
Polit-Blogs im Nationalrats-Wahlkampf 200

Gerald Petz^a, Andreas Greiner^a

^a FH OÖ, **Studiengang e-business**, Wehrgrabengasse 1-3, 4400 Steyr, AUSTRIA

ZUSAMMENFASSUNG

Blogs als Teil des Web 2.0 spielten auch im Wahlkampf zur Nationalratswahl 2008 eine Rolle. Politiker verschiedener Parteien bringen in ihren eigenen Blogs die Botschaft an den interessierten und erlauben über die Kommentarfunktion in die Diskussion einzusteigen.

Der Studiengang e-Business in Steyr hat eine Untersuchung von Blogs der österreichischen PolitikerInnen durchgeführt. Im Mittelpunkt dieser Untersuchung waren die Blog-Aktivitäten der bei der Nationalratswahl bundesweit antretenden Parteien. Auf den jeweiligen Partei-Websites wurden 39 Blogs gefunden die von Einzelpersonen bzw. vereinzelt auch von Personengruppen geführt wurden. In der heißen Phase des Wahlkampfes wurden von dem Wochenmagazin Profil und der Tageszeitung „Österreich“ eigene Wahlkampf-Blogs für die Parteien installiert wodurch noch weitere 24 Blogs hinzukamen, die aber nicht Bestandteil der Studie sind.

Auch bei PolitikerInnen gilt, dass der Blog-Erfolg nicht automatisch eintritt. Der Profi unter den Polit-Blogger ist Peter Pilz (bloggt seit 2001 unter www.peterpilz.at) und er weiß wie es geht und kann auf Erfolge mit seinem Blog verweisen. Aber nicht alle sind so versiert wie Peter Pilz. Viele PolitikerInnen haben erst im Zuge des Wahlkampfes 2008 ihre erste Erfahrungen mit Blogs gemacht. Doris Bures (SPÖ) oder Heide Schmidt (LIF) haben erst vor wenigen Wochen ihren ersten Blog-Beitrag erstellt und es wird sich zeigen, ob das Blog-Engagement über die Nationalratswahl hinausgehen wird.

Die Untersuchung von Polit-Blogs zeigte, dass Polit-Blogs immer interessanter werden und von PolitikerInnen häufig genutzt werden. Seit 2007 geht es bergauf, speziell in den letzten Monaten vor den Nationalratswahlen 2008.

Den größten Ansturm hinsichtlich Kommentare von LeserInnen hatten bei diesen Wahlen wieder die altbekannten Blogs wie jenes von Peter Pilz oder Christoph Chorherr. Bei den neuen Blogs konnte das Blog der JVP (bunt-schwarz.at) und das LIF/Heide-Schmidt-Blog punkten.

1 ERGEBNISSE

Am intensivsten nutzen die Grünen die Möglichkeit Themen über Blogs an Interessierte zu transportieren. Wie aus Abbildung 1 ersichtlich, nutzen die Grünen bzw. deren PolitikerInnen am intensivsten Blogs (mittlerweile 17 Blogs). Knapp dahinter die SPÖ mit 15 Blogs. Weiter abgeschlagen folgt die ÖVP mit sechs Blogs und das Liberale Forum, welches ein Blog führte, welches erst im Wahlkampf startete. Alle anderen Parteien, auch die beiden großen Wahlgewinner wie BZÖ und FPÖ führen keinen eigenen Blog.

