

## Social Media für Politiker: Ein kleiner Leitfaden

Mark Balsiger & Partner  
Waisenhausplatz 18  
3011 Bern

Tel. 031 368 15 00

Fax 031 368 15 01

info@border-crossing.ch

www.border-crossing.ch



**Social Media sind ein Hype, gewinnen aber in Realität zunehmend an Bedeutung. Auch in der Politik. Eine ernsthafte und zugleich kritische Auseinandersetzung mit Social Media lohnt sich deshalb auch für Politikerinnen und Politiker. In dieser knappen Dokumentation wird das Wichtigste erklärt. Näher erklärt werden Facebook und Twitter, alle anderen Plattformen haben sich in der Schweizer Politik (noch) nicht durchgesetzt (Stand Sommer 2011).**

Der Begriff Social Media steht für Austausch auf internet-basierten Plattformen. Er umfasst nicht nur das Senden von Informationen, wie das die klassischen Medien Radio, Fernsehen, Zeitung, Plakat und Kino tun. Er beinhaltet auch das gemeinsame Erarbeiten neuer Inhalte. Social Media sind interaktiv, im Vergleich zur Einweg-Kommunikation bei den klassischen Medien. Grundsätzlich können alle mitwirken, entsprechend oft wird oft vom „Mitmach-Internet“ gesprochen.

- Kampagnen
- Öffentlichkeitsarbeit
- Krisenkommunikation
- Auftrittskompetenz

Der Umgang mit Social-Media-Plattformen ist einfach und benutzerfreundlich. Ein spezifisches Know-how ist nicht erforderlich. Die Nutzung der Plattformen ist in der Regel kostenlos. Wer das Aufsetzen und Betreiben an Agenturen und Spezialisten vergibt, sollte darauf achten, dass keine Phantasiehonorare verlangt werden. Die Goldgräberstimmung trieb die Honorare in die Höhe. Bei der Vergabe an Externe sollte sichergestellt sein, dass nebst technischem Know-how auch ein solides Verständnis über Politik vorhanden ist.

### **Zu Beginn drei Thesen:**

- Niemand weiss, welche Social-Media-Kanäle in ein paar Jahren noch relevant sein werden, die Prinzipien dahinter bleiben aber gleich.
- Mit einer überzeugenden Online-Präsenz erreicht man langfristig eine starke Reputation und setzt auf eine moderne Form der Bürgernähe.
- Der Wahlkampf entwickelt sich nur noch im Internet und in Internet-basierten Kanälen.



Facebook zählte im Sommer 2011 weltweit approx. 750 Millionen Nutzerinnen und Nutzer. In der Schweiz waren es 2,6 Millionen Menschen. Jede dritte Person in diesem Land hatte dann also ein Facebook-Profil; es sind bei Weitem nicht nur junge Erwachsene.

### **Wie kann Facebook Ihrer Wahlkampagne nützen?**

- Sie erreichen Menschen, die Sie sonst nie treffen würden.
- Sie vergrössern Ihren Bekanntheitsgrad.
- Sie demonstrieren Bürgernähe.
- Sie festigen Ihr Online-Profil.
- Sie erschliessen sich neue Wählersegmente.
- Die klassischen Medien greifen Ihre Aktivitäten auf.

## **Zehn goldene Regeln für die Nutzung von Facebook:**

1. Senden Sie nur Freundschaftsanfragen an Leute, die Sie persönlich kennen. Alle anderen bringen Ihnen kaum etwas. Es fällt Ihnen keine Zacke aus der Krone, die Anfrage mit zwei oder drei höflichen Sätzen zu versehen. Das kommentarlose Einladen für „Freundschaft“, Gruppen und Seiten ist nicht „Knigge-like“, auch wenn die meisten Nutzer aus lauter Bequemlichkeit so vorgehen. Sie aber möchten ja besser sein als der Durchschnitt. Und Sie wollen irgendwann etwas von der anderen Person. Vorerst Aufmerksamkeit, später Unterstützung und schliesslich die Stimme.

2. Akzeptieren Sie nur Freundschaftsanfragen von Leuten, die Sie wenigstens flüchtig aus dem realen Leben kennen oder durch viele gemeinsame „Freunde“ grob einschätzen können. Im Netz sind zwielichtige Figuren und Freaks unterwegs, mit denen Sie nicht einmal virtuell „befreundet“ sein sollten.<sup>1</sup>

3. Überlegen Sie sich gut, welche Informationen, Statusmeldungen, Fotos und Videos Sie veröffentlichen. Damit betreiben Sie bereits Imagebildung. Privates soll Platz haben, bedarf aber klarer Grenzen.

