

Presseinformation

Angela Merkel liegt im Wahlkampf 2.0 vorne

- Kanzlerin mit rund 80.000 Unterstützern an der Spitze
- Piratenpartei überflügelt die etablierten Parteien in Online-Netzwerken
- Scheer: „Online-Wahlkampf nimmt Fahrt auf.“

Berlin, 26. August 2009

Bundeskanzlerin Angela Merkel hat im Internet die mit Abstand meisten Anhänger aller Politiker in Deutschland. Nach Berechnungen des Hightech-Verbands BITKOM hat die Spitzenkandidatin der CDU für die Bundestagswahl in den sozialen Online-Netzwerken derzeit 79.700 Unterstützer. Die Mitglieder der Online-Communitys können sich bei Parteien und Politikern als „Unterstützer“ eintragen. Sie demonstrieren damit ihre politische Sympathie und werden bevorzugt mit Informationen versorgt. Auf Platz zwei liegt Bundeswirtschaftsminister Karl-Theodor zu Guttenberg (CSU) mit 29.000 Unterstützern, gefolgt vom FDP-Vorsitzenden Guido Westerwelle mit 22.900 Anhängern. SPD-Spitzenkandidat Frank-Walter Steinmeier belegt mit 22.100 Unterstützern Rang vier. Hinter Silvana Koch-Mehrin von der FDP (9.700 Anhänger) ist Cem Özdemir der beste Grünen-Politiker im Web mit 8.300 Unterstützern auf Platz sechs. Der Linke Gregor Gysi folgt mit rund 6.600 Anhängern. „Der Online-Wahlkampf nimmt Fahrt auf“, sagte BITKOM-Präsident Prof. Dr. August-Wilhelm Scheer. „Das Internet bietet die Möglichkeit, die Menschen zum Mitmachen bei politischen Aktionen zu bewegen. Die Parteien beginnen, diese Chance zu erkennen.“

Bundesverband
Informationswirtschaft,
Telekommunikation und
neue Medien e.V.

Albrechtstraße 10 A
10117 Berlin-Mitte
Tel. +49. 30. 27576-0
Fax +49. 30. 27576-400
bitkom@bitkom.org
www.bitkom.org

Ansprechpartner
Maurice Shahd
Pressesprecher
Wirtschaftspolitik
und Konjunktur
+49. 30. 27576-114
m.shahd@bitkom.org

Ansgar Baums
Bereichsleiter Wirtschafts-
und Innovationspolitik
Tel. +49. 30. 27576-101
a.baums@bitkom.org



Präsident
Prof. Dr. Dr. h. c. mult.
August-Wilhelm Scheer

Hauptgeschäftsführer
Dr. Bernhard Rohleder

Presseinformation

Angela Merkel liegt im Wahlkampf 2.0 vorne

Seite 2

Sämtliche Spitzenpolitiker und Parteien sind inzwischen in den sozialen Online-Netzwerken StudiVZ, MeinVZ, Facebook und Twitter mit eigenen Profilen vertreten. Die Parteien versorgen ihre Anhänger in den Netzwerken mit Informationen und sie bieten ihnen eine Diskussionsplattform. Darüber hinaus liefern Video-Plattformen wie Youtube oder Foto-Portale wie Flickr Bildmaterial aus dem Wahlkampf, zum Beispiel Wahlkampf-Spots, Diskussionsrunden, Reden der Politiker oder Fotos von öffentlichen Auftritten. Scheer: „Bunte Bilder und Videos sind ein guter Anfang. Die wesentlichen Merkmale eines erfolgreichen Online-Wahlkampfes sind jedoch die direkten Interaktionen mit den Bürgern und die Mobilisierung von Nicht-Wählern.“

Die Mitglieder der Netzwerke können nicht nur einzelne Politiker, sondern auch die Parteien unterstützen. Hier liegt die Piratenpartei mit weitem Abstand vorne. In den Netzwerken StudiVZ, MeinVZ, Facebook und Twitter hat die Piratenpartei rund 71.600 Anhänger. Auf Platz zwei kommen die Unionsparteien CDU und CSU mit zusammen 30.800 Unterstützern. Es folgen die Grünen mit 28.400 Anhängern und die FDP mit 26.500 Unterstützern. Die SPD liegt mit 26.100 Unterstützern auf Rang fünf. Schlusslicht der Bundestagsparteien ist die Linke mit 5.000 Unterstützern. „Der Erfolg der Piratenpartei zeigt, dass die etablierten Parteien bei wichtigen Themen noch nicht den Nerv der internetaffinen Jungwähler treffen“, sagte Scheer. Die Piratenpartei hat für die Informationsgesellschaft wichtige Themen aufgegriffen wie Bürgerrechte im Web (Stichwort Internetsperren) und den Schutz des geistigen Eigentums in der digitalen Welt. Nach Angaben des Marktforschungsinstituts Forsa liegt die Piratenpartei bundesweit derzeit bei ca. 1 Prozent der Stimmen. Bei der Europawahl hatte sie in Deutschland 0,9 Prozent erreicht.

Neben der Präsenz in den sozialen Online-Netzwerken versuchen die Parteien verstärkt, ihre Anhänger und Parteimitglieder in eigene Online-Kampagnen einzubinden. „Der Wahlkampf von Barack Obama in den USA hat gezeigt: Das Internet ist das perfekte Instrument, um den Wahlkampf zu organisieren und Anhänger zu mobilisieren“, sagte Scheer. Die Wahlkampfhelfer können zum Beispiel eigene Wahlkampf-Spots drehen, an E-Mail-Aktionen teilnehmen, Plakate kleben oder an Info-Ständen in den Innenstädten helfen. Am erfolgreichsten ist hier bislang die FDP, deren „mit mach arena“ rund 30.800 Teilnehmer zählt. Die Libera-

Presseinformation

Angela Merkel liegt im Wahlkampf 2.0 vorne

Seite 3

len geben den Teilnehmern zum Beispiel ein 15 Seiten starkes Wahlkampfhandbuch an die Hand, das von A wie Adresseneinkauf bis Z wie Zeitungsanzeigen Hinweise für einen erfolgreichen Wahlkampf gibt. Das „team Deutschland“ der CDU kommt auf 19.700 registrierte Nutzer und die Wahlkampfmannschaft von Frank-Walter Steinmeier auf 16.400 Mitglieder. Die Grünen und die Linke geben keine Zahlen bekannt.

Der Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e.V. vertritt mehr als 1.300 Unternehmen, davon 950 Direktmitglieder mit etwa 135 Milliarden Euro Umsatz und 700.000 Beschäftigten. Hierzu zählen Anbieter von Software, IT-Services und Telekommunikationsdiensten, Hersteller von Hardware und Consumer Electronics sowie Unternehmen der digitalen Medien. Der BITKOM setzt sich insbesondere für bessere ordnungspolitische Rahmenbedingungen, eine Modernisierung des Bildungssystems und eine innovationsorientierte Wirtschaftspolitik ein.