

## NUTZUNG DES INTERNETS IM US-WAHLKAMPF 2008: OBAMAS WEB 2.0

Das Internet wurde im Wahlkampf der Demokraten in einer bisher einmalig breiten und kreativen Weise für die Wahlwerbung, die Darstellung des Präsidentschaftskandidaten und für die Spendensammlung genutzt. Die Wahlkampfmaschinerie Obamas war beispiellos und übertraf alles, was man an technologischen Neuerungen aus früheren Wahlen kannte.

Es liegen noch keine umfassenden Analysen zum Internet-Wahlkampf des Obama-Teams vor. Die FES in Washington hat jedoch bereits eine Studie dazu in Auftrag gegeben, die Anfang 2009 veröffentlicht wird.

Einige Beispiele zu Obamas Web 2.0 Wahlkampf:

Jim Kitchens, Spezialist für politische Kommunikation in Orlando/Florida, berichtete einer Gruppe von deutschen Wahlkampfbeobachtern von einer fast unglaublichen Innovation der Obama-Kampagne: Er sei registrierter Demokrat und habe am Vortag, an einem der ersten Frühwahltage in Florida, seine Stimme abgegeben. Am Abend habe er ein E-mail von der Obama-Kampagne mit der Botschaft erhalten: Vielen Dank, Jim, dass du schon gewählt hast. Bitte sprich die folgenden drei deiner Nachbarn (John X, Frank Y, Susan Z) an, auch bereits jetzt zu wählen. Die drei Genannten seien auch registrierte Demokraten, so dass die Partei Zugang zu ihren Daten und Namen hatte. Außerdem hatte sie Einsicht ins Wählerverzeichnis, so dass sie von Jims Wahl wussten.

Für iPhones und Blackberrries gab es eigene Anwendungen („applications“) zum Herunterladen, die alle Wahlkampfveranstaltungen in der engeren Umgebung auflisteten und ständig aktualisierten, die neuesten Umfragen veröffentlichten und natürlich live darüber berichteten, was ihr Kandidat gerade sagte oder tat. Auch erhielt man in den Bundesstaaten, in denen Frühwahlen möglich waren, SMS und E-mails, die – mit persönlicher Anrede – aufriefen, schon vor dem 4. November wählen zu gehen. Zudem schrieben Ted Kennedy, Hillary Clinton, Michelle Obama und Barack Obama täglich Emails an über 13 Millionen EmpfängerInnen. Noch in der Wahlnacht bedankte sich Obama bei seinen WählerInnen und UnterstützerInnen per Email für den historischen Wahlsieg.

Ferner wurden in den Obama Headquarters in den Einzelstaaten weitere kreative Neuerungen im Internetwahlkampf der Demokraten koordiniert. Auf der Webseite von Barack Obama ([www.barackobama.com](http://www.barackobama.com)) konnte man als Freiwilliger lokale Telefonanrufe von Zuhause aus für Obama machen. Dazu wurden Telefonnummern von registrierten Demokraten und anderen Interessierten in der Umgebung veröffentlicht. Diese konnte man anwählen und dann direkt für Obama Wahlwerbung betreiben. Ein Briefing zu den Themen und Schlüsselpositionen war nicht notwendig, denn die Webseite lieferte entsprechende „Versatzstücke“ zur Gesprächsführung und den Themen/Positionen des Kandidaten gleich mit. Nach dem Gespräch konnte der Anrufer seine Eindrücke online eingeben und hinweisen, ob der Erreichte offen für die Positionen der Demokraten war, sich als Republikaner herausstellte oder unentschlossen schien. Diese Daten wurden dann vom Wahlkampfteam Obamas zentral ausgewertet, so dass Interessierte oder Unentschlossene mit einem weiteren Anruf rechnen konnten, Republikaner aber nicht mit einem zweiten Anruf „genervt“ wurden. Diese Form der Telefonwerbung sparte den Demokraten nicht nur Geld und Personal, sondern war durch den persönlichen Charakter der Ansprache auch sehr viel wirksamer als Telefonanrufe „vom Band“, die die McCain-Kampagne weitgehend nutzte.

Die intensive Nutzung des Internets endete für die Demokraten und den designierten Präsidenten Obama aber nicht mit der Wahl am 4. November 2008. Das Online-Netzwerk wird fortgeführt und breite Bevölkerungsschichten sollen auch in den politischen Willensbildungsprozess eingeschlossen werden. Das Obama-Team verschickt dazu nicht nur regelmäßig Emails mit Updates zur Besetzung von Schlüsselpositionen in der künftigen Administration, sondern hat auch eine Webseite für den Transitionsprozess eingerichtet (<http://change.gov/>). Auf dieser können US-BürgerInnen beispielsweise ihre Meinung zur Reform des Gesundheitssystems abgeben. Die Antworten werden nach den am häufigsten genannten Worten ausgewertet und diese Daten sollen in die Formulierung von Politik direkt einfließen.

Almut Wieland-Karimi / Knut Panknin  
9. Dezember 2008 – Washington, DC