



Wahlkampf Digital 2021 Niedersachsen

Hannover, 01.05.2020

Einleitung:

Der digitale Wahlkampf spielt eine wichtige Rolle bei den anstehenden Wahlen. Allerdings wird die Rolle von Social Media dabei ziemlich überschätzt. Digitaler Wahlkampf, das sind Facebook, Instagram, Twitter oder Youtube. Dazu kommen die diversen Messenger wie Telegram, Whatsapp oder Signal. Sie alle repräsentieren eine Menge Wähler. Doch auf die Gesamtzahl aller Wähler gesehen, stellen sie nicht einmal 50% dar!

Ein paar Zahlen:

Facebook: 32 Millionen monatlich aktive deutsche Nutzer - 23 Millionen täglich

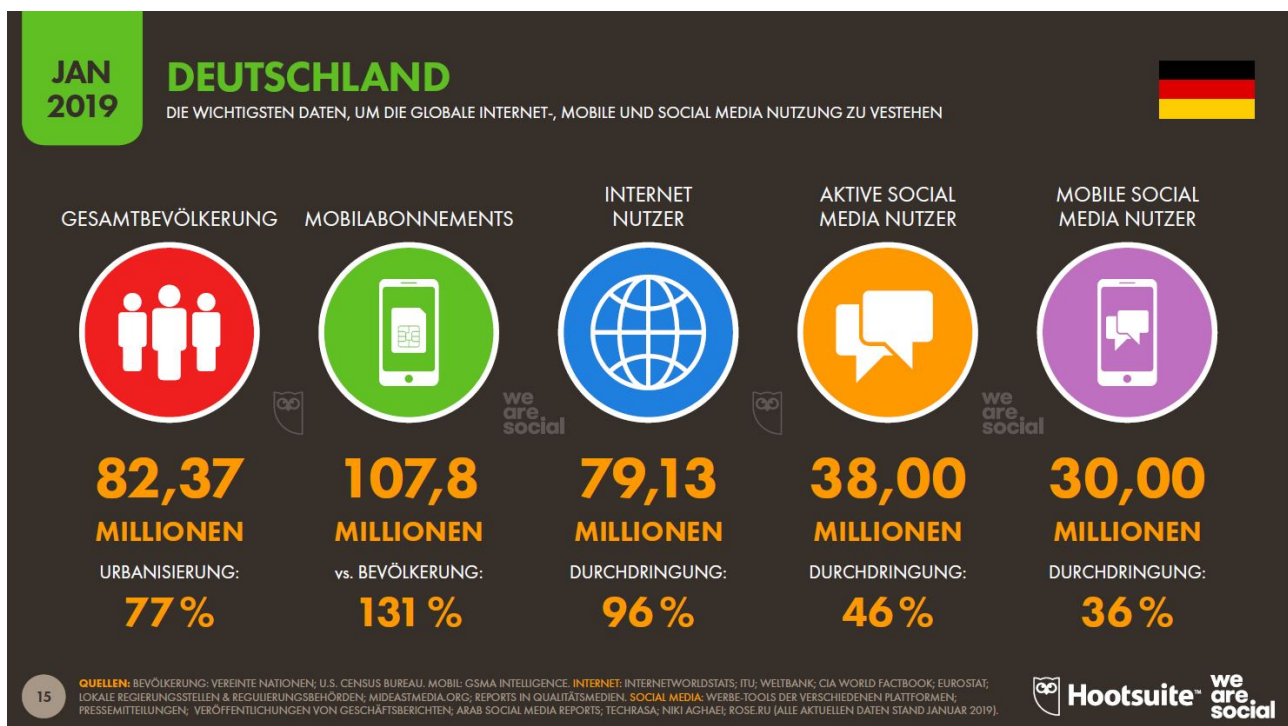
Instagram: 25 Millionen monatlich - 13 Millionen wöchentlich - 9 Millionen täglich

Youtube: 28 Millionen Nutzer täglich

Twitter: 2,8 Millionen wöchentlich - 1,4 Millionen täglich

Dazu noch Spezialisten wie **Xing** oder **Linkedin**, die zwischen 14 - 17 Millionen Mitglieder haben. Und Pinterest oder TikTok, die entweder weniger eine Rolle spielen oder - wie eben TikTok - mit 5,5 Millionen aktiven Usern, ziemlich neu ist.

