

Kommunalwahlkampf 2011

Unterwegs im Internet

Nutzung zeitgemäßer (Internet-) Technologien im Wahlkampf

SPD-Landesverband Niedersachsen

Christoph Matterne

Neue Medien | Redaktionssystem

Odeonstraße 15/16

30159 Hannover

www.spd-niedersachsen.de

christoph.matterne@spd.de

Politik 2.0

Ablauf

1. Einführung

Internet

Web 2.0 – Politik 2.0

Soziale Netze

2. Online-Wahlkampf

Konzeptionelle Hinweise

(3. Das CMS der SPD in Niedersachsen)

4. Facebook

5. Eure Internetpräsenzen – Mal schauen, was auffällt

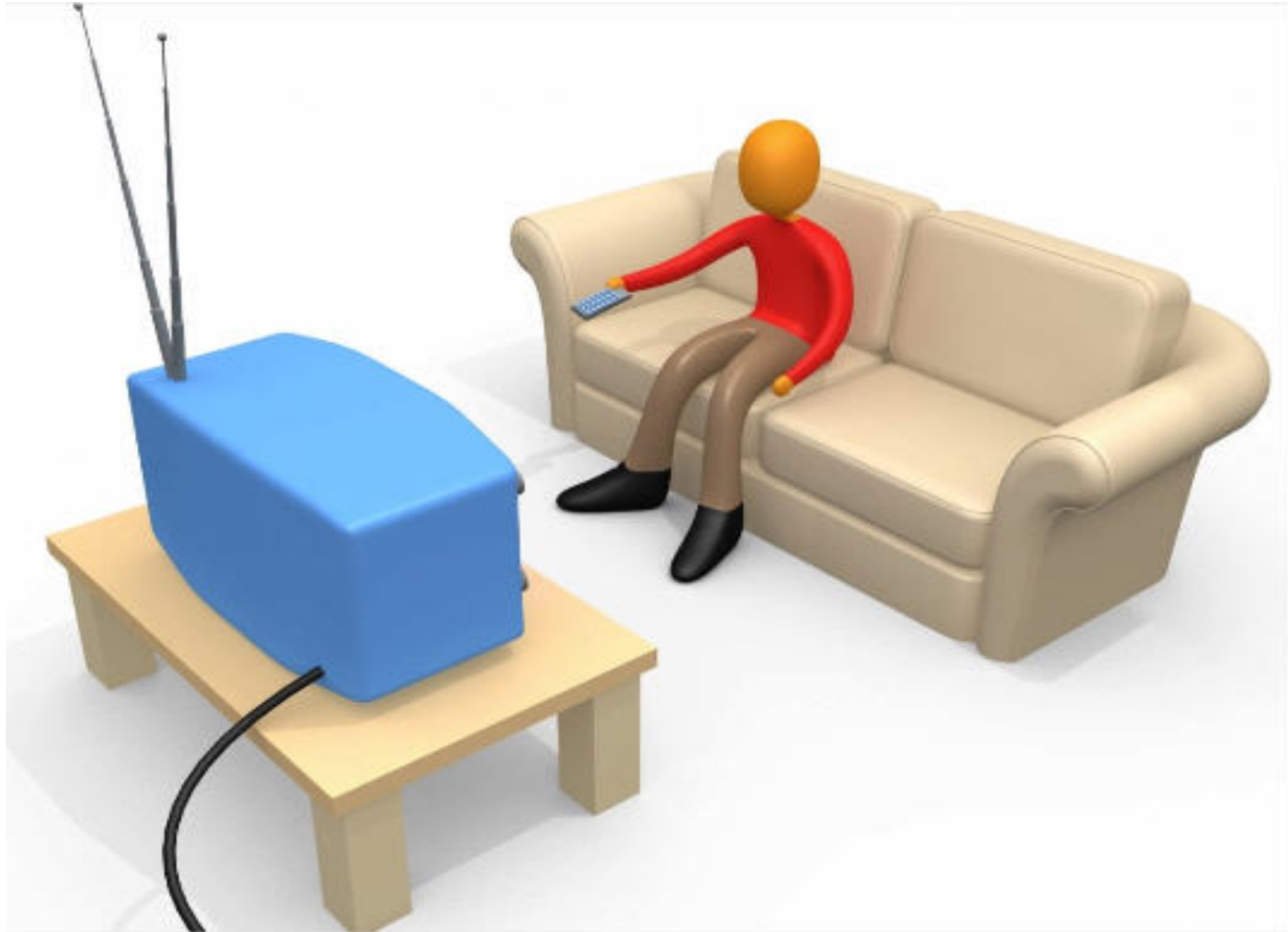


Politische Kommunikation im Internet

Internet – Web 2.0 – Politik 2.0

1. **Internetverbreitung** in Deutschland steigt weiter an: 49 Mio (69,4 Prozent) Erwachsene sind online
2. Die höchsten Zuwachsraten weisen die „**Silver Surfer**“ auf: Knapp 30 Prozent der 60- bis 79-Jährigen sind online
3. Steigende Nachfrage nach **multimedialen Anwendungen im Netz**: 65 Prozent aller Onliner (2007: 45 Prozent; 2008: 55 Prozent) rufen Videos ab, schauen Fernsehen, etc.
4. Durchschnittliche Nutzungsdauer des Internets liegt derzeit wöchentlich bei 77 Minuten; Hörfunk bei 187 und Fernsehen bei 244 Minuten

