

A person is holding a smartphone horizontally, displaying a photo of a building at night with many lights. The background of the entire image is a bokeh effect of many out-of-focus light circles. A thick red diagonal line runs from the top left to the bottom right, crossing behind the text.

POLITIK:VERNETZT

Für mehr Rot im Netz :)

Social Media Leitfaden der SPD Sachsen-Anhalt

SOCIAL MEDIA ALLGEMEIN

A person is shown from the chest up, holding a smartphone horizontally with both hands. The phone's screen displays a photo of a large, brightly lit indoor space, possibly a shopping mall or a modern building interior, with many lights and a high ceiling. The background of the entire image is a soft, out-of-focus bokeh of white and light grey circles, suggesting a festive or celebratory atmosphere. Two thick, diagonal red stripes cross the image, one from the top-left to the bottom-right, and another from the bottom-left to the top-right, framing the central content.

Was sind soziale Medien? Welche Regeln gelten in der Kommunikation? Wie geht man mit Störern um?



SOCIAL MEDIA ALLGEMEIN

Was sind soziale Medien?



Gibt man bei Wikipedia Social Media ein, findet man folgende Definition:

„Social Media (auch soziale Medien) sind digitale Medien und Methoden (vgl. Social Software), die es Nutzern ermöglichen, sich im Internet zu vernetzen, sich also untereinander auszutauschen und mediale Inhalte einzeln oder in einer definierten Gemeinschaft oder offen in der Gesellschaft zu erstellen und weiterzugeben.“

Der Begriff „Social Media“ dient auch zur Beschreibung einer neuen Erwartungshaltung an die Kommunikation und wird zur Abgrenzung vom Begriff Medium für ein Druckwerk oder einen Rundfunkkanal stets im Plural verwendet. Dies soll signalisieren, dass es sich um mehr handelt als um einzelne Medien oder Kanäle.“

Was bedeutet das für uns?

Wenn wir in den sozialen Netzwerken unterwegs sind, egal ob privat oder im Rahmen politischer Arbeit, sollten wir uns immer ihrer Beschaffenheit bewusst sein und entsprechend agieren. **Jeder ist Sender. Jeder ist Empfänger.** Daraus resultiert ein Verhältnis auf Augenhöhe und eine Erwartung von kommunikativer Begegnung. **Wenn eine Zeitung in einem Sinnbild das Anschlagbrett in einem Dorf ist, sind die sozialen Medien die Kneipe.** Man sitzt zusammen, an unterschiedlichen Tischen, irgendwo läuft auf einem Fernseher ein Video, aber letztlich sind alle für eine kommunikative Erfahrung hier.



SOCIAL MEDIA ALLGEMEIN

Was sind relevante Netzwerke für den Bereich der Politik?



Facebook

Facebook ist eine Plattform, auf der Menschen und Unternehmen sich darstellen, miteinander diskutieren und sich vernetzen. Es beinhaltet darüber hinaus einen Messenger für direkten Kontakt. Im Bereich der politischen Kommunikation in Deutschland ist es das etablierteste Netzwerk. Auch klassische Medien wie Zeitungen und Fernsehsender haben dort Seiten, stellen Informationen bereit und treten mit Nutzern in Kontakt.

Ca. 65 Prozent der Wahlberechtigten nutzen Facebook.
Es ist das Netzwerk, das am häufigsten für Nachrichten genutzt wird.

WhatsApp und andere Messenger

WhatsApp und andere Messenger dienen hauptsächlich dazu Texte, Bilder oder Videos zwischen den Nutzern auszutauschen und sich zu unterhalten. Das kann in Gruppen geschehen, oder nur zwischen zwei Personen. Seit einiger Zeit verfügt WhatsApp auch über eine Broadcast-Funktion, über die man eine Art Newsletter verschicken kann. Dazu findet sich später in diesem Newsletter mehr. WhatsApp gehört mittlerweile der Firma Facebook.

Ca. 75 Prozent der Wahlberechtigten nutzen WhatsApp.
Bisher informieren sich jedoch wenige dort über Politik.



Im Internet gibt es zahllose Informationen zu den beiden Netzwerken, die insbesondere im Bezug auf Datenschutz immer wieder hart in der Kritik stehen. Beide sind über eine Desktopanwendung vom Computer aus zu erreichen, werden jedoch hauptsächlich mobil am Handy genutzt.



SOCIAL MEDIA ALLGEMEIN

Was sind relevante Netzwerke für den Bereich der Politik?

Twitter

Twitter ist, im Verhältnis zu den USA und anderen Ländern, in Deutschland eher wenig verbreitet. Dennoch ist es eines der relevantesten Netzwerke für Menschen in der Politik. Dort tummeln sich nämlich vor allem andere Politiker, Digital Natives, die für ihre speziellen Interessen eintreten und Journalisten. Mit präzisen, schnellen Meinungsäußerungen kann man daher hohe Wellen schlagen und wird auch gerne in gedruckten Zeitungen oder Onlineartikeln zitiert.

Ca. 19 Prozent der Wahlberechtigten nutzen Twitter. Relevant ist hier weniger das Bereitstellen bloßer Information, sondern ein pointierter Diskurs mit anderen gesellschaftlichen Akteuren.



Instagram

Auch Instagram gehört zu Facebook. Sowohl Kommunikation, als auch Aussehen auf diesem Netzwerk unterscheiden sich grundsätzlich von Facebook. Instagram ermöglicht keine reinen Textposts. Ein Bild ist zwangsweise erforderlich, das dann, für ein ansprechenderes Aussehen, noch mit einem Filter versehen werden kann. Instagram ist ein Ort, auf dem es viel um Lifestyle geht, um Eindrücke, um Blicke hinter die Kulissen und angenehme Konversation. Man verteilt Herzen statt Likes. Instagram wird außerdem von einer tendenziell jüngeren und weiblicheren Zielgruppe genutzt.

Ca. 25 Prozent der Wahlberechtigten sind auf Instagram unterwegs
Politik beginnt allmählich sich dieses Netzwerk zu erschließen.

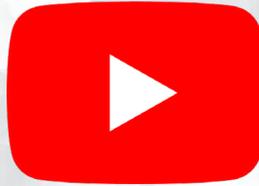


Sowohl Instagram als auch Twitter sind keine Netzwerke für die breite Masse, funktionieren jedoch auf ihre Art hervorragend für eine bestimmte Zielgruppe.



SOCIAL MEDIA ALLGEMEIN

Was sind relevante Netzwerke für den Bereich der Politik?



Snapchat, TikTok und andere Netzwerke

Neben den großen Playern im Netzwerkdschungel gibt es natürlich noch weitere Plattformen, von denen einige hier kurz erwähnt werden.

