

Image ist wichtiger als Facebook

WAHLEN Die Parteien

beurteilen die Wichtigkeit der sozialen Medien unterschiedlich. Sie würden «massiv überschätzt», findet die SP, sie seien «sehr wichtig», glaubt die SVP.

LUKAS NUSSBAUMER
lukas.nussbaumer@luzernerzeitung.ch

Die Facebook-Seite der Demokraten in den USA wird von bald einer Million Menschen «geliked». Mehr als 90 000 Deutschen gefällt der Facebook-Auftritt der CDU. Auch auf Twitter folgen diesen Parteien Hunderttausende beziehungsweise Zehntausende von Personen.

Die Luzerner Parteien, allesamt im Wahlkampfieber, backen diesbezüglich kleinere Brötchen (siehe Grafik). Aber nur, wenn man die absoluten Zahlen betrachtet. Prozentual gesehen, liegt die CVP als grösste Partei zwischen den US-Demokraten und der deutschen CDU. So wurde die CVP bis jetzt von 0,2 Prozent der Bevölkerung geliked, die Demokraten von 0,3 Prozent, die CDU von 0,1 Prozent.

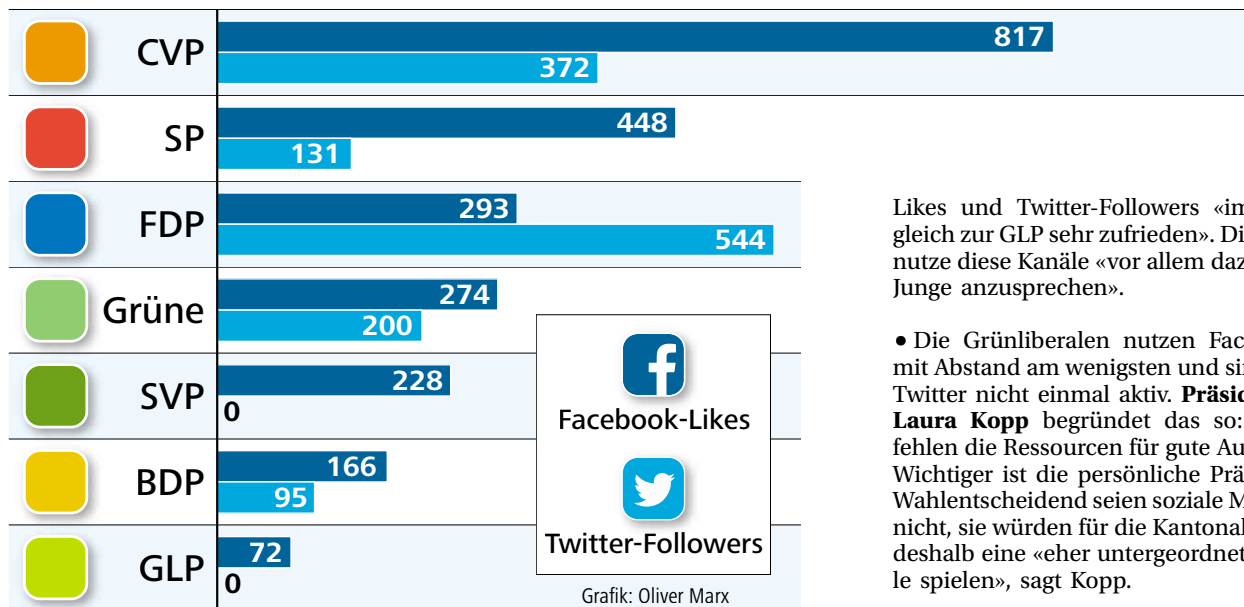
CVP und SP sind skeptisch

So unterschiedlich oft die Luzerner Parteien in den sozialen Medien Beachtung finden, so verschieden beurteilen sie diese Kommunikationskanäle, wie unsere Umfrage zeigt.