Klassisches Empfangen einer Botschaft im Medienzeitalter



Web 2.0

Maßgebliche Inhalte werden nicht mehr nur **zentralisiert** von großen Medienunter-nehmen erstellt und über das Internet verbreitet, sondern eine **Vielzahl von Individuen**, die sich mit Hilfe von **sozialer Software** untereinander vernetzen



Politische Kommunikation im Internet

Internet – Web 2.0 – Politik 2.0

5. Jeder dritte Onliner hat Interesse am **Bereitstellen eigener Inhalte im Netz**, Ausnahme junge Online: Mehr als die Hälfte zählt zu dem Kreis der potenziellen Lieferanten von **User-Generated Content** (Inhalte selber einstellen)
6. Bei den Teenagern ist eine **Präsenz in einschlägigen Communities** schon selbstverständlich (81 Prozent sind mindestens einmal registriert); bei den 40- bis 50-Jährigen besitzen ca. 20 Prozent ein eigenes Profil; aber hier ist noch viel Potenzial vorhanden
7. 2008: **Rückgang der Weblognutzung** (Schreiben von Online-Tagebüchern); In den sozialen Netzwerken werden Blogs, Pinnwände aber umso mehr genutzt

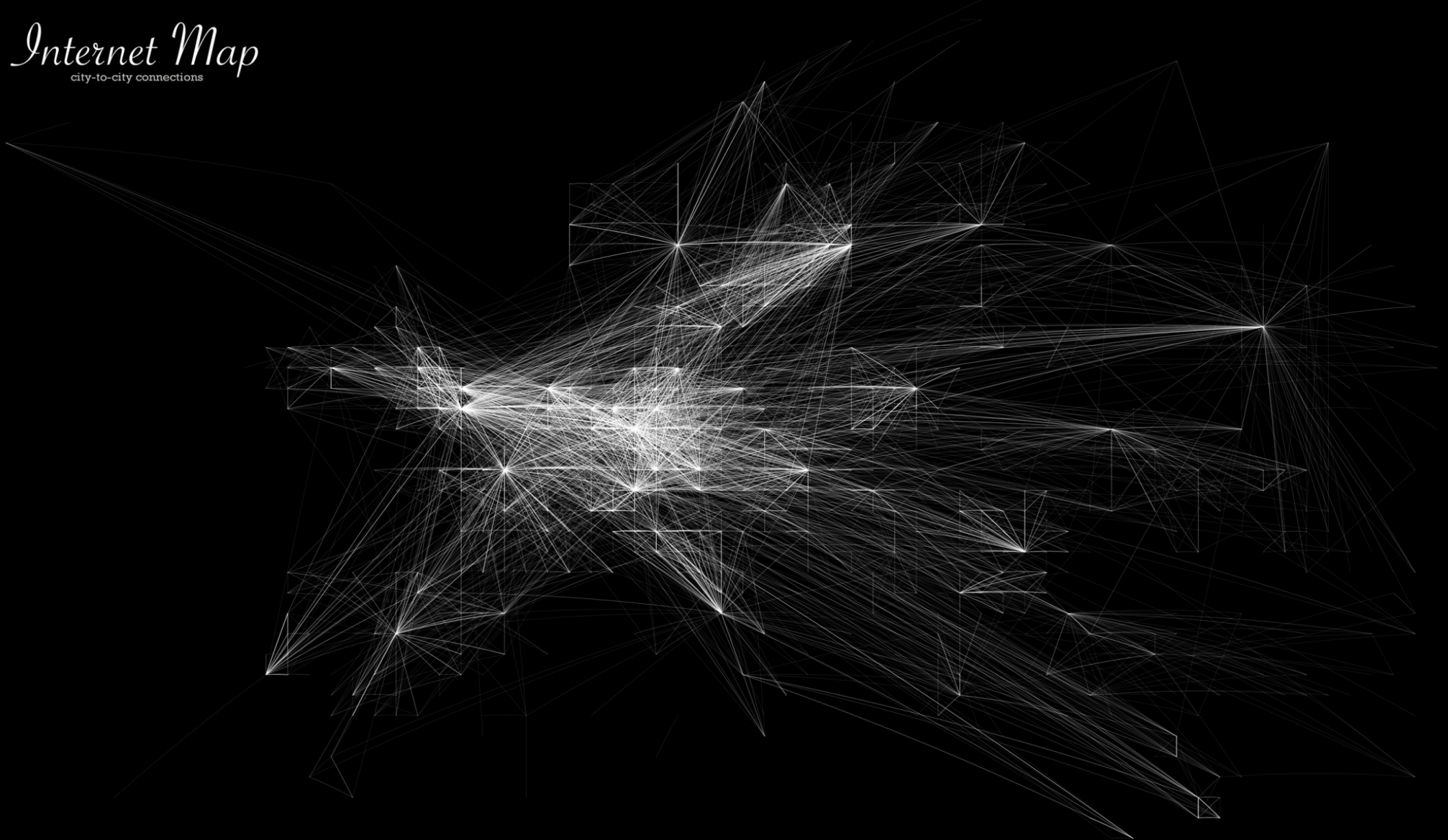
Die Straßen des Internets | weltweit

Internet Map
city-to-city connections



Die Straßen des Internets | europaweit

Internet Map
city-to-city connections



Politische Kommunikation im Internet

Soziale Netzwerke

Was ist das?

