

POLITIK IM INTERNET

DEMOKRATIE 2.0





**Wer nicht im Web 2.0 ist, hat schon verloren:
Ohne Communities, Blogs, Twitter und Co. ist Politik nicht
mehr zu gewinnen**

VON **CATHRIN GÜNZEL**

30. April, 13.15 Uhr: Mittagessen mit Michelle & reden mit berufstätigen Familien in Indianapolis. — 31. Mai, 12.47 Uhr: In South Dakota. Besuchte Mt. Rushmore letzte Nacht, Rapid City diesen Morgen. — 24. Juni, 12.09 Uhr: Diskussion über Energiepolitik in Las Vegas, Nevada. — 1. Juli, 16.42 Uhr: In Zanesville, Ohio, über religiöse Initiativen geredet.“ Kurze Statusmeldungen auf Twitter, dem neuen Kultdienst, zeigen Momentaufnahmen und Banales. Autor der Infohäppchen ist Barack Obama, US-amerikanischer Präsidentschaftskandidat der Demokraten (twitter.com/BarackObama).

Noch nie kamen die US-Amerikaner den Anwärtern auf das höchste Amt im Staate so nahe. Mehr als 44 000 Menschen verfolgen, wenn Obama über den Microblogging-Dienst Twitter seine Schlagzeilen aus dem Alltag sendet, bei der aus dem Präsidentschaftsrennen geworfenen Hillary Clinton sind es nur knapp über 4100. YouTube dokumentiert erbarmungslos Ausrutscher seines republikanischen Kontrahenten John McCain, tausende Profi- und Hobbykommentatoren debattieren in unzähligen Blogs erbittert über jede Meinungsäußerung, der politische Schlagabtausch wird auch via Videoplattform geführt. Unterstützer und Gegner liefern sich regelrechte Videoclipschlachten.

Die ungezügeltere Kreativität, die von der Präsidentschaftswahl 2008 in den USA freigesetzt wird, ist der Alptraum manches Wahlkampfmanagers. Amateure drehen Werbe- oder Hassspots und sind die neuen Helden von Youtube. Wie das *Obama Girl* – Model Amber Lee Ettinger – die ihren roten Hotpant-Hintern mit Obama-Schriftzug werbewirksam in die Kamera schwenkt. Fast 9 Millionen Mal wurde ihr Schmachtfetzen „I Got a Crush... On Obama“ auf Youtube angeklickt (youtube.com/watch?v=wKsoXHYICqU).

Kein Kandidat, kann auf ein Profil in Social Networks wie Facebook oder Myspace verzichten. Facebook präsentiert öffentlichkeitswirksam, auf wie viele Befürworter sich die Kandidaten im Netzwerk stützen können (de.facebook.com/politics). Wer gut vernetzt ist, mobilisiert auch bisher brachliegendes Potenzial von Klein- und Kleinstspendern, das hat nicht zuletzt Barack Obama bewiesen. Geschickt wirbt er über seine Website Minispenden ab zehn Dollar ein (donate.barackobama.com).

Deutsche Politik im Tiefschlaf

Ganz anders sieht es in der Berliner Republik aus. Ein Drittel der Deutschen hat sich bereits von der Demokratie verabschiedet, sagt eine Studie des Münchner Institutes Polis/Sinus im Auftrag der SPD-nahen Friedrich-Ebert-Stiftung. Jeder Dritte glaubt nicht mehr daran, dass die Politik in der Lage ist, Probleme zu lösen. Fast jeder zweite Bundesbürger kann sich sogar vorstellen, bei der kommenden Bundestagswahl zu Hause zu bleiben. Trotzdem hält die Politik an alten Rezepten fest, wenn es um die Aktivierung von Wählern geht.

Gut ein Jahr vor der Bundestagswahl machen die deutschen Spitzenpolitiker und Parteien im Web 2.0 keine gute Figur. In Social Networks oder bei Twitter sind sie nahezu unsichtbar, so die Kurzstudie *Zwischen Strategie und Experiment. Politik im Web 2.0* der Multimedia-Agentur newthinking communications.

