

MÄRZ 2007



KONRAD-ADENAUER-STIFTUNG WASHINGTON, D.C.



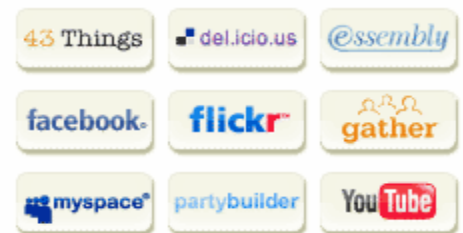
## “Direkt zur Kanzlerin!”

Roman Sehling  
Dr. Norbert Wagner

In den letzten Wochen sind in der deutschen Presse immer wieder Artikel zu den Video-podcasts der Bundeskanzlerin erschienen. Mit Blick auf den “YouTube-Wahlkampf” in den USA werden Video-podcasts allgemein von Politikberatern als “the next big thing” in der Kommunikation mit dem Wähler angepriesen. Allerdings hat man offenbar bisher die wirklich entscheidenden Entwicklungen in den USA auf diesem Gebiet übersehen. Nicht Video-podcasts an sich sind für die Aktivierung des politischen Engagements der Bevölkerung relevant, sondern die Interaktivität der *social networks*: mit deren Hilfe lassen sich die Videos nicht nur online verbreiten, es kann auch das Verhalten der Wähler besser verstanden werden. Von allen deutschen Parteien hat bisher die FDP dieses Konzept am besten verstanden und auch in die Praxis umgesetzt.

Im amerikanischen Wahlkampf des vorigen Jahres konnte man einen Vorgeschmack auf die steigende Bedeutung von YouTube und der Blogosphäre bekommen. In Erinnerung geblieben ist wahrscheinlich vor allem der verbale Ausrutscher Senator George Allens, der im September 2006 einen ihn filmenden Mitarbeiter seines demokratischen Kontrahenten bei einer Rede vor Republikanern als “Macaca” bezeichnete. Diese Szene samt der rassistischen Bemerkung wurde innerhalb kürzester Zeit auf die YouTube Webseite geladen. In Kombination mit politischen Blogs, die ihre Leserschaft auf das Video aufmerksam machten, wurde das Video von hunderttausenden YouTube-Benutzern gesehen, bewertet, kommentiert und weitergeleitet. Senator Allen, der damals sogar als möglicher zukünftiger Republikanischer Präsidentschaftskandidat gehandelt wurde, hat die Wahl im November verloren.

Diese Form der schneeballartigen Verbreitung von Neuigkeiten ist jedoch nur eine Seite der Medaille. Was sie außerdem für Parteien und politische Organisationen interessant macht, sind die Anwendungsmöglichkeiten der *social networks*, die es erlauben, mehr über die Vorlieben und Interessen ihrer Mitglieder und vor allem ihrer Sympathisanten zu erfahren. Alle potenziellen Präsidentschaftskandidaten sowie die beiden amerikanischen Parteien bieten solche *social networks* auf ihren Webseiten an bzw. verweisen auf die Mitgliedschaft der Kandidaten bei bis zu 24 verschiedenen *networks*.



*Eine Auswahl von den 24 social networks auf denen John Edwards präsent ist.*

Nach einer kurzen Anmeldung (und freiwilligen Dateneingabe) wird dem Sympathisanten eine eigene Webseite auf der Homepage des Kandidaten oder der Partei eingerichtet, er bzw. sie kann dann Freunde einladen und beobachten, wer der Einla-

## “Direkt zur Kanzlerin!”

dung bereits gefolgt ist. Auf dieser persönlichen Webseite können Sympathisanten nicht nur zu ihren Themen Kommentare schreiben bzw. einen Blog führen, sondern



*My.BarackObama.com - nach einer kurzen Registrierung...*

Sympathisant spendet, erhält der Werber den Namen des Spenders und die Höhe des Betrags sowie ein Dankschreiben zum Ausdrucken und Abschicken.

Dank der Registrierung der Benutzer kann man sich auch ein besseres Bild über ihre Interessen machen. Welche Themen bewegen sie? Welche Themen werden von welchen Alters- und Geschlechtsgruppen am meisten und längsten gelesen und an wen weitergeleitet? In den USA hat man die *social networks* auch bereits erfolgreich beim Spendensammeln integriert. John McCain hat im Jahr 2000 „nur“ knapp \$7 Millionen an online-Spenden eingeworben - Kerry 2004 insgesamt \$82 Millionen .

