

Im Internet Unterstützer finden und mobilisieren

Soziale Netzwerke gewinnen immer mehr Zulauf. Auch Politiker sind dort vermehrt mit einem eigenen Profil vertreten. Über die Bedeutung des Internets für die Lobbyarbeit sprach Tobias-Benjamin Ottmar für »LebensForum« mit Professor Dr. Wolfgang Stock. Der 50-jährige Kommunikationsexperte ist Geschäftsführer der Convinct GmbH, die unter anderem den Video-Podcast von Bundeskanzlerin Angela Merkel (CDU) initiiert hat.

LebensForum: Welche Bedeutung hat das Internet für die Lobbyarbeit?

Professor Wolfgang Stock: Es hat in den vergangenen Jahren eine sehr große Bedeutung gewonnen – und die Bedeutung nimmt jeden Tag weiter zu. Gerade wenn man die jüngere Generation zwischen 16 und 40 mobilisieren will, die am täglichen Leben in unserer Gesellschaft interessiert ist, kommt man um das Internet überhaupt nicht herum. Die Politik hat das sehr schnell begriffen, insbesondere die Bedeutung der Sozialen Netzwerke wie SchülerVz, StudiVz oder Facebook. Diese Plattformen haben in jüngster Zeit eine ganz große Durchschlagskraft bekommen. Allein in Facebook sind mehr als zehn Millionen Deutsche aktiv! Das Faszinierende ist, dass es auf diesem Weg unheimlich schnell und einfach ist, die Zielgruppe zu mobilisieren.

Wie gelingt die Mobilisierung?

Man braucht ein Thema, das Leute fasziniert, abschreckt oder anders bewegt. Das muss dann so interessant formuliert sein, dass Viele das zu ihrer Sache erklären, weiterverbreiten und andere Freunde und Bekannte mitziehen. Die Frage, ob mein Thema spannend ist oder nicht, entscheidet sich bereits im Netz. Die Politik registriert dann relativ schnell, ob es relevant wird.

Wie bekommt die Politik das mit?

Es gibt viele Politiker, die die Diskussionen direkt im Netz mitverfolgen. Der andere Weg ist, dass bei einer großen Bewegung schnell auch die herkömmlichen Medien darüber berichten. Jüngstes Beispiel ist die Diskussion um eine Son-

derbriefmarke für den Altbundeskanzler Helmut Kohl (CDU). Das fing mit einer kleinen Initiative auf Facebook an, die forderte, anlässlich des 80. Geburtstags des »Kanzlers der Einheit« am 3. April eine Sonderbriefmarke aufzulegen. Nach ein paar Tagen griff die »Bild« die Forderung groß auf, andere Medien zogen nach, bis es ein Thema in der Berliner Politik wurde.

Was ist der Vorteil des Lobbying im Internet?

Der entscheidende Punkt ist, dass man mit relativ wenig Kosten in kurzer Zeit eine sichtbare Bewegung starten kann. Man kann Tausende von Unterstützern mobilisieren, ohne viel Geld ausgeben zu müssen. Was man braucht, ist eine gut einleuchtende Idee und ein paar Leute, die wissen, wie das Handwerkszeug im digitalen Zeitalter funktioniert, die also

»Ob mein Thema spannend ist, entscheidet sich bereits im Netz.«

beispielsweise mit Videoclips oder einer Internetseite zur Aktion auf sich aufmerksam machen.

Haben Sie den Eindruck, dass Konservative die Chancen des Internets bereits ausreichend nutzen?

Ganz bestimmt nicht. Aber es gibt auch Ausnahmen wie zum Beispiel der Europaabgeordnete Martin Kastler (CSU). Er hat vor Kurzem mit meiner Unterstützung eine Online-Kampagne für den Sonntagsschutz gestartet (www.freier-sonntag.de). Innerhalb weniger Tage hat

er tausende Unterstützer für sein Anliegen gefunden, den Sonntag in allen EU-Ländern als Feiertag zu schützen.

Wie sieht es mit dem Thema Lebensschutz aus? Kann man die Leute dafür noch interessieren?