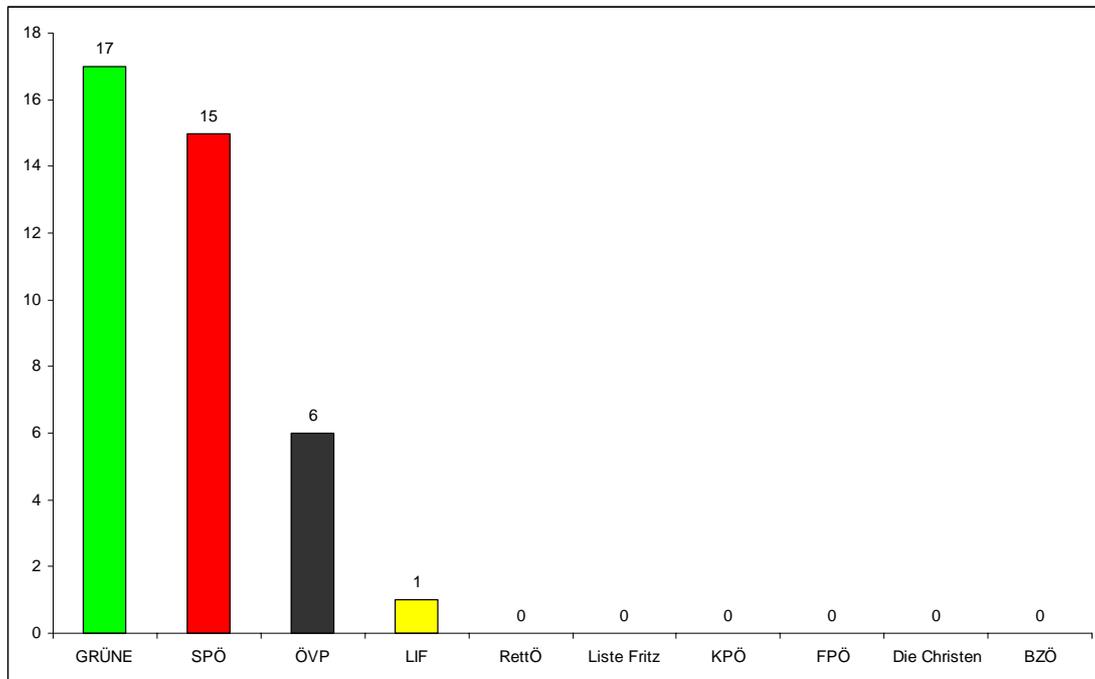


Abbildung 1: Anzahl der geführten Blogs (n=39)

Die Möglichkeit des Wahlkampf-Blogs von Profil bzw. der Tageszeitung Österreich nutzten nahezu alle Parteien. Hier bloggten dann auch die FPÖ, das BZÖ und auch die KPÖ. Nur die Liste Fritz, Rettet Österreich und die Christen zeigen sich als Blog-Muffel.

Die Grünen führen nicht nur die meisten Blogs sondern nutzen dieses Medium bereits seit 2001. Peter Pilz ist das Urgestein unter den Polit-Bloggern und war jahrelang auch sehr alleine mit seinem Blog. Bis 2006 waren die Grünen die einzige Partei die Blogs als Kommunikationsmedium nutzen, erst nach der Nationalratswahl 2006 nutzten auch andere Parteien die Möglichkeit des Bloggens. Erst ab dem Jahr 2007 zeigt sich Bewegung unter den Polit-Blogger und dieser Höhenflug erreichte im heurigen Jahr seinen Höhepunkt mit 20 neuen Blogs im politischen Umfeld, wobei 14 davon in der Zeit nach der Bekanntgabe von Neuwahlen entstanden.

