

Facebook: Jung-Nationalräte machen es wie Obama

Der US-Präsidentschafts-Kandidat hat mit der Online-Plattform Facebook ein Millionen-Publikum für sich gewonnen. Nun ziehen Schweizer Politiker nach

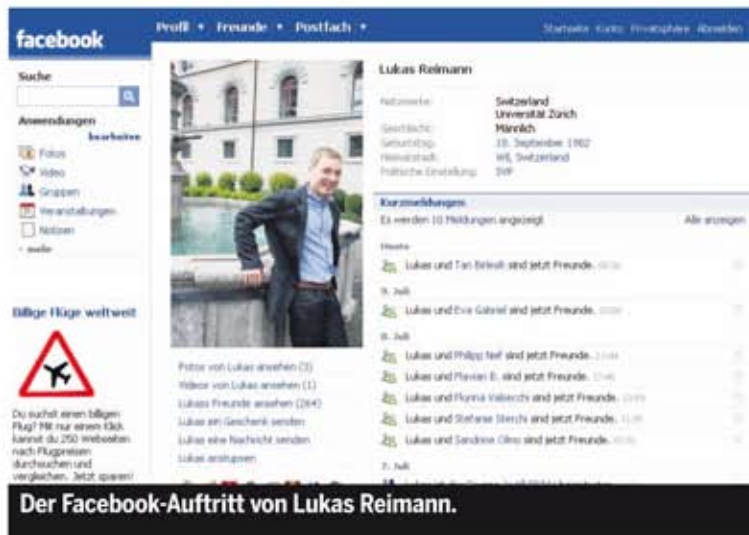
Online-Netzwerke sind der grosse Renner. Im Ausland setzen Politiker schon längst auf Facebook, Xing und Co. Jetzt starten auch die jungen Nationalräte im Internet durch.

VON FLURINA VALSECCHI UND BENNO TUCHSCHMID

«Für die moderne Kommunikation zwischen Bürgern und Politikern ist es unerlässlich, auch in diesen sozialen Online-Netzwerken präsent zu sein», sagt Lukas Reimann. Der 26-jährige St. Galler SVP-Nationalrat geht neue Wege in der Wählerwerbung. Er hat einen eigenen Blog mit rund 150 Besuchern pro Tag. Der Student ist auf Facebook, Xing und MySpace präsent und sein eigener YouTube-Channel wurde schon 50 000-mal angeklickt. «Ich mache hervorragende Erfahrungen», sagt Reimann.

Der Politiker ist im Internet in direktem Kontakt mit den Wählern, kann seine Positionen darlegen und Themen im Forum diskutieren. Das Publikum – was insbesondere bei Jungen wichtig ist – muss nicht mehr als festes Mitglied einer Partei angehören, sondern kann sich bei einzelnen Themen engagieren.

Auch die Zürcher SVP-Nationalrätin Natalie Rickli (32) ist virtuell vernetzt: «Beruflich nutze ich Xing. Über Facebook bin ich mit Freunden, darunter sind auch viele Politiker, in Kontakt.» Und der Zürcher Nationalrat Bastien Girod (Grüne) will die Plattform vor allem für die Lancierung von Initiativen ein-



Lukas Reimann.



Natalie Rickli.



Bastien Girod.

Online-Plattformen

MySpace ist der bekannteste Vertreter eines sozialen Netzwerks im Internet und zählt weltweit 235 Millionen Mitglieder. Die Nutzer können ihre Profile mit Fotos, Videos und Blogs einrichten. Die Plattform ist für Privates und Freizeit geeignet. Im Gegensatz zu MySpace ist **Facebook** eher als Arbeitsnetzwerk gedacht. Jeder Benutzer verfügt über eine Profiseite und kann mit anderen Nutzern kommunizieren. Auch bei der Business-Plattform **Xing** geht es darum, Kontakte zu knüpfen. Xing entwickelt sich sogar zur Jobbörse.

setzen. «Via Internet kann ich innerhalb von kurzer Zeit schlagkräftige Gruppen zusammenstellen, die bei der Unterschriftensammlung für Initiativen wirksam sind», sagt der 28-Jährige. Die Jungen Grünen haben für die Offroad-Initiative auf Facebook eine eigene Gruppe gegründet, rund 1600 Personen haben sich ihr angeschlossen.

WIE GROSS DAS POTENZIAL bei Facebook ist, zeigt das Beispiel des US-Präsidentschaftskandidaten Barack Obama. Er hat über eine Million Freunde auf Facebook und nutzt das Netzwerk erfolgreich als Kampagnen-Instrument. Politiker Mark Balsiger sieht aber auch

für Schweizer Politiker Chancen. Bald dürften die meisten jungen Erwachsenen Mitglied bei Facebook sein. «Die Plattform eignet sich vorzüglich für die digitale Mundpropaganda. Junge Politiker können sich so kostenlos einem potenziell grossen Publikum bekannt machen», erklärt Balsiger. Grosses Potenzial sieht er bei der Werbung für Abstimmungsvorlagen, welche die unter 30-jährigen Wähler interessieren – zum Beispiel die Hanf-Initiative oder die bilateralen Verträge. «Mit solchen Themen kann man eine Lawine losstreifen, die Wirkung hinterlässt – und vielleicht sogar nicht-politische Junge für Politik zu interessieren vermag.»

Trotzdem tut sich die Mehrheit der Schweizer Politiker mit den neuen Internet-Plattformen schwer. Als einzige Partei hat die FDP auf Facebook eine Gruppe eröffnet. Und ausgerechnet über die CVP, die die Förderung von Internet-Technologien auf die Parteifahrt geschrieben hat, findet die Facebook-Gemeinde keine Informationen. Die SP wagt sich hingegen auf Neuland, während der Steuerdebatte hat sie direkt aus dem Ratssaal einen Live-Blog durchgeführt, und der bekannteste Polit-Blogger ist Moritz Leuenberger. Den kurligsten Facebook-Auftritt hat das SVP-Maskottchen, 676 Personen haben sich auf Geissbock Zottels Profil eingeschrieben.