Im Internet sind nicht nur technikbegeisterte Männer unterwegs

Plattformen im Internet, auf denen sich Freunde, Bekannte, Menschen mit gleichen Interessen, gleichen Regionen zusammenfinden und miteinander in Kontakt treten

Darstellung von Interessen und Positionen, Einstellen von Fotos, Videos, in Gruppen diskutieren, untereinander Nachrichten senden

Soziale sind **Markplätze, Kneipen, Fußgängerzonen**, aber alles online

Auch die Partei und / oder KandidatInnen sollten dort **Präsenz zeigen, sich vernetzen, kommunizieren**

Jede Plattform hat spezielle Eigenschaften, die beachtet werden sollten

Politische Kommunikation im Internet

Soziale Netzwerke | Nutzung im Wahlkampf

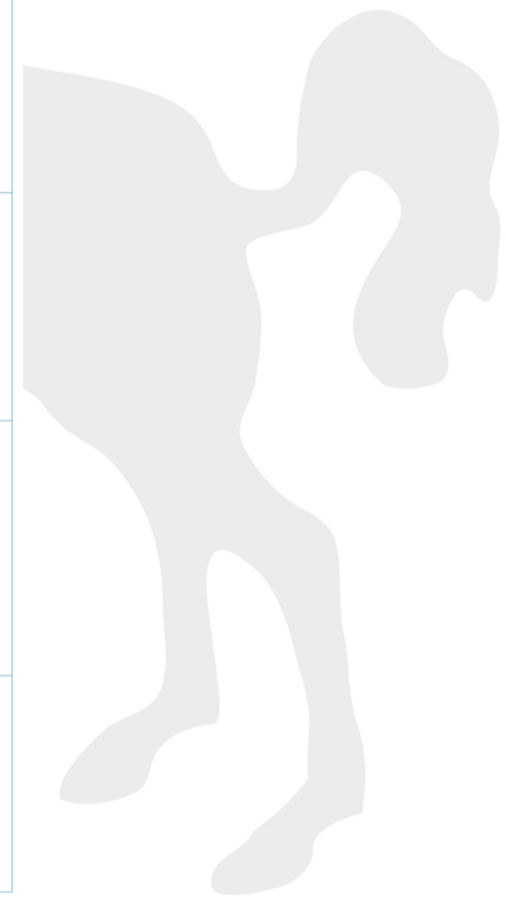
Art der Nutzung	Maßnahmen	Bei der Betreuung zu beachten
Was kann der Kandidat selbst tun	Kandidatenprofil bzw. Seite erstellen, Persönliche Informationen zu Hobbies, Interessen und Lebenslauf einstellen Fotos einstellen, die einen natürlich und angemessen privaten Eindruck des Kandidaten erzeugen	Stetig pflegen (Kontakte, Nachrichten, Pinnwand) Exklusivität (Bilder und News, die noch nicht jeder kennt) Zusätzlicher Status (wenn möglich) was mache ich gerade, interessante Links kommunizieren etc.)
Für welche Aktionen können Unterstützer und Freunde gewonnen werden	Wahlkämpfer auffordern Kontakt mit dem Kandidaten zu knüpfen Wahlkämpfer auffordern Gruppen zu gründen, auf Aktionen oder Links innerhalb Ihres Profils zu verweisen und in die Community und darüber hinaus zu kommunizieren	Gruppen zu bestimmten Themen oder Regionen erstellen In den Gruppen können Aktionen gepostet und besprochen werden
Was können Kandidat und seine Unterstützer gemeinsam initiieren	Aktionen Online wie Offline planen: Z.B. zum Schreiben von Leserbriefen auffordern oder zum Besuch von Wahlkampfveranstaltungen des Gegenkandidaten. Über Stattgefundene Aktionen berichten	Ideen für Aktionen entwickeln und durch das Netzwerk aussenden. So entsteht der Eindruck, dass Aktionen durch die Unterstützer initiiert werden. Rück-Kanal für die Berichterstattung zu Verfügung stellen- z.B. Hier könnt ihr die Bilder der Veranstaltung hochladen, hier könnt ihr darüber berichten



Politische Kommunikation im Internet

Soziale Netzwerke | Einzelne Plattformen

Community	Zielgruppe	Möglichkeiten	
Facebook	Junge Menschen, internationale Ausrichtung möglich,	Applikationen, Seiten und oder Profile, Gruppen, Notizen, Statusmeldungen Medien, Unterstützer	Viele Funktion durch die Weite des Nutzerspektrums für alle Kandidaten zu empfehlen
MySpace	Weit gefächert, medienaffin, international, starker Fokus auf Musik	Medien, Gruppen, Blog, Nachrichten, Wickets, eigenes Profil-Seitendesign	Komplex aufzubauen, HTML Kenntnisse erforderlich
Studi/MeinVZ	Junge Leute, Studierende	Fotos, News, Gruppen, Statusmeldungen und Pinnwand	Vor allem um junge Unterstützer zu erreichen. Viel Betreuungsaufwand, weil hochfrequentiert
XING	Berufstätige, Berufeinsteiger sehr internetaffin, aktiv, seriös, konservativer	Gruppen, Netzwerk, Nachrichten, Adressbuch	vor allem um Kontakte beruflicher Art pflegen oder aufbauen will. Weniger kampagnenorientiert
Wer-kennt-wen	Breit gestreut, starker regionaler Fokus auf Süd-West, Angestellte	Gruppen, Fotos, Nachrichten, Pinnwand	Vor allem um ältere User zu erreichen von Studenten und Schülern weniger frequentiert