Auch wenn in Deutschland Internetspenden wahrscheinlich niemals ähnliche Ausmaße annehmen werden, ist hier vor allem der potenzielle Informationsgewinn bezüglich der Interessen und Sorgen der Sympathisanten zu beachten. Zwar sind die *social networks* bei der Organisation und Information der Wähler hilfreich, wichtiger erscheint jedoch der Nutzen aus dem interaktiven Charakter der *social networks*, die auf günstige Weise Zugang zu anderweitig schwer oder nur kostspielig zu beschaffenden Daten potenzieller Wähler ermöglichen. Als erste deutsche Partei hat die FDP den Wert der *social networks* erkannt: Mitglieder und Sympathisanten können nach einer Registrierung nicht nur an den üblichen Foren teilnehmen, sondern einen schnellen Überblick über Gleichgesinnte und Treffen in ihrer Region erhalten bzw. selbst Aktivitäten planen. Alles das jedoch ist nunmehr verwendbar für die Öffentlichkeitsar-

auch in einen regelrechten Wettbewerb mit anderen Mitgliedern und Sympathisanten darum treten, wer die meisten Mitglieder und Spenden gewonnen oder die größten Wahlparties veranstaltet hat. Meinungsmachende Mitglieder und Sympathisanten können klar identifiziert und damit konkret angesprochen bzw. einbezogen werden. Sobald ein kontaktierter

*erfährt man, wo man sich mit anderen Sympathisanten lokal treffen kann*

Events Near Me	
<b>Prince George's for Obama</b> <b>Alexandria 4 Obama Organizational Meeting</b> <b>DC 4 Obama Meetup</b>	
<b>Event:</b>	<b>Prince George's for Obama</b>
<b>When:</b>	Mar 14, 2007
<b>Where:</b>	Fratelli's Restaurant 6820 Landover Road Cheverly, 20785
<b>Type:</b>	Meeting
<b>Map:</b>	<a href="#">Google</a>   <a href="#">MapQuest</a>
<input type="button" value="Details"/> <input type="button" value="Attend"/>	
<b>My Groups</b> <input type="button" value="View Groups"/> <input type="button" value="GO"/>	
<a href="#">Join a Group</a>	

## “Direkt zur Kanzlerin!”

beit der Partei, da nicht mehr individuell per Email organisiert wird, sondern via <http://my.fdp.de>.

Angesichts sinkender Mitgliederzahlen der Parteien und einer latenten Politikverdrossenheit von Teilen der Bevölkerung wird es immer wichtiger, neue Methoden auszuprobieren, um die Teilnahme der Bevölkerung an den demokratischen Prozessen zu erhöhen. Der interaktive Charakter der *social networks* des Web 2.0 bietet die Möglichkeiten dazu. Die Bundeskanzlerin hat in der Vergangenheit in Deutschland eine Vorreiterrolle mit ihren podcasts und später Video-podcasts spielen können. Es wäre ratsam, wenn nun auch die anderen Parteien dem Beispiel der FDP folgen und *social networks* in ihren Internetauftritt integrieren würden.

Ein Bestandteil dieser Internetstrategie sollte auch die Möglichkeit sein, per Email oder Videobotschaft Fragen an die Bundeskanzlerin oder andere Politiker stellen zu können. Die jeweils beliebteste Frage der Woche könnte dann direkt von der Kanzlerin oder den jeweiligen Politikern vor der Kamera beantwortet werden. Bereits im letzten Herbst hatten sich zwanzig Studenten zusammengefunden, um die Webseite “Direkt zur Kanzlerin!” für genau diesen Zweck zu kreieren. Nach drei Wochen erhielten sie wöchentlich eine schriftliche Antwort – allerdings vom PR-Team der Kanzlerin. Die konservativen Kollegen der Kanzlerin in Frankreich und Großbritannien praktizieren bereits einen solchen direkten Austausch mit den Wählern. Es gibt keinen Grund, warum die deutsche Politik nicht auch den direkten Dialog mit den Wählern suchen sollte und beide Seiten auf diese Art und Weise mehr von ihrem Gegenüber erfahren könnten.



**Mein Anliegen.**

Schicken Sie Ihre Beiträge als Text, Ton oder Video.

**Beiträge abstimmen.**

Lesen und stimmen Sie für die Beiträge.

**Antworten aus dem Kanzleramt.**

Lesen Sie hier die Antworten aus dem Bundeskanzleramt.

Die Video-podcast der Kanzlerin, die bisher eher einem langen Werbespot gleicht, würde auf jeden Fall mehr wöchentliche Interessenten finden, wenn diese nicht nur Fragen stellen könnten, sondern auch genau wüssten, daß ihre Bundeskanzlerin diese auch selbst beantwortet.

*und welche Gruppen es in der Region gibt.*

### Search Results



#### Paddlers for Obama

**Members:** 8 **Access:** Private **Created:** Feb 16th, 2007 **Distance:** 0.0 miles

The progressive subculture of kayakers, canoers, and other lovers of rivers and white water join together to change the course of history; to rescue A...(more)



#### Howard University for Barack Obama

**Members:** 22 **Access:** Public **Created:** Feb 10th, 2007 **Distance:** 0.9 miles

Contribute to Senator Obama under Howard University (see below) The Howard University family has long been at the forefront of the political discou...(more)



#### Young Professionals for Obama

**Members:** 181 **Access:** Public **Created:** Feb 10th, 2007 **Distance:** 1.1 miles

Young professionals, who are out of college but far from retirement, waiting for the baton to be passed so that a better day may come. We are the lead...(more)



**Konrad  
Adenauer  
Stiftung**

2005 MASSACHUSETTS AVE. NW  
WASHINGTON, D.C. 20036  
PHONE: 001-202-464-5840  
FAX: 001-202-464-5848  
WWW.KASUSA.ORG