

der Freitag

Im Gespräch | 14.05.2009 15:20 | Wahlkampfarena

"Und jetzt benehmen sie sich alle wie kleine Obamas"

Im Interview mit der Wahlkampfarena erzählt Andrea Nahles von Online-Aktivisten, E-Mail-Schulungen und Twitter-Fakes, und dass sie mehr simst als Kanzlerin Merkel



Im Vorfeld der Bundestagswahlen 2009 traf sich die stellvertretende SPD-Parteivorsitzende Andrea Nahles zu einem Interview mit der studentischen Projektgruppe Wildcard, die die politische Debattierplattform [Wahlkampfarena](#) konzipiert hat.

Der Freitag: Wie erklären Sie sich den Run auf das Internet im Kontext des Wahljahres 2009?

Einfach durch die User. Als ich im Deutschen Bundestag 1998 mit der Politik begann, habe ich in meinem Wahlkreisbüro E-Mail-Unterricht für ältere Parteimitglieder gemacht und habe händeringend darum gebeten, dass ich mehr E-Mailadressen in meine Verteiler bekomme. Weil das einfach unschlagbar preiswert war. Wenn ich daran denke, dass ich damals noch circa die Hälfte meiner Korrespondenz per Post aufgegeben habe, so ist das auch ein Kostenfaktor. Also haben wir auch die Älteren, die skeptisch gegenüber dem Medium waren, systematisch in Kursen, auch am Wochenende, langsam an das Internet herangeführt. Mittlerweile ist es gar kein Thema mehr. Es gibt keinen einzigen, der hier vor Ort in meiner Partei aktiv ist, der keinen E-Mail-Anschluss hat. Das heißt: In den letzten 10 Jahren hat sich die Möglichkeit, Menschen so zu erreichen, schlichtweg verdreifacht oder vervierfacht – jedenfalls aus meiner Sicht völlig verändert. Durch diesen Anstieg der Userzahlen – auch bei älteren Menschen – kann ich als Politiker die Bürger

besser erreichen. Darauf bin ich angewiesen. Das ist so ganz simpel. Ich will möglichst viele Menschen erreichen.

Werden Sie stärker über E-Mails oder über die Post kontaktiert?

Immer auch noch über den klassischen Postweg. Obwohl ich noch sehr viel Post bekomme, ganz klassisch, ist es aber so dass, wenn man das abzählen würde, die E-Mails sich in einem Verhältnis von 65 zu 35 Prozent zur Briefpost bewegen – also doch deutlich Übergewicht haben.

Haben Sie eine Ahnung, wie viele Klicks Sie pro Woche auf Ihrer Website haben?

Ich hatte mal was von 3.000 gehört, ich weiß es aber nicht genau. Ich habe mich in den letzten Monaten nicht darum gekümmert. Ist das realistisch? Doch doch, ich denke schon. Ist das denn nun viel oder wenig? Ich weiß es gar nicht genau – offen gesprochen. Es kann sein, dass ich mich nicht genügend dafür interessiere. Also ich bekomme jedenfalls nicht jeden Tag eine „Wasserstandsmeldung“. Mein Selbstwertgefühl hängt nicht davon ab, um es mal klar zu sagen.

Wie viel Zeit verbringen Sie täglich im Internet und welche Kommunikationskanäle verwenden Sie dabei?

Ich verbringe pro Tag eigentlich eine Stunde im Internet. Und zwar spät abends. Der Rest ist bei mir anders organisiert. Sie müssen sich vorstellen, ich bin die Person, die an den Fäden eines Terminkalenders hängt und ich bin den ganzen Tag am Laufen, am Arbeiten. Mein Büro sorgt dafür, dass ich weiß, was übers Internet reinkommt. Das wird ausgedruckt und mir oft auch zwischen Tür und Angel mitgegeben. Jemand wie ich, der eine Spitzenposition inne hat, sitzt nicht statisch irgendwo und arbeitet am Computer, sondern das machen die Leute drumherum. Was dabei wichtig ist, ist die Schnittstelle. Worüber ich mit der Welt verlinkt bin, ist mein Blackberry. Das nutze ich ständig und nahezu ununterbrochen. Es ist praktisch mein Navigationssystem durch den Tag – mit der Chance das Internet zu nutzen oder E-Mailverkehr zu haben. Über dieses kleine Gerät bin ich praktisch den ganzen Tag „On Air“ und zwar mit meinen Büros oder mit meinem eigenen Online-Account. Abends nutze ich dann das Internet um bei Abgeordnetenwatch reinzuschauen, Fragen zu beantworten oder zu recherchieren und so weiter. Sie sehen, das ist meistens sehr komprimiert – was allerdings nicht heißt, dass ich den Rest des Tages abgekoppelt bin vom Kommunikationssystem.

