

Pressemitteilung

Politik im Web 2.0: Die Methode Obama

Fortführung der Diskussionsreihe „America Reloaded“ im Hebbel-Theater

Berlin, 12. Oktober 2009

„Its the message, stupid!“ Mit diesem abgewandelten Clinton-Zitat brachte Thomas Gensemer seine Botschaft auf den Punkt: Ohne Inhalte würden die ausgefeiltesten Online-Instrumente wirkungslos bleiben. Der Erfolg von Barack Obamas Online-Kampagne beruht darauf, dass mit Online-Instrumenten wahre Geschichten vom Leben an der Basis gefunden wurden. Diese „Stories“ sind dann zur Identitätsbildung einer Grass Roots Bewegung online zurückgespielt worden. Das Geheimnis politischer Kommunikation sei, so Gensemer, Stories aus dem Volk als Stories einer Community zu erzählen.

„Politik im Web 2.0: Die Methode Obama“ war – knapp zwei Wochen nach der Bundestagswahl – das Thema der zweiten einer Reihe von sechs Veranstaltungen, die der Freundeskreis Amerika Haus Berlin e.V. mit finanzieller Unterstützung der Bundeszentrale für politische Bildung bis März im Hebbel-Theater anbietet.

Eingeleitet wurde die Fortführung der Diskussionsreihe „America Reloaded“ von Thomas Gensemer. Leidenschaftlich stellte der Geschäftsführer von Blue State Digital und Mastermind hinter Barack Obamas außerordentlich erfolgreicher Online-Kampagne als Bewerber um die Präsidentschaft 2008 die zugrunde liegenden strategischen Überlegungen dar. 13 Millionen Anhänger im Web, 500 Millionen Dollar durch Online-Spenden waren ein Ergebnis, dass nicht mit herkömmlichen und bekannten Konzepten zu erreichen gewesen wäre. In einer Tour de Force nahm der Amerikaner die über 100 Zuhörer und Zuhörerinnen mit auf den Weg und erzählte, was Blue State Digital anders und die Teams von Hilary Clinton im demokratischen und von John McCain im republikanischen Lager nicht geschafft hatten. Keinem anderen war es gelungen, eine breite Schicht von Aktivisten zu mobilisieren, keinem anderen Bewerber-Team, eine echte Online-Community zu schaffen. Und keinem – außer eben Obamas Team – sei es gelungen, die Online- mit der Offline-Kommunikation zu verbinden, so der Chef von Blue State Digital. Besonders diesen Punkt hämmerte Gensemer seinem Publikum immer wieder ein: Keinen Bruch zwischen dem, was online vermittelt wird und dem, was auf den Straßen und Plätze, von Haustür zu Haustür und was tatsächlich auf kommunaler Ebene passiert!

Was lässt sich auf Deutschland übertragen? Welche Erfahrungen sind mit dem Medium Internet im Zuge des Online-Wahlkampfes zur Bundestagswahl 2009 gemacht worden. Die anschließende Diskussionsrunde ging die Frage in großer Sachlichkeit an. Neben Thomas Gensemer und dem Experten für Mund-zu-Mund-Propaganda und Online-Marketing Martin Oetting hatte Carsten Bösel, der für den Freundeskreis die Veranstaltung moderierte, mit Robert Heinrich und Stefan Hennewig zwei Gäste geladen, die ausgewiesene Praktiker auf dem Gebiet Online-Wahlkampf sind. Robert Heinrich ist Leiter der Öffentlichkeitsarbeit von BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN, Stefan Hennewig verantwortete den Online-Wahlkampf 2009 der CDU.

Einig war sich die Runde darin, dass der „Mitmachwahlkampf“, wie Robert Heinrich es formulierte, in Deutschland noch in den Kinderschuhen stecke. „Der Weg geht jedoch unverkennbar in Richtung eines verstärkten Online-Engagements bei allen Parteien und in den kommenden Jahren“, so Stefan Hennewig. „Bereits 2005 hat die CDU mit dem „Team Zukunft“ eine Online-Strategie gefahren. Aber erst in dem gerade abgelaufenen Wahlkampf haben wir mit der Plattform „TeAM“ (Team Angela Merkel) durchaus zufriedenstellende Ergebnisse, was die Zahlen der Unterstützer und was die Zugriffe angeht, erhalten.“

Martin Oetting wies auf grundsätzliche Unterschiede zu den USA hin und zeigte damit die Grenzen einer Übertragbarkeit auf. „Die USA sind vom American Dream geprägt: Jeder einzelne ist aufgerufen, diesen für sich zu verwirklichen. Das führt zu einer ganz eigenen, us-typischen Mobilisierungsbereitschaft bei den Bürgern und Bürgerinnen. Deutschland ist dagegen ein ‚Anti-Traum‘“, so der Experte für Online-Marketing.

