

# Lebensschutz 2.0

Die Zeiten von Postkartenkampagnen und Lichterketten sind vorbei. Heute formiert man sich im Internet, um einen Beitrag zur politischen Willensbildung zu leisten, meint »idea«-Redakteur Tobias-Benjamin Ottmar und fragt: Wie gut sind eigentlich Lebensrechtler im Internet aufgestellt? Und welche Rolle spielt dabei die Vernetzung auf sozialen Plattformen wie Facebook und Co.?

Von Tobias-Benjamin Ottmar

In den Vereinigten Staaten von Amerika sind die Demonstrationen für den Lebensschutz weitaus gigantischer als in unseren Breitengraden. Ende Januar versammelten sich über 300.000 US-Bürger auf den Straßen Washingtons und in anderen Städten, um gegen Abtreibung zu protestieren. Anlass war das Grundsatzurteil »Roe gegen Wade«, mit dem der Supreme Court, das Oberste Gericht in den USA, dort im Jahr 1973 die Abtreibung legalisierte. Seither sind in den Vereinigten Staaten von Amerika schätzungsweise mehr als 50 Millionen Kinder im Mutterleib ohne rechtliche Folgen getötet worden. Mit regelmäßigen Protestaktionen verleihen die Lebensschützer ihrer Forderung Nachdruck, das Gericht solle dieses Urteil widerrufen. In diesem Jahr gab es bei den alljährlich stattfindenden Demos eine Premiere: Man musste gar nicht erst nach Washington reisen, um an dem Pro-Life-Marsch teilzunehmen. Alternativ konnte man sich auch im Internet registrieren und auf diese Weise virtuell mitdemonstrieren. Knapp 84.000 Personen machten von dieser Möglichkeit Gebrauch. Zu ihnen zählten auch die früheren Bewerber um die Präsidentschaftskandidatur der Republikaner, die Ex-Gouverneurin von Alaska Sarah Palin und der frühere Gouverneur von Arkansas, Mike Huckabee. Diese neue Form der Beteiligung sorgte dafür, dass dem Großereignis in diesem Jahr noch mehr Beachtung als sonst geschenkt wurde.

## VIEL NACHHOLBEDARF IN DEUTSCHLAND

Während konservative Gruppen in den USA das Internet und die Sozialen Netzwerke inzwischen sehr gut nutzen, um Aktionen zu initiieren, besteht hierzulande noch viel Nachholbedarf. Ein Beispiel: Auf facebook.com gibt es ein Profil mit dem Titel »Say No to Abortion!« (Sag Nein zur Abtreibung), welches

derzeit über 1,2 Millionen Fans zählt. Deutschsprachige Gruppen, die sich kritisch mit Abtreibung auseinandersetzen, dümpeln dagegen bei den Unterstützerzahlen meist im dreistelligen Bereich. Und das, obwohl unter den über 17 Millionen Facebook-Nutzern in Deutschland, Schweiz und Österreich sicherlich weitaus mehr Lebensrechtler zu finden sein dürften. Doch offenbar wird die Bedeutung, die das weltweite Computernetz für die politische Willensbildung besitzt, von vielen Konservativen im deutschsprachigen Raum stark unterschätzt. Selbst bei aktuellen Debatten fällt die Unterstützung eher mangelhaft aus. Ein Beispiel: In der Schweiz gibt es derzeit eine Initiative von konservativen Politikern, die fordert, die Finanzierung von Abtreibungen aus dem Leistungskatalog der Krankenkassen zu streichen. Eine entsprechende Facebook-Gruppe, die dieses Begehren unterstützt, zählte bis Mitte Februar nicht einmal 700 Mitglieder; die Gegner waren deutlich fitter. Sie hatten zum gleichen Zeitpunkt bereits knapp 1.100 Anhänger versammelt.

## EINE KAMPAGNE WILL EINE SCHWULE WALT-DISNEY-FIGUR

Auch die Gruppen von Homosexuellen – die ja mitunter mit Pro-Choice-Aktivisten Seite an Seite demonstrieren – sind im Internet gut vernetzt und versuchen, ihre Interessen durchzusetzen: So startete eine britische Studentin auf Facebook vor Kurzem eine Kampagne für eine schwule Walt-Disney-Figur. Innerhalb weniger Tage schlossen sich über 1.200 Personen diesem Anliegen an. Der Vorteil der homosexuellen Gruppierungen bei solchen Kampagnen ist, dass sie auch über eigene Medien verfügen, wie beispielsweise das Internetportal queer.de, das nach eigenen Angaben rund 800.000 Besucher pro Monat zählt. Zum Ver-

gleich: Die Internetseite idea.de der Evangelischen Nachrichtenagentur »idea« hat laut IVW (einem Verein, der die Verbreitung von werberelevanten Medien misst) pro Monat etwa 140.000 Besucher.