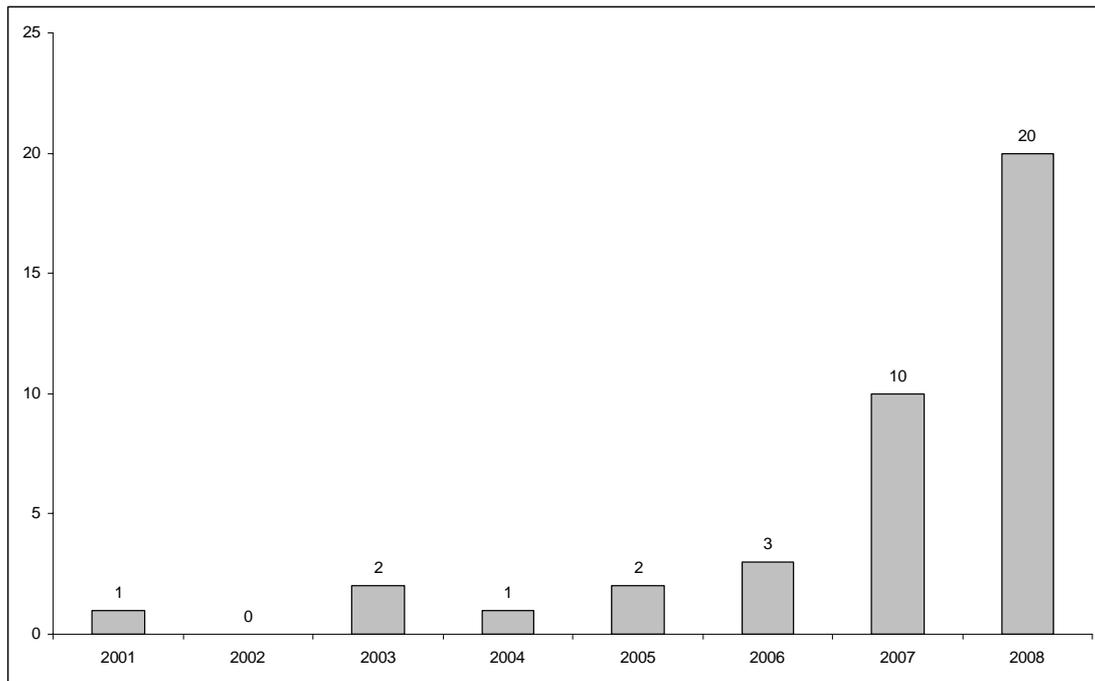


Abbildung 2: Startbeginn von Polit-Blogs (n=39)

Die meisten Polit-Blogs werden von Einzelpersonen geführt (94 %). Nur lediglich 2 Blogs wurden von einem Team geführt, wobei bei einem Team die bloggenden Einzelpersonen namentlich bekannt waren (LIF) und bei einem Team dies anonym bloggte (JVP).

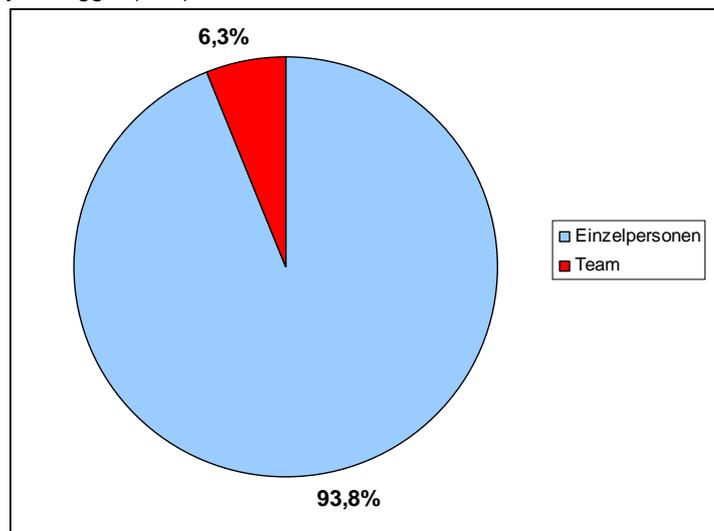


Abbildung 3: Blogs von PolitikerInnen werden gerne persönlich von Einzelpersonen geführt

Blogs können neben Text auch Bilder, Audio (Podcast) oder auch Videos enthalten. Bei der Untersuchung zeigte sich, dass alle Blogs auf Text setzen. Viele verwenden neben Text auch noch Bilder (69,4 %). Videos (z. B. von Youtube) werden in 13,9 % und Audio gar nur in 5,6 % der untersuchten Blogs verwendet.

