

POLITIKA BERLIN



FAIRNESS TRANSPARENZ QUALITÄT

# Digital Wahl

Sind die Berliner Parteien fit für die digitale Zukunft?

## Inhalt

---

<b>I.</b>	<b>Vorwort</b>	03
<b>II.</b>	<b>Digital Wahl</b>	04
<b>III.</b>	<b>Fit für die Digitale Gesellschaft?</b>	06
<b>IV.</b>	<b>Parteien im Vergleich</b>	07
	<i>.I</i> <i>SPD Berlin</i>	10
	<i>.II</i> <i>CDU Berlin</i>	12
	<i>.III</i> <i>PDS Berlin</i>	14
	<i>.IV</i> <i>Bündnis90/Die Grünen Berlin</i>	16
	<i>.V</i> <i>FDP Berlin</i>	18
<b>V.</b>	<b>Der Weg nach Vorne</b>	20
<b>VI.</b>	<b>Nachwort</b>	22

Politika Berlin ist ein unabhängiger Verein und politische Projektplattform und wurde 2006 in Berlin gegründet. Wir kümmern uns um aktuelle politische Herausforderungen und nehmen uns der Anliegen der nachwachsenden Generation an.

Website:               [www.politika-berlin.de](http://www.politika-berlin.de)               [info@politika-berlin.de](mailto:info@politika-berlin.de)

Herausgeber und Leitung: Malte Mau

Redaktion und Text: Malte Mau und Timo Fischer

## I. Vorwort ...

---

### Die Chancen zum Dialog konsequent nutzen


Die Wahlen in Berlin haben wiederum keine Trendwende gebracht. Die Wahlbeteiligung weiter in historischen Tiefen, die Politikverdrossenheit junger Menschen ein fester Bestandteil der politischen Kultur und rechtspopulistische Parteien in den Berliner Bezirksparlamenten.

Die Politik muss wieder aktiv auf die Bürger zugehen, Inhalte interessant vermitteln und zur Beteiligung motivieren. Mit dem Projekt und der hier vorliegenden Publikation *Digital Wahl* stellt Politika Berlin heraus, dass die Berliner Parteien zwar das Internet nutzen, Interaktivität, die Stärke des Mediums, wird aber oftmals nur ansatzweise oder ungenügend im Dialog mit der Gesellschaft eingesetzt.

Vorrangig wird das Internet noch als ein Massenmedium gesehen, mit dem nicht der Dialog gesucht wird, sondern das primär zur Vermittlung von parteispezifischen Inhalten Verwendung findet. Eine zeitnahe Strategie, die den Dialog mit der Gesellschaft sucht und eine reichhaltige Informationsvermittlung durch ein auf Partizipation und Interaktivität abzielendes Angebot vereinbart, muss in der parteipolitischen Arbeit verankert sein – auch über die Wahl hinaus.

Die Politik muss fit für die digitale Zukunft gemacht werden. Sie muss wieder für die Bürger und die nachwachsende Generation attraktiver werden und zur Partizipation motivieren. Die dahingehenden Ansätze in der Politik sind zu begrüßen. Wie weit die Parteien sind und was noch getan werden muss, gehen wir in diesem Text nach und wünschen Ihnen eine anregende Lektüre.

Mit freundlichen Grüßen

A handwritten signature in blue ink, consisting of several sweeping, connected strokes that form a stylized name.

---

Malte Mau

## II. Digital Wahl ...

---

Wie fit sind die Parteien Berlins für die digitale Zukunft? Mit diesem Projekt ergründen wir, ob die neuen Kommunikationswege im Internet von den Parteien intelligent nutzbar gemacht werden, um Bürger reichhaltig zu informieren, zu involvieren und zur Wahl zu ermutigen.

Die Kommunikation nimmt einen immer höheren Stellenwert in unserer Gesellschaft ein. Daraus folgt, dass die Bedeutung von Form und Inhalt in der politischen Kommunikation ebenfalls an Wichtigkeit gewinnt. Das Internet stellt sich immer mehr als Informationsquelle aber auch als Schnittstelle zwischen Bürgern und Politik heraus. Es ist das politische Gateway der Zukunft, welches von der Politik mit einem attraktiven Angebot ausgestattet werden muss, um die Bürger an einen aktiveren Dialog heranzuführen und für eine konstruktive Auseinandersetzung mit politischen Inhalten zu gewinnen

Für die Bestandsaufnahmen des Online-Auftrittes der 5 im Landtag vertretenden Berliner Parteien während des Wahlkampfes, haben wir die Wahlsites der Parteien, die Sites der Spitzenkandidaten und die Wahlprogramme nach Inhalt, Design und Interaktivität bewertet. Zwar existieren in der Größe der Landesverbände und Organisationsstrukturen der Parteien Unterschiede, uns geht es hierbei jedoch maßgeblich darum, positive Trends und Entwicklungen aufzuzeigen und Impulse für einen zukunftsfähigen Dialog zwischen Politik und Gesellschaft zu geben.

### **Mehr Kommunikation, weniger Partizipation ...**

In der politischen Kultur der westlichen Staaten beschreiben zwei Trends die Dynamik, mit der sich moderne Demokratien am Anfang des 21. Jahrhundert konfrontiert sehen:

- Das Entstehen neuer Kommunikationsstrukturen und Netzwerke durch die fortschreitende Digitalisierung von Kommunikation und Gesellschaft.
- Ein zunehmender Vertrauensverlust der Bürger in die Politik und deren Gestaltungsfähigkeit, einhergehend mit politischen Desinteresses und sinkender Partizipation.

Die fortschreitende Digitalisierung stellt eine der bedeutendsten Transformationskräfte heutzutage dar. Sie schafft neue Paradigmen und Herausforderungen und verwebt die sozialen Fasern in immer weiterführenden Netzen, die unsere Kommunikation sowie Gesellschaft zusammenhalten. Die so

freigesetzten Kräfte eröffnen neue Potentiale, die es besonders für die Stärkung der Gesellschaft und Demokratie zu nutzen gilt.

### **Potentiale aktivieren ...**

Schon heute ist im Internet eine hohe Qualität an Informationen in großer Quantität einer immer größer werdenden Öffentlichkeit, der digitalen Gesellschaft, zugänglich. Dennoch besteht und verstärkt sich der Trend der Politikverdrossenheit – nicht nur aber auch im besonderen Maße unter den Jugendlichen, die das Fundament der Gesellschaft von Morgen bilden.

Diese Wahlen im September 06 haben wiederum keine Trendwende bei der Wahlbeteiligung gebracht. Die Politikverdrossenheit junger Menschen ist weiterhin ein beklagenswerter fester Bestandteil der politischen Kultur und rechtspopulistische Parteien haben es sogar in die Berliner Bezirksparlamente gebracht.

Die Politik, anstelle Politikverdrossenheit zu reklamieren, muss die eingeschlagenen Wege in die digitale Gesellschaft nun konsequenter weiter gehen. Es müssen neue Zeichen gesetzt, die Nähe zu den Bürgern und das Vertrauen in die Politik wieder hergestellt werden. Eine zeitnahe Strategie zur Vermittlung politischer Inhalte muss ebenso wie ein auf Partizipation und Interaktivität abzielendes Angebot im Zentrum der parteipolitischen Arbeit verankert werden – auch über die Wahl hinaus.