## MEDIEN GREIFEN ANLIEGEN AUF

Dank der verfügbaren Medien konnten die Homosexuellen ihr Anliegen auch über Facebook hinaus transportieren – die Initiative wurde bereits von mehreren Online-Medien aufgegriffen. Die Argumentation der Aktivisten: Es habe 80 Jahre gebraucht, bis Walt Disney eine dunkelhäutige Prinzessin mit in seine Comics

### INFO

#### Verbreitung von Online-Netzwerken in Deutschland

|                  |                |
|------------------|----------------|
| Facebook.com     | 12,0 Millionen |
| Wer-kennt-wen.de | 6,7 Millionen  |
| Stayfriends.de   | 5,6 Millionen  |
| SchülerVz.net    | 5,6 Millionen  |
| StudiVz.net      | 5,0 Millionen  |
| MeinVz.net       | 3,8 Millionen  |
| Myspace.com      | 3,8 Millionen  |
| Xing.com         | 3,2 Millionen  |
| Twitter.com      | 2,9 Millionen  |
| Jappy.de         | 2,1 Millionen  |

Quelle: Google Ad Planner/Stand: Februar 2010

aufnahm. »Lasst uns nicht weitere 80 Jahre auf einen homosexuellen Charakter warten!« Gut möglich, dass der Medienkonzern Walt Disney diese Anregung aufnimmt, sollten noch weitere Anhänger dazukommen.

Eine andere Facebook-Gruppe hat das Ziel, in dem Online-Netzwerk eine Million Menschen zu finden, die sich für die Rechte Homosexueller einsetzen. Mitte Februar zählte die Gruppe immerhin fast 630.000 Unterstützer. Auch auf StudiVz

– einem sozialen Netzwerk für Studenten – formieren sich Schwule und Lesben zu eigenen Interessengruppen; zwar sind hier die Unterstützerzahlen deutlich geringer, verdeutlichen aber dennoch, wie gut dieser Personenkreis vernetzt ist.

## DIE POLITIKER WARTEN SCHON ...

Die Politik hat die Bedeutung der Online-Gemeinschaften längst erkannt. Von jeder der im Bundestag vertretenen fünf Parteien sind Spitzenleute auch auf Facebook vertreten. Die meisten Fans unter den Parteigrößen hat Bundeskanzlerin Angela Merkel (CDU) – Mitte Februar waren es über 25.000. Vizekanzler und Außenminister Guido Westerwelle (FDP) kommt auf rund 6.500 Anhänger. Auch die Opposition ist gut vertreten: SPD-Fraktionschef Frank-Walter Steinmeier zählte zur selben Zeit rund 6.600 Fans, die Doppelspitze von Bündnis 90/ Die Grünen, Claudia Roth und Cem Özdemir, scharte 4.600 respektive 5.900 Personen um sich. Und die Gallionsfiguren vom linken Rand, Oskar Lafontaine und Gregor Gysi, zählten 1.300 beziehungsweise 1.600 Unterstützer.

Höchstwahrscheinlich werden alle diese Profile nicht von den Spitzenpolitikern selbst verwaltet; doch dank der Transparenz des Internets können auf diesem Wege Diskussionen schneller in Gang gebracht werden als durch einen Brief, der im Posteingangsstapel der Abgeordnetenbüros landet. Ein konkretes Beispiel: Als vor einigen Wochen darüber diskutiert wurde, ob Europa den Vereinigten Staaten von Amerika wichtige Bankdaten zur Verfügung stellen sollte, äußerte ein Nutzer auf der Facebook-Seite von Bundeskanzlerin Angela Merkel Kritik an derartigen Plänen. Solche Meinungsäußerungen, die alle mitverfolgen können, verstärken den Druck. Was früher der Leserbrief war, ist heute das »Posting« im Netz. Das Ergebnis: Das Europäische Parlament lehnte – auch dank des deutschen Einsatzes – das geplante Abkommen mit den USA ab.

## DIE TÜCKEN DES INTERNETS

Doch die virtuelle Vernetzung birgt auch Tücken: Immer wieder ist von Datenmissbrauch zu hören. Kriminelle spionieren die Nutzer von sozialen Plattformen aus, um deren persönliche Angaben für Straftaten zu nutzen. Marketingstrategen bemühen sich, möglichst detaillierte Informationen über die verschiedenen Nutzergruppen zu erhalten, um diese sehr gezielt bewerben zu können. Manch

