

Bestandsaufnahme

Wahlkampf 2.0 in Hessen?

Die Webseiten Obamas, Schäfer-Gümbels und Kochs.

Barack Obama hat es vorgemacht, hessische Spitzenpolitiker ziehen nach: Sie gehen auch im Internet zunehmend auf Stimmenfang. Doch wie ernst meinen es die hessischen Parteien fünf Wochen vor der Wahl damit wirklich?

Der frisch gewählte US-Präsident Barack Obama hat neue Maßstäbe im Online-Wahlkampf gesetzt: Er mobilisierte im Netz hunderttausende Unterstützer und sammelte über seine Kampagnen-Webseite "my.barackobama.com" viele Millionen Dollar an Spendengeldern ein. In allen großen Online-Communities von Facebook über YouTube bis MySpace war und ist der Demokrat vertreten. "Obama hat es verstanden, die Energie und den Enthusiasmus seiner Anhänger für sich zu nutzen", erklärt der Autor und Medienexperte Tobias Moorstedt im [Interview mit hr-online](#). Doch auch Obama-Herausforderer John McCain und Hillary Clinton waren mit großen Angeboten im Netz vertreten.

Während es also in den USA längst selbstverständlich ist, massiv im Internet zu investieren, steckte der Online-Wahlkampf hierzulande lange Zeit noch in den Kinderschuhen. Wie sieht es vor der kommenden Landtagswahl in Hessen aus? Thorsten Schäfer-Gümbel, der neue Spitzenkandidat der SPD, geht mit seinem jüngst überarbeiteten Internetauftritt in die Offensive. Der Nachfolger von Andrea Ypsilanti und Herausforderer von Ministerpräsident Roland Koch (CDU) hat nach seiner überraschenden Nominierung schließlich nur zwei Monate Zeit, um in Hessen bekannt zu werden. Das Internet scheint hierfür das optimale Werkzeug zu sein.

Entschuldigung per Video

Dafür hat sich Schäfer-Gümbel an den Vorbildern aus Übersee orientiert. Zentrales Element seiner neuen Webseite ist ein so genannter Videodialog. Darin bittet er zunächst für die Fehler seiner Partei in den vergangenen Monaten um Entschuldigung – um dann zum Mitmachen einzuladen. Nun können Interessierte dem SPD-Kandidaten online Fragen stellen, die dieser dann in den kommenden Wochen per Video beantworten will. Jede Woche soll ein neuer Beitrag folgen. Der Erfolg kann sich durchaus sehen lassen: Das erste Video hatte innerhalb von vier Tagen immerhin knapp 50.000 Abrufe.

Schäfer-Gümbel hatte bereits im Sommer – lange vor seiner Nominierung zum SPD-Spitzenkandidaten – mit einer Videoaktion auf sich aufmerksam gemacht. Zusammen mit dem FDP-Abgeordneten Florian Rentsch gründete er einen Videokanal bei YouTube. Dort wollten sich beide Politiker Rededuellen zu verschiedenen Themen liefern. Die Aktion sorgte zwar für mediale Beachtung; es blieb aber freilich bei einer einzigen Debatte zum Thema Studiengebühren. Doch immerhin: Ein Anfang war getan.

Noch weitere Aktionen flankieren mittlerweile Schäfer-Gümbels Webwahlkampf: So kann man sich auf seiner Seite in Unterschriftenlisten eintragen, Schäfer-Gümbel-Banner für die eigene Homepage herunterladen oder ein Wahlplakat spenden. Schließlich ist der SPD-Kandidat auch längst bei Facebook vertreten, der weltweit größten Online-Community im Netz. Bislang hat Schäfer-Gümbel dort aber gerade einmal rund 300 so genannte Unterstützer hinter sich bringen können (Stand: Mitte Dezember), aber die Zahl steigt täglich. Zum Vergleich: Obama hatte am Ende seiner Wahlkampfzeit weit über drei Millionen Unterstützer mobilisiert, die er schnell und unkompliziert erreichen konnte.

Koch-Podcast gibt es seit 2005

Doch auch Roland Koch hat die Zeichen der Zeit erkannt. Der CDU-Chef bietet bereits seit drei Jahren eine Video- und Audio-Podcast-Seite an – als "einer der ersten Spitzenpolitiker in Deutschland, der diese Technik genutzt hat", wie CDU-Sprecherin Heike Dederer mitteilte. Eine Möglichkeit zum Dialog mit den Usern bietet die Seite bislang allerdings nicht. Die Sprecherin verwies aber darauf, dass sich Koch beispielsweise auf der unabhängigen Plattform "kandidatenwatch.de" den Fragen der Bürger stelle.

Kochs Podcast-Seite bietet allerdings keine speziell für dieses Angebot erstellten Beiträge an. Vielmehr werden dort Videos und Audios von Beiträgen über und Gesprächen mit Roland Koch gesammelt, die in verschiedenen Medien gelaufen sind. Interessenten sollen so ein kompaktes Informationsangebot über den Ministerpräsidenten mit der Möglichkeit zum Download bekommen. CDU-Sprecherin Dederer wollte auf Nachfrage von hr-online aber keine Abrufzahlen nennen. Dies würde zu stark von einzelnen Verlinkungen, beispielsweise bei Spiegel Online, abhängen.