Snapchat hat sich ab ca. 2016 zunehmend auch in Deutschland verbreitet, nachdem von Instagram jedoch einige Kernfunktionen übernommen wurden, hat das Netzwerk mit stagnierenden Nutzerzahlen zu kämpfen. **TikTok** kommt ursprünglich aus China, basiert auf Kurzvideos, die oftmals aus Playbackgesang und Choreografie bestehen und ist derzeit eines der am schnellsten wachsenden Netzwerke. **LinkedIn** und **Xing** sind auch im deutschen Raum verbreitete Plattformen, dienen aber vor allem der beruflichen Vernetzung.

Der Markt der sozialen Netzwerke ist einem stetigen Wandel unterworfen. Es lohnt sich daher die Augen nach Neuerungen offen zu halten und vielleicht mit einer besonders guten Idee für den Bereich Politik auch mal Pionierarbeit leisten zu können und damit aufzufallen.

Youtube

Facebook sieht Youtube als seinen größten Konkurrenten an. Die Videoplattform gehört zu Google. Die Verweildauer der Nutzer dort steigt stetig. Seven One Media und forsa fanden in einer Studie heraus, dass etwa fünfzig Prozent des Konsums kostenloser Videos im Netz auf Youtube entfällt. Facebook kommt dagegen nur auf 7 Prozent. Kanäle wie der von LeFloid, der mit regelmäßigen News- und Meinungsbeiträgen 3 Millionen Abonnenten hat zeigen, dass Menschen sich hier durchaus bereitwillig über Politik informieren. Zu beachten ist jedoch, dass an die Qualität der Videos eher hohe Ansprüche gestellt werden und somit ein entsprechender Produktionsaufwand entsteht.

Ca. 45 Prozent der Wahlberechtigten nutzen Youtube

Nach Facebook wird Youtube am häufigsten zur Informationsbeschaffung genutzt.



Leider können wir nicht alle existierenden Netzwerke in diesem Leitfaden darstellen. Nur weil ein Netzwerk aber nicht aufgeführt ist, oder später nicht näher erläutert wird, heißt das nicht, dass es sich nicht lohnt es auszuprobieren. Einfach App herunterladen und experimentieren!



SOCIAL MEDIA ALLGEMEIN

Grundregeln der Kommunikation in sozialen Netzwerken

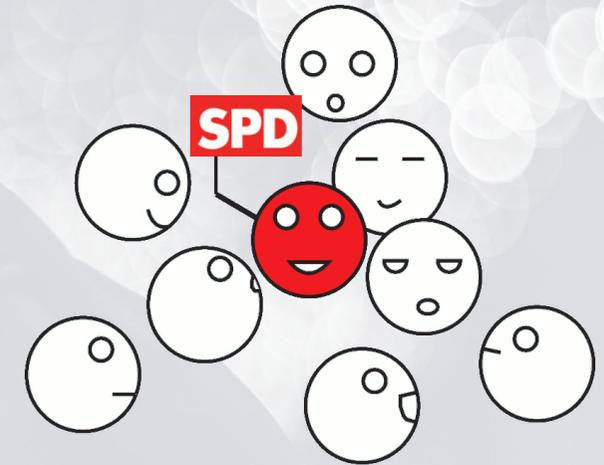
Jede Form von Kommunikation hat ihre Regeln.

Egal ob im privaten Freundeskreis, am Arbeitsplatz, am Telefon, auf der Familienfeier oder per E-Mail, jede Art von Kommunikation, die wir nutzen, läuft nach ihren eigenen, oft ungeschriebenen Regeln. Dies gilt auch für soziale Medien. Daher zählen wir hier ein paar Punkte auf, die man beim Bespielen von Social Media Kanälen beachten sollte.

1. Man selbst ist Mensch, die anderen auch.

Das Kernelement sozialer Netzwerke ist Kommunikation und diese findet auf Augenhöhe statt. Jede*r ist Sender*in. Jede*r ist Empfänger*in. Anders als in Zeitungen oder im Fernsehen, gibt es zwischen Bürger und Politiker keine zwischengeschaltete Instanz. Selbst wenn man im Namen eines Ortsvereins oder Kreisverbands postet, kommunizieren doch Menschen direkt miteinander und daraus ergibt sich eine flache Hierarchie. Dies vor Augen zu haben, ist für gelungene Kommunikation im Netz der wichtigste Punkt.

-> Emotion aufbauen, Verständnis zeigen, auf Menschen eingehen



Die hier angeführten Regeln stammen sowohl aus allgemeinen Richtlinien zur Kommunikation im Netz, als auch aus dem Community Management. Letzteres beschreibt die Organisation und der Umgang mit den Menschen, die einem auf sozialen Netzwerken folgen.



SOCIAL MEDIA ALLGEMEIN

Grundregeln der Kommunikation in sozialen Netzwerken

2. Wer nicht auffällt, geht unter

Die Nutzerzahlen der sozialen Netzwerken sind in den letzten Jahren enorm gewachsen. Das heißt, wir können mehr Menschen erreichen. Es heißt aber auch, wir haben enorme Konkurrenz beim Kampf um die Aufmerksamkeit. Wie genau man positiv auf sich aufmerksam macht, ist bei den verschiedenen Netzwerken etwas unterschiedlich, dennoch gilt: sich abzuheben ist nicht schlecht!

-> **Text mit Bildern oder Videos untermalen, experimentieren, authentisch sein**

3. Alltagssprache hat sich etabliert

Anders als in der Kommunikation mit der Presse, hat sich in sozialen Medien Alltagssprache etabliert. Häufig werden Nutzer generell geduzt. Doch selbst wenn man sich für die Höflichkeitsform entscheidet, ist es wichtig, dass Sprache lebendig gestaltet wird. Man orientiert sich eher an einem Gespräch am Infostand, als an einer Pressemitteilung. Auch die Verwendung von Stimmungen auf Facebook, oder Gifs auf Twitter und dergleichen ist zulässig.

-> **komplizierte politische Begriffe erklären, direkte Ansprache, Verwendung von Emoticons an passenden Stellen**



Menschen an einem virtuellen Stammtisch oder auf einem virtuellen Sofa zu begegnen, sich zusammensetzen und über Politik zu reden - das ist die große Chance die soziale Medien uns bieten! Daran orientiert man sich und genau auf diese Möglichkeit will man aufmerksam machen.



SOCIAL MEDIA ALLGEMEIN

Grundregeln der Kommunikation in sozialen Netzwerken

4. Interesse zeigen - und es ernst meinen!

Ein elementarer Teil von erfolgreicher Kommunikation, egal ob on- oder offline, ist das Interesse am Gegenüber. Soziale Netzwerke leben gerade durch ihr Verbinden von Menschen. Deshalb ist es wichtig Fragen zu stellen, zu Aktionen aufzurufen und auf Anmerkungen einzugehen.