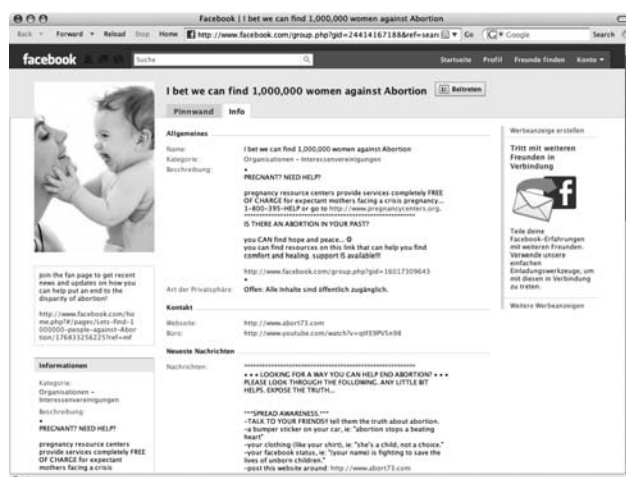
ein Gutgläubiger unterschätzt die Öffentlichkeitswirksamkeit einer Mitteilung auf Facebook und Co. derart, dass die Folgen mitunter ein dramatisch zu nennendes Ausmaß annehmen können. Ein eher skurriles Beispiel: Anfang Februar lud ein 15-jähriges Mädchen aus Nübel (Schleswig-Holstein), deren Eltern verweist waren, auf zwei Internet-Plattformen zu einer Party zu sich nach Hause ein. Statt der erwarteten zehn Gäste kamen rund 80 Personen, von denen das Mädchen viele nicht kannte. Alkoholisierte Jugendliche verwüsteten dabei das Haus des Mädchens so, dass die überraschte Gastgeberin die Polizei alarmieren musste, welche die Lage erst mit Verstärkung unter Kontrolle brachte.

Jedem Internetnutzer sollte daher klar sein, dass man im weltweiten Netz so gut wie keine Privatsphäre genießt. Deshalb sollte man nur solche Informationen ins Netz stellen, von denen man sicher weiß, dass man sie einer großen Öffentlichkeit mitteilen will.

## DER ONLINE-AUFTRITT ALS MARKENZEICHEN

Für Organisationen reicht es jedoch nicht aus, auf den sozialen Plattformen präsent zu sein. Auch die eigene Internetseite muss in das virtuelle Lobbying mit einbezogen werden. Manch eine deutsche Lebensschutzinitiative hat gute Gedanken und ist möglicherweise sogar bereits hervorragend vernetzt – doch die Präsenz im Internet lässt sehr zu wünschen übrig. Termine werden nicht aktualisiert, Pressemitteilungen nicht rechtzeitig online gestellt – so etwas bestrafen die Internetnutzer mit Ignoranz. Auch hier können die Deutschen, Österreicher und Schweizer von den US-Amerikanern noch eine Menge lernen.

Ein – unter dem Gesichtspunkt der Aktualität – gelungener Online-Auftritt ist die Internetseite der »American Life League«. Dort gibt es eine nahezu täglich aktualisierte Presseschau, das Angebot von RSS-Feeds (eine Art Newsticker, den man sich selbst zusammenstellen kann) sowie multimediale Angebote. Zwar gilt es zu berücksichtigen, dass die US-amerikanischen Pro-Life-Organisationen über weit höhere Spendenmittel verfügen als Lebensschutzorganisationen aus dem deutschsprachigen Raum. Das Erstellen und Aktualisieren einer Internetseite ist heute allerdings kinderleicht, so dass Geld keine Ausrede sein kann.



Facebook-Seite von amerikanischen Abtreibungsgegnern

## WAS KÖNNEN WIR TUN?

Bleibt die Frage: Was können wir nun tun? Hier ein paar Anregungen:

1. Jeder, der etwas erreichen will, sollte sich ein Profil in einem sozialen Netzwerk einrichten. Das größte und am schnellsten wachsende Portal mit weltweit über 400 Millionen Mitgliedern ist derzeit Facebook.
2. Dann gilt es, sich mit anderen Personen – sowohl Freunden und Bekannten als auch beispielsweise Politikern – zu vernetzen, das heißt, sie als virtuelle Freunde hinzuzufügen.
3. Das Wichtigste ist anschließend, aktiv zu bleiben. Mischen Sie sich in Diskussionen ein und setzen Sie selber Themen. Es braucht zwar nicht jeder eine Pro-Life-Gruppe gründen – sonst haben wir am Ende 10.000 Initiativen mit je einem Mitglied – aber man kann sich bestehenden anschließen.
4. Nutzen Sie das Internet, um Ihre politische Meinung kundzutun. Ein Leserbrief oder eine längere E-Mail an einen Bundestagsabgeordneten schreiben die meisten Menschen wohl nur in Ausnahmefällen. Im Netz reicht mitunter bereits eine kurze Mitteilung von zwei Sätzen, um eine Diskussion in Gang zu bringen.

## IM PORTRAIT

### Tobias-Benjamin Ottmar

Der Autor (Jahrgang 1985) arbeitet von



Essen aus als Redakteur für die Evangelische Nachrichtenagentur »idea«. Er ist Mitglied in vier sozialen Netzwerken.