### **Ziel von Digital Wahl ...**

Mit dem Projekt streben wir eine Bestandsaufnahme zur Qualität der politischen Kommunikation der Berliner Parteien im Netz an. Unser Hauptaugenmerk richten wir dabei darauf

- Welche Qualität das Informationsangebot Berliner Parteien auf Ihren Internetseiten hat und wie sie ihre Wahlprogramme und Wahlschwerpunkte kommunizieren?
- Ob es den Berliner Parteien gelingt, nicht nur Inhalte anzubieten sondern diese auch benutzerfreundlich und ansprechend über ihre Webseiten zu vermitteln?
- Bieten die Berliner Parteien den Bürger und Besucher Ihrer Webseiten ein attraktives interaktives Angebot, um bestmöglich Transparenz, Bürgernähe und eine aktive Auseinandersetzung mit politischen Themen zu gewährleisten?

Wir hoffen mit diesem Projekt, das Augenmerk auf bestehende Potentiale und erfolgreiche Strategien in der politischen Kommunikation zu lenken und somit auch einen Beitrag zur Förderung einer starken und engagierten Gesellschaft zu leisten.

### **III. Fit für die Digitale Gesellschaft? ...**

---

Die Berliner Parteien haben die neuen Möglichkeiten, die das Internet im Wahlkampf sowie der politischen Kommunikation bietet, erkannt und versuchen diese auch zu nutzen. Alle Parteien haben umfangreiche Parteiensites und Wahlkampfportale eingerichtet. Wichtige Schritte in die richtige Richtung sind schon gemacht. Dennoch, es besteht noch Handlungsbedarf, um die Politik fit für die digitale Gesellschaft zu machen.

Herauszuheben sind hierbei die Aspekte der Interaktivität, die Stärke des Mediums Internet. Diese werden trotz ihrer Bedeutung und Potentials von den Parteien nur ansatzweise oder nur ungenügend für die politische Kommunikation nutzbar gemacht. So sind zwar tägliche Podcasts sowie Weblogs in diesem Wahlkampf zu sehen gewesen. Dies ist eine begrüßenswerte Entwicklung, denn sie ermöglichen den Bürgern einen direkteren Bezug zu den Parteien, ihren Inhalten und ihren Kandidaten herzustellen. Die Integration dieser und vieler anderer Features, die auf mehr Interaktivität und Transparenz abzielen, wird jedoch nicht genug ausgeschöpft.

Um dem um sich greifenden politischen Desinteresses entgegenzuwirken, müssen diese neuen Kommunikationsformen gewinnbringend eingesetzt werden. Nicht nur während des Wahlkampfes sondern auf einer alltäglichen Basis, um Politik für die große Masse der Bürger langfristig wieder attraktiver zu machen. Die Verbindung dieser interaktiven Elemente zur Vermittlung der zum Teil umfangreichen Materialien über den Wahlkampf, Informationen über die politischen Themen in der Hauptstadtpolitik sowie über die parteipolitischen Schwerpunkte sollte in der Zukunft noch weiter ins Zentrum des Interesses und Engagements der Parteien rücken.

Besonders gilt dies allerdings hinsichtlich der nachwachsenden Generation, die zum einen selbst die neuen Standards definiert, diese aber auch einfordert. Um die heutigen aber im Besonderen die zukünftigen Bürger weiterhin erreichen und für eine aktive gesellschaftliche Teilhabe an der Politik gewinnen zu können, müssen die Politik und die Parteien dafür Sorge tragen, auf die Verhältnisse und Bedürfnisse der Gesellschaft zu reagieren. Sie muss, um nachhaltig Politik gestalten zu können, sich weiterhin weg von der reinen Vermittlung politischer Inhalte bewegen und statt dessen noch stärker auf einen aktiven Dialog mit der Gesellschaft setzen. Die geeigneten Kommunikationsmittel stehen bereit.

## IV. Parteien im Vergleich ...

---

Die Bewertungen in einer 6erSkala von *exzellent* (6) bis *nicht vorhanden* (1) in den einzelnen Kategorien zu den Sites und dem Wahlkampfprogramm basieren auf einer von Politika Berlin durchgeführte Bestandsaufnahme. Darin wurden mit 0 (ein Feature ist nicht vorhanden) über 1 (ein Feature ist vorhanden) bis 2 (ein Feature wird exzellent umgesetzt) die Auftritte der Parteien im Netz bewertet.

exzellent	sehr gut	gut	ausbaufähig	stark ausbaufähig	nicht vorhanden
☺ ☺ ☺ ☺ ☺ ☺	☺ ☺ ☺ ☺ ☺	☺ ☺ ☺ ☺	☺ ☺ ☺	☺ ☺	☺

In den drei Kategorien wurden zu den jeweiligen Schwerpunkten bewertet.

### **Inhalt ...**

Wird der Besucher der Website umfassend in die parteipolitischen Inhalte und Programmpunkte eingeführt? Wie schnell einsehbar und benutzerfreundlich wird über die Politik, die Vorhaben der Partei und den Spitzenkandidaten informiert? Die Daumenregel lautet: Eine hohe Qualität sowie Quantität des Inhaltes.

### **Design ...**

Ausschlaggebend in dieser Kategorie sind Aufbau und Struktur der Website. Wo und in welcher Weise werden Informationen über die Bezirke, Inhalte und Kandidaten angeboten und existiert eine benutzerfreundliche Sitestruktur. Eine einfache Navigation sowie übersichtliche Präsentation des Inhaltes sind dabei natürlich von besonderer Wichtigkeit.

### **Interaktivität ...**

Das Internet wird zunehmend auch für die Politik zu einem zentralen Medium. Der direkte Kontakt zu den Bürgern kann so unterhalten bzw. ausgebaut werden. Deshalb sind Features wie Kontaktmöglichkeiten, Diskussionsforen, zentrale Ansprechpartner, Blogs und Chatmöglichkeiten von Interesse, um mit der Zeit gehend Politik vermitteln zu können.

Die Bewertung von Wahlkampfauftritt und Informationsangebot der Berliner Parteien lässt erkennen, dass das Internet als Plattform für die Vermittlung politischer Inhalte eine nicht zu verkennende Bedeutung beigemessen wird. Websites als Instrument im Wahlkampf werden von den Parteien allerdings noch verstärkt für eine einseitige Kommunikation von der Politik an den Bürger benutzt. Eine Ausrichtung, die auf einen beidseitigen Dialog sowie eine aktive Heranführung des Bürgers an politische Themen und die Wahlen und somit gezielt die auf die Beteiligung des Bürgers setzt, ist jedoch zumeist nur ansatzweise vorhanden oder zumindest ausbaufähig.