Ein paar wichtige Daten:



Und die aktiven Nutzer:



JAN
2019

SOCIAL MEDIA ÜBERSICHT

BASIEREND AUF MONATLICH AKTIVEN NUTZERN DER AKTIVSTEN SOCIAL MEDIA PLATTFORMEN PRO LAND / GEBIET



GESAMTANZAHL DER AKTIVEN
SOCIAL MEDIA NUTZER



38,00
MILLIONEN

AKTIVE SOCIAL MEDIA NUTZER
ALS PROZENTSATZ DER
GESAMTBEVÖLKERUNG



46 %

GESAMTANZAHL DER AKTIVEN
SOCIAL MEDIA NUTZER, DIE
SOCIAL ÜBER MOBILE GERÄTE
NUTZEN



30,00
MILLIONEN

AKTIVE MOBILE SOCIAL MEDIA
NUTZER ALS PROZENTSATZ DER
GESAMTBEVÖLKERUNG



36 %

31

QUELLEN: NEUESTE DATEN, VERÖFFENTLICHT VON SOCIAL MEDIA PLATTFORMEN DURCH PRESSEMITTEILUNGEN, GESCHÄFTSBERICHTE UND WERBE-TOOLS; ARAB SOCIAL MEDIA REPORT; TECHRASA; NIKI AGHAEI; REOSE.RU; KEPIOS ANALYSE.

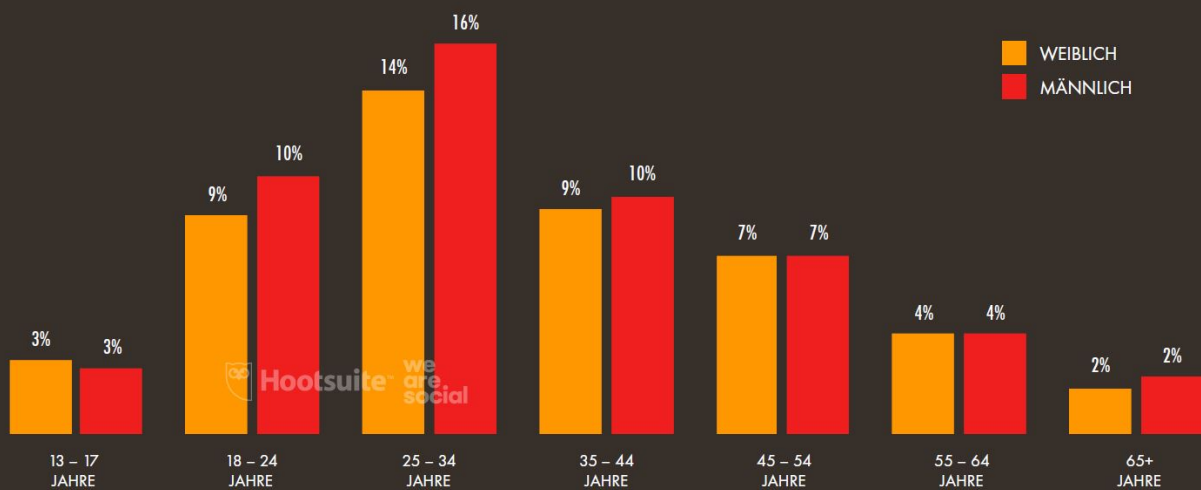
Hootsuite™ **we are social**

Und die Altersstruktur:

JAN
2019

SOCIAL MEDIA ZIELGRUPPEN PROFIL

BASIEREND AUF ALLEN WERBEZIELGRUPPEN VON FACEBOOK, INSTAGRAM UND DEM FACEBOOK MESSENGER



36

QUELLE: ENTNOMMEN AUS DEN FACEBOOK DATEN (JANUAR 2019); KEPIOS ANALYSE. **ANMERKUNG:** FACEBOOK PUBLIZIERT KEINE ZIELGRUPPENSPEZIFISCHEN DATEN FÜR ANDERE GESCHLECHTER ALS 'MÄNNLICH' ODER 'WEIBLICH'.

