

Strategien und Werkzeuge

Ein Praxisbuch für das politische Internet

Herausgeber: SPD-Landesverband Niedersachsen



GRUSSWORTE



Lars Klingbeil MdB
Leiter des Forums „Demokratie und
Partizipation im Internet“

>> Das Internet gewinnt in politischen Kampagnen immer mehr an Bedeutung. Seit der Landtagswahl Anfang März 2008 haben wir die Entwicklungen etwa bei den Präsidentschaftswahlen in Frankreich und Amerika analysiert, um von den dortigen Online-Wahlkämpferinnen und -Wahlkämpfern zu lernen. Die daraus gewonnenen Erkenntnisse haben wir aber nicht nur für den SPD-Landesverband Niedersachsen ab Herbst 2008 selbst eingesetzt. Auch viele Gliederungen, Mandatsträgerinnen und Mandatsträgern sowie Kandidatinnen und Kandidaten zu unterschiedlichsten Parlamentswahlen haben von unseren konzeptionellen Beratungen partizipiert und ihre unterschiedlichen Internetaktivitäten mit Leben gefüllt.

Darüber hinaus ist Netzpolitik seit der Bundestagswahl 2009 ein wichtiges Politikfeld geworden. Die voranschreitende Digitalisierung bietet ein enormes Potenzial für Veränderungen in Wirtschaft, Arbeit aber auch in demokratischen Prozessen. Jenseits unserer klassischen Aktionen sehen wir durch das Internet eine große Chance, Beteiligung und Transparenz zu erhöhen. In Niedersachsen arbeitet das landesweite Forum „Demokratie und Partizipation im Internet“ in diesem Themenfeld. Über eure Beteiligung würden wir uns freuen.



>> Aus eigener Erfahrung wissen wir inzwischen: Das Netz bietet auch für den Kommunalwahlkampf eine gute Chance, mit Bürgerinnen und Bürgern vor Ort ins Gespräch zu kommen. Es stellt zusätzliche direkte Kontakte dar, Information und Dialog werden ausgeweitet. Auch dann, wenn die Massenmedien ihre Scheinwerfer ganz anderswohin richten.

Wir können unsere Mitglieder und uns wohl gesonnene Freundinnen und Freunde zur Unterstützung bewegen und anleiten. Denn: Wir sind auf jede Hilfe angewiesen – auch im Netz.

Vor allem aber können wir unseren Wahlkampf mit dem Internet besser organisieren. Es schafft zusätzliche Ressourcen. Wir sind effizienter, schneller und haben einen besseren Überblick über den Stand der Kampagne.

Ich möchte euch ermutigen: Man kann beim Ausprobieren neuer Aktivitäten im Netz nicht sofort alles richtig machen. Wir können aber viel lernen und haben das volle Potenzial bei weitem noch nicht ausgeschöpft. Hier wollen wir anknüpfen. Im Sommer 2009 haben wir begonnen, unsere Kampagnenfähigkeit im Netz ausbauen und zu verbessern. Gerade die mit unserem CMS erstellten Internetauftritte sind nun stark untereinander vernetzt und voll „web-2.0-befähigt“. Doch die Entwicklung im Netz ist rasant und wird sich künftig ver-

stärkt auf lokale und regionale Bezüge konzentrieren.

Der Kommunalwahlkampf ist deshalb der richtige Anlass: Probiert und entwickelt bei euch vor Ort. Erfolgreichen Online-Wahlkampf und Politik im Internet gibt es nicht nur auf Bundesebene oder bei Barack Obama in den USA, sondern funktioniert auch für Kommunalwahlen. Das Internet gibt es in Leer, Stade, Helmstedt und Nienburg genauso wie in Chicago. Dieses Praxisbuch bietet jede Menge Anleitungen und Erfahrungen für den Wahlkampf vor Ort. Das Internet ist ein zusätzliches Instrument in dem Wahlkampf stattfinden kann und stattfinden muss. Es gilt aber, wie bei allen Wahlkampfinstrumenten, dass der Einsatz der Ressourcen vorher eingeplant werden muss. Gut und regelmäßig ist besser als riesig und selten.

