

# «Willkommen im Wahlkampf 2007»

**POLITIK** Die 50. Nationalratswahlen stehen kurz bevor. Die Kandidaten des Linthgebiets machen auch im Internet auf sich aufmerksam. Während die einen voll dabei sind, haben andere seit Jahren nichts mehr aktualisiert.

Zwei Monate vor den Wahlen haben die sozialen Netzwerke bei den Kandidierenden den Durchbruch noch nicht geschafft. Eine eher durchwachsene Bilanz zeigt sich beim Betrachten der Onlineaktivitäten der Kandidaten. Dabei wäre es doch gerade für den Wahlkampf ein interessanter und guter Weg, um mit den Wählern in Kontakt zu treten. Immerhin informieren sich fast alle politisch Interessierten heute vorwiegend im Internet.

Jakob Büchler (CVP, Maseltrangen/www.koebi-buechler.ch) ist als einziger Nationalrat aus dem Linthgebiet der grosse Favorit der diesjährigen Wahlen. Beim Betrachten seiner Homepage fühlt man sich allerdings in die tiefste Vergangenheit zurückversetzt. Mit dem bereits kräftig angejahrten Slogan «Der Weg zur Quelle führt gegen den Strom» wirbt Büchler online auf seiner Startseite für den Wahlkampf 2007. «Wer nie auf den Kompass

schaut, fährt im Kreis herum», sein Leitsatz wirkt da unfreiwillig noch viel komischer. Auch in den Rubriken ist nichts Neues zu lesen. Das letzte Monatsgespräch fand offenbar ebenfalls im Jahre 2007 statt.

Legt Büchler keinen Wert auf seine Präsenz im Internet, oder hat er seine Homepage ganz vergessen? «Das Internet gehört für mich dazu. Es ist ein Teil des Wahlkampfes und auch wichtig für mich», sagt Jakob Büchler. Ihm sei es auch aufgefallen, dass seine Homepage nicht mehr auf dem aktuellsten Stand ist, deshalb wolle er in den nächsten Tagen einen Spezialisten zu Hilfe ziehen

und die Seite auf Vordermann bringen.

## Internet als Sprachrohr

Es gibt jedoch auch bessere Beispiele. Kantonsrätin Yvonne Suter (CVP, Jona) präsentiert sich online auf den verschiedensten Kanälen – und das seit Jahren. Für sie sind die sozialen Medien «ein wichtiges Instrument, um mit den Wählern in den Dialog zu treten». Wie Suter sagt, sei es auch sehr wichtig, dass, falls man Medien einsetzt, diese auch regelmässig pflegt, mit ihnen vertraut ist und sie selbst bewirtschaftet.

Auch Nils Rickert (GLP, Jona) hat für den diesjährigen Wahlkampf sehr viel Zeit in soziale Medien investiert. «Facebook braucht zwar viel Zeit, aber wenig Geld, um die Wähler zu erreichen. Es ist eine andere Art von Wahlkampf», sagt Rickert. Dank Facebook könne er mit den Menschen in direkten Kontakt treten und auch diskutieren. Jeder ernst gemeinte Kommentar oder jede Nachricht wird von ihm persönlich beantwortet. «Ich habe mich für diesen Wahlkampf sehr stark auf Facebook konzentriert – mal sehen, ob es wirkt», sagt Rickert.

## Durchwachsene Präsenz

Generell fällt die Onlinepräsenz aller sehr unterschiedlich aus. Während sich die FDP mit Marcel Dobler (Jona) und Elisabeth Brunner-Müller (Schmerikon) im Internet starkmacht, schwächeln die Grünen. Die meisten der Kandidaten haben keine eigene Homepage, das macht es für den Wähler nicht sehr einfach, sich über die Person zu informieren. Silvia Kündig-Schlumpf (Grüne, Rapperswil) jedoch hat eine eigene Homepage und auch einen Facebook-Account. Auch wenn die Einträge nicht brandneu sind,

bekommt man doch einen Eindruck von ihrer Person und der Politik, die sie führen möchte.

