



Die Qual der Wahl: Pizza oder Pellkartoffeln? Emu oder EU? Den Kopf in den Sand stecken - oder sein Kreuzchen setzen bei der Europawahl 2009.
Ein Videosequenz der Landeszentrale NRW

Wahlkampf im Web 2.0

Der US-Präsidentschaftswahlkampf hat es gezeigt, die Aktionen eines Politikers im Netz sind für eine erfolgreichen Wahlkampf nicht mehr wegzudenken.

Community-Plattformen, wie Facebook, Twitter, Flickr, YouTube, MySpace, Eventful ersetzen inzenierte Pressekonferenzen und der heutige US-Präsident Obama erreichte damit Millionen.

Eine Studie des Instituts für Demoskopie Allensbach zur Veränderung der Informations- und Kommunikationskultur belegt, dass das Internet bereits zum wichtigsten Informationsmedium geworden ist. So nutzen 59 Prozent der 14- bis 64-Jährigen mehrmals täglich das Internet um sich zu informieren.

Im Wahljahr 2009 wird also das Internet auch für die Parteien in Deutschland immer wichtiger.

Inzwischen verfügen alle Parteien über einen eigener Videokanal auf **YouTube**:
Sie heißen

- [CDU-TV](#),
- [SPD Vision](#),
- [Kanal Grün](#),
- [TV Liberal](#), und
- [Die Linke im Bundestag](#).

Das FDP-Angebot ist mit 45 6979 Kanalaufrufen (Stand 19. Januar 2009) am erfolgreichsten, gefolgt von SPD (13 8852) und Die Linke (13 0232). Gemessen an den eingestellten Videos stehen die Grünen mit 179 Videos an erster Stelle, die CDU mit 49 Videos an letzter Stelle.

Ein ähnliches Bild zeigt sich auch bei **Facebook**. Hier sind ebenfalls alle Parteien mit einem Profil präsent. Die Zahl der Gruppenmitglieder ist jedoch noch ausbaufähig. So hat die SPD 769 Gruppenmitgliedern und ist damit Spitzenreiter, die Grünen und Die Linke folgen mit 671 und 474 Mitgliedern.

Die Spitzenkandidaten der drei größten Parteien, Angela Merkel (CDU), Frank-Walter Steinmeier (SPD) und Guido Westerwelle (FDP) sind ebenfalls auf der Plattform vertreten. Angela Merkel kann 4548 Supporter verzeichnen, Frank-Walter Steinmeier 921 Supporter und Guido Westerwelle hat 205 Fans.



Landeszentrale für politische Bildung Baden-Württemberg

(Quelle: [FocusOnline: Die Macht des Internets - Politik 2.0](#)).

[Online-Wahlkampf 2009](#) (Studie der Digitalkonferenz DLD (Digital, Life, Design) aus dem Hause Burda) Download als PDF

Trendbericht YouTube

Was England und die USA vorgemacht haben, wird nun auch in Deutschland zum Thema: Die zunehmende Medialisierung des Wahlkampfes. Auf dem diesjährigen Deutschen Multimedia Kongress diskutierten Politiker und Medienexperten über den Sinn und Unsinn z.B. von Politikervideos im Netz.

[Multimedia-Wahlkampf 2009](#)

Wahl.de



Eine Überblick, wie Parteien, Landesverbände und Politiker in Online-Communities vertreten und aktiv sind bietet der Web-Portal wahl.de. Auf den Seiten werden die Onlineprofile gemessen nach Beliebtheit der Community-Gemeinde und wie häufig im Netz kommuniziert wird.

Es findet nur eine reine technische Messung statt und keine inhaltliche Auseinandersetzung, dies muss jede Wählerin und Wähler - wie bisher auch - selber übernehmen.

[wahl.de](#)