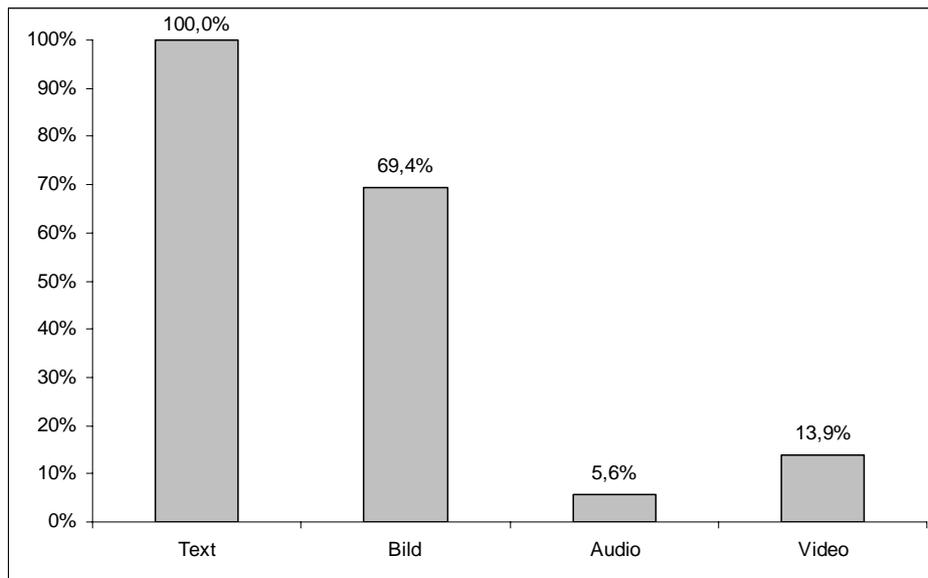


Abbildung 4: Viele Blogs integrieren auch Bilder, wenige hingegen Audio oder Video (n=32)

Über die Funktion des Kommentare Hinterlassens auf Blogs wird die Kommunikation zwischen dem Leser des Blogs und dem Blogger selbst ermöglicht. Über diese Kommentare können Leser auf einen Blogpost reagieren und ist wohl eines der Hauptfeatures eines Blogs, die Interaktion zwischen Leser und Schreiber. Generell nutzen Polit-Blogs diese Möglichkeit des Hinterlassens von Kommentaren wie die Untersuchung zeigte. Nur 9,4 % der Blogs bieten keine Möglichkeit für Kommentare und ein Blog nur eingeschränkt.

Die Anzahl der Blogposts und die Anzahl der Kommentare steigen und steigen. Durch die Anzahl der stetig steigenden Zahl der Polit-Blogger werden auch mehr Blogposts erstellt. Seit dem Zeitpunkt an dem Neuwahlen ausgerufen wurden stieg die Anzahl der Blogposts von Monat zu Monat. In der ersten Jahreshälfte gab es pro Monat zwischen 150 und 250 Blogposts pro Monat. Wenige Monate später, im September, Hochblüte des Wahlkampfes gab es mehr als 700 Blogposts! Detto verhielt es sich mit den Kommentaren der Leser. Zum Ende des Wahlkampfes konnten fast 2.500 Kommentare im September 2008 gezählt werden (Abbildung 5).

Die Abbildung 6 zeigt, dass ab der Kalenderwoche 35 (Ende August) wurde der Wahlkampf auch in den Blogs intensiviert. Hier gab es einen sprunghaften Anstieg auf knapp 50 Blogposts pro Woche auf mehr als 160 Blogposts in der Woche. Den Höhepunkt hinsichtlich Blogposts erreichte der Wahlkampf in der vorletzten Woche vor der Wahl. Die Anzahl der Kommentare zeigten in der letzten Woche des Wahlkampfes keinen so großen Knick wie es die Blogposts taten.