-> **Wie seht ihr das?, Wir prüfen das!, Stellt eure Fragen zu unserem Live-Gespräch!**



5. Wir haben Geschichten zu erzählen - genau das sollten wir tun!

In jedem Social Media Seminar hört man immer wieder einen Satz, eine Grundregel: Postet nicht nur einfach Bilder, Eindrücke, Arbeitsnachweise sondern erzählt Geschichten. Erzählt, was an einem Infostand an diesem Tag passiert ist, welche Begegnung mit einer Person für einen politischen Standpunkt ausschlaggebend war oder dergleichen. Und fasst euren Auftritt insgesamt in einen Narrativ.

-> **Nicht nur was tut man? Sondern noch viel wichtiger, warum tut man es?**



Hier gilt, was auch Offline-Kommunikation erfolgreich macht: Menschen einbinden und das eigene Handeln erklären. Man muss erzählen warum man in der Politik für etwas brennt und sich dafür einsetzt, nicht nur, was man im Klein-Klein des Alltags konkret tut. Das ist für die Menschen oft sehr viel wichtiger.



SOCIAL MEDIA ALLGEMEIN

Grundregeln der Kommunikation in sozialen Netzwerken

6. Weniger ist mehr, wenn die Qualität stimmt

Es sind nicht drei Posts am Tag nötig und man muss auch nicht auf jedem sozialen Netzwerk präsent sein. Wirklich wichtig ist sich zu überlegen, was man aussagen will, was bei den Menschen hängen bleiben soll und sich ein sinnvolles, realisierbares Konzept für die sozialen Medien zu überlegen, die man bespielen will.

-> **Kann ich schnell genug auf Twitter reagieren? Wie kann ich regelmäßig Inhalte für Facebook gestalten? Worauf will ich mich konzentrieren?**

7. Was? Wer? Wie? Wann? Wen?

Nicht alle Netzwerke müssen gleichzeitig bespielt werden und nicht jeder Post eignet sich für jede Plattform. Genauso kann es eine Rolle spielen zu welcher Uhrzeit Beiträge gepostet werden oder ob sie über die Seite z.B. eines Kreisverbands oder einer Person gesendet werden. Daher sollte man sich im Vorhinein immer folgende Fragen stellen:

-> **Was will ich überhaupt aussagen?**

-> **Wer soll für diese Aussage stehen?**

-> **Wie möchte ich sie darstellen?**

-> **Wen möchte ich erreichen?**

-> **Wo poste ich es am besten, um diese Ziele zu erreichen?**



Online lassen sich noch sehr viel mehr Hinweise und Studien zu der Kommunikation im Netz finden. Vieles davon ist durchaus interessant. Vor allem ist wichtig im Kopf zu behalten wen wir ansprechen wollen und welchen Eindruck wir hinterlassen wollen und was am Ende hängen bleiben soll.



SOCIAL MEDIA ALLGEMEIN

Der Umgang mit Kritik, Störern und Trollen

Ich bekomme plötzlich heftige Kritik für ein Thema, was ist zu tun?

Ganz wichtig: Ruhig bleiben. Der Ton im Netz ist oft rau und davon darf man sich nicht einschüchtern lassen. Bekommt man viel Kritik für ein Thema ist es wichtig zu analysieren warum. Ist das Thema einfach kontrovers? Hat man die eigenen Beweggründe ausreichend erklärt? Ist die Kritik vielleicht sogar bewusst gesteuert?

Wenn man sich diese Fragen beantwortet hat, kann man entscheiden wie man reagiert. Möglichkeiten sind:

- > Das Thema noch einmal erläutern und klarstellen was man meint
- > Zeigen, dass man die Kritik verstanden hat, den eigenen Standpunkt aber dennoch für richtig hält
- > Sich entschuldigen, sollte einem tatsächlich ein Fehler unterlaufen sein
- > Einen Post korrigieren, aber immer mit transparentem Vermerk auf die Korrektur!

Keine gute Idee: Beiträge einfach löschen. Höchstwahrscheinlich hat bereits jemand einen Screenshot gemacht und würde das ganze dann nur unprofessionell aussehen lassen.

Ich habe es aber nicht mit Kritik zu tun, sondern mit gezielter Provokation!

Auch das ist im politischen Umfeld leider keine Seltenheit. Im ersten Schritt gilt wieder: Ruhig bleiben. Und sich genau zu überlegen, wann eine Diskussion noch Sinn ergibt oder wann einfach nur des Angriffs wegen attackiert wird.

Auch wenn es dann nicht sinnvoll ist sehr lange und ausschweifend zu diskutieren, lohnt sich eine kurze Antwort dennoch. Zum einen, damit still Mitlesende sie sehen und zum anderen, da selbst unqualifizierte Kommentare und die Antworten darauf die eigene Reichweite steigern.

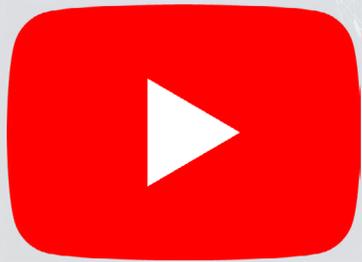
Ansonsten gilt: Holt euch Unterstützung! Zum Beispiel in Gruppen wie #ichbinhier, dem Digital Debating Team des SPD-Parteivorstands oder der Roten Onlinefeuerwehr der SPD Sachsen-Anhalt.

Hier findet ihr den Link zum Digital Debating Team des SPD-Parteivorstands, hier den Link zur Roten Feuerwehr Sachsen-Anhalt und ansonsten noch zur Gruppe #ichbinhier, die vielleicht nicht persönlich einspringen, bei der man aber viel über die Bekämpfung von Hass im Internet lernen kann.



SOZIALE NETZWERKE IM EINZELNEN

In diesem Kapitel gibt es Details zum Posten auf Facebook, Instagram, Youtube, WhatsApp und Twitter.





FACEBOOK

Das Netzwerk wo (fast) alle sind
Bunte Mischung von Medienformen
Beliebtes Informationsmedium

Welche Vorteile hat Facebook?

- > Das Netzwerk ist sehr weit verbreitet
- > Die Hemmschwelle dort jemandem zu folgen ist niedrig
- > Menschen sind es gewohnt bzw. erwarten es sogar wichtige Nachrichten von selbst in ihre Timeline gespielt zu bekommen
- > Es eignet sich hervorragend zur politischen Vernetzung
- > Egal ob Text, Bild, Link oder Video, alle Medienformate sind möglich
- > Über die Funktion Veranstaltungen zu erstellen und diese zu bewerben kann auch ein erster Offline-Kontakt erfolgen
- > Es lassen sich sehr gut Inhalte anderer teilen und weiterverbreiten

Wen erreiche ich auf Facebook?

