ddp-lsc). Mehr als 3000 Mal waren Besucher des Video-Portals Youtube schon "unterwegs mit Stanislaw Tillich" seit der Veröffentlichung des gleichnamigen CDU-Wahlwerbespots vor einem Monat. In dem knapp zweiminütigen Streifen kurvt Tillich im Dienstwagen durch die Lande, läuft lächelnd durch eine Fußgängerzone, schüttelt einer sächsischen Unternehmerin die Hand und stellt Mut machend fest: "Wir Sachsen sind ficheland. Wenn es drauf ankommt, haben wir ´ne Lösung." Auch die anderen Parteien suchen derzeit nach "pfiiffigen" Lösungen im ersten richtigen Internet-Landtagswahlkampf für Sachsen.



Foto: ddp



Zu Hilfe kommt ihnen mit "abgeordnetenwatch.de" das deutschlandweit größte politische Dialogportal. Dort können die Sachsen seit Donnerstag ihren Landtagskandidaten per E-Mail Fragen stellen. Sechs Wochen lang wird ihnen dieser - für eine Landtagswahl in Sachsen erstmalige - Service geboten, wobei den Politikern keine Frist für die Antworten gesetzt ist. Wer Wähler überzeugen will, wird sich aber wohl nicht ewig Zeit lassen. Vorschnell sollte jedoch auch nicht reagiert werden, schließlich will die überparteiliche Initiative "Abgeordnetenwatch" alle Fragen und Antworten auch nach der Abstimmung am 30. August im Internet abrufbar lassen - als "Wählergedächtnis".

Auf eine andere Entscheidungshilfe müssen die Sachsen diesmal verzichten: Anders als 2004 können sie sich nicht beim "Wahl-O-Mat" auf ihre Parteipräferenzen testen lassen. Die Bundeszentrale für politische Bildung begründet dies mit der Weiterentwicklung des Angebots, durch die "ein weit größerer personeller, redaktioneller und auch finanzieller Aufwand" entstanden sei. Deshalb habe man sich "in diesem Jahr auf die Umsetzung des Konzepts für die Wahlen zum Europaparlament und zum Bundestag konzentrieren" müssen.

Noch nicht zu denken war vor fünf Jahren an Twitter, der Plattform für sofort veröffentlichte Nachrichten von 140 Zeichen Länge (twitter.com). Mit Ministerpräsident Stanislaw Tillich (CDU), Wirtschaftsminister Thomas Jurk (SPD) und Grünen-Fraktionschefin Antje Hermenau finden sich dort gleich die Namen von drei Spitzenkandidaten wieder. Während Jurk und Hermenau aktiv mitmischen, ist es unter dem auch von der politischen Konkurrenz einschließlich der Piratenpartei aufmerksam verfolgten Profil "twitter.com/Sachsen_Tillich" merkwürdig still. Kein Wunder: Dahinter verbirgt sich gar nicht der CDU-Landeschef. "Er ist es nicht", sagt Regierungssprecher Peter Zimmermann, der am Donnerstag durch eine ddp-Anfrage erstmals auf Tillichs Profil stieß und es nun "weiter beobachten" will - auch um zu erfahren, wer sich da offenkundig einen Scherz erlaubt.

Während Jurk per Twitter zuletzt den Niedriglohn als "falsche Unternehmensstrategie" geißelte und auch sonst sehr wahlkämpferisch klingt, äußert die Grüne Hermenau auch schon mal ihre Sorge vor einem vorhergesagten Gewitter. Linke-Spitzenkandidat André Hahn scheint das Twittern derweil seinem Fraktionssprecher Marcel Braumann zu überlassen, der dabei in Kontakt mit Hermenau steht. Hahn führt hingegen ein eigenes Internet-Tagebuch, ein sogenanntes Weblog.

Während die CDU auf eine interaktive "Wahlstraße" setzt, schwört die FDP auf ihr extra überarbeitetes Mitgliederportal - und auf eigene Auftritte bei den Netzwerken StudiVZ, Facebook und Twitter. Und von ihrem Spitzenmann Holger Zastrow gibt es auf Youtube Reden zu sehen.

Der Dresdner Politologe Werner J. Patzelt weist darauf hin, dass das Internet längst nicht alle Gesellschaftsschichten erreiche. Es werde wohl niemals das "Rückgrat von Wahlkämpfern" sein, Plakate, Fernsehwerbung und Parteiveranstaltungen würden gewiss nicht überflüssig. Als Vorbild sieht er den Wahlkampf von US-Präsident Barack Obama. Politische Inhalte und Positionen - auch Kritik am Gegner - seien ständig über das Internet verbreitet worden, und die Medien hätten dies in ihrer Berichterstattung vielfach aufgegriffen.

Anders als bei klassischen Werbespots müssen die Parteien im Internet auch mit eher ungeplanten Reaktionen rechnen. So rätselten die Nutzer bei Tillichs "Unterwegs"-Wahlwerbespot auf Youtube in erster Linie darüber, ob der Regierungschef nicht angeschnallt war oder sein Dienstwagen über einen möglicherweise verdeckten Beckengurt verfügt.

(ddp)