Politische Kommunikation im Internet

Soziale Netzwerke | Instrumente bei der Nutzung

Community	Funktionalität	Facebook	Studi-/MeinVZ	MySpace	XING	Wer-kennt-Wen
Nutzerprofil	Grundlegende Präsenz in der Plattform/ Informationen zur Person	Funktion vorhanden	Funktion vorhanden	Funktion vorhanden	Funktion vorhanden	Funktion vorhanden
Politiker-/Unterstützer-seite	Informationsplattform innerhalb der Community, Zentrum einer Unterstützer-gemeinde	Nur bei Facebook möglich	Nicht vorhanden	Die Seiten von MySpace sind Internetseiten Auch einseh-bar für Nicht-mitglieder	Nicht vorhanden	Nicht vorhanden
Fotos	Fotos können eingestellt und in Alben gesammelt werden	Sowohl Alben als auch Verlinkungen von Personen auf Bildern möglich	Sowohl Alben als auch Verlinkungen von Personen auf Bildern möglich	Das Hochladen von Bildern möglich	Sowohl Alben als auch Verlinkungen von Personen auf Bildern möglich	Sowohl Alben als auch Verlinkungen von Personen auf Bildern möglich
Status-meldung	Über Statusmeldungen können kurze, persönliche oder thematische Statements an das Netzwerk versendet werden	Möglich	Möglich	Nicht möglich	Nur bei Bezahlung des Accounts möglich	möglich
Gruppen	Gründung von Gruppen zu beliebigen Themen, in denen diskutiert werden kann, diese werden, wenn gewünscht auf dem Profil der Nutzer dargestellt	Gruppen (offen und geschlossen) mit Foren Unterschiedl. weitere Funktionen möglich	Gruppen (offen und geschlossen) mit Foren /		Gruppen (offen und geschlossen) mit Foren Admins können Mit-glieder per Mail benach-richtigen	Gruppen (offen und geschlossen) mit Foren
Pinnwand	Der Kandidat selbst und sein Netzwerk können Grüße und Nachrichten hinter-lassen, die auf dem Profil zu lesen sind	Vorhanden/ abschaltbar und können kommentiert werden	Vorhanden/ abschaltbar und können kommentiert werden	Vorhanden/ abschaltbar und können kommentiert werden	Vorhanden/ abschaltbar und können kommentiert werden	Vorhanden/ abschaltbar und können kommentiert werden
Applikationen	Möglichkeiten weitere Funktionalitäten hinzuzufügen	Tausende von Apps./ Video, Spenden-sammlung Einbindung von einem Blog möglich	Uni Veranstal-tungen	Video, Musik,	Lebensläufe, Ich suche und ich biete kann angeboten werden	Kalender-funktion mit aktuellen Events (nach Gruppen und Regionen sortiert) Blogfunktion

Politische Kommunikation im Internet

Werkzeuge im Internetwahlkampf

Twitter; Die Welt der 140 Zeichen

Ein kostenloses Werkzeug zum so genannten Mikrobloggen

Eigene kurze Nachrichten einstellen und Nachrichten anderer abonnieren;

Diese bekommen automatisch meinen Nachrichtenstrom und ich ihre Meldungen

Öffentliches Antworten ist möglich, aber auch privates Antworten

Macht vielfach nur Sinn, wenn man es vom Handy (iPhone, Blackberry, ...) aus macht, denn es ist ein schnelles Dialog-Medium

www.twitter.com/spdnds

twitter

Hast Du ein Konto? [Einloggen](#)



Die Menschen gewinnen.

Kurze, aktuelle Nachrichten von SPD-LV Niedersachsen erhalten.

Auf Twitter erhältst Du Nachrichten in Echtzeit. Es ist ganz einfach, Dich auf dem Laufenden zu halten. [Jetzt anmelden](#) und [@SPDNDs](#) folgen.

[Registrieren >](#)

Erhalte Updates per SMS. Sende eine SMS mit **follow SPDNDs** an Deinem entsprechenden Code. [Codes für andere Länder](#)



SPDNDs

RT: [@MatthiasGroote](#): findet, dass die EWE Gremien nach dem heutigen Urteil personelle Konsequenzen ziehen sollten.
<http://bit.ly/auk1Fr>

vor ungefähr 21 Stunden via Echofon

Bericht Auftaktveranstaltung des Forums "Neue Gesellschaft" mit Wolfgang Thierse: <http://www.spdnds.de/aktuell/nachrichten/2010/140339.php>

5:10 AM Nov 17th via web

Kulturflatrate – Chance oder Risiko für das Urheberrecht?
<http://spdlink.de/n3B4>

12:43 AM Nov 17th via Echofon

Heute 19:00 h Nieders. Landtag R. 122 Forum "Neue Gesellschaft" mit Wolfgang Thierse. <http://www.spdnds.de/aktuell/termine/2010/139453.php>