Bei der Internetpräsenz links und rechts scheiden sich nicht nur politisch die Geister. Während Peter Hüppi (SP, Uetliburg) nur auf der Homepage der Partei erwähnt wird, präsentiert sich Barbara Keller-Inhelder (SVP, Jona) sowohl auf einer eigenen Homepage als auch auf Facebook. «Es ist für mich wichtig, dass interessierte Bürger sehen können, in welchen Kommissionen ich mitarbeite, welche Vorstösse ich eingereicht habe, wie ich mich sonst engagiere und wer ich als Person bin», sagt Keller-Inhelder. Auf Facebook sei sie aber nicht sehr aktiv. Dabei wäre genau das wichtig, wie Ulrike Klinger, Oberassistentin am Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung (siehe Interview) bestätigt: «Es reicht nicht aus, ein Profil z. B. bei Facebook zu erstellen. Politiker müssen auch möglichst viele andere Nutzer als «Freunde» gewinnen, um Aufmerksamkeit zu bekommen. Mit vielen anderen verbunden zu sein, ist wichtig, denn es signalisiert Popularität.»

## Junge Politiker eher aktiv

Bei den jungen Kandidaten sieht die Situation etwas anders aus. Mit eigenen und vor allem aktuellen Homepages, wie beispielsweise die von Sandro Morelli (JCVP, Benken) oder Thomas Hofstetter (JCVP, Benken), werben die jungen Politiker für sich und ihre Partei. Auch auf Facebook schreiben die Kandidaten fleissig, wie man an Lucio Maron (JFDP, Jona) sehen kann. Allerdings gibt es auch unter Jüngeren einige angehende Politiker, die die sozialen Medien noch nicht für sich entdeckt haben. *Laura Wörnhör*

## Facebook, Twitter und Co. – wie wichtig sind soziale Medien für die Politik?

**Ulrike Klinger:** Soziale Medien sind ein guter und interessanter Weg für Kandidaten und Parteien, um mit ihren Wählern in Kontakt zu treten – aber sie sind nicht wahlentscheidend. Auch Obama hat 2008 nicht wegen Facebook oder Twitter gewonnen, sondern weil seine Kampagne traditionelle und neue Medien intelligent verbunden hat.

## Wofür kann der Politiker von sozialen Medien Gebrauch machen?

Soziale Medien eignen sich gut dafür, der Kampagne einen persönlichen Anstrich zu geben. Daher funktionieren sie auch besser für Kandidaten als für Parteien. Bisher sieht es aber zumeist so aus, dass soziale Medien als ein weiterer Informationskanal gespielt werden – bei den Auftritten der Parteien und Kandidaten gibt es kaum Interaktion oder Dialog. Das Potenzial dieser Medien wird bei weitem nicht ausgeschöpft.

## Nachgefragt



**Ulrike Klinger**  
Oberassistentin  
am Institut  
für Publizistik-  
wissenschaft  
und Medien-  
forschung

«Wichtig, aber nicht entscheidend»

## Hat ein Kandidat mehr Chancen, wenn er sich in den sozialen Netzwerken starkmacht?

Das kommt darauf an: Wenn sowohl Kandidat als auch Zielgruppe jung und online-affin sind, kann das gut funktionieren. Was sicher nichts bringt: nur im Wahlkampf auf Facebook oder Twitter setzen und hoffen, dass man gewählt wird. Das ist schon komplexer.