	SPD	CDU	PDS	FDP	Grüne
<b>Kampagnensites</b>					
<i>Inhalt</i>	☺☺☺☺	☺☺☺	☺☺☺☺☺	☺☺☺☺	☺☺☺☺
<i>Design</i>	☺☺☺☺☺	☺☺☺☺	☺☺☺☺☺	☺☺☺☺	☺☺☺☺
<i>Interaktivität</i>	☺☺☺	☺☺	☺☺☺☺	☺☺	☺☺☺☺
<b>Kandidatensite</b>					
<i>Inhalt</i>	☺☺☺☺	☺☺☺	☺☺☺☺	☺☺☺	☺☺☺
<i>Design</i>	☺☺☺☺	☺☺☺☺	☺☺☺☺☺	☺☺☺☺	☺☺☺☺
<i>Interaktivität</i>	☺☺	☺☺	☺☺☺	☺☺	☺☺☺
<b>Programm</b>					
<i>Inhalt</i>	☺☺☺	☺☺☺☺	☺☺☺	☺☺☺☺	☺☺
<i>Design</i>	☺☺	☺☺☺☺	☺☺☺	☺☺☺☺	☺☺
<b>Gesamtbewertung: Fit für die digitale Zukunft?</b>					
<i>Websites</i>	☺☺☺☺	☺☺☺	☺☺☺☺☺	☺☺☺	☺☺☺☺
<i>Programm</i>	☺☺☺	☺☺☺☺	☺☺☺	☺☺☺☺	☺☺

Abb.1: Parteien im Vergleich: Inhalt, Design, Interaktivität

## Die Wahlkampfportale ...

Eine übersichtliche und schnell navigierbare Darstellung der programmatischen Schwerpunkte zur Wahl ist bei den meisten Parteien vorhanden. Sie ist allerdings hinsichtlich Benutzerfreundlichkeit und der Integration in das Contentangebot der Websites noch ausbaufähig. Auf allen Websites wird auf das aktuelle Programm der Wahl verwiesen, wünschenswert wäre allerdings eine zum Teil kategorischere Aufarbeitung und übersichtlicherer graphische Darstellung der Wahlprogramme. Während die Seiten der PDS, FDP und der SPD aber auch die der Grünen dies schon umzusetzen versuchen, ist eine direkte Aufarbeitung des Wahlprogramms bei der CDU noch stark ausbaufähig.

Ein interaktives Angebot, welches den direkten Kontakt der Bürger zu ihren Politikern ermöglicht, wie Kandidatenchats und Blogs sind nur ansatzweise in die Websites integriert. Ein Umdenken diesbezüglich ist aber zu erahnen. Die PDS und die Grünen stechen dabei mit ihrem Angebot von täglichen Podcasts und ihren Blogs hervor. Strukturierte und öffentliche Chatmöglichkeiten sind, außer ansatzweise in den Blogs, nicht vorhanden. Maßgeblich wird durch die traditionellen und wenig auf Interaktivität abzielenden Kontaktformulare versucht, dies abzudecken. Auch ist ein Mangel eines auf den User abzielenden Angebotes, das dazu anreizt, sich mit Inhalten auseinanderzusetzen und auf der Site nicht nur zur reinen Informationssuche zu verweilen, zu attestieren.



## **Die Kandidatensites...**

Besonders hervorstechend ist die Tatsache, dass die Kandidatensites parteiübergreifend im Vergleich zu den anderen Wahlkampfportalen und Kampagnensite inhaltlich und interaktiv noch ausbaufähig sind.

Die Site vom PDS Spitzenkandidaten Harald Wolf hebt sich von dem stark persönlichkeitsbetonten Trend der Kandidatensites ein wenig ab und die Grünen, mit ihrem auf der Site integrierten Blog, setzten ebenso einige positive Akzente. Dennoch, Möglichkeiten des direkten, interaktiven Kontakts zu den Kandidaten oder ein Angebot von Chats, Foren oder ähnliches werden kaum angeboten. Die Kandidaten kommunizieren sich, ein aktiver Dialog wird kaum gesucht.

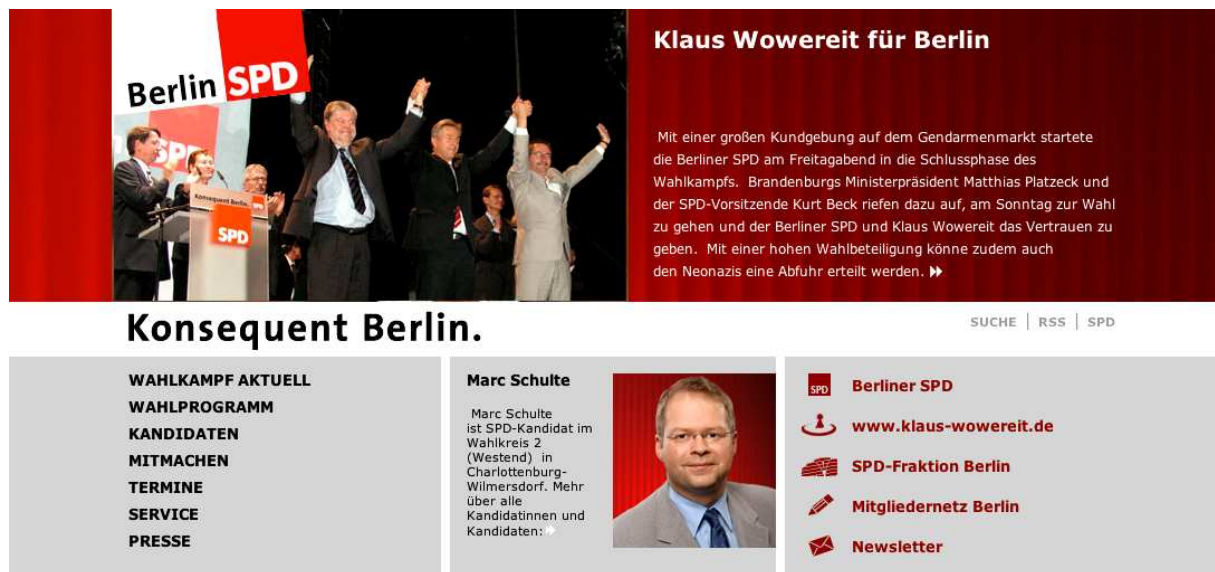
Vom Design und inhaltlich dominieren auf den Kandidatensites große Fotos der Kandidaten, einige inhaltliche Eckpunkte sowie persönliche Daten und Termine. Im Zentrum steht der Spitzenkandidat in einer auf Persönlichkeit und Image abzielenden Kommunikationsstrategie. Zu Begrüßen ist das Angebot über zahlreiche Publikationen sowie Audio und Videodownloads auf der Site des CDU Spitzenkandidaten Friedbert Pflüger. Dennoch dominiert auch hier, wie bei den anderen Kandidatensites, der Eindruck, dass die Möglichkeiten, den Kandidaten sowie seine Qualifikationen und Themenschwerpunkte zu ergründen, aber auch besonders die Integration interaktiver Komponenten noch ausbaufähig sind.

## **Die Wahlkampfprogramme ...**

Die größten Defizite sind jedoch in den zum Download angebotenen Wahlprogrammen zu finden, die bekanntlich das Herzstück der zu vermittelnden Politik darstellen sollten. Außer der FDP hat keine Partei eine übersichtliche Kurzzusammenfassung im Angebot. Wahrscheinlich mutmaßend, dass die Programme nicht oft gelesen werden, wurden zum Teil keine Inhaltsverzeichnisse erstellt, das Schriftbild dominieren lange Paragraphen; das Auge erhält kaum die Zeit, sich in der Textschwemme zu orientieren noch zu erholen.