4:56 AM Nov 15th via web

Rechte von Praktikanten stärken <http://spdlink.de/neDF>

Name SPD-LV Niedersachsen
Ort Hannover, Germany
Web <http://www.spdnds.de>
Biografie Für die Sozialdemokraten in Niedersachsen twittern Michael Rüter und Christoph Matteredne

1,589 **1,597** **96**
 Following Follower Gelistet

Tweets 1,053

[Favoriten](#)

Listen

[@SPDNDs/lesen](#)

[Alle anzeigen](#)

Ich folge



[Alle ansehen...](#)

Politische Kommunikation im Internet

Konzeptionelle Hinweise | Internetwahlkampf

Internet als Werkzeugkasten

[Die Nachbarschaft ist online; man braucht weder technisches Wissen, noch viel Geld; Keine vorübergehende Modeerscheinung; Kann den Wahlkampf stärken]

Internet gehört mit in die Wahlkampfplanung

[Wie ist die Ausgangslage? Welche Ziele haben wir; Wie können wir das Internet im Wahlkampfalltag nutzen?]

Werkzeuge

[Es gibt viele und für jeden kann etwas dabei sein]

Politische Kommunikation im Internet

Konzeptionelle Hinweise | E-Mail

Elektrisches Briefeschreiben

Richtig eingesetzt ist es das **wichtigste Werkzeug**

U.a. **Grundlage des Obama-Wahlerfolgs**: E-Mail-Kampagne mit 1,6 Mio E-Mail-Nutzern

Bei jeder Gelegenheit sammeln

Newsletter sinnvoll einsetzen



Politische Kommunikation im Internet

Konzeptionelle Hinweis | Das digitale Ich

Politik im Internet ist wie ein Gespräch vor dem Supermarkt

Vorher überlegen: **Wie kommuniziere (n) ich (wir) online?**

Die **digitalen Spuren** nicht dem Zufall überlassen, sondern bewusst agieren und **Vertrauen online aufbauen**

Ego-Googeln erwünscht: Wer bin ich online? (Nach dem eigenen Namen im Internet suchen, Detlef Taanke; 48.700 Einträge; erste Fundstelle: Eigene Internetseite; „Jörg Farr“, 28.100 Einträge; erste Fundstelle: Eigene Internetseite)

Abschied von der Netzanonymität

Je intensiver das Internet genutzt wird, desto leichter können sich andere ein Bild von uns machen; Als realer Mensch auftreten und nicht als bernie 23

Politische Kommunikation im Internet

Konzeptionelle Hinweise | Die eigene Internetseite

Die eigene Internetseite

Grundlage für gut besuchte Internetseiten ist eine **dynamische Startseite**

Ruhig weglassen: „Herzlich willkommen auf unseren Webseiten, ...“

Aktuelle Nachrichten und Web 2.0-Elemente

Appetitanreger auf die Startseite

Eigene und auch andere Internetseiten regelmäßig **analysieren** und daraus Konsequenzen ziehen

(Webanalyser, Piwik, website.grader.com, ...)

Politische Kommunikation im Internet

Konzeptionelle Hinweise | Rechtliche Hinweise

Das Kleingedruckte

Das Urheberrecht

Die Pflicht eines Impressums

Links

Presseartikel auf der eigenen Internetseite

Herunterladen fremder Broschüren

Besucherkähler

Gästebücher, Foren, Chats

Newsletter



Das CMS der SPD in Niedersachsen

Niedersächsisches Projekt seit 2001

Gliederung	Domains	Domains %	aktiv	online %	aktive in Gliederung %	Relaunch 2005		Relaunch 2009	
Landesverband	76	7,24 %	67	7,12 %	77,01 %	72/-5	107,46 %	33/34	49,25 %
Bz. Nord-Niedersachsen	80	7,62 %	80	8,50 %	91,95 %	60/20	75,00 %	28/52	35,00 %
Bz. Weser-Ems	229	21,81 %	230	24,44 %	89,49 %	209/21	90,87 %	67/163	29,13 %
Bz. Hannover	428	40,76 %	397	42,19 %	85,38 %	382/15	96,22 %	140/257	35,26 %
Bz. Braunschweig	171	16,29 %	167	17,75 %	88,36 %	163/4	97,60 %	42/125	25,15 %
	1050 - 101		941		89,62 %	886	94,16 % (886/941)	310	32,94 % (310/941)

MdL's

47 Gesamt:
38 CMS (80,85 Prozent)
9 nicht (19,15 Prozent)

MdB's

19 Gesamt:
12 CMS (63,16 Prozent)
7 nicht (36,84 Prozent)

KandidatInnen 2009

30 Gesamt
19 CMS (63,4 Prozent)
11 ohne (36,6 Prozent)

Unterbezirke

45 Gesamt:
40 CMS (88,8 Prozent)
WE: 17 / 4
NN: 6 / 0
BS : 9 / 1
HA: 14 / 0

SPD-Landtagsfraktion

Hat sich für Imperia
entschieden und geht
2011 neu ans Netz

SPD-Landesverband Niedersachsen

Arbeit. Zukunft. Niedersachsen.