4. Wer viele Fotos von sich hochlädt, muss mit dem Vorwurf rechnen, narzisstisch veranlagt zu sein.

5. Füllen Sie alle Rubriken aus, die Ihnen Facebook bietet. Für neugierige und potenzielle Neuwähler ist ein Kandidatenprofil mit Lücken ärgerlich. Sollten Sie auf eine persönliche Website verzichten und nur ein Facebook-Profil bewirtschaften: Nutzen Sie die zahlreichen Zusatzrubriken und ermöglichen Sie den freien Zugriff auf dieses Profil – auch für Menschen, die kein Facebook-Konto haben.

6. Pflegen Sie Ihre Facebook-Präsenz: Mindestens zwei- bis dreimal in der Woche sollten Sie sich einloggen, Freundschaftsanfragen annehmen, Fragen beantworten, Aktualitäten nachführen, Kommentare platzieren und nachschauen, was andere getan haben. Am Wichtigsten: Pflegen Sie den Dialog mit Ihren „Freunden“ und Gästen.

---

<sup>1</sup> Die „Freundschaften“ mit Neonazis aus Deutschland und Österreich, die vereinzelte Schweizer Politiker eingingen, ohne die Absender zu verifizieren, wurden schon mehrfach Thema in den klassischen Medien. Darum: Vorsicht bei Anfragen von Unbekannten!

Grammatikalisch korrekte Sätze und möglichst wenig Orthografie-, Interpunktions- und Tippfehler sollten auch ein Ziel sein. Wenn Sie viele Fehler machen, sind (Vor-)Urteile von „schludrig“ bis „beschränkt intelligent“ nicht mehr weit. Kontrollieren Sie zudem regelmässig Ihr eigenes Profil: Sind die Informationen noch aktuell; wer hat Sie auf Fotos markiert? – Letzteres ist gefährlich, gerade wenn die Aufnahmen kompromittierend sind.

7. Gehen Sie beim Verfassen von Statusmeldungen und Kommentaren überlegt vor. Eine Faustregel: Ihre Zeilen sollten Sie nur dann veröffentlichen, wenn Sie auch in einer Woche, einem Monat und einem Jahr noch dazu stehen können.

8. Vergessen Sie nie: Das Internet vergisst nie. Die Gefahr ist latent, dass jeder Kommentar und jedes Foto irgendwo für immer abgespeichert wird.

9. Texte in Mundart zu verfassen ist grundsätzlich sympathisch und wird zunehmend populärer. Viele Teenager und jüngere Erwachsene kommunizieren fast ausschliesslich auf diese Weise; sie schreiben ihre Zeilen phonetisch und reichern sie mit Sonderzeichen



wie Smileys an. Für Sie als Kandidatin oder Kandidat sollte dabei eine Frage im Zentrum stehen: Verstehen mich die Leute problemlos? Machen Sie keine Abstriche bei der Verständlichkeit.

10. Es kann Ihre „Freunde“ irritieren oder sogar enttäuschen, wenn sie nur beschränkt Zugriff auf Ihr Facebook-Profil haben. Die individuellen Sicherheitseinstellungen, die Sie für jeden „Freund“ vornehmen können, sind generell Stolpersteine. Wenn man Ihnen beispielsweise nicht einmal auf Ihrer „virtuellen Wand“ zum Geburtstag gratulieren kann, wirkt sich das negativ aus. Ein Grund mehr, als Politiker eine Facebook-Seite zu bewirtschaften, die für alle frei zugänglich ist. Dann entfällt auch der Aufwand auf einem persönlichen Profil, für jeden „Freund“ separate Sicherheitseinstellungen vornehmen zu müssen.

Wo die Masse ist, dürfen die Politiker und Kandidierenden nicht fehlen. Vor diesem Hintergrund liegt es auf der Hand, dass viele von ihnen auf Facebook präsent sind. Die allermeisten bewirtschaften allerdings nur ein persönliches Profil. Eleganter und professioneller wäre eine sogenannte Facebook-Seite.

Die Vorteile gegenüber einem persönlichen Facebook-Profil:

- Eine Seite ist einfacher zu pflegen.
- Sie haben die Möglichkeit, Ihre Seite markant auszubauen.
- Alles, was Sie dort publizieren, ist immer öffentlich.
- Interessierte müssen nicht Mitglied einer Gruppe werden oder eine Freundschaftsanfrage bestätigen, sondern lediglich „gefällt mir“ anklicken (die Hürde liegt tiefer).
- Es gibt keine Grenze bei 5000 „Freunden“ wie bei einem persönlichen Profil.
- Die Zugriffe auf Facebook-Seiten sind statistisch messbar.
- Sie müssen sich nicht um individuelle Zugangsberechtigungen kümmern, weil es sie nicht gibt.