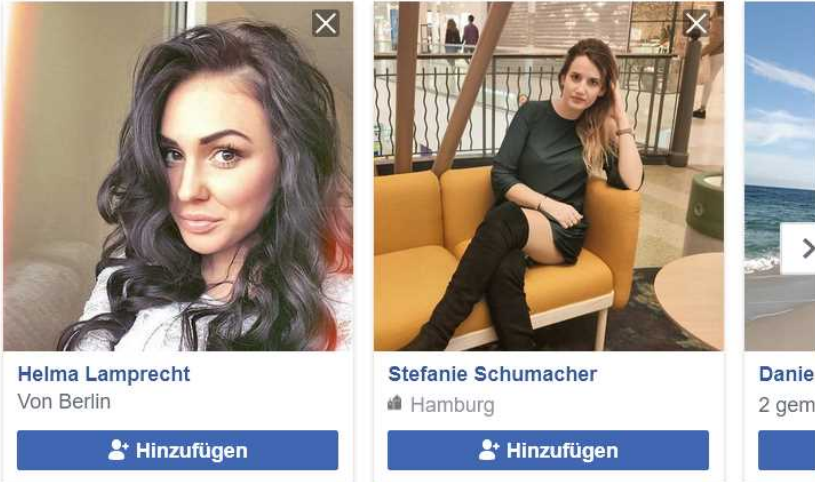
Hootsuite™ **we are social**



Die Spielwiese:

Facebook meldet, dass die Anzahl der über 55-jährigen Nutzer die der Nutzer unter 18 übersteigt. Stand 2018. In der Zwischenzeit hat sich das rasant verändert und auch über 18 – 30-jährigen kehren Facebook immer mehr den Rücken. Das merkt man verstärkt daran, dass kaum noch junge Leute dazukommen, allerdings sehr viele junge Leute verschwinden. Zusätzlich wandelt sich FB immer mehr zu einer Werbeplattform für Spielunternehmen. Und bedauerlicherweise rutscht FB auch sonst in einigen Bereichen extrem ab. War mein größtes Problem anfänglich, dass mir andauernd Werbung für Erwachsenenwindeln oder Treppenlifte eingeblendet wurden, sind es heute eher solche Dinge:

Personen, die du kennen könntest



Helma Lamprecht
Von Berlin
Hinzufügen

Stefanie Schumacher
Hamburg
Hinzufügen

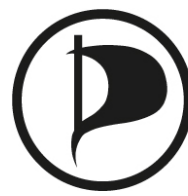
Danie
2 gem
Hinzufügen

Alle ansehen



Fanta Pote Jr.
New York City

Hinzufügen



Unnötig zu erwähnen, dass ich die drei Damen definitiv nicht kenne!
Wenn ich nicht die Seite für die Piraten betreuen würde, wäre ich schon weg.

Und so mutiert FB ein wenig dazu, sich entweder über Spiele zu unterhalten oder Termine zu machen mit Freunden. Eine wenig Bildaustausch, natürlich dürfen die allseits beliebten Katzenbilder nicht fehlen, und ein wenig Politik. Politik funktioniert hier in Teilen. Trolle sind hier nicht ganz so schlimm wie z.B. auf Twitter. Geben tut es sie aber auch hier und ihre Präsenz nimmt eher zu denn ab. Eignet sich gut für Sharepics! FB bietet einige Möglichkeiten und Informationen, von denen einige selbst konfiguriert werden können.