A A A

Startseite | Kontakt | RSS

AKTUELL

VOLKSBEGEHREN

PARTEI

ABGEORDNETE

WAHLEN

Die Menschen gewinnen.



Arbeit. Zukunft. Niedersachsen.

Hier klicken und mit uns im weblog.spdnds.de über die Zukunft der SPD diskutieren.

2010 endlich Politik für die Menschen machen



Garrelt Duin

Liebe Niedersachsen,

die SPD wünscht Ihnen ein gesundes und erfolgreiches Jahr 2010. Und wir wünschen Ihnen eine Regierung, die es schafft, sich endlich zusammenzurufen und sich den großen Herausforderungen für Deutschland und für Niedersachsen zu stellen. Bisher knüpfen CDU, CSU und FDP im neuen Jahr leider nahtlos an ihre Streitereien aus 2009 an und finden immer neue Felder um ihre „Steckenpferde gegeneinander in Stellung zu bringen“, wie es Bundestagspräsident Norbert Lammert sehr treffend ausdrückte.

Regierungsmotto in Niedersachsen: „Morgen, morgen nur nicht heute“

Die Spiegelfechterei, die Schwarz-Gelb im Bund vorführt, bringt das Land aber ebenso wenig weiter, wie das Regierungsmotto von CDU und FDP hier in Niedersachsen: „Morgen, morgen nur nicht heute“. Zukunftsvertrag für Hochschulen, Zukunftsvertrag für Kommunen, Zukunftsvertrag für die Schulen im Lande – Politik findet in der Gegenwart nicht statt und für die Gegenwart schon gar nicht. Kein Geld für Schulobst, neue Lehrer oder Kindertagesstätten, dafür aber für Hoteliers und Millionenerben. Das ist schlecht für die meisten Menschen und muss sich unbedingt ändern. Und zwar noch im Jahre 2010.

Mit freundlichen Grüßen

Garrelt Duin

TERMINE

Freitag, 29.01.2010
Klausur des SPD-Landesvorstandes
16:30 Uhr, Achim

Samstag, 20.03.2010
Gustav-Radbruch-Forum 2010
10:00 Uhr, Albert-Einstein-Schule,
Laatzen

» Alle 2 Termine

IN DEN MEDIEN

Twitter

Donnerstag, 14.01.2010 18:11 Uhr
Atompolitik – Rolle rückwärts der #CDU
schlecht für Niedersachsen <http://...>

Mittwoch, 13.01.2010 19:50 Uhr
Besuch in der Reha-Klinik Weser in Bad
Pyrmont: v.l.n.r. Chefarzt Dr. ...

Mittwoch, 13.01.2010 19:31 Uhr
"Hier wird das Geld richtig angelegt,"

Das Politik-Portal der SPD in Niedersachsen

www.entdecke-niedersachsen.de

Konzept des „ersten SPD-Social-Media-Newsrooms“

Schneller Überblick über möglichst viele SPD-Aktivitäten von Gliederungen in Niedersachsen

Vernetzung der Aktivitäten untereinander

Politikportal, welches sich von selbst aktualisiert (Web 2.0 in stündlichem Rhythmus)

Alle Inhalte per RSS abonnierbar

Möglichkeit des schnellen Kontakts für einen Dialog (Twitter, Facebook, ...)

Inhaltsquellen

Nachrichten, Termine, Web 2.0 Accounts der mit dem neuen CMS erstellten Internetauftritte

Weitere Web 2.0 Accounts nach Anmeldung und Überprüfung

Das Politik-Portal der SPD in Niedersachsen

www.entdecke-niedersachsen.de

In der SPD bewegt sich was!



15367 ARTIKEL

341 TERMINE

29 'TWITTER

29 'FLICKR

16 'YOU TUBE

24 'FACEBOOK

4 'SCRIBD

Entdecke NIEDERSACHSEN

NACHRICHTEN 15.01.2010 | 08:55 UHR

Zeitraum bis Bezirk » filtern

14. Januar 2010

➤ **Internet als Raum der Freiheit – auch in China**



"Die Ankündigung von Google, sich den Zensur-Auflagen der chinesischen Regierung nicht länger beugen zu wollen, verdient Respekt. Auch wenn unklar ist, was letztendlich zu diesem Kursschwenk in der Unternehmenspolitik geführt hat, zeigt Google eine Form von unternehmerischer Verantwortung, die ...

➤ Volksbegehren für gute Schulen: SPD sammelt Unterschriften
14.01.2010 | SPD-Stadtverband Hannover

➤ Volksbegehren für gute Schulen: SPD sammelt Unterschriften
14.01.2010 | SPD-Region Hannover

➤ Merkel ist Kanzlerin der Atomlobby
14.01.2010 | SPD-Ortsverein Meine

➤ Niedersachsens Natur- und Wasserschutz darf nicht zerstört werden!
14.01.2010 | SPD-Ortsverein Ostheide

➤ Markus Brinkmann auf Firmenbesuch

TERMINE

Alle Bezirke

➤ SPD-Bundestagsfraktion
Freitag, 15. Januar 2010
09:00 Uhr, Berlin

➤ SPD-Landtagsfraktion, Arbeitskreis Kultus
Freitag, 15. Januar 2010
09:00 Uhr, Hannover, Leineschloss