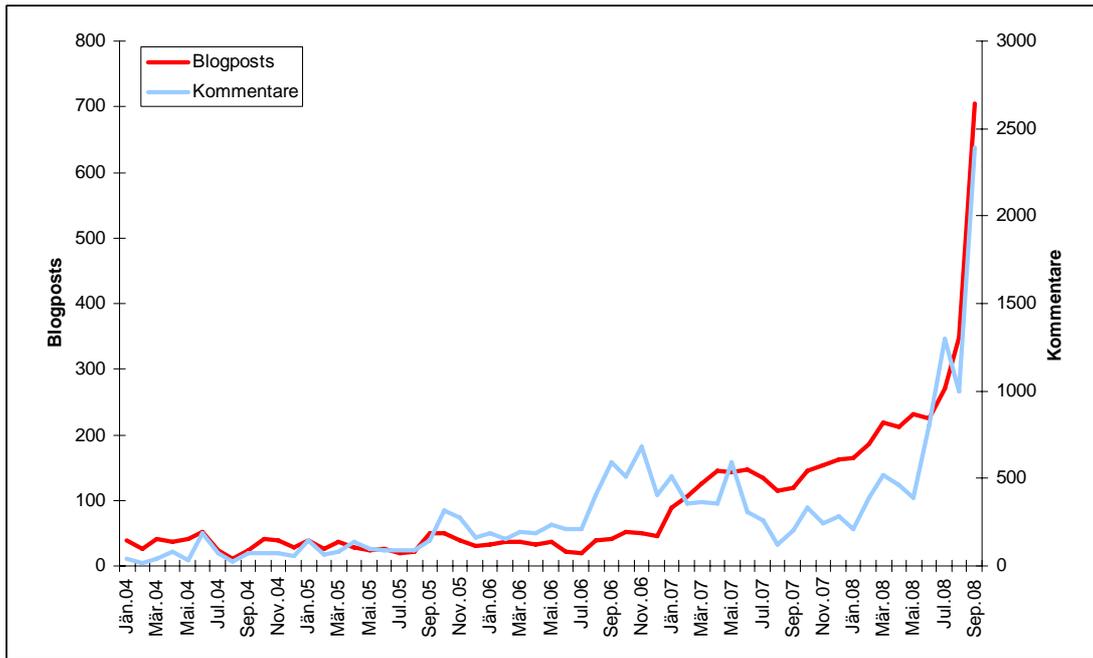


Abbildung 5: Verlauf der Anzahl der Blogposts und Kommentare seit 2004 (n=32)

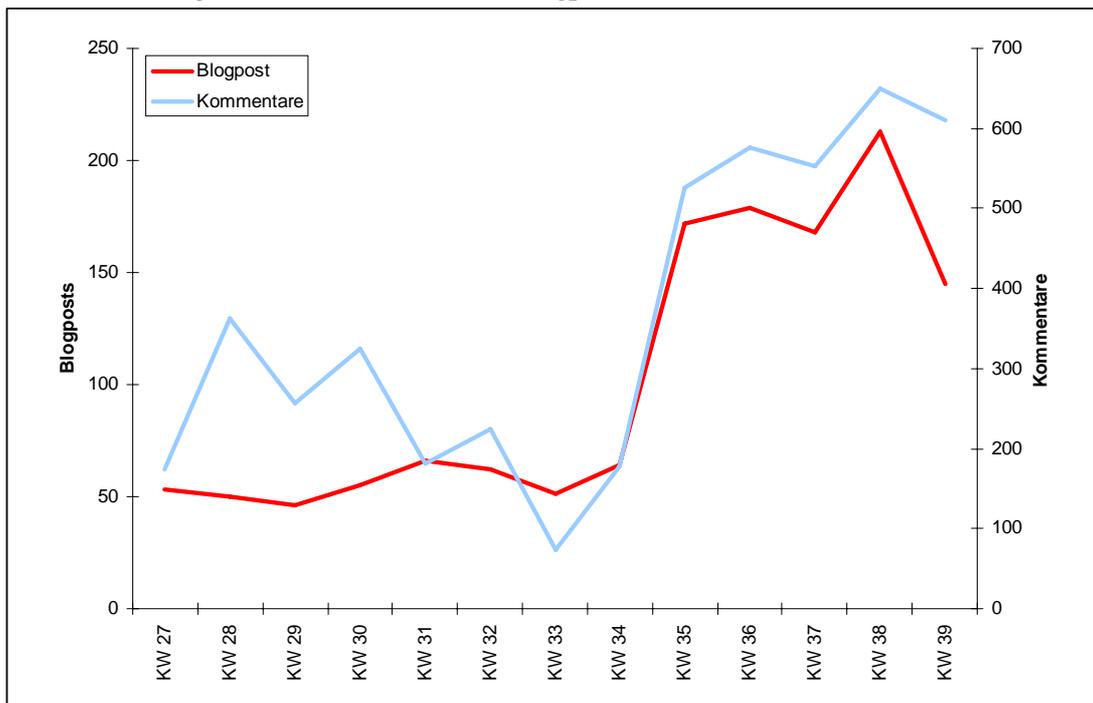


Abbildung 6: Verlauf der Anzahl der Blogposts und Kommentare in den letzten Wochen (30.6. bis 26.9.2008) (n=32)