Facebook ist das größte klassische soziale Netzwerk in Deutschland. In den letzten Jahren ist es rasant gewachsen und mittlerweile werden dort auch viele Menschen in älteren Altersgruppen erreicht. Was fehlt sind insbesondere aktive Nutzer unter 25 Jahren. Dort sind andere Netzwerke dabei Facebook den Rang abzulaufen.



Nützliche Tipps und die Erklärung neuer Tools und Kniffe gibt es auf allfacebook.de. Unter anderem findet ihr [hier](#) die Größen die ihr für die einzelnen Formate in den gängigsten sozialen Netzwerken verwenden könnt.

Was muss ich beim Posten auf Facebook beachten?

- > Der Großteil der Nutzer verwendet Facebook auf dem Smartphone. Daran muss sich die Gestaltung der Posts orientieren. Es empfiehlt sich das bildschirmausfüllende **Towerformat von 640 x 960 Pixel**. Andere mögliche Formate sind quadratische, wie z.B. 806 x 806 Pixel oder ein breites Format von 1200 x 900 Pixel. **Um scharfe Bilder zu erhalten, muss im PNG-Format gepostet werden und die Größe des Bilds darf 1 MB nicht überschreiten.**
- > Facebook befolgt eine strenge Rangordnung wie häufig es welche Art von Medium anzeigt. **Videos werden am weitesten verbreitet, darauf folgen Bilder, Texte und schließlich Posts mit Links.**
- > Daraus folgt, dass man seine eigenen Posts mit Links schwächen kann. **Es ist besser Links mit einem Kommentar unter einen Post zu setzen.**
- > Menschen wollen kommunizieren. **Es ist besonders effektiv Posts mit einer Frage, einem Aufruf den Post zu teilen oder einem anderen Call-To-Action zu schließen.**

VIDEOS

BILDER

TEXT

LINKS

Tipp: Gerade die Umfragefunktion lässt sich im politischen Kontext super verwenden!



Tools, die es auch auf Facebook gibt, wie Livevideos oder Stories werden in einem späteren Teil des Leitfadens erklärt. Es empfiehlt sich aber sich ausführlicher zu belesen bevor man etwas ausprobiert. **Besonders nützlich: sich einfach eine Probe-Seite erstellen, die man nicht veröffentlicht.** Dort kann man dann nach Herzenslust Funktionen ausprobieren und Beiträge testen!



INSTAGRAM

Jünger und weiblicher als Facebook

Hoher Fokus auf Optik

Wohlfühlblase

Welche Vorteile hat Instagram?

- > Junge Frauen, eine Gruppe, die für Politik besonders schwer zu erreichen ist, ist dort überrepräsentiert
- > Der Umgangston ist spürbar freundlicher, es werden Herzen statt Likes verteilt
- > Durch Filter, Sticker, etc. ist eine optische Aufwertung von Fotos leicht zu erreichen
- > Die sehr viel genutzte Storyfunktion hilft beim Geschichten erzählen
- > Es ist das perfekte Netzwerk um Blicke hinter die Kulissen zu gewähren
- > Über eine kluge Verwendung von Hashtags (immer den Ort an geben, aber auch Themen, Personen, trendende Hashtags verwenden) lässt sich Aufmerksamkeit abseits der eigenen Blase erregen

Wen erreiche ich auf Instagram?

Instagram gehört zu Facebook und bildet doch eine völlig andere Umgebung. Das Netzwerk ist lifestylegeprägt. Beliebt sind dort Themen wie Reisen, Tiere, Fitness und Einblick in das Leben von Influencern und VIPs. Zunehmend widmen sich Profile aber auch Themen wie Feminismus, Inklusion und Body-Positivity. Immer mehr politische Akteure entdecken das Netzwerk für sich.



Da besonders Instagram über Optik funktioniert, lohnt sich hier die Benutzung von Tools wie Quik oder Snappa. Einzelheiten zu den Programmen gibt es im nächsten Kapitel des Leitfadens!

Was muss ich beim Posten auf Instagram beachten?

- > Instagram wird beinahe rein über das Smartphone konsumiert! Ein Querformat ist daher nur in Ausnahmefällen geeignet. Posts im Feed sollten den Maßen von 1080 x 1350 Pixel **(4:5)** oder 1.080 x 1.080 Pixel **(1:1)** entsprechen. Die Option 4:5 kann man beim Zuschneiden des Bildes auswählen.
- > Die maximale Länge von Videos im Feed von Instagram beträgt **60 Sekunden**. Achtet auch hier auf die Formate von 1:1 bzw. 4:5.
- > Durch die Zeitbegrenzung von Videos von 3 bis 60 Sekunden und die verschiedenen Grafikelemente unterstreicht das Netzwerk, dass es den Aufenthalt für seine Nutzer möglichst entspannt und unkompliziert gestalten will. Ebenso gilt: **Text wird nach drei Zeilen abgeschnitten und hinter einem ‚mehr‘-Button verborgen**.
- > Der Großteil der Inhalte wird bei Instagram noch immer über den Feed konsumiert. Der Trend geht jedoch Richtung Stories-Funktion. **Dort kann man eine Geschichte erzählen, Umfragen starten, Call-to-Actions einbinden und besonders gut persönliche Einblicke geben. Es ist oft das nahbarer wirkende Instrument.**
- > **Werbung, die über Facebook gestartet wird, kann auch auf Instagram ausgespielt werden.**



Tipp: Bunte Geschichten erzählen und Überzeugungen kommunizieren.



Es lohnt sich bei Instagram immer sich ein wenig umzusehen und nach trendenden Hashtags zu suchen. Das kann auch über eine schnelle Googlesuche erledigt werden. Abgesehen davon wird, wenn man einen Hashtag eingibt, angezeigt wie oft er bereits verwendet wurde. Je höher die Zahl, umso besser.



WhatsApp

WHATSAPP BROADCAST

Der Newsletter auf's Handy
Persönlicher Kontakt
Direkte Antwortmöglichkeit

Welche Vorteile hat WhatsApp?

- > WhatsApp ist die meistgenutzte Messenger-App und weiter verbreitet als Facebook
- > **Man taucht zwischen persönlichen Kontakten auf.** Das vermittelt Nähe und dementsprechend kann kommuniziert werden
- > Wenn einmal ein Kontakt erreicht ist, kann dieser **ohne filternden Algorithmus** immer wieder hergestellt werden
- > **Menschen können direkt Antworten und Fragen stellen**
- > Politik auf WhatsApp hat sich noch nicht professionalisiert. Das lässt viel Spielraum für Kreativität und positives Auffallen

Was ist ein WhatsApp Broadcast? Und wen erreiche ich damit?

