

2. Dezember 2007, 04:00 Uhr

VON OLIVER SCHIRG

Wahlkampf mit verwackelten Bildern

In Amerika diskutieren Präsidentschaftsbewerber über das Internet miteinander. Im Bürgerschaftswahlkampf entdecken nun auch Hamburger Politiker Videoplattformen, um die eigenen Botschaften zu vermitteln - oder den politischen Gegner zu verulken

Ein bisschen verwackelt ist die Aufnahme. Das Filmchen zeigt, wie Michael Naumann, SPD-Spitzenkandidat für die Bürgerschaftswahl, am 1. Mai in Harburg das Arbeiterlied "Brüder, zur Sonne, zur Freiheit" singt. Immer wieder schaut er dabei nach unten - offenbar muss er den Text ablesen.

Videoplattformen wie YouTube macht es inzwischen für (fast) jeden relativ einfach möglich, kleine Filmchen ins Internet zu stellen. Und wer mit den Suchworten "Wahl Hamburg" oder "Bürgerschaftswahl Hamburg" auf Erkundungstour geht, wird rasch fündig.

Bürgermeister Ole von Beust wird da genauso verulkt wie Naumann. So erzählt ein Video im Stil der Werbung der Deutschen Bahn über eine Zugfahrt von Hamburg nach Sylt und endet mit der Botschaft: "Die Bahn bewegt - von Nord nach Süd, von Ost nach West, von Beust nach Sylt: Am 24.2.08 umsteigen!"

Während das Naumann-Video seit sieben Monaten im Netz zu sehen ist und von über 1500 Besuchern aufgerufen wurde, gibt es den Beust-Film erst seit dem 8. Oktober. Allerdings bringt er es auch schon auf mehr als 500 Klicks.

Niemand weiß, wer hinter den Filmchen steckt. Wobei wahrscheinlich ist, dass computerbegeisterte Privatpersonen auf diese Art ihre politische Vorliebe dokumentieren. Doch die Videoplattform wird inzwischen nicht nur von Autoren ironischer Filme genutzt.

Mehr und mehr versuchen Politiker - in Wahlkampfzeiten zumal - diesen Vertriebsweg für die eigenen Botschaften zu nutzen. So kommentiert der einstige Justizsenator und Gründer der Partei HeimatHamburg, Roger Kusch, wöchentlich per Video die Hamburger Politik. Michael Neumann, Chef der SPD-Bürgerschaftsfraktion, tut es - beispielsweise beim Volksentscheid zur Volksgesetzgebung - auch.

Alle Parteien stecken zwar gegenwärtig noch in der Planung ihrer Wahlkämpfe, aber eines kristallisiert sich bereits jetzt heraus: Das Internet wird eine größere Rolle spielen als vor vier Jahren. "Der digitale Wahlkampf hat inzwischen einen festen Platz und kommt nicht zufällig zustande", sagt der Sprecher der SPD, Bülent Ciftlik.

Seine CDU-Kollegin Anna Christina Hinze meint: "Wir werden in Verbindung mit inhaltlichen Themen Wahlwerbung auf Internetseiten machen." Beispielsweise, um zu verdeutlichen, dass die Partei die Abschaffung von Gymnasien nicht akzeptieren werde. Vorstellbar sei allerdings auch, dass Spitzenkandidat und Bürgermeister Ole von Beust eine eigene Homepage bekomme, sagt Hinze. Ob man kleine Videos produziere, sei aber noch nicht entschieden.

Die SPD ist da schon viel weiter. Seit seiner Wahl zum Spitzenkandidaten lässt die Partei von Naumanns Auftritten und Stadtteilbesuchen kleinere Videofilme erstellen und veröffentlicht sie auf der eigenen Internetseite. Hauptziel sei natürlich, den Spitzenkandidaten bekannt zu machen, sagt Ciftlik. Dabei habe man ganz eigene Erfahrungen gemacht, sagt der SPD-Sprecher. Ein Podcast solle nicht so perfekt wie im Fernsehen sein. "Aber die Leute wollen in 90 Sekunden wissen, was passiert ist." Das schließe die Dokumentation langer Parteitagsreden aus.

Die Grünen würden in der heißen Wahlkampfphase im Januar ihre bisherige Homepage durch einen "Kampagnen-Homepage" ersetzen, sagt Parteisprecherin Silke Lipphardt. Zwar seien auch kleine Filme oder Audiocasts angedacht. "Ein wöchentlicher Podcast, wie ihn beispielsweise der Senat ins Netz stellt, ist aber nicht geplant." Etwas so Staatstragendes würde nicht zur Partei passen. Mit Blick auf Videos, die bei YouTube den politischen Gegner auf die Schippe nehmen, meinte Lipphardt, das erwarte sie eher von der Grünen Jugend.

Alle Parteisprecher machen deutlich, dass es bei Politikern allerdings inzwischen üblich sei, auf Fragen zu antworten, die über spezielle Politikplattformen im Internet an sie gerichtet würden. Da verwundert es wenig, dass sowohl die Internetseite "abgeordnetenwatch.de" als auch "election.de" einen speziellen Auftritt zur Bürgerschaftswahl anbieten. Beide Plattformen bieten ihren Besuchern die Möglichkeit, auf einfache Art und Weise Fragen zu stellen.

Dass diese Kommunikation funktioniert, haben die vergangenen Jahre gezeigt. Schaut man sich auf der Internetseite "abgeordnetenwatch.de" die Antwortstatistik an, so liegen die Grünen mit gut 91 Prozent beantworteter Fragen vorn. Die Sozialdemokraten kommen auf 86, die Christdemokraten auf 85 Prozent.