➤ Vorbesprechung für Ausschuss WAuV
Freitag, 15. Januar 2010
09:30 Uhr, Landtag

➤ Landtag, Kultusausschuss
Freitag, 15. Januar 2010
10:00 Uhr, Hannover, Leineschloss

➤ Ausschuss Wirtschaft, Arbeit und Verkehr
Freitag, 15. Januar 2010
10:15 Uhr, Landtag

➤ DGB Europa-Gespräch
Freitag, 15. Januar 2010
11:00 Uhr, Hannover

➤ Neujahrsempfang von Haus und Grundeigentum
Freitag, 15. Januar 2010
11:00 Uhr, Neues Rathaus, Hannover

➤ Roter Kaffeeklatsch
Freitag, 15. Januar 2010
16:00 Uhr, Roter Laden

AKTUELLE TWEETS

➤ I just became the mayor of gmp Architekten on @foursquare! http://4sq.com/6p0afa
15.01.10 08:07 Uhr | redfox1

➤ Vorbereitung für Neujahrsansprachen abgeschlossen - vamos
15.01.10 00:11 Uhr | michaelrueter

➤ Sagt man noch CSU oder Böse Onkels- lol #haraldschmidt
14.01.10 23:20 Uhr | michaelrueter

➤ Bin Drucken beim jemenabend bei arte #haraldschmidt
14.01.10 23:18 Uhr | michaelrueter

ALLE 29 TWITTERER

➤ Bernd Lange

➤ Daniela Behrens twittert

➤ Die Jusos Hildesheim bei Twitter

➤ Frauke Heiligenstadt

➤ Garrelt Duin

➤ Hiltrud Lotze

➤ Hubertus Heil

➤ Jusos Friesland

➤ Jusos Niedersachsen

Fertig

39

Politische Kommunikation im Internet Aussichten I

1. Deutsche Nutzer weisen weniger kommunikativ-partizipatives Verhalten auf, politische **Blogs** spielen von daher eher eine kommentierende Rolle
2. Anwendung **webbasierter TV-Wahlkampf-Angebote** wird sich in Deutschland verstärken
3. **Internetwahlkampf** bei weitem nicht so bedeutend wie Print-, TV- und Radiokampagnen, doch die Nennung von Internetaktivitäten führt zur öffentlichen Diskussion in Presse, TV und Radio

Politische Kommunikation im Internet Aussichten II

4. Die Bedeutung von Online-Content mit **Bezug zum unmittelbaren lokalen und regionalen Umfeld der NutzerInnen** wird in Zukunft wachsen *
5. Das Internet wird sich zu einem Medium wandeln, das in hohem Maße durch **die Interaktion der NutzerInnen** geprägt ist – dabei wird das gesellschaftliche Leben zunehmend durch Online-Anwendungen des Social Web ergänzt und bereichert, so dass sich politische Organisationen diesem Trend nicht entziehen können *

* = Deutschland online 4, Bericht 2006, erschienen Februar 2007 www.studie-deutschland-online.de

Strategien und Werkzeuge

Ein Praxisbuch für das politische Internet

Herausgeber: SPD-Landesverband Niedersachsen



INHALT

GRUSSWORTE: LARS KLINGBEIL, MICHAEL RÜTER _____ 2

INTERNETWAHLKAMPF –

NEUE KOMMUNIKATIONSMÖGLICHKEITEN _____ 6

- » Das Internet als Werkzeugkasten 6
- » Augenmaß nehmen vor dem Hämmern 6

WAS IST BESONDERS AM KOMMUNIKATIONS- HANDWERK IM INTERNET? _____ 8

- » Politische Kommunikation im Internet ist wie
das Gespräch auf dem Dorfplatz 8
- » Vom Besucher zum Aktivisten –
Beziehungsaufbau im Internet 9
- » Von Botschaft, Mobilisierung und Organisation –
Funktionen von Internetwerkzeugen 10

DIE WERKZEUGE IM INTERNETWAHLKAMPF _____ 13

- » Die Werkzeuge sorgfältig auswählen 13
- » E-Mail 14
- » Internetseite 16
- » Weblogs 23
- » Soziale Netzwerke 26
- » SMS 33
- » Twitter 34
- » Instant Messenger / Skype 36
- » Videos 37
- » Spendenmodul 40
- » Anzeigen (im Netz) 41
- » Organisationswerkzeuge 42
- » Fotoplattformen 44

DEN ONLINE-WAHLKAMPF FÜHREN _____ **45**

- » Werkzeuge intern verbreiten 45
- » Kommunikation verknüpfen 45
- » Virale Kampagnen 46
- » E-Mail-Adressen sammeln 48
- » Online Spenden gewinnen 50

SCHAUEN, WAS DIE ANDEREN MACHEN _____ **51**

WAS IHR BESSER VERMEIDET _____ **51**

DAS KLEINGEDRUCKTE – RECHTLICHE HINWEISE _____ **52**

- » Hinter die Kulissen geblickt 52
- » Das Urheberrecht 53
- » Die Impressumspflicht 53
- » Links 54
- » Presseartikel 54
- » Fremde Broschüren herunterladen 55
- » Besucherzähler 55
- » Gästebücher, Foren, Chats 56
- » Newsletter 57