Auch wenn Programme ausführlich sein sollten, muss es dennoch das Anliegen der Politik sein, diese Programme an das Online-Medium anzupassen und lesefreundlich, klar strukturiert und auf den Punkt gebracht zu präsentieren. Insbesondere vor dem Hintergrund, dass wahlspezifische Themen oftmals nur graphisch oder inhaltlich unzureichend auf den Websites aufgearbeitet worden sind. Die FDP setzt dicht gefolgt von der CDU im innerparteilichen Vergleich noch die besten Akzente, während die Grünen sowie PDS weit hinter der Qualität ihrer Websites zurückbleiben und die SPD ein zwar kurzes doch schmuckloses Dokument online anbietet.

## SPD Berlin ...



The screenshot shows the SPD Berlin website. At the top, there is a large image of a campaign event with the headline "Klaus Wowereit für Berlin". Below the image is a navigation menu with the following items: WAHLKAMPF AKTUELL, WAHLPROGRAMM, KANDIDATEN, MITMACHEN, TERMINE, SERVICE, and PRESSE. To the right of the menu is a profile for Marc Schulte, an SPD candidate in the 2nd electoral district (Westend) in Charlottenburg-Wilmersdorf. Further right are links for Berliner SPD, www.klaus-wowereit.de, SPD-Fraktion Berlin, Mitgliedernetz Berlin, and Newsletter. The page also features a search bar and RSS/SPD links.

Über die Site der Berliner SPD wird man automatisch auf das Online-Kampagnenportal weitergeleitet. Der Auftritt der Berliner SPD wirkt dort geschlossen vom Design und Inhaltsangebot. Die blockartige Anordnung der Komponenten ist etwas gewöhnungsbedürftig, ermöglicht allerdings eine übersichtlich Darstellung des Inhaltes und eine einfache vertikale Navigation.

Hauptanliegen der SPD ist die Kommunikation ihrer Inhalte und die Präsentation von Ihrem Spitzenkandidaten „Wowereit für Berlin“. Das Wahlprogramm ist prominent platziert und kann nach den verschiedenen Rubriken eingesehen werden. Leider findet man als Text dort einen wenig lesefreundlich aufbereiteten langen Text. Innovativ ist das Wowi-Bär-Quiz und herauszuheben sind die umfangreichen Informationen zum Wahltag und zur Stimmenabgabe.

Negativ ist, dass es zwar einen RSS-Feed gibt, allerdings ein interaktives Angebot größtenteils nicht vorhanden ist. So ist kein Blog zu finden, Services wie Podcast oder Kandidatenchats gibt es leider keine. Ebenfalls ist inhaltlich zu bemängeln, dass es wenige Materialien, Informationen oder Downloads gibt, die über die Wahl hinausgehen.

Die Kandidatensite, die man erst durch einiges Herumklicken erreichen kann, orientiert sich inhaltlich an der Wahlkampfsite, ist allerdings noch weiter auf den Spitzenkandidaten mit großem Foto und vielen Informationen zur Person Wowereit zugeschnitten. Design und Navigation sind in traditioneller top-down Fashion und somit benutzerfreundlich und übersichtlich. Erfreulich ist, dass das Wahlprogramm ebenfalls textlich in die Site aufgenommen wurde, allerdings mit denselben

Beanstandungen der Unübersichtlichkeit. Weitere inhaltliche Komponenten zu Berlinspezifischen Themen gibt es allerdings nicht.

Als weiteres Element gibt es die Wahlspots zum Download allerdings keine weiteren inhaltlichen Punkte, die über das Wahlprogramm hinausgehen. Interaktivität ist bei Wowereit nicht groß geschrieben. So gibt es keinen Newsletter, keine Aufforderung, Fragen zu schicken und auch keinen Blog, Podcast oder sonstige Angebote. Kontakt kann man nur mit einem Kontaktformular aufnehmen. Es wird Wowereit kommuniziert. Wie man mit ihm kommunizieren kann, bleibt offen.

Obwohl das Programm auf den Websites der SPD zu finden ist, gibt es das Dokument natürlich auch zum Download – allerdings in einer schlechten Qualität. Es ist zwar kurz und passt so leicht in jede Tasche, dafür ist es trotz einiger Bulletpoints unübersichtlich strukturiert. Ein ansprechendes Cover oder Layout fehlt ganz. Eine Inhaltsangabe ist ebenfalls nicht zu finden. So wirkt der Text eher lieblos herunter geschrieben – es wurde wohl angenommen, dass das Programm wohl eher nicht gelesen wird.

### Fazit des Auftrittes ...

SPD BERLIN	INHALT	DESIGN	INTERAKTIVITÄT
<i>Kampagnensites</i>	☺ ☺ ☺ ☺	☺ ☺ ☺ ☺ ☺	☺ ☺ ☺
<i>Kandidatensite</i>	☺ ☺ ☺ ☺	☺ ☺ ☺ ☺	☺ ☺
<i>Programm</i>	☺ ☺ ☺	☺ ☺	

Die SPD hat ein hauptsächlich auf Kommunikation ihrer Inhalte zur Wahl und Ihres Spitzenkandidaten gesetzt. Interaktivität, obwohl Akzente in die richtige Richtung zu erkennen sind, wird eher noch klein geschrieben und sollte unbedingt ausgebaut werden. Dafür kann die SPD allerdings durch das Design ihrer Site, auch wenn es etwas gewöhnungsbedürftig ist, überzeugen. Positiv ist, dass das Wahlprogramm schnell findbar auf der Website vorhanden ist, allerdings ist danach die Lesefreundlichkeit noch stark ausbaufähig. Ebenso ist das Programm selbst noch in seiner Qualität stark ausbaubar – und auch leider das Kürzeste und somit ein Schwachpunkt in der SPD Kampagne zur Wahl.

Deshalb: Eher traditionelles Kampagnenportal in einer Wahl mit einem starken Kandidaten.

The screenshot shows the website for Friedbert Pflüger, a CDU Spitzenkandidat in Berlin. The header has an orange bar with the slogan "Berlin kann mehr." and the CDU logo. Below the header, there is a navigation menu with links for Home, Kontakt, Impressum, and Sitemap. On the left side, there is a vertical menu with links for Aktuelles, Persönlich, Politik, eMail / Links, Newsletter, and Kontakt. Below this menu are logos for CDU BERLIN, CDU FRAKTION BERLIN, Programm, and Pflüger's FRIENDS. The main content area features a large photo of Friedbert Pflüger on the left and a text block on the right. The text block is titled "Liebe Berlinerinnen und Berliner," and contains a letter from Pflüger discussing Berlin's challenges and his vision for the city. At the bottom of the text block, there is a signature of Friedbert Pflüger and the ABS logo.

Über die Site des Landesverbandes erreicht man die Kampagnen- und Kandidatensite. Da diese allerdings vom inhaltlichen Angebot und Design übereinstimmen, gibt es zwar namentlich eine Kampagnensite, allerdings stellen somit die Kandidatensite und die des Landesverbandes den eigentlichen Schwerpunkt im Online-Wahlkampf der Berliner CDU dar.