Bei der Betrachtung der Kommentare pro Blogpost zeigte sich (Abbildung 7), dass es hitzige Diskussionen im letzten Wahlkampf, Herbst 2006 gab. Die absolute Anzahl an Kommentaren legte in diesem Wahlkampf deutlich zu, jedoch war die Anzahl der aktiven Polit-Blogs in diesem Wahlkampf doch deutlich höher. Waren es im Wahlkampf 2006 (Beobachtungszeitraum Juli bis September 2006 bzw. 2008) nur drei aktive Blogs mit 1.211 Kommentaren, gab es im heurigen Wahlkampf bereits 4.690 Kommentare bei aber 32 Blogs. Speziell diese neuen Blogs hatten kaum Interaktionen in Form von Kommentaren wodurch die Kennzahl „Kommentare pro Blogpost“ im Vergleich zum Nationalratswahlkampf 2006 sank. Es zeigt sich hier, dass sich die Kommentare auf einige wenige Blogs konzentrierten. Im letzten Wahlkampf waren dies ausschließlich Blogs der Grünen, bei diesem Wahlkampf fanden Diskussionen auch vermehrt im Blog des LIF statt.

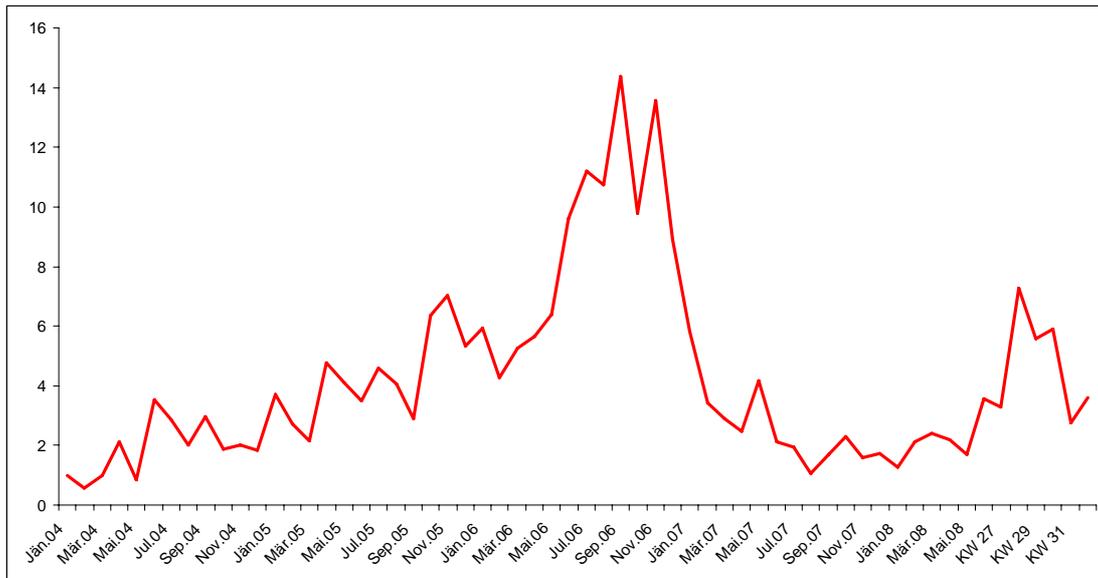


Abbildung 7: Anzahl der Kommentare pro Blogpost (n=32)

Die Grünen und auch die SPÖ bieten ihren Mitgliedern eine eigene Blog-Plattform an. Über diese können schnell, einfach und im abgestimmten Partei-Layout eigene Blogs erstellt werden. Diese Möglichkeit wird bereits zum Teil von den PolitikerInnen der SPÖ bzw. der Grünen angenommen.