

**Dr. Stephan Eisel**  
An der Vogelweide 11  
53229 Bonn  
stephan.eisel@gmx.net  
(18. Februar 2021)

# Politik real und digital

## Nur wer die Grenzen des Internets kennt, kann seine Chancen nutzen

Dass man den Wahlkampf in den „sozialen“ Netzwerken verbessern müsse, gehört inzwischen gerade in der CDU zu den Allgemeinplätzen nach Wahlniederlagen. So sehr Digitalisierung im Lebensalltag immer mehr auf dem Vormarsch ist, so verkürzend gilt sie den Parteien als Allheilmittel. Das reale Leben wird aber meist durch das digitale Erleben nicht erfasst.

Wie schnell die digitale Brille aber den Blick auf die reale Welt verfälschen kann, hat zuletzt die Organisation der Impfkampagne offengelegt: Man hat diejenigen nicht mehr im Blick, die keine teuren Smartphones besitzen und sich nicht täglich mehrere Stunden von Homepage zu Homepage hangeln. Das ist keineswegs nur eine Generationenfrage:

Es wird zu oft übersehen, dass es einen großen Unterschied gibt zwischen denjenigen, denen als „Bildschirmarbeiter“ auch am Arbeitsplatz ein ständiger Netzzugang zur Verfügung steht, und denjenigen, die darauf nur in ihrer Freizeit Zugriff haben. Dort, wo ein Internetzugang zum Arbeitsplatz gehört, ist die tägliche Internetnutzung praktisch vorgegeben. Wer seinen Alltag in der „Bürowelt“ verbringt, hat es in der Internetwelt leichter als jemand, der im Handwerk, dem produzierenden Gewerbe oder dem Dienstleistungssektor arbeitet.

Anders ausgedrückt: Das Internet wird von einer Minderheit der Zeitreichen dominiert, die diesem Medium ihre volle Aufmerksamkeit widmen wollen und können. Deshalb wird das Internet von denjenigen geprägt, die die finanzielle oder zeitliche Disposition für solche Aktivitäten haben. Eine Volkspartei wäre schlecht beraten, wenn sie das aus dem Blick verliert.

Von den in Deutschland lebenden über 14-Jährigen nutzen nach dem Digital-Index 2019 der Initiative D21 und der ARD/ZDF-Online-Studie 2020, die bereits die Corona-Daten berücksichtigt, nur 72 Prozent das Internet täglich, davon die allermeisten nur für wenige Funktionen:

Messenger-Dienste wie WhatsApp nutzen 68 Prozent täglich, mediale Streaming-Angebote wie Mediatheken oder Netflix 50 Prozent, Suchmaschinen wie Google 45 Prozent, e-mails 33 Prozent und Soziale Netzwerke insgesamt 25 Prozent und Facebook im Speziellen nur 14 Prozent.

Bei den über 67-jährigen liegt die tägliche Internetnutzung nur bei 20 Prozent: Als Wählergruppe sind sie übrigens zahlenmäßig in etwa so stark wie die 18 – 40-Jährigen. Der Digital-Index 2019 stuft nur 44 Prozent der Wohnbevölkerung über 14 Jahre als „digitale Vorreiter“ ein. 38 Prozent sind „konservative Gelegenheitsnutzer und vorsichtige Pragmatiker“, 18 Prozent „digital Abseitsstehende“ (davon die meisten ausdrücklich „Offliner“). Die Mehrheit der Erwachsenen Menschen in Deutschland ist also bei weitem nicht so im Internet zu Hause wie die Meinungsbildner und Entscheidungsträger.

Gerade wer in der Politik Verantwortung trägt, muss diese Grenzen des Internets kennen, um seine Chancen nutzen zu können. Wer sich im digitalen Rausch verliert, vergisst schnell, dass zur Technikfaszination die Demokratiekompetenz kommen muss.

Ohne Zweifel hat das Internet im letzten Jahrzehnt die politische Kommunikation verändert. Corona-Zeiten mit ihrer Tendenz zur Ausschließlichkeit des Digitalen haben den Blick darauf noch einmal fokussiert. So sehr das Internet für politisch Aktive und Interessierte neue Möglichkeiten öffnet, so sehr ist Politik für die Nutzer insgesamt ein Randgebiet. Es wird vor allem von denen genutzt, die in digitalen Echokammern nach der Bestätigung der eigenen Weltsicht suchen und sich so immer weiter radikalieren. Corona-Leugner sind dafür das aktuellste Beispiel. Ausserdem hat – glücklicherweise – bei vielen die Skepsis gegenüber den nur im Netz verbreiteten politischen Nachrichten zu genommen.

Wahlkämpfe sind ohne Aktivitäten im Netz zwar heute nicht mehr vorstellbar, aber zugleich landet in einer Sackgasse wer glaubt, sie würden dort entschieden. Man hat schnell ein schnittiges Video gedreht und mache setzen dafür schon im lokalen parteiinternen Wettbewerb Agenturen ein. Aber zum einen ist die Reichweite bei Facebook vor allem für örtliche Bewerber sehr übersichtlich im niedrigen zweistelligen Bereich. Stehen Aufwand und Nutzen der Netzaktivitäten im richtigen Verhältnis – beispielsweise auch im Vergleich nur analogen Ansprache durch Hausbesuche?

Vor allem aber verdrängen die bildorientierten Mechanismen „sozialer“ Netzwerke eine Eigenschaft, auf die es z. B. bei der Auswahl politischer Mandatsträger vor allem ankommen sollte: Kompetenz und Charakter. Nicht die Verpackung ist entscheidend, sondern der Inhalt. Auf der großen Bühne haben Konrad Adenauer, Helmut Kohl und Angela Merkel dies bewiesen. Auch vor Ort sollte es entscheidend bleiben.

Modisch ist in der digitalen Welt auch die Oberflächlichkeit der Kürze um ihrer selbst willen. Da werden bei Kandidatenvorstellungen für komplexe politische Fragen 60-Sekunden-Antworten verlangt. Der schnelle Klick ist zwar die gültige Währung im Netz, aber wer sie in den politischen Diskurs überträgt, gefährdet das ein Grundprinzip der liberalen Demokratie: Argumente brauchen Zeit. Die Reifezeit für vernünftige Entscheidungen, deren Voraussetzung das sorgfältige Abwägen von Pro und Contra ist, muss gegen die Faszination der sich ständig beschleunigenden Netzgeschwindigkeit verteidigt werden.

Das Internet läutet weder den Untergang des Abendlandes ein, noch führt es uns in ein Zeitalter der Erleuchtung. Es ist nicht der Sieg des Projektes Aufklärung ist, sondern eine neue Herausforderung für die Aufklärung. Weil es ein ebenso faszinierendes wie ambivalentes Medium ist, muss man die Grenzen des Internets kennen, um seine Möglichkeiten sinnvoll nutzen können. Dazu gehört es, das Netz im Blick zu haben, aber sich nicht darauf zu fixieren.

Die digitale Welt bildet die Wirklichkeit nicht einfach ab, sondern verzerrt sie. Mitten im Leben zu stehen, heisst das Digitale dem Analogen unterzuordnen, es zu nutzen, aber nicht zur Bestimmung werden zu lassen.