WhatsApp ist das dritte Netzwerk aus dem Hause Facebook und ein fast lupenreiner Messengerdienst. Neben einer direkten Kommunikation in Chats zwischen zwei Menschen und der Unterhaltung in Gruppen, bietet WhatsApp auch eine Art Newsletterfunktion an. Hier werden Menschen in eine Liste eingetragen, an die dann Posts verschickt werden. Die Daten sind für die Empfänger untereinander nicht sichtbar, ebenso wenig wie ihre Antworten.

Bisher ist es noch nicht sonderlich weit verbreitet sich auf WhatsApp über Politik zu informieren, die Abos von Zeitungs-Broadcasts oder jene von Fernsehsendern steigt jedoch.

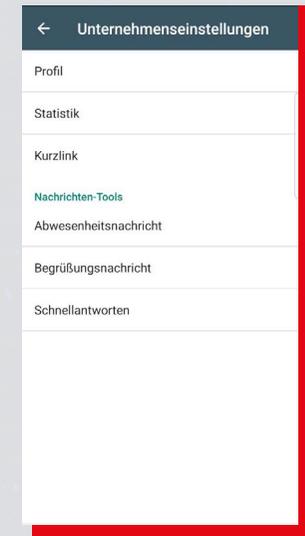
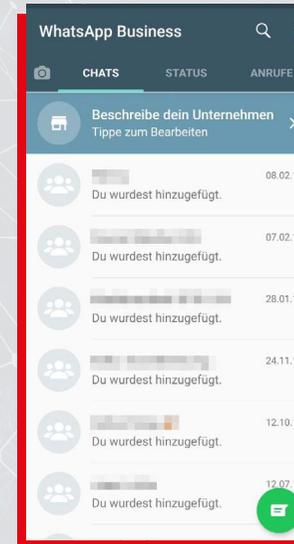
Die Nutzungszahlen von WhatsApp übersteigen die von Facebook.

Tipp: WhatsApp hat mit dem Businessmanager eine App extra für Unternehmen gestartet. Hier lassen sich z.B. auch An- und Abwesenheitsmeldungen einrichten.

Lobend angeführt wird oft die Nutzung des WhatsApp-Broadcasts von Alexander van der Bellen während dem Wahlkampf zur Bundespräsidentenwahl in Österreich.

Was muss ich bei einem WhatsApp Broadcast beachten?

- > Besonders wichtig ist die Auswahl an Information, die man über diesen Kanal sendet. Die Nachricht über den Broadcast muss gezielt aufgerufen werden, das erzeugt eine Erwartung von Relevanz. Diese darf nicht enttäuscht werden. Auch zu häufige Nachrichten sind eher kontraproduktiv.
- > Auch auf WhatsApp wählt man eine persönliche Ansprache. Es ist auch ratsam **Smileys, GIFs und Bilder** zur Untermalung der Information zu verwenden.
- > Auch WhatsApp hat **mit der Funktion „Status“ eine Art Story** eingeführt, wie es sie bereits auf Facebook und Instagram gibt.
- > Mögliche Formate für WhatsApp wären, neben einem klassischen Newsletter Post, eine **Sprechstunde**, in der man direkt auf Fragen antwortet, **Sprachnachrichten**, die direkt vom Geschehen berichten oder **kurze multimediale Geschichten**, die man darüber erzählt.
- > **Ein Double-Opt-In wie bei Mailnewslettern ist nicht nötig!** Es reicht, wenn eine Person die Nummer für den Newsletter in den Kontakten einspeichert und an diese Nummer einen Text wie „Start“, oder „Hallo SPD“ schreibt.



WhatsApp hat mittlerweile auch eine Business-App entwickelt, in der man Nachrichten ordnen kann und ihre Beantwortung vereinfacht wurde. Außerdem findet sich auf der offiziellen Seite von WhatsApp ein ausführliches [FAQ](#).



TWITTER

Schneller Kontakt zu Politik und Presse
KISS - keep it short and simple

Welche Vorteile hat Twitter?

- > Visuelle Gestaltung hilft, ist aber nicht im selben Maße ausschlaggebend wie auf anderen Netzwerken
- > Journalisten sehen sich auf Twitter gerne nach **zitierfähigen Aussagen zu aktuellen Themen** um
- > Für einen **Schlagabtausch und den Austausch von Argumenten mit dem politischen Gegner** ist das Netzwerk besonders gut geeignet
- > Bildet nicht die Breite der Gesellschaft ab, sehr wohl aber, **was Politik, Presse und besonders netzaffine Menschen aktuell bewegt**



Wen erreiche ich auf Twitter?

Anders als in den USA ist Twitter in Deutschland eher wenig verbreitet, im politischen Kontext ist es dennoch eines der bedeutendsten Netzwerke. Gerade Politiker, Journalisten und die netzaffine Avantgarde gesellschaftlicher Akteure sind auf Twitter unterwegs und führen dort untereinander regen Dialog.

Die Landtagsfraktion der SPD Sachsen-Anhalt ist auf [Twitter](#) unterwegs und macht dort mit einer Mischung aus Humor und passgenauen Kommentaren das richtig, was bei Twitter essenziell ist.

Was muss ich bei Twitter beachten?

- > Twitter ist sehr schnelllebig. Je kurzfristiger man es schafft auf andere politische Akteure oder ein aufkommendes Thema zu reagieren, desto wahrscheinlicher ist es **mit eigenen Aussagen Aufmerksamkeit zu generieren**.
- > Im Zweifelsfall hat eine präzise, passgenaue Aussage, die von Journalisten zitiert werden kann, zwar Vorrang, dennoch ist eine optische Untermalung der Inhalte auf Twitter noch immer wichtig.
- > Twitter ist bei Bildern für das Hochformat ungeeignet! Es empfiehlt sich eine Größe von **440 x 220 Pixel** und eine Speicherung im **.png-Format** für das Bild.
- > Gibt man bei Trends unter Optionen den Standort Deutschland an, wird einem von Twitter keine maßgeschneiderte Auswahl mehr angezeigt, sondern zu welchem Thema in Deutschland gerade am häufigsten getwittert wird.

Tipp: Um in aktuellen Debatten stattzufinden, kommt es darauf an die richtigen Hashtags zu setzen und die richtigen Personen zu markieren.

Auch auf Twitter sind viele rechte Trolle unterwegs, davon sollte man sich nicht einschüchtern lassen. Oftmals sind diese Menschen auch kaum in die Zivilgesellschaft vernetzt. Wer mehr erfahren möchte, sollte sich diesen [Bericht](#) durchlesen.