Das heißt, Sie sind von den Möglichkeiten überzeugt - aber haben Sie eine Ahnung, was ihre Kollegen, vielleicht auch der anderen Parteien, über den Politik-2.0-Boom denken?

Also ich glaube, sie halten es hier in Europa und insbesondere in Deutschland, für leicht überzogen. Also für so eine Art Hype. Aber es gibt eine Verunsicherung, dass es nicht doch eventuell der Weg ist. Im Ernst: das ist durchaus ambivalent. Einerseits machen sich die Leute darüber lustig. Andererseits hat jetzt beispielsweise meine Landespartei in jedem Wahlkreis Kurse angeboten, bei denen man sich über Community-Plattformen, und darüber wie man mit dem restlichen Angebot umgeht, informieren kann. Da machen dann alle Abgeordneten mit. Noch nicht ganz selbstverständlich, aber alle versuchen ihr Bestes. Wegen Obama ist das ganze so rübergeschwappt als große Medienstrategie. Und jetzt benehmen sie sich doch alle wie kleine Obamas.

Haben Sie das Gefühl im Web ihre Politik den Menschen näher bringen zu können?

Ich habe das Gefühl, die Politik jüngeren Menschen näher bringen zu können. Und zwar deswegen, weil sie dieses Medium viel intensiver und fast ohne Konkurrenz durch andere

Medien nutzen, für Informationen auch und Meinungsbildung. Ältere Menschen nutzen noch stärker Tageszeitungen und Fernsehen zur Meinungsbildung. Bei den Jungen habe ich manchmal das Gefühl, sehr stark auf ihre Meinungsbildung über genau diesen Weg Einfluss nehmen zu können. Wie stark ich Meinungsbildungsprozesse beeinflussen kann, hängt momentan noch – und das kann sich ja noch ändern – vom Alter der User ab. So ist mein Eindruck. Ich würde also differenzieren, wen ich unmittelbar, wen ich indirekt mit erreiche und wen ich überhaupt nicht erreiche.

So können Sie also auch als junge SPD-Politikerin den Menschen ihre Politik näher bringen?

Ich bekomme jedenfalls Rückmeldung. Und da merke ich, wenn ich zum Beispiel bei einer Anne-Will-Sendung war, dass sich ganz viele mittelalte bis ältere Leute melden und reagiere darauf. Wenn ich irgendwas auf meiner Homepage mache oder sonst wo im Netz einen Meinungsbeitrag einbringe, bekomme ich Reaktion auch von Jüngeren. Und das bedeutet für mich einfach, dass ich momentan keine Entweder-Oder-Kommunikation habe, sondern dass ich beides machen muss – Internet und klassische Medien. Ich entscheide mich insofern nicht für ein Medium, sondern habe die verschiedenen Zielgruppen im Auge und betreibe unterschiedlich ausgerichtete Kommunikation.

Hilft Ihnen denn im Umkehrschluss das Internet auch dabei den Menschen tatsächlich näher zu sein; im Sinne von aktiver Rückkopplung?

Es hat mich überrascht – und das hat mich wiederum auch beeinflusst – wie stark die Debatten in Bezug auf datenschutzrechtliche Eingriffe des Staates waren. Also in Bezug auf Onlineüberwachung. Das hat doch in den politischen Medien eine Riesenkampagne gegeben, die an keiner anderen Stelle so massiv gewesen ist, wie im Internet. Es gibt bestimmte Themen, da bekomme ich ein unmittelbares und klares Bild von dem was passiert. Das kann sich durchaus auch inhaltlich unterscheiden von den Signalen, die ich anderswo bekomme. Auch die erste Internetpetition, die wir beim Thema Praktikum hatten, war sehr aufschlussreich. Da hatten 200.000 junge Leute bei einer Petition unterzeichnet und auf Ausbeutung bei Praktika hingewiesen, wo im Grunde vorher behauptet wurde, das sei gar kein breites Problem und das seien Einzelfälle. Und als dann der Petitionsausschuss, der die Bürgerbeschwerden bearbeitet, gesagt hat, wir machen jetzt auch Internetpetitionen, hat sich daraus eine politische Schubkraft entwickelt. Das alles ist trotzdem noch sehr jung und vorher mussten solche Petitionen schriftlich und per Post gemacht werden. Aber an diesen beiden Beispielen, also Onlineüberwachung und Generation Praktikum, habe ich gemerkt, dass der Weg auch entscheidend war für die politische Schlagkraft hinter den einzelnen Themen und für die riesige Bedeutung, die sie bekommen haben.

