

1. April 2008, 04:00 Uhr

VON THOMAS VITZTHUM

Die Blogisierung der Politik

Wie und warum Merkel, Westerwelle und Co. ihre Botschaften immer häufiger per Internet unters Volk bringen

Berlin - 112 Fragen dauerte es, bis sich Innenminister Wolfgang Schäuble zu einer Antwort entschließen konnte. Ein Bürger wollte schließlich von ihm auf www.abgeordnetenwatch.de wissen, warum der Grenzverlauf Deutschlands eigentlich unveränderlich ist. Schäuble verwies auf die Verträge zur Deutschen Einheit und brach mit seinem Prinzip, auf der Plattform nichts zu veröffentlichen. "Die Etablierung des Protokolls und die Qualität der Fragen haben den Minister veranlasst, seine Bedenken hintan zu stellen", sagt Sebastian Pieper vom Abgeordnetenbüro Schäubles.

Abgeordnetenwatch bietet Bürgern die Chance, mit allen 612 Bundestagsabgeordneten in Kontakt zu treten. Seit dem Start Ende 2006 wurden fast 15 000 Fragen und mehr als 12 000 Antworten freigeschaltet. "Wir verstehen uns auch als Wählergedächtnis", sagt Martin Reyher von Abgeordnetenwatch. "Jede Zusammenarbeit mit der Linkspartei ist ausgeschlossen", antwortete etwa SPD-Spitzenkandidatin Andrea Ypsilanti vor der hessischen Landtagswahl auf dem regionalen Ableger Kandidatenwatch.de. Die Realpolitik ist darüber mittlerweile hinweggegangen.

Obwohl Politiker sich noch öfter überlegen müssen, ob - frei nach Adenauer - ihr "Geschwätz von gestern" nicht doch jemanden interessiert, haben sie die Scheu vor dem Internet weitgehend abgelegt. Der Grund ist klar. Allein Abgeordnetenwatch verzeichnet bis zu 300 000 Besucher im Monat, so erreichen Politiker mehr Menschen als an Marktständen. Eine zentrale Rolle könnten bald Blogs spielen, Internet-Tagebücher einzelner Schreiber, in denen Leser Kommentare hinterlassen können, ähnlich wie auf Abgeordnetenwatch.

"Internet-Wahlkampf findet in Deutschland noch auf einem Niveau statt, das die USA 2003 erreicht hatten", sagt der Blogger Markus Beckedahl, der vom 2. bis 4. April in Berlin das Bloggertreffen *Re:publica* organisiert, das sich dem Zusammenspiel von Medien, Kultur und Politik widmet. In den Vereinigten Staaten erreichen Blogs wie www.dailykos.com Millionen Nutzer. Eine große Rolle spielt der Präsidentschaftswahlkampf. "Heute ist klar", sagte Alan Rosenblatt, vom Center for American Progress auf der Konferenz *Politics Online*, "dass man ohne ordentliche Web-Strategie nicht mehr ins Weiße Haus kommt". Wichtig sei, so Beckedahl, dass ein Wahlkampf auf ein Schlagwort reduzierbar sei. "Obama hat alle auf ‚change‘ (Wandel) eingeschworen. Eingängige Slogans lassen sich im Internet leicht millionenfach verbreiten."

In Deutschland werde das Internet bei der Bundestagswahl 2009 sicher eine größere Rolle spielen als 2005, ist Hans-Jürgen Beerfeltz überzeugt. Der Bundesgeschäftsführer der FDP arbeitet an Internet-Strategien für das kommende Jahr. "Der direkte Dialog mit den Wählern ist entscheidend. Wir haben die Möglichkeit, über das Netz jeden, der sich für die FDP interessiert, individuell mit Informationen zu versorgen. Die Authentizität direkter Information nimmt enorm zu." Mit www.my.fdp.de hat die Partei ein soziales Netzwerk im Internet geschaffen, in dem bereits 45 000 Nutzer registriert sind. "Nur ein Drittel davon sind auch FDP-Anhänger", sagt Beerfeltz. Gestern startete FDP-Generalsekretär Dirk Niebel eine Online-Debatte über das Deutschlandprogramm der Partei 2009. Mitdiskutieren kann, wer auf my.fdp.de registriert ist. Mit diesem geschickten Kniff erzeugen die Liberalen noch mehr virtuelle Gruppendynamik. Auch bei der Spendenakquise setzt die FDP aufs Internet. Der Web-Auftritt des Bürgerfonds wird gerade überarbeitet. "Über den Dialog in Blogs können wir nicht nur Spender erreichen, sondern auch eine klare Beziehung zur Partei herstellen", sagt David Kugler, Leiter des Bürgerfonds.

Alle Parteien haben erkannt, dass der Auftritt im Internet sie ins Bewusstsein von Wählern zurückholt, die mit traditionellem Wahlkampf nicht erreicht werden. Die meisten Politiker experimentieren aber noch. Die Blogs von Ulrich Kelber (SPD), Dirk Niebel oder Hans-Joachim Otto (beide FDP) kranken daran, dass die Politiker sie nicht aktuell halten. "Wie ein Politikerblog funktionieren muss, das beweist nur Julia Seeliger aus dem Parteirat der Grünen", sagt Markus Beckedahl. Auf <http://julia.seeliger.de> verbreitet die 28-Jährige grüne Ideologie, grünen Klatsch, aber auch Kritik an den Grünen - täglich. "Nur so kann ein Blog funktionieren", sagt Beckedahl. Der Tonfall ist salopp bis schroff.

Genau an diesem typischen Blogger-Ton stoßen sich viele. "Eine Anfrage ohne Anrede finde ich nicht akzeptabel", sagt Dieter Wiefelspütz. Der SPD-Mann ist mit mehr als 500 Antworten dennoch der fleißigste Blogger auf Abgeordnetenwatch. "Ich beantworte alle Fragen selbst. Dafür investiere ich oft eine Stunde pro Frage." Der innenpolitische Sprecher der SPD-Bundestagsfraktion glaubt an die positiven Effekte: "Die Bürger könnten mich anrufen, aber die Schwelle, mit mir in Kontakt zu treten, ist im Internet niedriger. Grundsätzlich finde ich alles, was dazu beiträgt, Distanz zwischen Bürgern und Politikern abzubauen, gut."

Noch nutzen Politiker weder ihre noch die Blogs anderer, um exklusive Nachrichten zu streuen. Das könnte sich bald ändern. Bundeskanzlerin Angela Merkel hat in ihrer wöchentlichen Videobotschaft im Netz bereits Neuigkeiten verkündet, die die Zeitungen nachbeten mussten. Politikern und Parteien bieten eigene Blogs die Chance, nicht durch Journalisten, sondern als sie selbst zu sprechen, meint auch Sebastian Pieper: "Es kommt uns durchaus entgegen, wenn Bürger auf Abgeordnetenwatch nachfragen. Der Innenminister kann die Dinge dann noch einmal aus seiner Sicht darstellen."

5 kg abnehmen pro Woche.

Amerikanisches Abnehmprodukt sorgt für absoluten Durchbruch.
www.Trimgel.de

Cisco: IT - Lösungen

Einfacher, schneller und effektiver kommunizieren. Jetzt für KMU >
www.cisco.de/Mittelstand

Dieseltuning von DTE

Chiptuning mit neuer Multi-Kennfeld Technik. Auf Wunsch vor Ort
Einbau!
www.chiptuning.com

Fahrfreude - Der BMW X3.

Der neue BMW X3. Für die aufregendste Straße der Welt!
www.BMW.de/X3

