



Tobias Hase

# Politiker trommeln bei Social Media

Im Celler Wahlkampf werden Facebook und Co. immer wichtiger

VON AUDREY-LYNN STRUCK

**CELLE.** Pling. Meldet sich das Handy zu Wort. Was tun? Natürlich nach besten Kräften ignorieren und weiter auf die Arbeit konzentrieren. Pling. Schon wieder. Das Handy wird aus der Jacke geholt. Der Bildschirm leuchtet auf und verkündet, dass CDU-Bundestagskandidat Henning Otte gerade auf dem Meißendorfer Heideblütenfest ist, während seine SPD-Konkurrenztin Kirsten Lühmann zu einer Infoveranstaltung ins Waldbad Hohne einlädt.

Hatte sich früher noch der Wahlkampf vorwiegend vor der Haustür, in Form von Wahlplakaten oder im Fernsehen abgespielt, so gibt es mittlerweile ein weiteres Instrument, um als Politiker die Werbetrommel anzukurbeln: Social Media. „Viele internetaffine Menschen beziehen ihre Informationen heute größtenteils aus dem Internet“, erklärt Lühmann. Daher entschied sie sich vor fast drei Jahren für eine eigene Seite auf Facebook, um Veranstaltungen leichter ankündigen und die eigene Arbeit besser dokumentieren zu können.

Auch Otte präsentiert sich seit fast einem halben Jahr auf einer eigenen Facebook-Seite. Mit über 4000 Abonnenten ist er auf Facebook der erfolgreichste der sieben Celler Bundestagskandidaten. „Social Media ist gut und wichtig, weil es das politische Interesse steigert und für viele eine große Informationsquelle ist“, sagt der 48-Jährige. Dennoch sei diese Entwicklung nicht nur positiv zu bewerten. Denn im Netz sei es nicht immer leicht, zwischen gut recherchiertem Arbeit und Inhalten ohne Substanz zu unterscheiden.

Sowohl Otte als auch Lühmann bedienen ihre Facebook-Seite selbst und posten nahezu jeden Tag mindestens einen Beitrag. Bei Otte ist

von seinen Besuchen bei Veranstaltungen über Forderungen nach mehr Rechtsstaatlichkeit und dem Kampf gegen politischen Extremismus bis hin zu einem Foto mit seiner Mutter alles dabei.

Auffällig ist, dass sich der CDU-Politiker sehr privat zeigt. „Heu ist eingebracht und unsere Pferde sind bestens versorgt für das nächste Jahr. Allen Landwirten wünsche ich eine

„Meine Botschaft lautet:  
Ich bin vor Ort,  
also spricht mich an.“

Kirsten Lühmann  
SPD-Bundestagskandidatin

gute Ernte“, postete er Anfang August. Darunter sah man ihn einen Ballen vom Anhänger heben. „Mir ist es besonders wichtig, zu zeigen, dass es nicht ‚die Politiker‘ gibt, sondern dass jeder Bundestagsabgeordnete auch ein Mensch ist“, sagt Otte.

SPD-Frontfrau Lühmann gibt auf

„Mir ist es besonders wichtig, zu zeigen, dass es nicht ‚die Politiker‘ gibt.“

Henning Otte  
CDU-Bundestagskandidat

Facebook hingegen mehr Einblicke in ihren Arbeitsalltag als Politikerin. Doch nicht nur das: „Heute war ich in Berlin, um das Gewinnerteam des Rap-Wettbewerbs ‚Word drauf RSPKT PRUKT‘ im Bundestag willkommen zu heißen“, schrieb sie Mitte August. Außerdem postet sie über Themen,

die sie persönlich beschäftigen, wie den Dieselskandal oder Opfer im Irak. Ihre Devise ist: „Ich bin vor Ort, also spricht mich an.“

Neben Facebook haben Lühmann und Otte auch eigene Websites, die von ihren Mitarbeitern koordiniert und von ihnen selbst mit Beiträgen bestückt werden. Ganz im Gegensatz zu anderen Bundestagskandidaten in Celle, von denen kaum einer eine eigene Homepage hat.

Insgesamt ist bei den Celler Bundestagskandidaten in Sachen Social Media noch Luft nach oben. Heiko Wundram (Grüne), Paul Stern (Linke) und Philip Siebold (Freie Wähler) setzen gar nicht auf Facebook und haben dort keine eigene Seite. Anders sieht es bei Anja Schulz (FDP) aus. Sie gibt private Einblicke in ihren Wahlkampf, zeigt sich beim Plakatieren oder vor ihrem Wahlstand im Gespräch mit Bürgern. Doch mit ihren 194 Abonnenten liegt auch sie weit hinter den Kandidaten der CDU und SPD zurück. Mit 591 Likes hat Thomas Ehrhorn (AfD) einen Facebook-Auftritt und liegt damit auf dem dritten Platz der Celler Kandidaten. Doch sein letzter Post, eine Aktualisierung von seinem Profilbild, ist vom 1. Mai. Ein aktiver Facebook-Wahlkampf sieht anders aus.