YOUTUBE

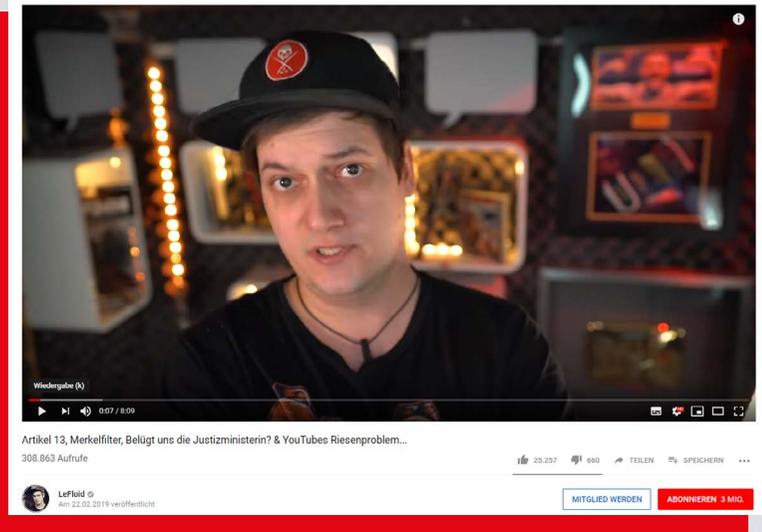
DIE Videoplattform im Internet
Hoher Produktionsaufwand
Hoher Ertrag

Welche Vorteile hat Youtube?

- > Der Konsum von Online-Videos, auch zur Gewinnung von Information, steigt seit Jahren
- > In Videos auf Youtube ist Zeit Zusammenhänge zu erklären, Themen darzustellen und politische Bildung zu betreiben
- > Insbesondere junge Menschen werden durch klassische Fernsehnachrichten oder Tages- und Lokalzeitungen nicht mehr erreicht, sie sind aber auf Youtube
- > Gleichzeitig kann Youtube auch als eine Art „Videothek“ der eigenen Tätigkeit dienen. User können sich dort in alle Ruhe alle Videos eines Kanals ansehen.
- > **Youtuber wie LeFloid erreichten mit Nachrichten im richtigen Format eine enorme Reichweite**

Wen erreiche ich auf Youtube?

Auf Youtube sind viele Altersgruppen vertreten. Besonders zu beachten ist allerdings, dass sich dort jene jungen Menschen aufhalten, die durch konventionelle Nachrichten im Fernsehen oder in der Tageszeitung nicht mehr zu erreichen sind.

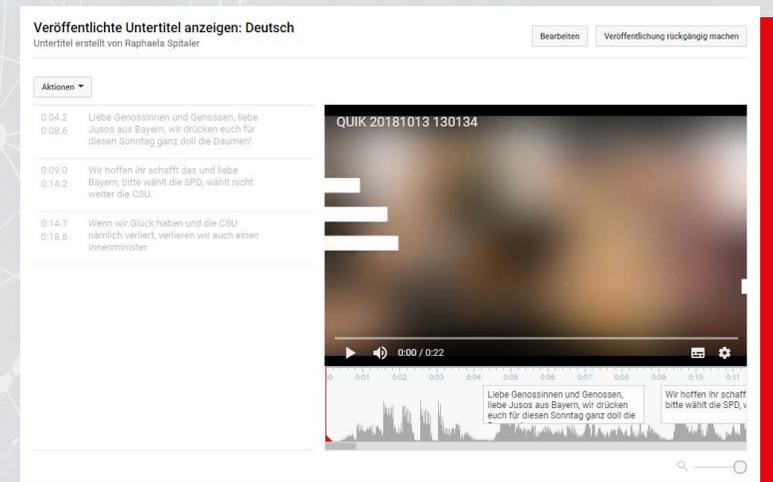


Ein Umstand, der von Social Media Experten immer wieder kritisiert wird ist, dass politische Akteure nach wie vor selten Kontakt zu Menschen suchen, die auf ihren Youtubekanälen eine große Reichweite erzielen. Lokal kann eine große Reichweite auch schon 3000-6000 Abonnenten bedeuten.

Was muss ich bei Youtube beachten?

- > Wichtig, wie bei jeder Form von Videos, sind bei Youtube **Untertitel**. Diese lassen sich dort besonders leicht erzeugen.
- > **Bei Youtube kann man sich mehr Zeit lassen**, als z.B. auf Facebook. Dennoch sollte man darauf achten das Wichtigste prägnant und spannend zusammenzufassen.
- > **Auf Youtube besteht ein höherer Qualitätsanspruch** als auf Facebook oder Instagram. Man sollte sich daher genau überlegen welche Videos man wie verwirklichen möchte.
- > **Insbesondere das Licht spielt bei Videos eine große Rolle!** Überlegt euch wo und wie ihr dreht. Handykameras sind dabei von ihrer Auflösung völlig ausreichend. Ein externes Mikro empfiehlt sich, um Rauschen zu vermeiden.
- > Will man häufiger Youtubevideos drehen, sollte man immer aus **mindestens zwei Kameraperspektiven** aufzeichnen.

Tipp: Wie man auf Youtube Untertitel erzeugt, wird später in diesem Leitfaden noch vorgestellt.

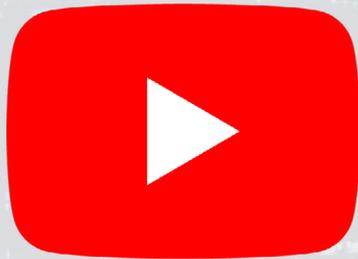


Wer tatsächlich regelmäßig Videos produzieren will, sollte zumindest in ein Stativ und entsprechende Licht- und Tontechnik investieren. Als praktisches Schnittprogramm wird in diesem Leitfaden noch die App Quik gezeigt.



HILFREICHE APPS UND FUNKTIONEN

Im letzten Kapitel geht es um Tricks und Anwendungen, die den Social Media Alltag ein gutes Stück erleichtern können.



LIVE!

SPD

LIVE-VIDEOS

Interaktives Video-Format

Geringe technische Anforderungen

Was braucht man für ein Live-Video?

- > Eine Handykamera
- > Eine stabile Internetverbindung (mobil, oder W-Lan)
- > Eine ruhige, gut ausgeleuchtete Umgebung und möglicherweise ein kleines Mikro
- > Wenn nicht mit der Frontkamera selbst aufgenommen wird, ein zweites Endgerät um Fragen und Anmerkungen verfolgen zu können
- > 15 - 30 Minuten Zeit (kürzer macht ein Live-Video nur Sinn, wenn man einen sehr direkten Eindruck in eine relevante Situation bieten will, schließlich braucht es etwas Zeit bis Menschen auf die Übertragung aufmerksam werden und sich zuschalten können)



Was will man erreichen?

Es ist ein direkter, nicht verfälschter Einblick, der Zuschauern geboten wird. Egal ob man eine Gesprächssituation abbildet oder über die Frontkamera ein Live-Video aufnimmt, es geht vor allem darum aktuell zu sein und tiefere Eindrücke zu gewähren, sei es in eine Situation, ein Thema oder zu einer Person.

Tipps

- Live-Videos sind auf fast allen Plattformen möglich
- Sie eignen sich auch als Teil der Stories-Funktion
- Den Blick in die Kamera nicht vergessen!