Im nächsten Abschnitt erfahren Sie mehr über die SMS-Weltmeisterin Merkel und den Wahlkampf 2013

Im Umgang mit dem Internet als Kanal zu den Wählern - geht es da mehr um das Parteiprogramm oder um das Andrea-Nahles-Programm?

Andrea-Nahles-Programm. Das würde ich schon sagen. Also ich benutze das mehr für meine Themen, die mir wichtig sind, als dass ich jetzt immer nur versuche die Gesamtschau sozialdemokratischer Politik zu präsentieren. Insoweit ist es persönlich, ja.

Und spielt denn da eigentlich der Wähler oder der Unentschiedene die größere Rolle?

Das ist mir eigentlich egal. Da unterscheide ich nicht so. Grundsätzlich untersuchen wir natürlich, was für Wählergruppen wir noch erreichen wollen und müssten. Hmm, aber ich hab nicht so eine Kalkulation bei jedem Schritt den ich mache. Es mag sein, dass das bei Obama anders war. Aber ich bewege mich da naiver, man kann auch sagen lockerer, man kann auch sagen: Einfach so, wie es mir gerade in den Sinn kommt. Das können Sie sich aussuchen. Aber an der Stelle bin ich nicht so überstrategisch. Wenn ich etwas einstelle, weiß ich jetzt nicht, ob ich Wähler X, Y oder Z oder überhaupt jemanden erreiche.

Haben Sie eine Vorstellung davon, wer hinter den Monitoren sitzt? Also haben Sie ein Bild vor Augen an wen Sie schreiben?

Nicht so richtig. Ich hab' ein Bild von Leuten, die mir auf Veranstaltungen begegnen oder die ich aus meiner Heimat kenne. Ich hab auch ein Bild von bestimmten Zielgruppen, also Schüler, Studenten, so ganz grob. Aber ich bin, nee, also eigentlich bin ich ein Mensch, der kein visueller Typ ist. Ich bin Literaturwissenschaftlerin und ich denke in Text und nicht in Bildern. Die Frage berührt aber eher grundsätzliche Herangehensweisen von mir als vielmehr das Medium. Ich bin definitiv jemand, der mit dem Medium deswegen gut kann, weil es auch sehr stark über Text funktioniert. Ich bin auch Weltmeister im Simsen, ich simse wie irre. Ich simse mehr als Kanzlerin Merkel, das wurde vom Bayrischen Rundfunk mit unserer Erlaubnis ermittelt. Da schreibe ich 100 pro Tag und die Merkel, ich glaube, 87.

Entschuldigung, haben Sie gerade Kaiserin Merkel gesagt?

Kanzlerin, aber bitte auch gern Kaiserin. Das ist mir nämlich egal, die Herrschaft des Adels ist ja bekanntermaßen abgeschafft oder er muss in Deutschland arbeiten – wie man an Herrn von und zu Guttenberg sieht.

Glauben Sie, dass durch den neuen Wahlkampf – mit dem eindeutigen Vorbild des US-Wahlkampfes 2008 – inhaltlich interessantere Debatten geführt werden, die von den typischen 08/15 PR-Antworten der Politiker abweichen?

Ich habe begründete Zweifel. Also das erwarte ich eher für den Wahlkampf 2013.

Das ist gerade überhaupt der Tenor, oder? 2013 geht's richtig los!

Ja, weil erstmal ist dieses Jahr überhaupt so ein Jahr, in dem alle sich ehrlich gesagt auf ganz viele Sachen konzentrieren müssen, die sehr viel Zeit in Anspruch nehmen und die irgendwo auch diese spielerische Ebene rausnehmen. Ich finde, dass diese Primaries in den USA unbelecker waren von der Finanzkrise, die ja eigentlich erst kam, als Obama schon gewählt war. Die also nur in den letzten Zügen des Wahlkampfes noch eine Rolle gespielt hat, aber nicht vorher. Bei realistischer Betrachtung habe ich da einen gewissen Zweifel, dass es bei uns dieses Jahr so locker und interessant und unkonventionell läuft wie es in den USA war. Die gesamte spielerische Ebene, die für mich dazu gehört, wenn man neue Sachen ausprobiert, das Testen, das Probieren finde ich auch gut. Das hat einen gewissen kreativen Impetus. Aber dieses Jahr ist so unspielerisch. Jeden Tag werden wir mit faustdicken schlechten Nachrichten konfrontiert. Die Arbeitslosigkeit wird ab Juni wahrscheinlich dramatisch steigen. Da habe ich einfach meine Zweifel, dass das so dominant wird wie es in den USA war – weil die Zeit einfach auch anders ist. Ich bin mir sogar sicher, dass das Internet auf der anderen Seite dadurch strategischer eingesetzt werden wird als beim letzten Wahlkampf - auch, dass es mehr als vorher genutzt wird. Wer anderer Meinung ist: ich lasse mich gerne widerlegen.