Allerdings gibt es in der Social-Media-Welt ja auch noch andere Kanäle. Zwar ist niemand der sieben Celler, die am 24. September in den Bundestag einziehen wollen, bei Instagram oder Pinterest aktiv. Auch die Massen-Plattform Twitter wird bei den Kandidaten eher stiefmütterlich behandelt. Nur der Grüne Wundram baut explizit auf das 140-Zeichen-Medium. Er ist dort schon seit fast acht Jahren aktiv. Seitdem hat er mehr als 10.400 Tweets abgesetzt. Gestern reagierte er auf ein anzüglichen AfD-Plakat: „Deutsche Traditionen: Alkohol, Sexismus, Brezeln. Definitiv nicht meine.“



**Henning Otte**  
CDU

Seit März 2017 mit einer eigenen Seite bei Facebook vertreten

**Likes:** 4426  
**Abonnenten:** 4435  
**Anzahl der Posts im letzten Monat:** 33

**Zusätzlich:** Eigene Internet-Seite, Wikipedia-Eintrag.

**Kein Twitter-Account:** „Es ist nicht das richtige Medium, um damit Öffentlichkeitsarbeit zu betreiben“, sagt Otte.



**Kirsten Lühmann**  
SPD

Seit September 2014 mit eigener Seite bei Facebook vertreten

**Likes:** 1045  
**Abonnenten:** 1043  
**Anzahl der Posts im letzten Monat:** 40

**Zusätzlich:** Eigene Internet-Seite, Wikipedia-Eintrag

**Kein Twitter-Account:** „Die Zeichenzahl reicht meist nicht aus, um die komplexen Themen sachgerecht darzustellen“, sagt Lühmann.



**Heiko Wundram**  
Grüne

Keine eigene Facebook-Seite  
„Bündnis 90 / Die Grünen Celle“ haben eine Facebook-Seite

**Likes:** 97  
**Abonnenten:** 99  
**Anzahl der Posts im letzten Monat:** 20

Seit Dezember 2009 eigener Twitter-Account  
**Tweets:** 10.400



**Anja Schulz**  
FDP

**Likes:** 191  
**Abonnenten:** 194  
**Anzahl der Posts im letzten Monat:** 8

Kein Twitter-Account



**Paul Stern**  
Die Linke

Keine eigene Facebook-Seite  
„Die Linke. Celle“ hat eine Facebook-Seite

**Likes:** 300  
**Abonnenten:** 297  
**Anzahl der Posts im letzten Monat:** 10

Kein Twitter-Account



**Philip Siebold**  
Freie Wähler

Keine eigene Facebook-Seite  
Die „Freien Wähler Celle“ haben eine Facebook-Seite

**Likes:** 202  
**Abonnenten:** 194  
**Anzahl der Posts im letzten Monat:** 71, davon doppelt sich allerdings fast die Hälfte

Kein Twitter-Account



**Thomas Ehrhorn**  
AfD

**Likes:** 591  
**Abonnenten:** 583  
**Anzahl der Posts im letzten Monat:** 0

Kein Twitter-Account

## SO MACHEN ES MERKEL UND SCHULZ

Nicht nur Politiker kleinerer Parteien setzen auf die Wahl-Werbung durch Social Media. Auch Bundeskanzlerin Angela Merkel hat schon längst eine eigene Facebook-Seite und liegt mit fast 2,5 Millionen Abonnenten vor deutschen Stars wie Helene Fischer (1,6 Millionen). Selbst posten tut Merkel allerdings aus zeitlichen Gründen kaum. Nur selten sieht man unter den Einträgen statt „Redaktion“ das Kürzel „am“. Dafür setzt sie auf viele Videos, die ihre Wahlkampf-Veranstaltungen bildlich und klinglich untermalen. SPD-Konkurrent Martin Schulz kann

mit Merkel bei den Facebook-Abonnenten bei Weitem nicht mithalten und ist von der Eine-Million-Marke noch ziemlich weit entfernt. Auf seiner Seite wird allerdings – im Gegensatz zu Merksels – vorwiegend die „Ich-Form“ verwendet, wodurch eine persönlichere Ebene geschaffen wird. Die Internet-Präsenz eines Kandidaten wird oft als wichtig und richtungweisend im Wahlkampf angesehen. Viele Abonnenten, Follower oder Likes könnten für hohe Wähler-Zahlen stehen. Ob sich diese These auch im Bundestagswahlkampf bestätigt, bleibt abzuwarten.