Eine ausführliche Anleitung für Facebook-Live gibt es [hier](#). Genauso lassen sich für andere Apps entsprechende Tutorials finden, die das Vorgehen Schritt für Schritt erklären.

STORIES

SPD

STORIES

Multimediale Werkzeuge

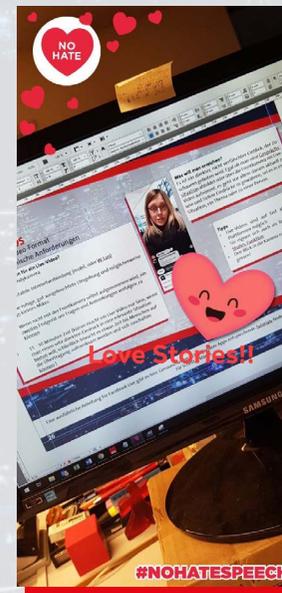
Alternative zum klassischen Feed

Was braucht man für die Stories-Funktion?

- > Ein Smartphone
- > Eine Idee, welche Geschichte man über den entsprechenden Zeitraum erzählen will
- > Ein Thema oder ein Anlass, die sich für so etwas eignet
- > Unter Umständen ein paar vorbereitete Bilder, die aufs Handy geladen werden

Was will man erreichen?

Die Stories-Funktion gibt es mittlerweile bei Instagram, Facebook und WhatsApp. Sie ermöglicht es Beiträge chronologisch zu posten, Emoticons und andere Elemente hinzuzufügen und ebenso Bilder und Videos zu mischen.



Tipps

- Zur Interaktion auffordern! Fragen stellen, Umfrageoptionen, etc. einbauen
- Ein Mix aus Bildern und kurzen Videos funktioniert am besten
- Humor mit Information mischen
- **Vor allem bei Instagram ist die Stories-Funktion ein Kernelement!**

Eine gute Einführung in die Stories generell, aber speziell auf Instagram zugeschnitten, findet man [hier](#).

SNAPPA

Online-Tool und App für Grafiken
Leicht zu bedienen, gut anzupassen

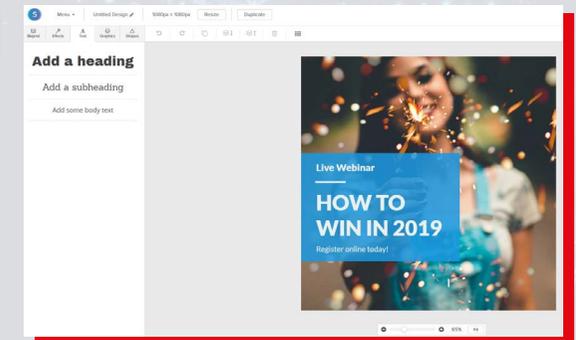
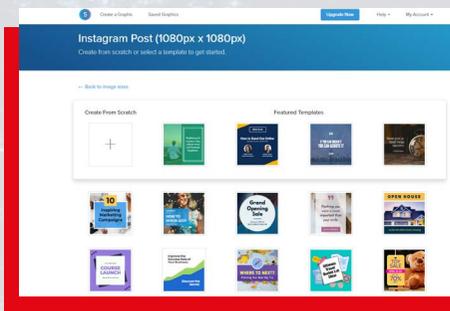
Was braucht man für Snappa?

- > Einen Desktop-PC
- > Eine Idee, einen Spruch, etc., den man grafisch aufarbeiten will
- > Einen Account für Snappa
- > Die genauen Maße für das jeweilige Netzwerk, für das man das Bild kreieren will
- > Will man mehr als 5 Sharepics im Monat erstellen, braucht man leider eine kostenpflichtige Version oder verwendet die kostenlose Alternative Pablo zwischendurch

Was will man erreichen?

Kurzum, mit Snappa ist es möglich mit sehr einfachen Mitteln und wenig Know-How Shapepics für die einzelnen Social Media Kanäle zu erstellen. Dabei kann man eigene Grafiken verwenden oder aus einem großen Fundus an Stockfotos auswählen.

Leider sind bei kostenlosen Accounts nur fünf Sharepics im Monat möglich.



Tipps

- Bei Snappa gibt es viele Designvorlagen, hier kann man sich durchaus etwas inspirieren lassen für eigene Designs - aber nicht direkt kopieren!
- kostenlose Stockfotos gibt es auf pixabay.de

Eine bisher kostenlose Alternative zu Snappa ist Pablo. Hier gibt es nicht so viele vorgegebene Gestaltungsmöglichkeiten, aber auch eine Menge kostenloser Stockfotos. Das Tool findet ihr [hier](#).



GIMP

Kostenloses Grafikprogramm

Sehr umfangreich

Viele Tutorials

Tipps

- Der Landesverband hat ein Videotutorial für die gängigsten Facebook-Sharepic Formate erstellt
- Je öfter man sich mit dem Programm auseinandersetzt, umso einfacher wird die Bedienung
- Für Druckerzeugnisse ist es leider weniger geeignet, doch selbst die sind möglich
- kostenlose Stockfotos gibt es auf pixabay.de

Was braucht man für GIMP?

- > Einen PC auf dem man das Programm installiert - es ist kostenlos!
- > Ein wenig Zeit für die Einarbeitung. Auf Youtube findet man viele tolle Anleitungen
- > Eine Vorstellung dessen, was man erstellen will

Was will man erreichen?

Gimp ist ein vollständiges Grafikprogramm und eine kostenlose Alternative zu sehr teuren Programmen wie Adobe Photoshop. Nach einer ersten Zeit der Einarbeitung lassen sich hiermit Fotos bearbeiten, Sharepics erstellen und passgenaue Hintergrundbilder für verschiedene Soziale Netzwerke verwirklichen.



Hier gibt es gute Schritt-Für-Schritt-Anleitungen, [hier](#) ein paar praktische Youtube-Videos für den Einstieg.



QUIK

Einfaches Schneiden von Videos
App und Desktopversion vorhanden

Was braucht man für Quik?

- > Smartphone oder Desktop-Anwendung
- > Eine stabile Internetverbindung
- > Material zum Schneiden, also Bilder und/oder Videos
- > Eine Art Drehbuch, das einem vorgibt was das Video erzählen soll



Was will man erreichen?

Videoschnitt ist zeitaufwendig und mit den meisten Schnittprogrammen auch kompliziert. Hier bietet Quik eine Alternative. Die Anwendung erfordert keine Schnittkenntnisse und kommt mit verschiedenen Styles und Musik zur freien Verwendung. So lassen sich schnell gut aussehende Videos erstellen.