## Haben Sie Ratschläge für Politiker?

Zuerst sollte man sich fragen, wen man eigentlich erreichen und mobilisieren möchte und ob diese Gruppe überhaupt über soziale Medien ansprechbar ist. Für Politiker und Parteien ist die Herausbildung der Logik vernetzter Medien eine grosse Herausforderung. Um maximale Wahrnehmung zu erreichen, müssen Politiker so viele Verbindungen und Beziehungen wie möglich aufbauen und unterhalten. Man sollte allerdings beachten, dass man nach wie vor mit sozialen Medien keine breite Öffentlichkeit erreichen kann. *lw*

# Wenn Mut belohnt wird



Eine Wespe saugt ein Insekt aus, das im Netz einer Wespenspinne gefangen ist – dies ungestört von der Spinne, welche die Wespe gewähren lässt.

Leserbild Angelika Burkhalter

## Zum Sonntag



**Gina Schibler**

## Rosse des Sonnenwagens

Im Juni dieses Jahres veröffentlichte der Papst eine Umwelt-Enzyklika, gerade rechtzeitig in einem beispiellosen Hitzesommer mit Temperaturen über 4 Grad über dem Durchschnitt; als christlicher Beitrag zum geplanten Klimagipfel in Paris Ende Jahr. Die NZZ kritisierte, die Enzyklika biete keine tauglichen Lösungen für die Umweltprobleme, sondern sei kapitalismus- und technologiekritisch. Nötig seien «Ökomodernismus», eine Intensivierung der Landwirtschaft und Ressourcennutzung. Eigenartig: Was uns in die Katastrophe hineingeführt hat, soll uns herausführen? Gewiss ist das Problem nicht Kapitalismus und Technologie per se. Das sind zwei potente Kräfte, die unser Leben hoffentlich auf Dauer verbessert haben. Das Problem ist, dass diese beiden Kräfte, wenn ungehemmt wirksam, ins Unglück führen. Wir können und müssen sie nicht abschaffen, aber sie zähmen, vor den Karren des Gemeinwohls spannen. Das war den Menschen schon immer klar, das zu leisten, dafür standen Humanismus und die Religionen. Die Zähmung von Gier, Egoismus und Machtmissbrauch zugunsten von Mitgefühl und Ethik war Kern religiöser Bildung!

Kurz: Technik und Geschäftstüchtigkeit (Kapitalismus) sind nie Selbstzweck, sondern stehen im Dienst des Lebens. Wir sind es, die Ziele und Grenzen vorgeben, nicht umgekehrt. Da sie uns in ihrer gegenwärtigen Form in den Abgrund und in soziales Unrecht führen, müssen (und können) wir deren Gestalt und Form ändern. Wie denn, angesichts einer global entfesselten Wirtschaft, in der (Preis-)Konkurrenz herrscht und das billigere, zumeist mieser produzierte Produkt siegt? Vermutlich nur über regionale und nationale Netze der Nachhaltigkeit.

Regeln? Grenzen? Die neolibérale Ideologie zuckt bei solchen Worten zusammen, beides ist aus ihrer Sicht des Teufels. Warum eigentlich? Im menschlichen Zusammenleben stellen wir Regeln auf und ahnden Zuwiderhandlung, sonst herrschen Mord und Totschlag. Nur im Wirtschaftsleben soll das anders sein? Wohin das führt, zeigt sich: in die Klimahitze wie diesen Sommer. Regeln zerstören Innovationskraft und Geschäftssinn nicht. Sie schaffen im Gegenteil Nischen für Neues und verhindern Schlaumeierei. Sie fördern Innovation und Unternehmergeist. Kapital und Technologie sind nur Mittel, nicht Selbstzweck; absolut gesetzt, führen sie in den Abgrund, sie nähren Hybris und Allmachtfantasia. Im Mythos des Sonnenwagens des Phaeton, der seinen Wagen (die Erde) zu nahe zur Sonne steuert und ihn deshalb zum Absturz bringt, ist es (jugendlicher) Übermut und Grössenwahn, der die tollkühne Fahrt in die Überhitzung befeuert. Ist es heute etwa ähnlich? Wer stoppt uns?

**Gina Schibler** arbeitete früher als Pfarrerin in Erlenbach.