Ich wünsche euch viel Spaß bei der Lektüre und vor allem Erfolg bei euren Wahlkämpfen!




Michael Rüter
Landesgeschäftsführer

Foto: Dominik Butzmann

INHALT

GRUSSWORTE: LARS KLINGBEIL, MICHAEL RÜTER	2	DIE WERKZEUGE IM INTERNETWAHLKAMPF	13
INTERNETWAHLKAMPF –		» Die Werkzeuge sorgfältig auswählen	13
NEUE KOMMUNIKATIONSMÖGLICHKEITEN	6	» E-Mail	14
» Das Internet als Werkzeugkasten	6	» Internetseite	16
» Augenmaß nehmen vor dem Hämmern	6	» Weblogs	23
WAS IST BESONDERS AM KOMMUNIKATIONS-		» Soziale Netzwerke	26
HANDWERK IM INTERNET?	8	» SMS	33
» Politische Kommunikation im Internet ist wie		» Twitter	34
das Gespräch auf dem Dorfplatz	8	» Instant Messenger / Skype	36
» Vom Besucher zum Aktivisten –		» Videos	37
Beziehungsaufbau im Internet	9	» Spendenmodul	40
» Von Botschaft, Mobilisierung und Organisation –		» Anzeigen (im Netz)	41
Funktionen von Internetwerkzeugen	10	» Organisationswerkzeuge	42
		» Fotoplattformen	44

DEN ONLINE-WAHLKAMPF FÜHREN	45	DIE SPD IN NIEDERSACHSEN	
» Werkzeuge intern verbreiten	45	„UNSER“ ONLINE-KONZEPT FÜR EUCH	58
» Kommunikation verknüpfen	45	» Das CMS	58
» Virale Kampagnen	46	» Politikportal für Niedersachsen	62
» E-Mail-Adressen sammeln	48		
» Online Spenden gewinnen	50	GLOSSAR	64
SCHAUEN, WAS DIE ANDEREN MACHEN	51	IMPRESSUM	66
WAS IHR BESSER VERMEIDET	51	ÜBER DIESES PRAXISBUCH	67
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		

INTERNETWAHLKAMPF –

NEUE KOMMUNIKATIONSMÖGLICHKEITEN

DAS INTERNET ALS WERKZEUGKASTEN

Ihr wollt eine Kommunalwahl gewinnen. Geld steht euch kaum zur Verfügung, und auch freiwillige Unterstützung ist knapp. Ebenso die Zeit. Dieses Praxisbuch zeigt euch auf, wie ihr das Internet gezielt einsetzt, um unter diesen Umständen mit eurer Wahlbotschaft an die Bürgerinnen und Bürger zu gelangen. Um sie zu einem Urnengang für uns zu bewegen. Und um unsere eigenen Kräfte effizienter zu organisieren, zusätzliche Ressourcen für die Kampagne zu generieren und die Steuerung der Wahlkampfaktivitäten der Kandidatinnen und Kandidaten und der bezahlten wie freiwilligen Unterstützerinnen und Unterstützer zu verbessern.

Das Internet eignet sich bestens für Kommunalwahlkämpfe. Eure Nachbarschaft ist online, genauso wie über zwei Drittel aller Deutschen. Ihr braucht weder technisches Wissen noch viel Geld, um seine Möglichkeiten zu nutzen. Versteht es als eine Kiste voller Werkzeuge, aus der ihr die richtigen auswählt. Internetwahlkampf ist keine Wunderwaffe, die den klassischen Wahlkampf ersetzt. Aber auch nicht einfach nur eine vorübergehende Mode, der ihr auch noch hinter herrennen müsst in der ohnehin schon stressigen Wahlkampfzeit. Richtig

genutzt, verstärkt das Internet eure Kräfte und hält euch den Rücken für euer Kerngeschäft frei: Politik machen.