Allerdings dürfe man auch nicht nur neidisch auf die USA blicken, mahnte Robert Heinrich. „‘Word-of-Mouth‘ ist an sich nicht neu. Die Parteiendemokratie lebt seit jeher von der Bereitschaft ihrer Mitglieder, sich aktiv und persönlich zu engagieren. Ohne diese Basisarbeit ist parteipolitische Arbeit erst möglich. In der Mitgliedschaft zu einer Partei besteht auch die Grenze dessen, was online angeboten werden kann: Wer mitentscheiden will, muß beitreten.“ Außerhalb, so Heinrich und Hennewig in parteiübergreifender Einigkeit, könne es nur „Mitreden“ geben. „Als Möglichkeit, zu prüfen, wie politische Botschaften ankommen, ist das Web 2.0 allerdings ein unschätzbare Kanal für alle Parteien. Diesen Kanal für den Dialog zu nutzen, das ist die Perspektive und hier kann man viel von den USA lernen“, stellte Heinrich klar.

Über eine Sache gab es gar keinen Dissens unter den Gästen: Das schlechte Image des Internets im Allgemeinen und der Online-PR-Instrumente im Besonderen läge an der Berichterstattung durch Print-Journalisten. Stefan Hennewig brachte es auf den Punkt mit der Klage: „Journalism 1.0 meets Web 2.0.“

Die nächste Veranstaltung der Reihe „America Reloaded. Ein Jahr Barack Obama“ wird am 16. November 2009 im HAU 2 stattfinden. Das Thema ist Mauern zwischen Menschen. Bereits bevor seinem Amtsantritt hat Barack Obama in seiner berühmten Rede an der Siegestsäule in Berlin erklärt, dass weder die Mauern zwischen arm und reich, noch jene zwischen Ethnien und Völkern, zwischen Einheimischen und Migranten, zwischen Christen, Muslimen und Juden Bestand haben dürfen und eingerissen werden müssen. Im Kontext des 20. Jahrestages der Überwindung der Berliner Mauer widmen sich in der dritten Folge der Veranstaltungsreihe „America Reloaded“ die politische Beraterin, Fotografin und Autorin Alexandra Novoseloff, der Journalist und Filmemacher Thierry Denis, der Architekt und Stadtplaner Sami Mura und die Architektin, Stadtplanerin und Musikerin Anna Grichting in Bild und Ton den physisch noch existierenden Mauern in der Welt und diskutieren Ideen zu deren Überwindung. Welche Rolle spielt Barack Obamas Politik für die Überwindung der Mauern in Korea, Palästina und im eigenen Land? Inwieweit kann Obama seinen hohen politischen Anspruch vor dem Hintergrund tagespolitischer Interessen halten?

Weitere Informationen zur Reihe „America Reloaded“ und zum Freundeskreis Amerika Haus Berlin e.V. finden Sie unter www.america-reloaded.de bzw. www.amerika-haus-berlin.de.

Die Termine im Überblick:

- 21/ 09/ 2009 Auf Augenhöhe? US-Entwicklungspolitik unter Barack Obama
- 11/ 10/ 2009 Politik im Web 2.0: Die Methode Obama
- 16/ 11/ 2009 Walls between People - Mauern zwischen Menschen
- 01/ 2010 Zum ersten Mal ein Afro-Amerikaner als US-Präsident
- 02/ 2010 A Green New Deal? Vision für eine Neuausrichtung der Wirtschaft
- 03/ 2010 Kampf dem Klimawandel! Die USA zurück im Konzert der Verantwortlichen?

Ihr Ansprechpartner:

Christopher Hayes

Presse und Öffentlichkeitsarbeit | Veranstaltungsreihe „America Reloaded“

Mobil: 0160 / 94 64 70 63 | hayes@amerika-haus-berlin.de | www.america-reloaded.de