Im letzten Teil des Gesprächs geht es um die Macht von Online-Wahlkampfstrategen, die

Vorteile des Netzes und über Twitter

Denken Sie, dass man mit der Beherrschung von Twitter, Facebook, MySpace, etc. anderen Politikern im Wahlkampf tatsächlich um einen Schritt voraus ist?

Könnte sein. Aber vielleicht auch nicht. Vielleicht ist in diesem Jahr wieder so etwas wie konservatives Vertrauen schaffen, der besserer Krisenmanager sein, sich auf die wesentlichen Fragen konzentrieren, ehrlich zu kommunizieren und zwar auf allen Kanälen – egal wo – entscheidender als der Transportweg.

Jede große Partei hat mittlerweile einen Online-Wahlkampfstrategen. Dieser steuert und orchestriert das Auftreten im Netz. Steuert er damit auch die Politik?

Dafür sind die noch nicht mächtig genug. Wir hatten ja jahrzehntelang Berater. Und das schwingt so ein bisschen ab gerade - generell. Das hat nicht nur mit Online-Beratung zu tun, sondern man vertraut doch wieder viel mehr auf den eigenen Instinkt und auf die eigenen Leute, auf Mitarbeiter, die Kompetenzen mitbringen, als nur auf externe Berater. Das hat damit zu tun, dass auch die Berater nur mit Wasser kochen. Insgesamt kommt deswegen dem Online-Berater eine ergänzende Rolle, eine wichtige für die Modernisierung des Wahlkampfs, aber keine Schlüsselposition in eben diesem zu. Das ist zumindest mein Eindruck.

Wenn Ihnen Fragen im Netz gestellt werden – unterscheiden diese sich von denen, die Ihnen im richtigen Leben gestellt werden?

Nein, nicht wirklich. Die Themengewichtung ist eine andere. Bei meinen Gesprächen, bei meinen Bürgersprechstunden, die regelmäßig in meinem Wahlkreis in Andernach stattfinden und bei denen die Bude voll ist, und auch auf Bundesebene liegen die Top-Themen im Bereich Rente und Soziales und überhaupt bei Fragen nach Gerechtigkeit sowie dem Abgleich mit meinen Äußerungen. Das ist im Kern exakt das, was ich auch immer in E-Mails bekomme. Das sind konkrete persönliche Fragen und Sachen, die die Bürger direkt angehen. Die wenigsten kommen, weil sie sich beschweren wollen. Die meisten haben irgendwo ein Problem – stehen vor der Abschiebung oder haben einen falsch ausgerechneten Hartz IV-Bescheid oder weiß der Kuckuck was da alles passiert. Was mir auffällt ist, dass die Community bei „Abgeordnetenwatch“ da recht gut sortiert ist. Zumindest habe ich den Eindruck, dass dort auch Leute fragen die sich oft, wenn sie eine Frage fachlich stellen, selber vorher auch informiert haben und das erlebe ich nicht immer. Das läuft auf Veranstaltungen oder wenn Leute mich anrufen oft anders. Das ist manchmal so ein bisschen mehr aus dem Bauch.

Ich stelle fest, dass das Internet schon noch so ein bisschen wie ein Filter wirkt. Man kann doch sagen, dass die Leute, wenn sie die Fragen verschriftlichen, sich Mühe geben diese präzise zu stellen und Hintergrund mit einzuarbeiten. Das finde ich zum Beispiel sehr angenehm und sehr positiv. Das macht mir auch mehr Lust zu antworten. Das ist gut an dem Medium, das gefällt mir. Da kommt wieder die Germanistin durch.

Sehen Sie denn das Internet und Ihre Aktivitäten darin als Teil Ihres Wahlkampfes oder Teil Ihrer Politikauffassung?