1		Die PARTEI Kreisverband Hannover	5,5K		▲0,1%	8	1,4K	
2		AfD Hannover Land	3,5K		▲0,1%	2	496	
3		Grüne Hannover	3,2K		0%	6	671	
4		SPD Stadtverband Hannover	3,1K		0%	1	176	
5		SPD Region Hannover	2K		0%	0	1	
6		CDU Hannover	1,2K		▼0,2%	4	152	
7		Partei der Humanisten Niedersachsen	1,1K		▼0,2%	2	16	
8		DIE LINKE. Region Hannover	1,1K		▼0,1%	2	24	
9		FDP Region Hannover	681		0%	0	0	
DU 10		Piraten Hannover	534		▼0,2%	0	3	
Bleibe mit den Seiten, die du im Auge behalten möchtest, auf dem Laufenden.						Erhalte mehr „Gefällt mir“-Angaben		
11		Partei der Vernunft - Region Hannover	191		▲1,6%	0	0	



Das größte Problem auf FB sind allerdings die Fake-News. FB kontrolliert kaum und unternimmt auch fast nichts diesbezüglich. Mir sind da schon die haarsträubendsten Geschichten untergekommen. Sowohl im Bereich Werbung als auch von Usern. Dazu kommt die Möglichkeit Gruppen einzurichten. Auch da tummelt sich extrem viel unseriöses. Die Seriosität von FB leidet immer mehr und es ist abzusehen, wann FB eine reine Geldmaschine ohne weiteren Nutzen sein wird.

Instagram: Wachsende Beliebtheit, sehr viele Bilder. Eignet sich sehr gut für Sharepics und Storys. Für politische Zwecke gut geeignet, da jüngere und aufgeschlossene Klientel. Ungeeignet für politischen Einheitsbrei. Fotostorys, Gesichter, machen hier viel aus. Gut für Statements oder um Personen zu promoten. Leider auch hier schon Trolle. Kann das Problem da aber noch nicht so abschätzen.

Fehlinformationen gibt es auch hier, halten sich aber noch in Grenzen.

Youtube: Alles, was man hier macht, muss promoted werden, sonst gibt es kein bis wenig Feedback. Schwieriges Gebiet, weil man gegen relativ viele „Profis“ antritt. Außerdem relativ arbeitsintensiv. Stark personenabhängig. Fehlen uns die Gesichter. Wenn man allerdings mal einen raushaut ist, ist die Reichweite und Wirkung enorm! Siehe Rezo mit: Die Zerstörung der CDU.

Braucht engagierte Profis und ein Mindestmaß an Equipment. Mal so nebenbei geht nicht.

Kontrolliert stark und ist relativ restriktiv. Hat gelegentlich Probleme mit ihren Uploadfiltern, die auch gerne mal Sachen monieren oder als urheberrechtlich geschützt deklarieren, obwohl dies nicht der Fall ist.

Es gibt mit TikTok, WhatsApp, Telegram etc. noch viele Möglichkeiten, von denen ich nur eine noch erwähnen will.

Telegram: Auf Telegram kann praktisch jeder einen Channel eröffnen. Was in diesen Channel passiert, ist völlig einem selbst überlassen. Das führt dazu, dass sich hier besonders gerne Verschwörungstheoretiker, Neo-Nazis, Covidioten wie Attila Hildmann und ähnliches tummelt. So finden sich dort auch viele, die bei Youtube rausgeflogen sind!

Und damit kommen wir zum letzten digitalen Werbemittel. Genau dem, das am meisten unterschätzt wird, von fast allen in der Piratenpartei lediglich zum Selbstzweck oder der Eigendarstellung betrieben wird, und das dabei die geringsten Kosten verursacht.

