



Neue Formate im Kampf um die Wählerstimmen

Wahlkampf in Corona-Zeiten: Facebook, Instagram & Co können aber nur begrenzt den Kontakt zum Bürger ersetzen

VON BURKHARD GIESEN

Jülich Zehn Tage sind es noch bis zur Kommunalwahl. Der Wahlkampf sollte also auf Hochtouren laufen, die Kandidaten von Tür zu Tür rennen und um jede Stimme kämpfen. Aber ist das auch so? Funktioniert in Zeiten von Corona Wahlkampf anders als früher?

„Die Gespräche an der Haustür, der direkte Kontakt mit dem Bürger, das fehlt mir“, sagt beispielsweise Heinz Frey von der UWG-Jül. Frey verzichtet auf den traditionellen Wahlkampf von Haustür zu Haustür. Auftritte bei Veranstaltungen sind ebenfalls eher Mangelware. „Ich habe den Eindruck, dass die Bürger eher noch anrufen und ihre Anliegen dann persönlich vortragen“, sagt Frey.

Auch Sebastian Steininger, einer der Sprecher der Jülicher Grünen, spricht davon, dass es schwieriger sei, Veranstaltungen durchzuführen. „Unsere Infostände laufen ganz normal, teilweise gehen unsere Kandidaten auch von Haus zu Haus“, sagt er. Die Grünen haben zudem aber auch sehr früh auf Angebote im Internet gesetzt. So haben sie beispielsweise Anfang August ihr „Grünes Stadtgespräch“ mit Oliver Krischer zum Strukturwandel komplett online abgehalten. Mit der Resonanz war Steininger durchaus zufrieden: „Natürlich erreicht man damit nicht die breite Masse, aber Interessierte. Solche Formate müssen aber auch erstmal bekannt werden, damit sie sich durchsetzen können.“

Videos der Kandidaten

„Facebook, Instagram und natürlich auf unserer Homepage“, antwortet Katja Boecking, Vorsitzende der Jülicher SPD, ganz spontan, wenn man ihr die Frage stellt, wo die SPD versucht, ihre Inhalte an den Wähler oder die Wählerin zu bringen. „Wir haben

beispielsweise schon sehr früh auch Videos aller Kandidaten produziert, damit sie sich vorstellen und präsentieren können“, ergänzt Boecking. Für sie ist es der erste Wahlkampf, den sie als Vorsitzende begleitet. „Ich versuche in meinem Wahlkreis mit den Bürgern ins Gespräch zu kommen und mache dabei auch sehr positive Erfahrungen“, sagt Boecking.

Pfiffige Idee

Mit einem durchaus hohen Aufwand haben sich die Liberalen in Jülich in den Wahlkampf gestürzt. Und das mit einer besonderen Aktion. Die Partei hat eine alte Telefonzelle organisiert und umgebaut. Unter dem Motto „Ich sag’s der FDP“ kann man in der Telefonzelle Videos aufnehmen und der FDP Jülich entweder die Meinung sagen oder Themen anregen. Eine pfiffige Idee. Ganz so viele Videos sind allerdings bisher nicht bei der FDP eingetroffen, gibt Parteivorsitzender Wolfgang Steufmehl unumwunden zu, auch wenn einzelne Videos auf der Internetseite der Liberalen zu sehen sind. Die haben sich überhaupt eher auf Themen konzentriert, mit denen sie sich von den anderen Parteien unterscheiden können, so etwa bei der Frage, wie denn ein Ersatz für die Stadthalle aussehen könnte.

Dass ein Wahlkampf in Corona-Zeiten komplizierter ist, macht auch CDU-Wahlkampfmanager Achim Maris deutlich: „Wir haben versucht, unsere Aktivitäten einzuschränken. Wenn wir etwa unsere Flyer verteilen, klingeln wir bewusst nicht an den Haustüren, weil wir den Eindruck haben, dass die Wähler weniger Kontakt wünschen.“ Aber auch die CDU Jülich setzt in den letzten Wochen auf Infostände, ist im Internet präsent. „Natürlich bekommen wir auch Rückmeldungen mit konkreten Anfragen, aber nicht jeder ist automatisch in sozialen Netzwerken unterwegs“, sagt Maris, der bedauert, dass Diskussionsveranstaltungen zur Wahl nur begrenzt stattfinden können: „Es stimmt doch, dass in Jülich bei den großen Projekten die Parteien inhaltlich ähnlich aufgestellt sind.“ Dennoch können die Unterschiede bedeutend sein, beispielsweise bei konkreten Fragen, wie etwa der Marktplatz oder Schlossplatz künftig genutzt oder gestaltet werden sollen. Maris: „Ich bedauere das sehr, dass diese Diskussionen aktuell nicht stattfinden können. Uns fehlen etwa die Stadtgespräche, um dem Wähler die Unterschiede deutlich machen zu können.“