Weltweit zu verfolgen war der Landesparteitag der CDU am vergangenen Samstag in Hofheim am Taunus. Dieser wurde

erstmal in voller Länge als Livestream im Internet übertragen. Der Service wurde ergänzt durch Interviews und Chats rund um das Parteitreffen. Es sei für die CDU "selbstverständlich", die neuen Medien zu nutzen, so Parteisprecherin Dederer. Weitere Neuerungen seien in Planung, derzeit aber noch nicht spruchreif.

Nachholbedarf bei kleinen Parteien

Bei den drei kleineren Landtagsparteien sieht es hingegen bislang eher trist aus. Die Internetauftritte von FDP, Grünen und Linkspartei gehen kaum über aktuelle Nachrichten und die Ankündigung neuer Termine hinaus. FDP-Chef Jörg-Uwe Hahn begrüßt Besucher auf der Seite der hessischen Liberalen immerhin mit einem Video. Bei Grünen und Linkspartei fehlen solche Elemente gänzlich. Auch auf den jeweiligen Seiten der Spitzenkandidaten gibt es Nachholbedarf. Der letzte Eintrag in der Rubrik "Aktuelles" auf der persönlichen Homepage von Willi van Ooyen, Spitzenkandidat der Linkspartei, ist ganze drei Wochen alt.

Doch das soll sich bald ändern. Die Linkspartei werde noch vor Weihnachten eine spezielle Wahlkampf-Seite freischalten, erklärte von Ooyen gegenüber hr-online. Dort soll es unter anderem ein Weblog und Kurzvideos geben. Die Linkspartei sei sich der zunehmenden Bedeutung "elektronischer Wahlkampf" bewusst. Der hohe zeitliche und technische Aufwand mache es für seine Partei aber schwer, die Möglichkeiten annähernd auszuschöpfen. Der Spitzenkandidat verwies in diesem Zusammenhang darauf, dass sich seine Partei auch im Online-Wahlkampf fast ausschließlich auf ehrenamtliche Mitarbeiter stütze. Zum Vergleich: Barack Obama beschäftigte angeblich allein für seinen Wahlkampf im Internet ganze 90 Vollzeitkräfte.

Fazit

Die Kinderschuhe sind zwar etwas größer geworden, im Vergleich zur USA hinkt Hessen aber noch meilenweit hinterher. Neben der mangelnden personellen und finanziellen Ausstattung gibt es dafür wohl noch einen weiteren gewichtigen Grund: das stark unterschiedliche Nutzerverhalten. Bis zu 30 Prozent der US-Amerikaner lesen regelmäßig politische Weblogs, wie Experte Moorstedt im hr-online-Interview erklärte: "Dort ist das Internet bereits fester Teil der politischen Kommunikationssphäre." Ganz anders gestaltet sich die Situation in Deutschland: Laut der aktuellen ARD/ZDF-Onlinestudie nutzen 94 Prozent der Online-Nutzer überhaupt keine Weblogs.

Mehr zum Thema

- Medienexperte Moorstedt: "Deutschland ist einige Jahre hinterher":

http://www.hr-online.de/website/rubriken/nachrichten/indexhessen34938.jsp?rubrik=34954&key=standard_doc

Links im WWW

- Webseite von Thorsten Schäfer-Gümbel:

<http://www.schaefer-guembel.de/>

- Schäfer-Gümbel bei Facebook:

<http://de-de.facebook.com/people/Thorsten-Schafer-Gumbel/1276937023>

- Video- und Audio-Podcast von Roland Koch:

<http://podcast.roland-koch.de/>

- Webseite von Jörg-Uwe Hahn (FDP):

<http://www.joerg-uwe-hahn.de>

- Webseite von Tarek Al-Wazir (Grüne):

<http://www.al-wazir.de>

- Webseite von Willi van Ooyen (Linkspartei):

<http://www.willi-van-ooyen.de/>

- Webseite von Barack Obama:

<http://my.barackobama.com/>

- Obama bei Facebook:

<http://www.facebook.com/barackobama>

- Obama bei MySpace:

<http://www.myspace.com/barackobama>

- Obama bei YouTube:

<http://www.youtube.com/user/BarackObamadotcom>

■ [kandidatenwatch.de](http://www.kandidatenwatch.de):

<http://www.kandidatenwatch.de/>

Redaktion: kahu / woje

 drucken

[hr - Gebühren für gutes Programm](#)

© Hessischer Rundfunk 2008 | [Impressum](#) | [Heute in der Redaktion](#) | [Kontakt](#)

hr-online enthält Links zu anderen Internetangeboten. Wir übernehmen keine Verantwortung für Inhalte fremder Webseiten.