Die Webseite:

Es gibt sie in viele Variationen, mal aktuell, mal weniger. Fast nie in einem einheitlichen Design oder gar gleichen Symbolen und Logos. Corporate Identity ist eher unbekannt und nicht gewünscht. Dazu werden die meisten vorhandenen Domains geradezu sträflich ignoriert und nicht mit Inhalten gefüllt. Das ist schon alleine aus dem Grund schlecht, da die Webseiten von allen Werbeträgern am wenigsten Kosten, die breiteste Zielgruppe (alle, die Internet haben) ansprechen und bequem von zu Hause aus bearbeitet werden können. Das beginnt schon damit, dass weder Funktions- noch Mandatsträger eine



Piratenemailadresse nutzen! Oder gleich mehrere statt einer globalen wie
vorname.nachname@piratenpartei.de

Es existiert auch kein Plan, wie die Besucherströme innerhalb der Piraten eigenen Webseiten gelenkt werden sollte. Darüber hinaus sind Webseiten kein einfaches Pflaster. SEO-Arbeit, also Suchmaschinenoptimierung ist in der Zwischenzeit ein Berufsfeld mit höchsten Ansprüchen. Allerdings, wer seine Arbeit gut macht und Geduld hat, sowie kontinuierlich arbeitet, wird belohnt. Google kann einem völlig ohne Geldeinsatz 1000 und mehr sogenannte Unique User, also einmalige User schicken. Pro Tag. Wirklich gute Seiten schaffen auch 10k an Besuchern. Das setzt allerdings Content voraus. Und da fangen die Probleme an. Es gibt keine zentrale Sammelstelle für Fotos! Viele Menschen trauen sich nicht zu, einen Blogbeitrag, geschweige denn, eine Pressemitteilung zu schreiben. Hier wird viel zu wenig aktiviert und motiviert. Es fehlt an Ghostwritern. Also Leuten, die für andere nach deren Vorgaben einen Artikel schreiben. Wie man die eigene Webseite auf Vordermann bringt, was man braucht, das fasse ich hier mal zusammen:

1: Einen Hoster. Es empfiehlt sich, hier keine eigenen Brötchen zu backen, sondern sich anderen Gliederungen, die eventuell schon eine Webseite haben, anzuschließen. Das spart meistens schon Kosten und auch Einarbeitungszeit, da ja schon jemand damit gearbeitet hat und helfen kann. Das erspart auch Anfängerfehler.

2: Eine Postadresse und möglichst auch eine Telefonnummer für das Impressum. Wer in Zeiten von Trollen und rechten Spinnern gerne anonym bleiben will, sollte versuchen, bei seinem LV unterzukommen, oder eine kostenlose Sipgate-Telefonnummer nutzen.

3: Wordpress im Design von Xwolf. Das ist einfach, vorhanden, entspricht dem Corporate Design und bietet trotzdem genug eigene Gestaltungsmöglichkeit, um die eigene KV zu repräsentieren. → <https://www.piratenhannover.de/> <https://piraten-nds.de/>

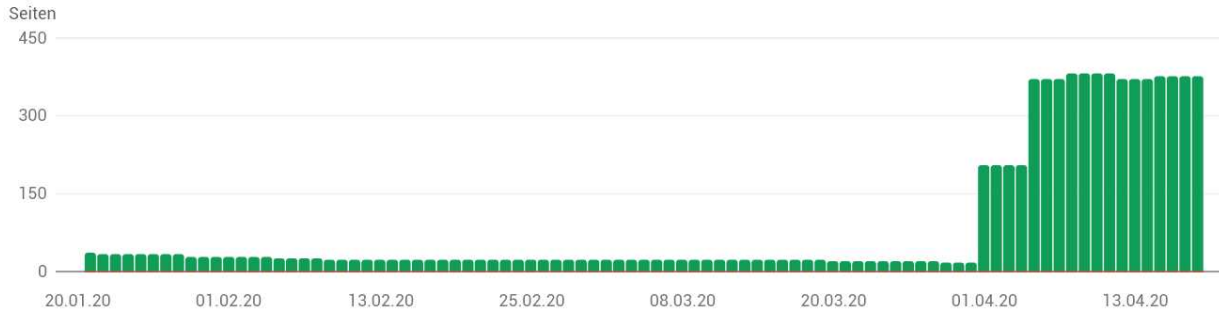
4: Eigene Statistiken. Hier sind Matomo und AWStats zu nennen. Beides muss installiert werden. Datenschutzrechtlich bedenklich sind beide nicht! Statistiken sind dringend erforderlich, da niemand in den blauen Dunst hinein arbeitet.