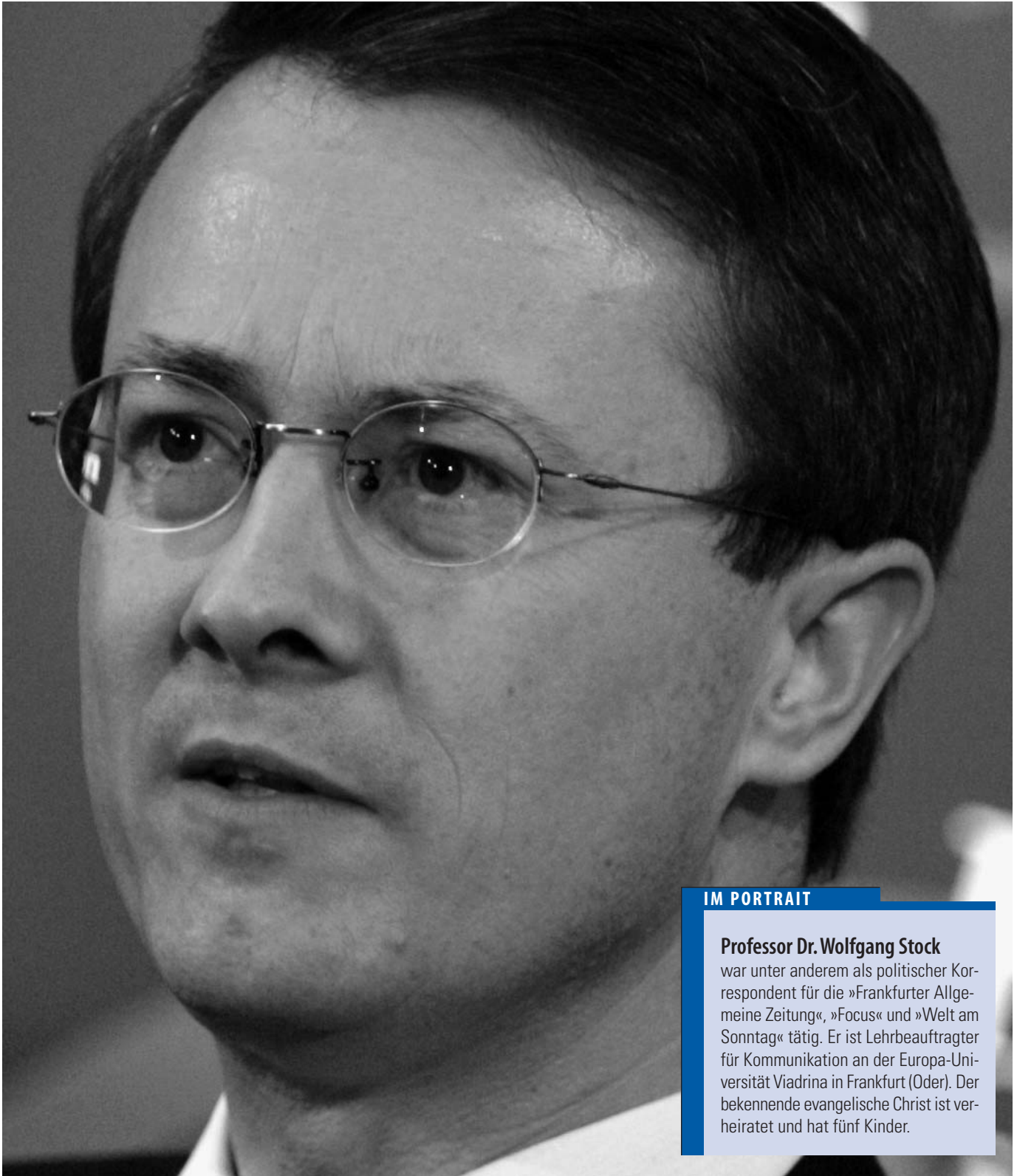
»Die« Leute gibt es nicht. Das Tolle am Internet ist, dass man auch mit angeblichen Minderheitenthemen viele Men-

»Tausende Unterstützer mobilisieren, ohne viel Geld auszugeben.«

schen erreichen und um sich scharen kann. Lebensschutz ist leider noch nicht ein Mehrheitsthema, aber sehr viele Menschen treibt es um – und genau die kann man im Internet finden und mobilisieren. Ich würde sie kaum finden, wenn ich eine teure Anzeige in der Tageszeitung schaltete oder eine Pressemitteilung verfasste. Die landet dann möglicherweise bei einem Redakteur, der mit dem Thema nichts anfangen kann oder eine andere Auffassung vertritt und das Anliegen der Lebensschützer somit blockiert. Durch das Internet ist man aber nicht mehr darauf angewiesen, dass ein bestimmter Journalist das Thema aufgreift – man kann die Sache selbst zum Thema machen.

Viele Politiker haben ein eigenes Profil in den Sozialen Netzwerken. Hat es Sinn, ihnen auf diesem Weg meine Meinung zu bestimmten Sachverhalten mitzuteilen?

Es gibt zwei Kategorien von Politikern: Die einen lassen ihr Profil im Netz von ihren Mitarbeitern betreuen. Die anderen



IM PORTRAIT

Professor Dr. Wolfgang Stock

war unter anderem als politischer Korrespondent für die »Frankfurter Allgemeine Zeitung«, »Focus« und »Welt am Sonntag« tätig. Er ist Lehrbeauftragter für Kommunikation an der Europa-Universität Viadrina in Frankfurt (Oder). Der bekennende evangelische Christ ist verheiratet und hat fünf Kinder.

sind selbst aktiv und nehmen die Stimmung im Internet als Seismograf auf. Die letztere Gruppe ist sehr sensibel und direkt ansprechbar. Aber auch die andere Gruppe registriert über ihren Mitarbeiter, was online vonstattengeht. Es ist somit sehr viel Erfolg versprechender, diesen Weg zu wählen, als zum Beispiel einen Brief zu schreiben. Denn so bekommen es auch viele andere online mit, dass ich

mich an einen Politiker gewendet habe. So entsteht im Internet der Druck für den Abgeordneten, Stellung zu beziehen, da auch andere Nutzer darauf warten. Der CDU-Generalsekretär Hermann Gröhe hat beispielsweise über 1.400 Freunde auf Facebook. Wenn ihm dort eine kritische Frage gestellt wird, ist der Druck groß, darauf zu antworten – und er tut es auch.

Ihr Plädoyer ist also ...

... ganz klar: ins Netz zu gehen, sich dort zu engagieren, die Kommunikations-Chancen zu nutzen. Das ist selbst im hohen Alter möglich. Meine Eltern gehen beispielsweise auf die 80 zu und haben sich vor kurzem ein Profil auf Facebook angelegt!

Vielen Dank für das Gespräch!