Die CDU legt ihren kommunikativen Schwerpunkt mit vielen großformatigen Fotos und Informationen auf die Darstellung ihres Spitzenkandidaten und sucht offensiv die Auseinandersetzung mit dem politischen Gegner. Der rote Faden durch die strategische Ausrichtung des Wahlkampfes lautet „Berlin kann mehr“, doch wohin dieser Faden programmatisch führt, ist leider durch das Informationsangebot nicht immer klar erkenntlich. Es wird zwar klar gegen den politischen Gegner Stellung bezogen, aber eine strukturierte und in das Contentangebot integrierte Aufbereitung des Wahlprogramms sucht man vergebens. Anstelle dessen, wird auf den Pdf-Download des durchaus qualitativ aufbereiteten Wahlprogramms verlinkt.

Design und Struktur des Wahlkampfauftrittes der CDU ist in sich schlüssig und schnell einsehbar. Von der Landesverbandsseite wird auf die Seiten des Spitzenkandidaten über ein Fotoicon verlinkt und ist somit einfach zu erreichen. Für die Kampagnensite [www.berlin-kann-mehr.de](http://www.berlin-kann-mehr.de) ist dies leider nicht so, sie deckt sich allerdings auch inhaltlich mit der Kandidatensite. Interaktivität spielt im Wahlkampfauftritt der CDU keine große Rolle. Es gibt zwar ein CDU-internes Diskussionsforum, welches aber nicht prominent angeboten wird. Ein Newsletter ist

vorhanden. Weitere interaktive Angebote oder die Möglichkeit, sich umfassender über eine Unterstützung im Wahlkampfteam zu informieren fehlen und werden versucht, durch einfache Kontaktformulare abgedeckt zu werden.

Der Kandidat Pflüger steht mit großformatigen Fotos im Mittelpunkt seiner Site. Auch hier liegt der Schwerpunkt in der Vorstellung des Kandidaten sowie in der offensiven Haltung gegenüber dem politischen Gegner Rot-Rot. Es gibt ein hervorragendes Angebot über den Kandidaten mit einer Reihe von Publikationen sowie Video- und Audiodateien. Allerdings sucht man, wie auf der Landesverbandsseite, nach den politischen Inhalten in Form eines in die Website integrierten Wahlprogramms und findet an der beschriebenen Stelle wieder nur einen Link zum Pdf-Download des Wahlprogramms.

Es besteht die Möglichkeit, sich in einen Newsletter einzutragen und ein Kontaktformular wird angeboten. Zudem ist unter Kontakt eine Vielzahl an Telefonnummern und Kontaktinfos angeboten, ein Engagementangebot für ein Team-Pflüger gibt es leider nicht. Der Wunsch der Berliner CDU, ihren Kandidaten vorzustellen, beschert dem Besucher wider erwartend kein ausgesuchtes Angebot an Interaktivität, damit die Bürger sich umfassender mit Ihrem Kandidaten auseinandersetzen könnten.

Die Kommunikation der politischen Themen der CDU Berlin erfolgt im Wahlkampfprogramm. Dieses ist deshalb wohl auch eines der besseren vom Layout und Design. Der Text wird lesefreundlich und klar strukturiert präsentiert und es ist nicht zu kurz noch zu lang. Eine Kurzzusammenfassung wäre zwar noch wünschenswert gewesen, aber nicht desto trotz: ein qualitativ gutes Programm.

**Fazit des Auftritts:**

CDU BERLIN	INHALT	DESIGN	INTERAKTIVITÄT
<i>Kampagnensites</i>	☺ ☺ ☺	☺ ☺ ☺ ☺	☺ ☺
<i>Kandidatensite</i>	☺ ☺ ☺	☺ ☺ ☺ ☺	☺ ☺
<i>Programm</i>	☺ ☺ ☺ ☺	☺ ☺ ☺ ☺	

Bei der CDU bilden die Präsentation ihres Spitzenkandidaten und die offensive Grundausrichtung den Schwerpunkt. Ein umfangreiches interaktives Angebot findet man leider nicht. Die zentrale Message „Berlin kann mehr“ führt leider nicht zu einem aufgearbeiteten Informationsangebot sondern zum Download des Wahlprogramms, was als größte Schwäche der Onlinepräsenz zu vermerken ist. Das Programm liegt dann zwar in guter Qualität vor, dies ist als inhaltliches Angebot aber zu wenig.

Deshalb: Offensive Kampagne mit Fokus auf den Spitzenkandidaten, die die Vermittlung des eigenen Inhalts stärken sollte.

## PDS Berlin ...



**DIE LINKE.PDS**  
LANDESVERBAND BERLIN

POLITIK   PARTEI   WAHLEN   SERVICE

AKTUELL   PRESSE   IM PARLAMENT   POSITIONEN   AKTIONEN   BERLININFO   TERMINE

15.09.2006  
**Harald Wolf: Viele Gründe, Linke.PDS zu wählen.**

Es gibt in Berlin eine klare Mehrheit für soziale Politik. Die Frage ist, wird sich die Position der Mehrheit auch politisch umsetzen lassen? Nur wer die Linkspartei wählt, kann sich sicher sein, dass diese Mehrheit auch in der Regierung ist ➔ MEHR

SUCHE → ERWEITERT  
Suchbegriff

MITGLIED DER / MEMBER OF  
**Europäische LINKE**

**Liste 3**

**Richtigrot.**  
Harald Wolf: Berlin braucht Fortschritt und soziale Gerechtigkeit. Mit allen Stimmen Liste 3!  
**DIE LINKE.PDS**  
www.bewegt-berlin.de

Über die Site des Landesverbandes wird man umfangreich über die Wahl und die Partei informiert. Es gibt eine Kampagnensite, diese ist allerdings als Wahlblog nicht sehr prominent platziert. Inhaltlich wird viel kommuniziert, der Spitzenkandidat hat ein eher untergeordnetes Erscheinungsbild auf dem Portal. Vom Design, Bild-Text Verhältnis, Inhalt und Interaktivität ein sehr ausgewogener Online-Auftritt, der nur manchmal ein wenig zu viel zu integrieren versucht.

Der digitale Wahlkampfauftritt der PDS Berlin setzt stark auf Inhalte und das Wahlkampfportal [www.bewegt-berlin.de](http://www.bewegt-berlin.de) ist als Blog besonders auf Interaktivität und eher an junge Wähler gerichtet. Zur Website des Spitzenkandidaten Harald Wolf findet man nach ein wenig Scrolling über ein mittelgroßes Icon. Auch wenn ein Wahlblog als Kampagnenportal etwas gewöhnungsbedürftig ist, vermittelt die Hauptsite des Landesverbandes umfangreiche Informationen, hat ein sehr ansprechendes und benutzerfreundliches Design und setzt verstärkt auf Interaktivität.