„Mit ihren derzeitigen Aktivitäten werden Parteien und Politiker im Internet kaum eine Stimme gewinnen“, so Markus Beckedahls Fazit, Gründer von newthinking communications und ein Pionier der politischen Online-Kommunikation (Netzpolitik.org) in Deutschland. Es gebe bei den Parteien keine erkennbare Internetstrategie, stattdessen werde lediglich punktuell versucht, Nutzen aus einer Präsenz im Web 2.0 zu ziehen. Besonders erstaunlich: Auch Jugendorganisationen und deren Spitzenvertreter hätten über kleine Experimente hinaus keinen Zugang zum Web 2.0 als Medium politischer Kommunikation. Doch Deutschlands Politelite wird sich mit schneller Wählermobilisierung via Twitter & Co. anfreunden müssen: „Twitter ist das



314 Freunde hat die Facebook-Seite von Angela Merkel (www.facebook.com/pages/Angela-Merkel/16019847890).

schnellste Medium von allen. Das mobile Internet wird es noch mehr pushen. Microblogging ist definitiv gekommen, um zu bleiben“, prophezeit Beckedahl. E-Mail dagegen sei in absehbarer Zeit mausetot: „Viele Jugendliche nutzen heute schon keine E-Mail mehr.“

Während die große Politik schläft, vernetzt sich die kleine Politik eifrig: Als vor rund sechs Monaten eine Bürgerinitiative die Privatisierung der Stadtwerke Leipzig stoppte, haben auch die qualitativ hochwertigen Informationen engagierter Blogger zum Erfolg der Initiative beigetragen.

„Es gab noch nie so viele Bürgerinitiativen wie heute, sie nutzen extrem stark das Internet. Ohne diese Vernetzung könnten sie überregional nicht diese Ausstrahlung entwickeln, das wäre undenkbar“, sagt Netzpionier Jürgen Christ, der als einer der ersten in Deutschland Mitte der 90-er Jahre mit elektronischen Demokratiesystemen experimentierte.

„Die Regierung hat eher auf E-Government gesetzt, auf elektronisch unterstützte Verwaltungsvereinfachung“, so Christ. „Das hat aber mit demokratischen Prozessen nichts zu tun, nur mit Management.“ Die Initiative hätten die Bürger selbst ergriffen, an der Regierung vorbei „und die Politiker haben das offenbar nicht bemerkt.“

Schwergewichte schreiben in Independent-Blogs

Das Web 2.0 verändert auch die vierte Gewalt dramatisch, die Medienwelt. Eine ganz neue Politikberichterstattung blüht in den USA abseits der Mainstream-Medien auf, direkt, ungefiltert, subjektiv, schnell und multivernetzt. Die privaten Meinungsmacher sind kein Phänomen von 2008, bereits 1998 war es der Online-Journalist Matt Drudge, der in seinem *Drudge Report* die Clinton-Lewinsky-Affäre enthüllte (www.drudgereport.com). Neu ist die Dimension. Breitbandinternet zieht auch in die letzten Winkel ein und während die Auflagen der gedruckten Zeitungen abstürzen, ziehen große Politblogs immer mehr Leser an. Nach dem 11. September 2001 und mit Beginn des Irakkrieges startete der Höhenflug. Aus Frustration gegen gleichgeschaltete Massenmedien und Präsident Bushs Kriegspolitik gründeten sich unabhängige Nachrichtenzentralen wie das liberale *Daily Kos* (www.dailykos.com).

Heute sind Tausende Bürgerreporter unterwegs, die inzwischen auch den klassischen Journalismus gewaltig unter Druck setzen. *Off The Bus* (OTB, www.huffingtonpost.com/off-the-bus) zum Beispiel ist ein Projekt der legendären Online-Zeitung *The Huffington Post*. Bei OTB schreiben Amateure, die nicht



Infohäppchen von Barack Obama auf Twitter. Mehr als 44 000 Followers verfolgen seine Statusmeldungen (twitter.com/BarackObama).