Tipps

- Es kann auch eigene Musik verwendet werden, wenn man die Rechte daran hat
- Eine Mischung von Videoclips und Bildern wirkt am besten
- Auch Interviewsequenzen sind möglich
- Mit der Textfunktion lassen sich auch Untertitel schreiben

Ein fundiertes [Tutorial](#) gibt es aktuell nur auf Englisch. Die App ist jedoch ziemlich selbsterklärend und am besten experimentiert man einfach ein wenig mit ihr!



TRICK: UNTERTITEL ERSTELLEN

Youtube kann Untertitel erstellen
Diese können für Facebook verwendet werden

Was will man erreichen?

Der Großteil der Videos im Netz werden heute schon auf dem Smartphone gesehen. Dabei ist jedoch häufig der Ton ausgestellt.

Gibt es keinen Ton, kann ohne Untertitel keine Information oder Botschaft übermittelt werden!

Hier kann eine Funktion von Youtube helfen, auch für Videos auf Facebook. Dabei erstellt Youtube automatisch deutsche Untertitel, setzt sie an die richtige Stelle und es braucht nur geringe Korrekturen für ein tolles Ergebnis! Diese Datei kann dann zu einem Video auf Facebook hinzugefügt werden.

Was braucht man für den Trick?

- > Ein entsprechendes Video
- > Einen Youtube-Account auf den man die Videos im „privat“-Modus hochlädt
- > Eine einfache Schritt für Schritt Anleitung (die ihr [hier](#) bekommt)

Für andere Netzwerke wie Instagram lohnt es sich die Untertitel direkt in das Video zu brennen. Auch das ist mir der Datei von Youtube möglich, wenn man Freeware wie [Handbrake](#) verwendet. Dazu gibt es hier auch ein [Tutorial](#).



EXKURS: RECHTSLAGE

Die wichtigsten Regeln beim Posten auf sozialen Medien

Ganz ohne Vorsicht geht es nicht!

Im Bereich der Sozialen Netzwerke gibt es viel Diskussion und Kritik was Urheber- oder Datenschutzrechte angeht. Daher ist es umso wichtiger ein paar Regeln zu beachten und sich im Zweifelsfall selbst schlau zu machen! Die aufgeführten Punkte hier sind lediglich Hinweise und ersetzen keinen fachlichen Rat.



SACHSEN-
ANHALT

SPD

Das Urheberrecht

1. Bei Verwenden von Bild, Text, Ton und Video ist es unbedingt notwendig darüber nachzudenken ob man überhaupt das Recht zur Veröffentlichung besitzt. **Pixabay ist z.B. ein Stockfotoanbieter der explizit die Veröffentlichung in sozialen Netzwerken erlaubt. Für Musik bei Quik gilt dies ebenso.** Außerdem sollte immer darauf geachtet werden, ob etwas in einem politischen Kontext genutzt werden darf. Dies ist häufig ausgeschlossen.
2. Selbst beim Teilen von Links ist Vorsicht geboten! Unter Umständen kann das Vorschaubild des Links urheberrechtlich geschützt sein. Entweder entfernt man das Bild oder überprüft ob auf der Seite ein „Teilen“-Button oder das Logo für ein soziales Netzwerk zu finden ist. Dann ist davon auszugehen, dass der Urheber mit dem Teilen einverstanden ist (dennoch besteht das Risiko, dass vllt. der Inhaber der Seite das Recht an gezeigten Bildern oder Texten gar nicht besitzt). Auf der sicheren Seite ist man also ohne Vorschaubild, bei Zeitungen und anderen offiziellen Internetauftritten besteht allerdings nur ein geringes Risiko, dass diese nicht die Rechte an ihren Inhalten besitzen.
3. Achtet außerdem darauf, dass auf einer offiziellen Seite bei Facebook ein Impressum vorhanden sein muss.

Tipp:

- Logos von SPD, Landesverband und AGs gibt's in der Landesgeschäftsstelle
- Für Bilder lohnt es sich auch in die [Datenbank des PVs](#) zu schauen

Nützlich für Nutzung von Werken im Internet sind die Creative Commons und die Werke die unter ihren Lizenzen veröffentlicht werden. Näheres dazu findet man auf [Wikimedia Commons](#). Beachtet hier immer genau die Nutzungsbedingungen!

Bei Fotografien gilt es sowohl Urheber- als auch Persönlichkeitsrecht zu bedenken. Der Fotograf ist Urheber einer Abbildung. Für abgebildete Personen gilt folgendes:

Das Recht am eigenen Bild

1. Jeder darf selbst bestimmen ob er oder sie fotografiert werden will und wie dieses Bild im Anschluss genutzt wird! Man braucht also eine, am besten schriftliche, Einwilligung. Bei Menschen unter 18 Jahren können diese nur die Eltern geben.

2. Es gibt drei Einschränkungen für diesen Grundsatz:

Bilder aus dem Bereich der Zeitgeschichte

Dies umfasst Personen aus dem politischen, kulturellen, wirtschaftlichen und sozialen Leben der Gegenwart. Dies schließt auch Lokalpolitiker mit ein. Was festgehalten wird, muss aber auch zeitgeschichtlich relevant sein.

Personen als Beiwerk

Dieser Umstand gilt, wenn eigentlich eine Landschaft, ein Gebäude, oder ein Infostand fotografiert werden sollen und z.B. im Hintergrund oder an der Seite noch Personen zu sehen sind. Diese dürfen nicht Hauptbestandteil des Bildes sein.

Menschenansammlungen

Dies trifft auf alle öffentlichen Veranstaltungen zu - auch Demos. Hierbei ist es jedoch wichtig, dass ein Bild die Veranstaltung an sich abbildet und nicht eine oder mehrere Personen gezielt hervorhebt.

Die hier angeführten Punkte sind nur ungefähre Richtlinien. Ist man nicht sicher, ob man das Bild von einer oder mehreren Personen veröffentlichen darf, sollte man immer für alle Fälle eine schriftliche Einwilligung einholen. Im Zweifelsfall kann man auch immer im Justizariat des PVs nachfragen. Besondere Vorsicht ist bei Minderjährigen geboten, hier zählt nur die Einwilligung der Eltern!

IMPRESSUM VON POLITIK:VERNETZT

IMPRESSUM („POLITIK:VERNETZT“; Stand: März 2019)

HERAUSGEBER:
SPD Sachsen-Anhalt

Postadresse:
Bürgerstr. 1
39104 Magdeburg
Telefon: 0391/536 560
Telefax: 0391/536 5610
www.spd-sachsen-anhalt.de
[lv.sachsen-anhalt\(a\)spd.de](mailto:lv.sachsen-anhalt(a)spd.de)

REDAKTION:
Raphaela Spitaler

Bestellung per Internet:
lv.sachsen-anhalt@spd.de

GESTALTUNG:
Raphaela Spitaler

Bei Fragen, Anmerkungen oder Wünschen, meldet euch einfach bei uns!