5: Google Search Konsole. Zwingend erforderlich! Zeigt Fehler auf im Design, bei den Keywords, der Verlinkung und vielem mehr. Ob eine Seite indexiert wurde und wie viele Klicks man bekommen hat. Weist außerdem auf Darstellungsfehler hin, z.B. auf Handys oder Tablets.



<input checked="" type="checkbox"/> Fehler 0 Keine Probleme	<input type="checkbox"/> Gültige Seite(n) mit Warnungen 0 Keine Probleme	<input checked="" type="checkbox"/> Gültig 374	<input type="checkbox"/> Ausgeschlossen 1.791
--	---	--	---

Impressionen



Details

Status	Typ	Validierung ↑	Trend	Seiten
Gültig	Indexiert, nicht in Sitemap gesendet	Nicht zutreffend		268
Gültig	Gesendet und indexiert	Nicht zutreffend		106

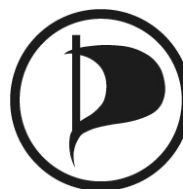
Zeilen pro Seite: 10 1 bis 2 von 2



<input checked="" type="checkbox"/> Klicks insgesamt 26	<input checked="" type="checkbox"/> Impressionen insgesamt 861	<input type="checkbox"/> Durchschnittliche CTR 3 %	<input type="checkbox"/> Durchschnittliche Position 31,7
---	--	--	--



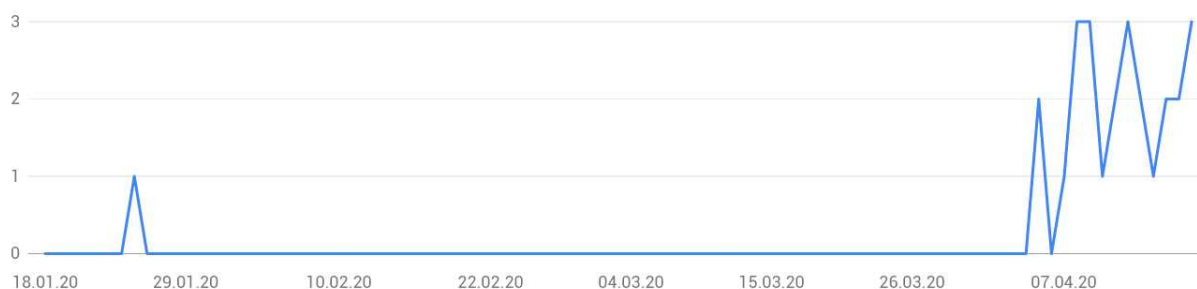
SUCHANFRAGEN	SEITEN	LÄNDER	GERÄTE	DARSTELLUNG IN DER SUCHE	ZEITRÄUME
Suchanfrage				↓ Klicks	Impressionen
piraten hannover				12	18
adam wolf hannover				2	7
piratenpartei hannover				2	6
adam wolf				1	29
remar sekte				1	1
piraten				0	73
piratenpartei				0	64
die piraten				0	26
led hannover				0	20
piraten partei				0	16



Leistung

[BERICHT ÖFFNEN >](#)

26 Klicks aus der Websuche insgesamt



Abdeckung

[BERICHT ÖFFNEN >](#)