DIE SPD IN NIEDERSACHSEN

„UNSER“ ONLINE-KONZEPT FÜR EUCH _____ **58**

- » Das CMS 58
- » Politikportal für Niedersachsen 62

GLOSSAR _____ **64**

IMPRESSUM _____ **66**

ÜBER DIESES PRAXISBUCH _____ **67**

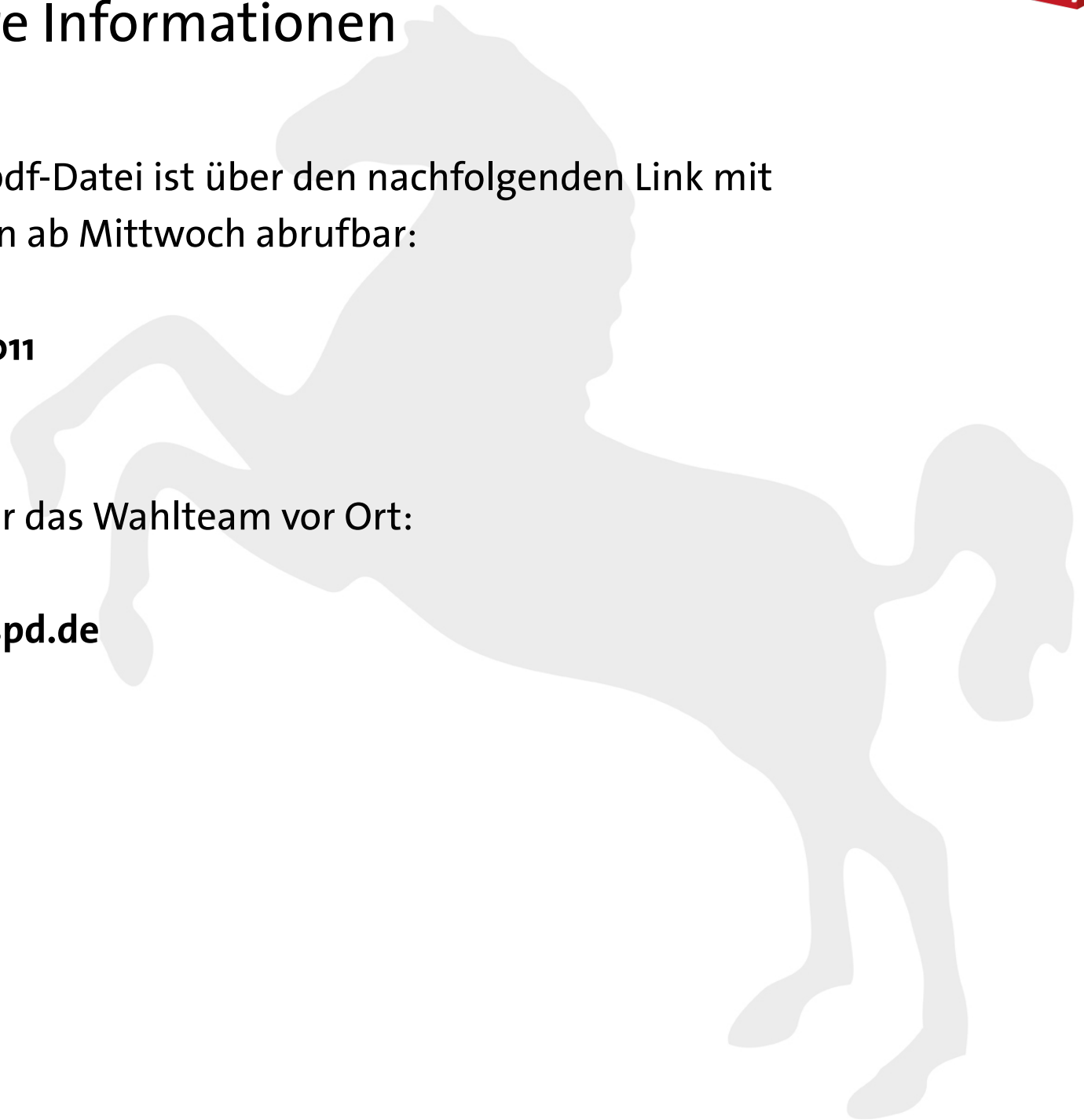
Politik 2.0 Weitere Informationen

Der komplette Vortrag als pdf-Datei ist über den nachfolgenden Link mit ergänzenden Informationen ab Mittwoch abrufbar:

<http://spdlink.de/gf2011>

Konzeptionelle Beratung für das Wahlteam vor Ort:

christoph.matterne@spd.de



Politische Kommunikation im Internet

Weiterführende Informationen

Internet

<http://www.studie-deutschland-online.de>

<http://www.ard-zdf-onlinestudie.de>

<http://www.chrisharrison.net>

<http://www.informationarchitects.jp>

<http://www.pr-blogger.de>

Frankreich

<http://www.supportersdesarkozy.com>

<http://www.observatoire-presidentielle.fr/?pageid=3>

Amerika

<http://presidentialwatcho8.com/index.php/map/>

<http://www.myspace.com/barackobama>

<http://twitter.com/barackobama>

SPD-Landesverband Niedersachsen

Christoph Matteredne

Neue Medien | Redaktionssystem

Odeonstraße 15/16

30159 Hannover

www.spd-niedersachsen.de

christoph.matteredne@spd.de