

Im Internet läuft der Wahlkampf harzig

FACEBOOK UND CO. Die Luzerner Regierungskandidaten wollen sich vor den Wahlen auch im Internet profilieren. Sie tun dies aber ziemlich dürftig, findet ein Experte.

PASCAL IMBACH
pascal.imbach@zentralschweizsamsonntag.ch

85 Prozent aller Schweizer Haushalte haben einen Internetzugang, rund 2,5 Millionen Leute pflegen hierzulande regelmässig ein eigenes Facebook-Profil. Tendenz steigend.

Kaum verwunderlich also, dass auch immer mehr Politiker das Internet für ihre Zwecke nutzen wollen. Oder – wie zurzeit in Luzern – konkret für den Regierungswahlkampf einsetzen.

«Noch in den Kinderschuhen»

Sowohl Guido Graf, Esther Schönberger und Reto Wyss von der CVP als auch Yvonne Schärli (SP), Robert Küng (FDP), Urs Dickerhof (SVP), Adrian Borgula (Grüne) und der parteilose Marcel Schwerzmann – alle Regierungskandidaten betreiben eine eigene Website. Einige präsentieren sich zudem auch auf Facebook und anderen Online-Netzwerken (siehe Tabelle). Mark Balsiger* findet diese Online-Aktivitäten «grundsätzlich sehr sinnvoll». Der Berner Politikberater und Buchautor beobachtet die digitalen Wahlkampfaktivitäten der Volksvertreter seit Jahren und stellt fest: «In der Schweiz wird das Potenzial noch längst nicht ausgeschöpft. Man steckt noch in den Kinderschuhen.» Was Balsiger meint – und hierbei bezieht er sich explizit auch auf die Online-Auftritte der Luzerner Regierungskandidaten: «Die meisten haben noch nicht erkannt, dass man das Internet nicht nutzen sollte, um sich darzustellen, sondern um mit Leuten, möglichen Wählern also, einen Dialog aufzubauen.» Hierfür sei vor allem Facebook prädestiniert, wo man Themen diskutieren (und diskutieren lassen), eigene Kurzmeldungen platzieren sowie Neuigkeiten und persönliche Ansichten verbreiten kann.

Einige Nationalräte sind online top

«Auf nationaler Ebene kenne ich nur eine Hand voll Politiker, die die Möglichkeiten des Internets vorbildlich für sich nutzen», sagt Balsiger. Zentralschweizer seien keine darunter noch. Dafür beispielsweise die Nationalräte

Christian Wasserfallen (FDP, Bern), Lukas Reimann (SVP, St. Gallen) oder Jacqueline Fehr (SP, Zürich). Sie haben die Möglichkeiten des Internets erkannt «und werden dieses Jahr bei den Wahlen davon profitieren», ist Balsiger überzeugt.

«Solid», mehr nicht

Die Internetseiten der acht Luzerner Regierungskandidaten bewertet Experte Balsiger allesamt als «solid», mehr aber auch nicht. «Auf den Seiten gibts ein paar sympathische Bilder, ein paar Inhalte aus dem Parteiprogramm und – ganz rar – den einen oder anderen persönlichen Aspekt. Überraschendes oder Originelles aber sucht man vergebens.»



«Man sollte das Internet nicht nutzen, um sich darzustellen, sondern um mit möglichen Wählern einen Dialog zu führen.»

MARK BALSIGER,
EXPERTE ONLINE-WAHLKAMPF

Die sonstigen Online-Aktivitäten der Wahlkämpfer sind überschaubar. Nur gerade fünf von acht verfügen über einen Facebook-Auftritt. Das Nutzen weiterer Netzwerke (etwa Twitter) oder Blogs ist ebenfalls rar. Und das wenige, was man online vorfindet, überzeugt nicht recht. «Die Facebook-Profile der Kandidaten zum Beispiel bringen in dieser Form rein gar nichts», befindet Balsiger. Zu durchschaubar sei, dass diese erst vor wenigen Wochen – und nur für den Wahlkampf – eröffnet worden seien. Aktivitäten und Diskussionen seien auf den Seiten kaum zu erkennen. «So funktioniert es eben nicht», sagt Balsiger. «Online-Profile muss man pflegen. Und zwar über Jahre hinweg. Nur so schafft man es, wirklich nachhaltig einen Dialog aufzubauen, glaubhaft rüberzukommen und so eben tatsächlich auch regel-

mässig Besucher auf seine Plattformen zu locken.» Wer online nur etwas mache, um «oberflächlich modern» zu sein, werde keinen Nutzen daraus ziehen können.

Jeden Tag über eine Stunde Arbeit

FDP-Nationalrat Christian Wasserfallen, laut Balsiger einer der besten Online-Nutzer in der Schweizer Polit-szene, pflegt seine Internetauftritte seit Jahren. Der Berner investiert laut eigenen Angaben eine Stunde pro Tag für seine Websites und sein Facebook-Profil – manchmal sogar mehr. «Die Online-Arbeit nimmt inzwischen etwa zehn Prozent meines Arbeitspensums in Anspruch», sagt er.

Nebst einer politischen betreibt der 30-Jährige auch eine persönliche Internetseite, ist auf Facebook mit über 1000 Personen verlinkt, twittert und schreibt Blog- und Gastkommentare auf diversen Websites – etwa für die ETH oder auch schon für die Newsportale von NZZ und «20 Minuten». Das Resultat: Wasserfallen erreicht online weit über 40 000 unterschiedliche Internetnutzer pro Jahr. Ohne seine Beiträge ständig aktuell zu halten, würde diese Zahl sofort rapide sinken. «Auf meiner Polit-website etwa schauen täglich rund 100 Personen rein», sagt er. «Wenn ich aber mal ein paar Tage nichts aktualisiere, bricht die Anzahl Klicks sofort ein. Das ist schon erstaunlich.»