Es besteht ein umfangreiches inhaltliches Angebot, wie zum Beispiel Fragebögen von verschiedenen Interessensgruppen, die von der PDS beantwortet wurden. Informationen über das Wahlprogramm findet man gut aufbereitet zu den jeweiligen thematischen Schwerpunkten und gut integriert auf den Seiten der PDS. Ebenfalls positiv ist der Versuch, durch ein interaktives Angebot die Positionen der Parteien zu vermitteln und die Besucher an die Site zu binden – auch wenn das Angebot oftmals eher verstärkt auf jüngere Benutzer abzielt. Es gibt Podcasts, den erwähnten Wahlblog, der innovativ auf neue Medien setzt, zum Mitmachen animiert und ein interessantes Angebot anbietet. Ebenso existiert eine gute Aufarbeitung zu der

Parteilpolitik und Informationen zur Wahl sowie zum Wahlgang. Das Angebot ist so breit gefächert, dass man sich Zeit nehmen sollte, um alles lesen zu können.

Die Kandidatensite, sobald man auf sie gelangt ist, bietet wie die Mainsite der PDS ein umfangreiches inhaltliches Angebot. Wie die meisten Kandidatensites, hält sich die Verfügbarkeit des Kandidaten für den Besucher relativ gering. Es wird jedoch zentral die Möglichkeit angeboten, dem Kandidaten Fragen zu stellen und es gibt einen Newsletter. Das umfassend interaktive Angebot der PDS-Site oder des Kampagnenforums wird leider nicht erreicht. Die Seite besticht dennoch ähnlich wie die Hauptseite der PDS mit einem sehr angenehmen Design und vielen Informationen zu dem Kandidaten und seinen politischen Themen. Das Wahlkampfprogramm ist relativ leicht zu finden und sehr gut in einzelne Rubriken unterteilt sowie als Download zu erhalten – allerdings nur durch eine Weiterleitung auf die PDS-Mainsite.

Das Programm der PDS steht von der Professionalität des Layouts und somit der Lesefreundlichkeit leider unterhalb des Standards der PDS Webpräsenz. Es gibt zwar ein ansprechendes Cover und eine Inhaltsangabe, allerdings wird ist das Layout noch verbesserungsfähig. Es werden keine Bulletpoints benutzt, es gibt wenige Überschriften und anstelle von Paragraphen gibt es kleine Textezüge, so dass man sich einem Text gegenüber sieht, in dem es sich schwer fällt zu orientieren. Wie bei fast alle Parteien gibt es keine Kurzzusammenfassung des Programms, doch nach dem starken Auftritt im Internet müsste man dies Dokument noch nicht einmal online stellen – vielleicht rührt daher auch die etwas stiefmütterliche Qualität.

**Fazit des Auftritts:**

<b>PDS BERLIN</b>	<b>INHALT</b>	<b>DESIGN</b>	<b>INTERAKTIVITÄT</b>
<i>Kampagnensites</i>	☺ ☺ ☺ ☺ ☺	☺ ☺ ☺ ☺ ☺	☺ ☺ ☺ ☺
<i>Kandidatensite</i>	☺ ☺ ☺ ☺	☺ ☺ ☺ ☺ ☺	☺ ☺ ☺
<i>Programm</i>	☺ ☺ ☺	☺ ☺ ☺	

Gute Sites, guter Inhalt. Besonders das übersichtliche Design und die Navigation überzeugen. Der direkte Kontakt zu der Partei und ihrem Spitzenkandidaten ist im Vergleich gut, allerdings noch ausbaufähig. Die Idee, das Kampagnenportal als Blog zu betreiben zeugt von Mut für neue Kommunikationsformen und einer klaren Ausrichtung, junge Menschen in die Politik einzubinden – ein wenig mehr Prominenz hätte dem Wahlblog aber sicherlich nicht geschadet. Man sollte allerdings Zeit mitbringen, denn man hat ein großes Angebot abzuarbeiten.

Deshalb: Stark inhaltliche Kampagne die den Mut zum Neuen erkennen lässt.

## Bündnis 90 / Die Grünen Berlin ...

ICH WERDE AKTIV | ICH WILL MEHR WISSEN | ICH WERDE MITGLIED | ICH WILL SPENDEN DRUCKVERSION

<b>TERMINE</b> Kampagnen News	<b>THEMEN</b> Publikationen Programm	<b>PARTEI</b> Vorstand, etc.	<b>LAG</b> Landesarbeits- gemeinschaften	<b>BEZIRKE</b> Bezirks- Gruppen	<b>FRAKTION</b> Abgeordnete in Berlin	<b>SERVICE</b> Kontakt, Presse Impressum	<b>SUCHEN</b> Finden
-------------------------------------	--	---------------------------------	--	---------------------------------------	---	--	-------------------------

Gestaltung: antarktika.net - Realisierung: CMS dev-null.it

| Startseite | Herzlich willkommen bei Bündnis 90/Die Grünen Berlin

**noch 24 Stunden...**

Samstag, 16. September 2006

[mehr ...](#)

**SPITZENKANDIDATIN FÜR BERLIN**

www.eichstaedt-bohlig.de

**Podcast**

Franziska Eichstädt-Bohlig  
täglich neu

**JÄ zu mehr Demokratie**  
**JÄ zur Verfassungsänderung**

Zu den Grünen findet man über Ihre Parteisite, eine eigene Wahlkampagnensite gibt es nicht. Jugendlich, peppig aufgemacht, bietet die Site viel :grün und zeigt auf, wie man versuchen kann, vieles zu integrieren und auszuprobieren, aber dabei auch manchmal ein wenig über das Ziel hinausschießen kann.

Besonders augenscheinlich ist der Versuch, anders als die anderen Parteien zu wirken. Es wird im Design bewusst auf jüngere Wähler gesetzt - mit peppigen Animationen und Bildern. Es gibt ein recht interessantes interaktives Angebot mit einem Blog, Podcasts und allerlei Bildern und Links zum Anklicken. Allerdings, ist das Angebot und Design der Seite etwas überladen, so dass die Gefahr besteht, sich zu verirren, besonders beim endlosen Scrolling down ohne Inhalt. Ein weiterer Nachteil bei der Navigation ist, dass die Menüleisten beim Scrollen im grünen Himmel verschwinden – ein Umstand, der auf heutigen Websites nicht mehr auftreten dürfte.

Trotz kleinerer Defizite im Design, bestechen die Grünen mit dem Mut zum Neuen und bieten viele Services auf ihrer Site an. So können unter anderem Interessierte sich bei dem Team Grün melden, ein Blog und Wahlservice sind prominent vorhanden, ein Link zum Wahlomat gesetzt und etwas versteckt kann man sich auch umfassender informieren, mitmachen, Mitglied werden und spenden. Inhaltlich könnte dagegen das Angebot der Site etwas strukturierter sein. So ist zwar eine Aufarbeitung des Wahlprogramms auf den Seiten vorhanden, doch die diversen :grünrubiken sind ein wenig irritierend. Die verlinkten PDFs sind zwar ansehnlich



vom Layout, allerdings wäre eine Einbindung in Textform mit neutraleren Begriffen wie z.B. Wirtschaft, Bildung etc. in den Sitecontent für die nicht Grünen Benutzer erwünschenswert.

