

Hajo Diekmannshenke

Was meint der Wähler? Die Nutzung webbasierter Kommunikationsangebote im Bundestagswahlkampf 2013

1 Politikverdrossenheit im Sommerloch – Wählerinnen und Wähler 2013

„Sommerloch mit Smogwirkung“ titelt der *Tagesspiegel online* am 15. August 2013, 39 Tage vor der Bundestagswahl. Und weiter seine Diagnose:

Und die in allen Zeitungen zumindest in Worte gefasste „heiße Wahlkampfphase“ ist bisher alles, nur eben nicht heiß. Allenfalls kantinenwarm. Wenn überhaupt. Das dürfte ganz im Sinne der Kanzlerin sein, die souverän sämtliche Umfragen und Sympathieskalen anführt und eben davon profitiert, dass kein Thema mit Wahlkampfpotenzial aufs werkmüde Parkett der politischen Arena fällt. So bleibt es im politischen Berlin vermutlich noch bis in den September hinein zäh, still und sommerlich. Vorerst. (<http://www.tagesspiegel.de/meinung/wahlkampf-2013-sommerloch-mit-sogwirkung/8640818.html>)

Nicht nur der *Tagesspiegel*, auch andere Zeitungen attestieren den Parteien einen langweiligen Wahlkampf, dem vermutlich erst die letzten Prognosen in der Woche vor der Wahl wieder etwas Spannung verliehen haben. Und wenn es auf der Seite der Grünen heißt: „Wir freuen uns auf den Wahlkampf. Und Du?“, dann könnte man dieser Aussage gegenüberstellen, was Konstantin Winkler twittert: „Ich glaub, ich war selten so politikverdrossen wie dieses Jahr“. (<https://twitter.com/Konni>)

In kaum einer Zeit des Jahres werden Wählerinnen und Wähler so umworben wie in Wahlkampfzeiten. Wie die großen und kleinen Parteien dies tun, zeigen die anderen Beiträge dieses Aptom-Heftes, aber wie sieht der Wähler selbst das? Und wie nutzt er in Zeiten des Internets und des damit verbundenen Internetwahlkampfes die vielen Kommunikationsmöglichkeiten, die das Internet bietet? Findet wenigstens hier eine politische Diskussion statt, nutzt er die ihm und ihr gebotenen Möglichkeiten, oder muss man mit Konstantin Winkler wirklich die zitierte Politikverdrossenheit konstatieren? Dies soll im folgenden Beitrag untersucht werden.

Blickt man auf die Bundestagswahlkämpfe seit dem Ende der 90er Jahre zurück, so kann grundsätzlich festgehalten werden, dass die jeweils aktuellen webbasierten Kommunikationsformen schnell ihren Platz im jeweiligen Wahlkampf gefunden haben. Spielten anfangs neben der E-Mail als dem zentralen Internet-Kontaktmedium elektronische Gästebücher (Diekmannshenke 2006) und Politik-Chats (Diekmannshenke 2001; 2005; 2013) (neben unterhaltsamen Politainment-Angeboten; Diekmannshenke 2007)