AUGENMASS NEHMEN VOR DEM HÄMMERN

Noch bevor ihr euch fragt, ob ihr euch einen Hammer oder einen Bohrer zulegt, überlegt euch, was ihr überhaupt damit bauen wollt und für wen. Nicht erst seitdem Justin Bieber den Spung vom kleinen Jungen im Youtube-Video zum Star mit Millionenverkäufen schaffte, träumen politische Profis beim Nachdenken über den Internetwahlkampf vom perfekten PR-Coup. Oder vom Mobilisierungswunder. So wie Barack Obama Hunderttausende bisherige Nichtwähler an die Urnen bewegen oder für den Straßenwahlkampf gewinnen konnte. Oft kopieren sie einzelne Elemente und Ideen, ohne zu überlegen, in welcher Situation sie selber sind. Sie scheitern häufig daran, dass sie sich nicht klargemacht haben, was sie mit den Werkzeugen denn eigentlich an die Wand hängen wollen und wie diese Wand beschaffen ist. Barack Obamas Internetwahlkampf mit den drei M's – Message, Money, Mobilisation – hat für die Präsidentschaftswahlen in den USA funktioniert. Ihr macht Kommunalwahlkampf. Was wir von Obama lernen können: Er hat das Internet effizient genutzt. Er hat damit Wählerstimmen ge-

» INTERNETWAHLKAMPF – NEUE KOMMUNIKATIONSMÖGLICHKEITEN

wonnen. Gleich das Internet mit eurer Wahlkampfstrategie ab. Fragt euch immer zuerst: Was ist unsere Ausgangslage? Was sind unsere Ziele? Wer sind unsere Zielgruppen? Und dann: Wie können wir das Internet in unserem politischen Wahlkampf alltag nutzen? Um diesen Teil geht es im zweiten Kapitel dieser Broschüre.

Der dritte Teil erklärt euch den Inhalt des gut gefüllten Werkzeugkastens. Das Handbuch listet die Instrumente für Kommunalwahlkämpfe auf und leistet euch Entscheidungshilfe, womit euch am besten gedient ist. Ihr müsst wissen, wozu ein bestimmtes Werkzeug nützt, bevor ihr es in die Hand nehmt. Der Wahlkampf um das Oberbürgermeisteramt in einer großen Stadt findet vor allem in den Medien statt, und die OB-Kandidaten haben oft ein eigenes Wahlkampfteam. Der Wahlkampf um einen Sitz im Gemeinderat oder im Kreistag hingegen erfordert das Mobilisieren über persönliche Kontakte in der Nachbarschaft, und der Kandidat oder die Kandidatin baut auf die Unterstützung seines Ortsvereins. In beiden Fällen müsst ihr unterschiedlich vorgehen, auch im Internet. Manchmal steht das Internet als richtige Lösung ganz außer Frage. Die Stimmen in Altersheimen könnt ihr über das Internet kaum erreichen. Überlegt euch auch, was zu euch als Mensch passt. Wenn ihr sowieso schon auf **FACEBOOK** seid und euren Spaß damit habt, nutzt es auch politisch. Wenn ihr aber die sozialen Netzwerke im Internet für das Ende der abendländischen Kultur haltet, steht dazu und macht einen Bogen. Wenn ihr

gerne Polemiken schreibt und heftig diskutiert, dann könnte ein persönliches Weblog etwas für euch sein. Wenn euch aber die Zeit und Lust fehlt, täglich auf herausfordernde Kommentare zu reagieren, schreibt lieber weiterhin Leserbriefe für die Tageszeitung.

Doch gescheites Auswählen der Werkzeuge ist erst die Hälfte der Arbeit. Für die zweite Hälfte leitet euch das vierte Kapitel an. Auch das perfekte Werkzeug nützt erst etwas, wenn ihr es handwerklich richtig verwendet. Dazu gehört im Internet, dass ihr über die personellen Ressourcen verfügt und dass diese bereitstehen, um das Werkzeug auch konsequent einzusetzen. Sei es, dass ihr eure Facebook-Seite regelmäßig aktualisiert und alle Nachrichten und E-Mails beantwortet. Dass die eigenen Leute **GOOGLE DOCS** kennenlernen, wenn ihr damit eure Standaktionen plant. Dass eure Botschaft auf allen euren Kommunikationskanälen abgestimmt erscheint. Oder dass euer Flugblatt auch auf eure Internetseite hinweist.



Olaf Lies Mdl
Landesvorsitzender

»Mein Tipp: Denkt die Sache nicht nur richtig an, sondern auch gründlich zu Ende.«