Die meisten Web-2.0-Plattformen haben ihre Wahlkampfseiten, hier YouChoose bei YouTube. www.youtube.com/youchoose

zum etablierten Polit-Tross in den Wahlkampf-Bussen gehören. Im April war es OTB-Autorin Mayhill Fowler, die bei einer Fundraising-Veranstaltung in Kalifornien Barack Obamas Äußerungen von der „verbitterten weißen Mittelschicht“ als einzige aufnahm und veröffentlichte, was den Senator gehörig in Erklärungsnot brachte (www.huffingtonpost.com/mayhill-fowler/obama-exclusive-audio-on_b_96333.html).

Die 2005 gegründete HuffPo ist ein Phänomen vor dem Hintergrund des Medienwandels, ein Polit-Weblog als linksliberale Online-Zeitung, ohne Offline-Pendant, für die auch prominente Hollywoodstars wie Alec Baldwin oder Tim Robbins schreiben.

Auch auf seiner eigenen Website ist Obama nicht sicher: Als er kürzlich seine Haltung zu einem Gesetz über Abhörbefugnisse von US-Telefongesellschaften änderte, geriet er unter Blog-Beschuss (my.barackobama.com/page/community/group/PrivacyandCivilLiberties).

„Weil die klassischen Medien nur noch Regierungsmeinungen vertreten, entstand ein Vakuum, in das sind diese Blogs hineingestoben“, erklärt Beckedahl. In Deutschland gibt es dagegen noch ein breit gefächertes Mei-

nungsspektrum bei Zeitungen und Rundfunk. Aber Transformationsprozesse sind auch hier in Gang gekommen. In den nächsten Jahren werden die Karten auch in Deutschland neu gemischt, nur wer sich dem Internet anpasst und Vertrauen erhält, überlebt.“

Während in Deutschland noch die Qualitätsjournalismus-Debatte tobt, werden die unabhängigen Blogs in den USA von politischen Schwergewichten Ernst genommen. „Wer entscheidet denn, was Müll ist und was nicht?“, fragt deshalb auch Beckedahl. „Im Endeffekt ist alles Kommunikation. Nur wird heute durch das Internet sichtbar, was es immer schon an den Stammtischen gab.“

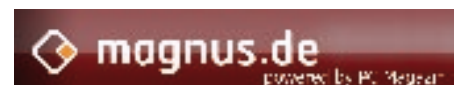
Gegen Regimes

Die meiste Angst jagt Web 2.0 jedoch den autoritären Herrschern ein: Sie tun alles, um die unkontrollierte Ausbreitung von Informationen in Blogs oder über Videoplattformen zu blockieren. Erscheinen auf YouTube Videos über Menschenrechtsverletzungen, versuchen diktatorische Regimes die Sperrung. Besonders China setzt Online-Filtertechnologie und Zensoren ein, um unerwünschte Nachrichten zu verbannen. Regimekritiker entwickeln viel Erfindungsreichtum, um die allgegenwärtige Online-Zensur zu umschiffen. So formatieren Blogger ihre Artikel mit spezieller Software zum Beispiel seitenverkehrt, um automatisches Sperren zu verhindern.

Trotz olympischer Versprechen bleibt es in China gefährlich für Politblogger, warnt die Organisation *Reporter ohne Grenzen* (www.rsf.org). Nicht nur in China. Fünfzehn Länder, die neben den traditionellen Medien auch das Internet massiv zensieren, stehen auf der Liste der „Feinde des Internets“. Das sind unter anderem Äthiopien, Simbabwe, Ägypten, Kuba, Syrien, Tunesien, Vietnam und Weißrussland. Mehr als sechzig Online-Dissidenten sitzen weltweit hinter Gittern. Allein im vergangenen Jahr wurden 2600 Internetseiten, Blogs und Diskussionsforen abgeschaltet oder gesperrt.

„Die Dissidenten aus China und anderen Staaten profitieren von Anonymisierungsdiensten wie dem Tor-Projekt, diese Server sind sichere Räume für sie“, erklärt Blogexperte Beckedahl. „Doch wenn zum Beispiel in Deutschland Sicherheitsbehörden gegen Tor-Netzwerke vorgehen, dann gefährdet dies das Leben der Dissidenten.“

whs



Weitere Informationen finden Sie unter <http://internet.magnus.de>