Die Spitzenkandidatensite orientiert sich an dem Design der Mainsite – man kann sich also schnell in der Navigation zurechtfinden, ist allerdings mit den selben Defiziten im Design konfrontiert. Positiv ist, dass die Site sich als nicht so überladen darstellt und dass der Blog wieder sehr prominent vorhanden ist. Die Kandidatin wird persönlich gut vorgestellt und über ein Kontaktformular kann man sich an das Team Grün wenden und ihr ein Nachrichten zukommen lassen. Inhaltlich kann die Seite leider nicht so stark überzeugen. So fehlt ein Verweiß auf das Wahlprogramm, der angegebene Link zu „Mein Plan für Berlin“ enthält nur ein Pdf-Dokument.

Beim Programm der Grünen gibt es ein ansprechendes Coverdesign sowie eine Inhaltsangabe. Diese ist allerdings auch nötig, um den Überblick in dem sehr langen Programm der Grünen zu behalten. Text und Layout sind nicht übersichtlich genug gestaltet und der Inhalt wird durch die Fülle, Struktur und Schriftbild nicht eingängig genug kommuniziert. Gerade deshalb wäre eine Kurzzusammenfassung ein sinnvolles Angebot.

### Fazit des Auftrittes ...

Grüne BERLIN	INHALT	DESIGN	INTERAKTIVITÄT
<i>Kampagnensites</i>	☺ ☺ ☺ ☺	☺ ☺ ☺ ☺	☺ ☺ ☺ ☺
<i>Kandidatensite</i>	☺ ☺ ☺	☺ ☺ ☺ ☺	☺ ☺ ☺
<i>Programm</i>	☺ ☺	☺ ☺	

Die Grünen beweisen Mut zum Neuen und setzen verstärkt auf ein jugendliches Image. Es gibt einige positiven Überraschungen im Design und der Auftritt der Grünen unterscheidet sich klar von dem etwas seriöseren Erscheinungsbild der anderen Parteien. Interaktivität ist bei den Grünen kein Fremdwort, doch versuchen Sie manchmal noch zu viel auf einmal. Es sollte ebenfalls eine fixierte Menüleiste existieren und das Scrolling nicht beinahe endlos sein, so dass im Ergebnis die Site nicht mehr ganz so unübersichtlich wirkt. Inhaltlich wäre eine bessere Darstellung des Wahlprogramms wünschenswert, auch weil der Pdf-Download nicht überzeugen kann.

Deshalb: Junge Kampagne die verstärkt auf Innovation setzt, allerdings inhaltlich noch stärker sein könnte.

## FDP Berlin ...



Über die Site der Liberalen kommt man durch einen Klick auf ein Bildicon an prominenter Stelle zur Kampagnensite des Wahlkampfes sowie über diese Site zu der des Spitzenkandidaten. Das Leitthema des Auftrittes ist schnörkellos, direkt und pragmatisch und soll die Grundhaltung der FDP ausdrücken.

Das Anliegen der FDP spiegelt sich in der Gestaltung ihres Wahlkampfauftrittes wieder: es soll schnell und direkt sein und das ist es auch. Berlin und ihr Spitzenkandidat stehen dabei im Zentrum der kommunikativen Ausrichtung. Ihr Wahlkampf motto „Aus Liebe zur Stadt“ findet sich im Kampagnenportalnamen wieder – das Portal selbst ist minimalistisch gehalten und eher eine Weiterleitung mit einigen Information und einzelne untergeordnete Sites. Es gibt auch einen Podcast und den Wahlkampffilm an prominenter Stelle.

Inhaltlich schafft es die FDP zu überzeugen. Auf der Mainsite gibt es viele Informationen zum Liberalismus, zu den Bezirken und zu der Partei. Allerdings ist das Wahlprogramm 06 nicht vorhanden, weshalb eine direkte Weiterleitung zur Kampagnensite anzudenken wäre, bevor sich Benutzer mit dem Programm 2005 auf der Landesverbandseite aus Versehen auseinandersetzen. Dafür ist das Programm für 2006 gut auf der Kampagnensite aufgearbeitet, wo es, vielleicht ein bisschen zu bildhaft, nach Rubriken sortiert ist. Leider scrollt der Text hinter Berlins blauer Silhouette in einem viel zu kleinem Textfeld hinunter, so dass kein wirkliches Lesevergnügen aufkommen kann. Das Design der Site setzt ebenfalls auf ein schnell greifbares und schnörkelloses Design, das sich auf die Hauptaussagen konzentriert. Leider passieren selbst im Minimalen mal Fehler, so dass auf der Mainsite des

Landesverbandes die Menüleiste nicht fixiert ist, mit dem Textfenster nach oben wegscrollt und somit die Navigation erschwert.

Die Kandidatensite von Martin Lindner orientiert sich am Kampagnenportal und ist auch nur über dieses nach einigen Klicks zu erreichen. Die Site selbst besticht wieder durch Minimalismus. Der Politiker Lindner wird über seine politischen Schwerpunkte vorgestellt, der Mensch Lindner wird weniger kommuniziert. Interaktivität zählt nicht zu den Eigenschaften der Site – es gibt hier nicht einmal einen Newsletter und die einzige Möglichkeit auf Kontakt ist eine Email.

Das Programm der FDP überrascht als einziges mit einer Kurzzusammenfassung und bietet ein ansprechendes und gut strukturiertes Schriftbild. Es wurden viele Bulletpoints und Überschriften benutzt, die das Auge des Lesers zu den wichtigen Passagen führen. Design und Layout sind ebenfalls klar und ansprechend und runden so den positiven Gesamteindruck des Programms ab.

**Fazit des Auftritts:**

<b>FDP BERLIN</b>	<b>INHALT</b>	<b>DESIGN</b>	<b>INTERAKTIVITÄT</b>
<i>Kampagnensites</i>	☺ ☺ ☺ ☺	☺ ☺ ☺ ☺	☺ ☺
<i>Kandidatensite</i>	☺ ☺ ☺	☺ ☺ ☺ ☺	☺ ☺
<i>Programm</i>	☺ ☺ ☺ ☺	☺ ☺ ☺ ☺	

Die FDP setzt auf eine klare, schnörkellose und damit direkte Kommunikation Ihrer Positionen und Kandidaten. Interaktivität hat nur eine untergeordnete Funktion inne. Inhaltlich ist das Angebot gut abgerundet und die Seiten schaffen es, sich zu ergänzen. Leider leidet unter dem Anspruch der Simplizität manchmal die Benutzerfreundlichkeit der Navigation und es bestehen noch Ausbaumöglichkeiten im Design und der Einbindung der Texte in die Seiten.

Deshalb: Eine ansprechende traditionelle Kampagne, in der schnörkellose Politik im Mittelpunkt steht und Interaktivität kleiner geschrieben wird.

## **V. Der Weg nach Vorne ...**

---

Transparenz, Bürgernähe und Partizipation durch Interaktion. Das Internet bietet dieses Potenzial als ein interaktives politisches Gateway. Was wird bei den Parteien umgesetzt, was ist noch zu tun und was kann besser gemacht werden? Hierzu einige Beispiele und Denkanstöße:

### **Blogs und RSS-Feeds ...**

Auch wenn Blogs noch ihren momentanen Hype durch die Nutzbarmachung in der Praxis untermauern müssen, sprechen die Zuwachsraten von Blogs, auch im politischen Diskurs, von den Möglichkeiten dieses Mediums. Es ermöglicht durch seine Beitrags- und Kommentarfunktionen einen anregenden Austausch zwischen Politik und Gesellschaft. Durch RSS-Feeds besteht zudem die Möglichkeit, User zu informieren sowie fortlaufend Interessierte in aktuelle Diskussionen einzubinden.