Meine Aktivitäten sind seit Jahren ähnlich. Im Wahlkampf wird nur naturgemäß der Takt erhöht. Tatsache ist, dass mein Engagement im Netz nur Ergänzungen zu dem ohnehin vorhandenem Profil sind, das ich über die ganzen Jahre hab.

Ich habe zum Beispiel auf meiner Homepage eine Rubrik die „Futter für's Volk“ heißt und neben dem Politischen zeigen will, was mir auch noch Spaß im Leben macht – also gutes Essen und ab und zu mal reisen. Das wird professionell betreut, klar, ist aber inhaltlich

und thematisch mein Baby. Da versuche ich auch ein bisschen von mir zu zeigen. Nicht privat in dem Sinne, aber doch auch an einigen Stellen. Das mache ich nicht seit drei Monaten, weil jetzt Wahlkampf ist. Das mache ich seit den letzten drei Jahren - oder vier sind es sogar schon. Das heißt, das Internet ist für mich im Grunde genommen ein Medium, in dem ich mich grundsätzlich bewege. Im Wahlkampf sicherlich ein bisschen mehr und das ergänze ich noch um den einen oder anderen Baustein, aber eigentlich ist das nichts, was ich jetzt erfinden müsste für die Wahl.

Warum twittern Sie denn eigentlich nicht mehr, der letzte Eintrag ist vom 22. September 2008?

Ich habe nie gewittert, das ist ein *Fake*. Ich habe mich gewundert, weil ich gehört habe, ich hätte irgendwo getwittert. Ich war völlig überrascht, denn ich habe nie in meinem Leben getwittert. Dann habe ich natürlich dafür gesorgt, dass das erstmal aufhört. Aber der Punkt ist, ich hab das nicht gern, wenn unter meinem Bild etwas steht was alle Leute für mich halten. Das war zwar harmlos, aber doch Blödsinn. Aber dann dachte ich auch „wenn ich twitter, dann twitter ich besser selbst“. Also diese Erfahrung, dass sich da jemand für mich ausgeben kann, hat mir ein bisschen das Twittern vergällt. Das sag ich auch ganz offen. Vielleicht nehm' ich es aber doch noch in Angriff. Das zweite Problem ist, dass ich in vielen Sitzungen sitze, wo ich überhaupt nicht twittern kann. Es ist einfach so, dass hier nicht alles so offen gespielt werden kann. Das geht nicht. Ich habe für mich also persönlich entschieden, dass ich in diesem Jahr nicht in Twitter reingehe.

Ist das Web 2.0 nur deshalb für Politiker interessant, weil es im Vergleich zu herkömmlichen Maßnahmen fast nichts kostet?

Also das ist durchaus ein Aspekt, das es günstig ist. Weil wir alle sehr kleine Wahlkampfbudgets haben.

Können Sie sich vorstellen, dass jüngere Politiker nun aufgrund ihres Engagements im Netz schneller in der Parteihierarchie aufsteigen oder spielt das noch keine Rolle? Kann dies auch Motivation mancher Akteure sein?

Jetzt spielt das für die Parteihierarchie noch keine Rolle. Das kann sich ändern, aber das hat noch nicht die durchschlagende Kraft. Da sind die Mechanismen auch einfach – Gott sei dank, kann man fast sagen – noch sehr basisdemokratisch. Du musst über Jahre vor Ort mit Menschen kommunizieren und zwar real, sonst stellen die dich nicht auf als Kandidaten für den Bundestag. Was aber sicherlich hilft ist, wenn man in der Direktkandidatur zum Beispiel als Oberbürgermeister oder als Abgeordneter durch einen guten, geschickten, intelligenten auch internetbasierten Wahlkampf dann am Ende die Nase mit einem Prozent vorne hat. Das hilft dann natürlich auch für den weiteren Weg den man politisch geht. Aber es ist ein bisschen indirekter als Sie gefragt hatten. Also ja – es gibt positive Effekte, wenn man sich des Mediums intelligent bedient und sich klug bewegt – aber ich glaube nicht, dass es direkt für die Frage ob und wie weit man politisch kommt schon so eine Durchschlagkraft hat. Ich schließe allerdings nicht aus, dass dies sich im Laufe der nächsten Jahre ändert.

Interview: Jan Hugel

Hintergrund

Mehr Informationen zu **Wildcard** und der **Wahlkampfarena** finden sich unter www.wahlkampfarena.wordpress.com und twitter.com/wahlkampfarena

der Freitag Artikel-URL: <http://www.freitag.de/politik/0920-wahlkampfarena-interview-nahles>

Copyright © **der Freitag** Mediengesellschaft mbh & Co. KG