Für Ihre Facebook-Seite brauchen Sie einen unverwechselbaren Namen. Wichtig ist ausserdem, dass Ihr Vor- und Nachname darin vorkommt. Drei Beispiele:

- **Doris Dosenbach – unsere neue Kantonsrätin**
- **Hugo Hugentobler – Politik mit Sachverstand und Herz**
- **Unverbraucht, undogmatisch, unverwechselbar – Babette Bata**

Wer eine Facebook-Seite durchdacht ausbaut, kann allenfalls sogar auf eine Website verzichten. Gerade bei sehr knappen Budgets ist dies empfehlenswert.

Zusammenfassend: Wer auf Facebook reüssieren möchte, sollte über Jahre hinweg Zeit und Lust haben, sich auf dieser Plattform auszutauschen. Es geht nicht um Werbung, sondern um Dialog. Wenn Sie den Dialog glaubwürdig und stetig pflegen, wird sich automatisch ein positiver Effekt einstellen. In jedem Fall stärken Sie Ihre Reputation.

# twitter



## Wie kann Twitter<sup>2</sup> Ihrer Wahlkampagne nützen?

- Sie können Twitter als Promotionskanal für Ihre Aktivitäten auf anderen Social-Media-Plattformen verwenden.
- Sie ermitteln, welche Themen die Menschen im Moment bewegen.
- Sie holen sich Wissen ab von Medien und Experten, die ebenfalls twittern.
- Sie weisen mit Ihren Tweets auf interessante Beiträge hin.
- Sie setzen Twitter als Monitoring-Instrument ein und beobachten, was andere Parteien und Kandidierende tun.
- Sie machen sich einen Namen mit Kurzprosa.
- Sie steigern Ihren Bekanntheitsgrad mit News, die eine gewisse Relevanz haben.
- Sie erschliessen sich neue Kreise.
- Sie mobilisieren die Leute für Ihre Aktionen.
- Sie können Schnappschüsse einspeisen (sogenannte „TwitPic“), was während Aktionen, die noch im Gange sind, hilfreich ist.

Twitter ist schnell, flüchtig und zurzeit noch kostenlos. Ein Konto haben Sie in zehn Minuten eröffnet, die Handhabung ist einfach, Blackberrys und iPhones eignen sich sehr gut zum Twittern unterwegs. Bis Sie die erweiterten Funktionen einzusetzen wissen, brauchen Sie etwas mehr Zeit. Wie bei allen anderen sozialen Netzwerken geht es auch bei Twitter primär um Dialog. Und Sie brauchen Zeit dafür – täglich. Zum Lesen und Verfassen von Meldungen. Nur wer mehrere Jahre dabeibleibt, dürfte profitieren können.

---

<sup>2</sup> Aus dem Englischen: to twitter bedeutet zwitschern. Sogenannte Tweets sind Textmeldungen mit maximal 140 Zeichen, längere Nachrichten lässt das System nicht zu. Hingegen können Links integriert werden.

Was bei Twitter publiziert wird, findet und übernimmt in der Regel auch Google. Beim Suchmaschinen-Giganten werden Tweets sehr weit oben gelistet. Umso wichtiger ist es für Ihre Reputation, dass Ihre Tweets nicht peinlich oder allzu banal sind. Das können Sie getrost den „It-People“ überlassen. Zum Beispiel Britney Spears, die einmal „zitscher-te“:

**„Ich bekam gestern Nacht eine tolle Massage.“**

Dieser Tweet wurde von den Medien prompt aufgegriffen und breit diskutiert. Prominenz bedeutet für viele Medien automatisch Relevanz. Und Spears hatte ihr Ziel erreicht: im Gespräch zu bleiben. Viele Kritiker unterstellen Twitter, in erster Linie ein Kanal für die Selbstdarstellung zu sein.

---

© Mark Balsiger, aus dem Handbuch [„Wahlkampf – aber richtig. Was erfolgreiche Kampagnen ausmacht“ \(2011\)](#)

Facebook-Seiten:

- [Wahlkampf – Hintergrund, Tipps und Tricks](#)
- [Wahlkampf im Internet – ein Meer an Chancen](#)

Twitter:

[twitter.com/Mark\\_Balsiger](https://twitter.com/Mark_Balsiger)

Weblog:

[wahlkampfblog.ch](http://wahlkampfblog.ch)