- Für **CVP-Parteipräsident Pirmin Jung** ist klar: «Wahlen werden nicht im Internet gewonnen. Man darf die sozialen Medien nicht über-, aber auch nicht unterschätzen.» Eine Präsenz auf diesen Kanälen sei für die CVP dennoch wichtig, da sie das direkte Ansprechen von Zielgruppen ermögliche.

- **SP-Parteisekretär Sebastian Dissler** beurteilt die sozialen Medien als eine

Luzerner Parteien in den sozialen Medien



Spur weniger bedeutend als der CVP-Präsident. «Facebook wird massiv überschätzt. Das Wichtigste ist die Botschaft, die eine Partei vermittelt.» Das direkte Ansprechen von Leuten auf der Strasse und E-Mail-Kontakte seien wichtiger als die sozialen Medien, sagt Dissler.

- «Facebook und Twitter sind nicht die zentralen Instrumente, um Wahlen zu gewinnen», sagt **FDP-Geschäftsführerin Jacqueline Theiler**. Erfolgreich gestaltet würden Wahlkämpfe dank guten Kandidaten und dem engen Kontakt mit Bürgern. Der Vorteil von Facebook sei die Geschwindigkeit. Ausserdem erhoffe sich die FDP damit, jüngere Wähler ansprechen zu können.

- **Grüne-Co-Präsidentin Katharina Meile** bezeichnet es als wichtig, soziale Medien zu nutzen. Damit würden die Grünen die eine oder andere Person,

insbesondere junge, erreichen, die sonst nicht kontaktiert werden könnte. Überbewerten wolle sie Facebook und Twitter nicht, sagt Meile. Während des Wahlkampfes werde man diesen Kanälen aber besondere Beachtung schenken.

- Als IT-Unternehmer hat **SVP-Präsident Franz Grüter** eine hohe Affinität zu sozialen Medien. Er sagt, Facebook nehme eine «sehr prägnante und wichtige Rolle in der Kommunikation ein, auch parteiintern». Twitter hingegen reduziere sich auf das Verbreiten von Kurzmeldungen und sei «weniger wichtig». Deshalb sei die SVP auch nicht aktiv. Die tiefe Zahl von Facebook-Likes für die Kantonalpartei relativiert Grüter: «Wir haben viele verschiedene Facebook-Seiten, für fast jeden Wahlkreis.»

- **BDP-Co-Präsident Denis Kläfiger** zeigt sich mit der Zahl von Facebook-

Likes und Twitter-Followers «im Vergleich zur GLP sehr zufrieden». Die BDP nutze diese Kanäle «vor allem dazu, um Junge anzusprechen».

- Die Grünliberalen nutzen Facebook mit Abstand am wenigsten und sind auf Twitter nicht einmal aktiv. **Präsidentin Laura Kopp** begründet das so: «Uns fehlen die Ressourcen für gute Auftritte. Wichtiger ist die persönliche Präsenz.» Wahlentscheidend seien soziale Medien nicht, sie würden für die Kantonalpartei deshalb eine «eher untergeordnete Rolle spielen», sagt Kopp.

Politologe: «Kaum Interaktionen»

Politologe Mark Balsiger beurteilt die Luzerner Parteien in Bezug auf ihre Aktivitäten in den sozialen Medien so: «Twitter haben einige noch nicht begriffen, Facebook nutzen sie nicht schlecht.» Dabei seien Facebook und Twitter die populärsten Kanäle der Schweizer Politik. Damit könnten Parteien Wähler erreichen, die keine traditionellen Medien konsumieren, sagt der Autor von drei Wahlkampfbüchern. Soziale Medien seien mehr als «Likes» und «Followers», am wichtigsten wären Interaktionen. «Solche finden bei den Luzerner Parteien kaum oder gar nicht statt.»

Am allerwichtigsten sei für eine Partei in einem Wahlkampf aber ihr Image. Dazu brauche es Rückenwind von der Mutterpartei und deren Aushängeschildern. Balsiger: «Es braucht glaubwürdige Kandidaten, die den Markenkern ihrer Partei verinnerlicht haben und verkaufen können. Die Verpackung ist für die Wähler nur von geringer Bedeutung.»