Authentisch bleiben

Ob nun aber Online-Aktivist oder Offline-Wahlkämpfer: «Zentral ist, dass man als Politiker authentisch bleibt», sagt Experte Mark Balsiger. «Man sollte sich im Internet nicht anders oder gar besser darstellen, als man ist. Wer seine Glaubwürdigkeit einmal verspielt hat, hat es danach sehr schwer. Das ist im Internet genau gleich wie im wahren Leben.» Fehler wie denjenigen, den etwa die kinderlose Luzerner CVP-Politikerin Franziska Bitzi-Staub machte, als sie sich auf einem Internet-Flyer mit Baby ablichten liess und so fälschlicherweise den Eindruck erweckte, Mutter zu sein, seien dringend zu vermeiden. «Im Zweifelsfall macht man im Internet lieber nichts, anstatt sich mit unüberlegten Aktionen selber zu schaden.»

HINWEIS

► * Mark Balsiger (44) führt seit 2002 in Bern eine Kommunikationsagentur für Auftritts-kompetenz, Öffentlichkeitsarbeit und Politikberatung. Vor kurzem hat er das Buch «Wahlkampf – aber richtig. Ein Handbuch für Kandidierende» veröffentlicht. ◀

Online-Aktivität Regierungskandidaten

	Website	Facebook	Twitter	Blog	Sonstiges
Guido Graf	x				
Esther Schönberger	x	x		x	Xing, Plaxo
Reto Wyss	x				
Yvonne Schärli	x	x			
Marcel Schwerzmann	x	x			Smartvote geplant
Robert Küng	x			x	Smartvote, Politnetz
Urs Dickerhof	x	x		bald	Smartvote, Politnetz
Adrian Borgula	x	x		x	

Kandidaten gehen lieber vor Ort

REGIERUNGSRAT Eine Umfrage bei den Regierungskandidaten zeigt: Sie nutzen zwar das Internet und soziale Plattformen für ihren Wahlkampf, räumen ihnen allerdings keinen allzu hohen Stellenwert ein. Kein einziger Kandidat nutzt zum Beispiel den weitverbreiteten Nachrichtendienst Twitter, mit dem Wähler schnell und sehr direkt mit Statements und Botschaften erreicht werden könnten. Die Kandidaten werben lieber «klassisch» auf der Strasse oder an Wahlveranstaltungen für sich und ihre Anliegen.

«Mir ist der persönliche Kontakt mit den Menschen viel wichtiger als das Internet», sagt zum Beispiel **Guido Graf**, bisheriger Regierungsrat der CVP. Dennoch hält er eine informative und ansprechende Internetseite für ein Muss. Diese betreibt Graf jedoch nicht selber. «Ich habe ein gutes Team im Hintergrund, welches für mich die Homepage aktuell hält», sagt Graf.

Grosse Chancen in den Onlineplattformen sieht **Adrian Borgula**, Kandidat der Grünen. Ihm sei der Wahlkampf online zwar nicht besonders wichtig, trotzdem könne man über das Internet Personen ansprechen, die über klassische Wahlkampf-Wege nur schwer zu erreichen seien.

In den Augen von **Marcel Schwerzmann**, parteilos und bisheriger Regierungsrat, sind sowohl Off- als auch Onlinewahlkampf gleich zu gewichten. Schwerzmann verwendet jeden Tag «einige Minuten», um seine Homepage aktuell zu halten und über Facebook virtuell mit Wählern in Kontakt zu treten. Schwerzmann prophezeit: «In vier Jahren wird der Onlinewahlkampf voraussichtlich wichtiger sein als der klassische.»

Das sieht **Reto Wyss**, Kandidat der

CVP, gleich. Der Wahlkampf mit elektronischen Medien habe sicher an Bedeutung gewonnen und sei heute wichtig. «Das belegen auch die Zahlen der Zugriffe auf meine Homepage und die Reaktionen auf die Page generell.»

Auch **Urs Dickerhof**, Kandidat der SVP, setzt voll auf Onlinewahlkampf. «Im Fussballerjargon würde man sagen: Wer nicht online ist, ist offside.» Zudem sei er überzeugt, dass man via Internet nicht nur die jüngere Generation erreicht. Trotzdem gehe Dickerhof lieber raus zu den Menschen. «Diese Form des Wahlkampfs ist wesentlich spannender, als im stillen Kämmerlein am PC zu sitzen.»

Ganze 20 Minuten setzt **Robert Küng**, Kandidat der FDP, für seinen Web-Auftritt täglich ein. «Ich betrachte ihn als ein Mosaikstein im Gesamtkonzept. Es geht darum, kurz über die Person, deren Haltung und Standpunkte einen Überblick zu geben.»

Wenig Zeit verwendet **Yvonne Schärli**, bisherige Regierungsrätin der SP, für die Betreuung der Homepage. «Beim Erstellen der Wahlwebsite 2011 war es mir wichtig, dass sich das Komitee gut präsentieren konnte und dass meine Botschaften und Inhalte authentisch rüberkommen», sagt Schärli. Schärli setze aber lieber auf persönlichen Kontakt mit den Menschen.

Auch **Esther Schönberger**, Kandidatin der CVP, betreibt eine Homepage und ist auf Facebook präsent. «Die Onlineplattformen haben an Bedeutung gewonnen. Was aber nie ersetzt werden kann, ist der direkte Kontakt. Soziales Netzwerken – live!» Für die Betreuung ihrer Homepage wendet Schönberger täglich rund 30 Minuten auf.

ANDREAS BÄTTIG
andreas.baettig@luzernerzeitung.ch