### **Ansprechpartner für Alles ...**

Es sollte ebenfalls zentrale Ansprechpartner geben, die über einen „Kummerkasten“ sich mit Anregungen auseinandersetzen können, eine FAQ wäre auch eine gute Idee.

### **Support Us ...**

Natürlich kann man auch eine Unterstützerfunktion einbauen. Wie von der SPD und CDU angeboten, kann man sich dort als Unterstützer einbringen, und seine politische Gesinnung, warum man wählen geht oder ähnliches durch Videos oder Statements zum Ausdruck bringen.

### **Diskussions- und Frageforen ...**

Diskussionsforen erscheinen auf den ersten Blick ein wenig altbacken, bieten aber gegenüber dem Blog auch Vorteile. Man kann dort oftmals strukturierter diskutieren und sie können aufgrund ihrer Übersichtlichkeit gut in Websites integriert werden. Solange Blogs noch eine relative Neuheit sind, sollten öffentlich einsehbare Diskussionsforen nicht fehlen.

Frageforen auf der anderen Seite sind bei den Parteien keine vorhanden, obwohl gerade diese die Möglichkeit bieten, sich mit den Anliegen der Bürger auseinanderzusetzen. Ein unbedingtes Muss für ein interaktives, transparentes politisches Angebot.

### **Materialien zum Download: Streams, Podcasts, etc. ...**

Um das Interesse an einer interaktiven Beteiligung zu fördern, dürfen umfangreiche wie auch interessante Informationsmaterialien nicht fehlen. Ein schönes Pdf, Podcasts wie auch Audio- und Videodateien sollten hier allerdings nur der Anfang sein – auch sollte nicht nur parteipolitisch geworben sondern z.B. auch Debatten als Streams angeboten werden. Umfassend und interaktiv Informationen zu vermitteln sollte weiterhin ausgebaut werden. Besonders auch für Jugendliche sollte auf jugendgerechte Medien und Formate gesetzt werden.

### **Petitionen ...**

Keine Partei vertritt die Anliegen der Bürger über Petitionen im Internet. Mit der Möglichkeit, Petitionen auch online abzuhalten, sollte dieses Potenzial jedoch gezielt von den Parteien genutzt werden, indem man entweder Petitionen über die Internetseiten mit dazugehörigen Informationen anbietet, oder ein Petitionsportal auf der Seite einrichtet. Direktkontakt und Bürgernähe wären so garantiert.

### **Online-Kampagnen ...**

Die Parteien setzten nach dem amerikanischen Vorbildern auch hierzulande schon verstärkt auf die Möglichkeiten des Online-Campaigning und der Mitgliederwerbung. Allerdings ist diese Option ebenfalls noch ausbaubar, wie zum Beispiel mit einem attraktiven Supporter Bereich mit Materialien, Anleitungen, Blogs etc.

### **Integrative Angebote: Spiele, Quize und anders ...**

Auch hier erste Ansätze bei der Politik in Berlin, aber wieder liegen die bürgerlichen Parteien leicht im Hintertreffen. Nutzer an den Inhalt der Seite durch Spiele, Quize und andere Formen heranzuführen, ist natürlich auch besonders für die Politikverdrossenen und Jugendliche eine gute Möglichkeit, sich wieder mit der Politik auseinander zu setzen. Services wie den Wahlomat zu integrieren oder kleine Quizes stellen erste erfolgreiche Schritte dar.

### **Vernetzung ...**

Linksammlungen und Weiterleitungen haben die meisten Parteien – jedoch zumeist nur zu parteinahen Organisationen. Um den Bürger auch die Parteisites als ein Gateway anzubieten, müssen sie zwangsläufig noch stärker die Vernetzung ausbauen und sich auch als ein Informationsmittler anbieten, der benutzerfreundlich Informationen aufarbeitet, anbietet und somit ein attraktives Portal für Informationssuchende wird.

## VII. Nachwort ...

---

Die Berliner Parteien haben zu unterschiedlichen Graden das Potenzial des Internets für sich erkannt und genutzt. Die Qualität der Websites ist parteiübergreifend hoch und über die Landesverbandsseiten bis zu den Bezirksverbandsseiten findet man ein umfangreiches Informationsangebot. Im Vordergrund der Online-Präsenz der Parteien wird das Internet allerdings noch maßgeblich als ein Massenmedium gesehen, welches nicht den Dialog sucht, sondern primär zur einseitigen Vermittlung von parteispezifischen Inhalten Verwendung findet.

Das Potenzial des Netzes, auf digitalem Wege Transparenz, Bürgernähe, politische Deliberation und neue Partizipationsmechanismen zu fördern, wird bei einigen Parteien ansatzweise umgesetzt, ist jedoch noch stark ausbaufähig. Mit Blick auf die niedrige Wahlbeteiligung und der Entscheidung gerade junger Wähler, demokratiefeindliche Parteien zu unterstützen, wird die Notwendigkeit, auch verstärkt Jugendliche wieder in die politische Diskussion mit einzubinden deutlich. Ein Weg hierzu kann das Internet bieten, da es das Medium der Digitalen Gesellschaft ist und alle Möglichkeiten zum aktiven Dialog bietet. Am innovativsten haben sich die PDS Berlin und das Bündnis 90/ Die Grünen Berlin bei der Nutzbarmachung und Integration verschiedener interaktiver Elemente im Wahlkampf ausgezeichnet. Die SPD lässt einige Ansätze erkennen, das bürgerliche Lager mit FDP und CDU zeichnet hat im Vergleich noch einen Nachholbedarf.

Denn es gilt, die Bürger und vor allem die Jugendlichen wieder für eine aktive Auseinandersetzung mit der Politik, den Parteien und den Werten der Demokratie zu gewinnen. Eine Förderung der politischen Partizipation bedeutet die Stärkung der Gesellschaft und der Demokratie an sich. Die Parteien täten gut daran, die Bürger mit einem besseren interaktiven Angebot an ihre Arbeit heranzuführen und, wo möglich, einzubinden. Das Medium Internet darf nicht vornehmlich als ein Medium verstanden werden, um eine breite Masse zu erreichen, sondern muss gezielt mit dem einzelnen in den Dialog treten. Politik muss vermehrt Diskussion werden – nicht einseitige Information.

Die Ansätze, Politik in ein interaktives und zukunftsfähiges Kommunikationskonzept zu bringen, sind eher provisorisch doch durchwegs zu begrüßen und somit erste Schritte in eine richtige Richtung. Doch Portale und Möglichkeiten des direkten Kontaktes mit den Kandidaten oder Parteien existieren noch hauptsächlich außerhalb der politischen Sphäre – einen Service mit Foren für Fragen an die Kandidaten, wie von kandidatenwatch angeboten hat, findet man bislang noch nicht bei den Parteien. Es bleibt also noch viel zu tun, um die Stakeholder der Gesellschaft, die Bürger und die nachwachsende Generation, an ihr politisches Kapital heranzuführen und das Potential der digitalen Zukunft für eine starke Demokratie zu erschließen.