0 Seiten mit Fehlern 374 gültige Seiten

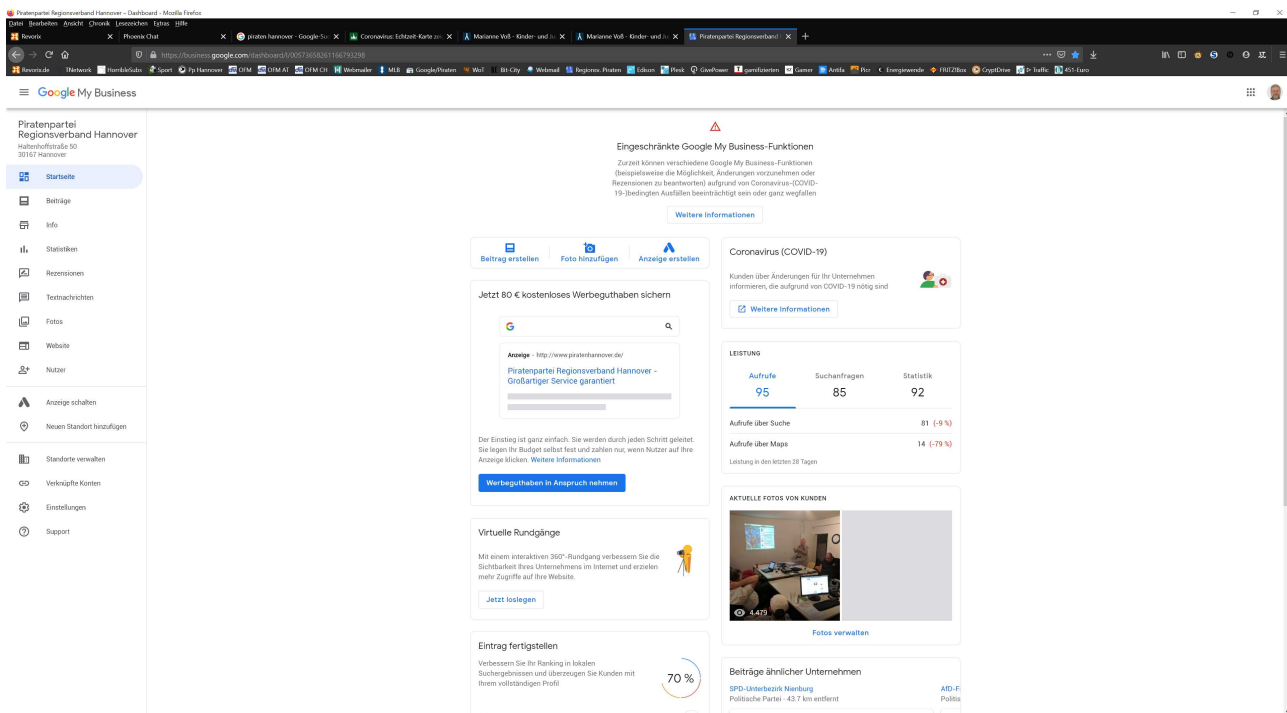


Verbesserungen

Typ	Gültig	Fehler	Trend	
Nutzerfreundlichkeit auf Mobilgeräten	46	1		BERICHT ÖFFNEN >
Logos	4	0		BERICHT ÖFFNEN >
Sitelinks-Suchfeld	1	0		BERICHT ÖFFNEN >
Geschwindigkeit (experimentell)	Mobil	Keine Daten	Keine Daten	Keine Daten
	Desktop	Keine Daten	Keine Daten	Keine Daten



6: Google Business Account: Produziert das:



7: Datenschutzerklärung und Impressum müssen auf der Seite sein, sie sind gesetzlich vorgeschrieben wie der Führerschein für das Auto. Muster ist die Landes- und oder Bundesseite. Die Datenschutzerklärung muss natürlich den Gegebenheiten der eigenen Seite angepasst sein.

8: Content. Jede Menge Content. Was aber ist Content und wie bekomme ich den? Das erkläre ich noch gesondert.

9: Geduld und Ausdauer. Um eine Webseite im Internet bekanntzumachen bedarf es Geduld. Es dauert mindestens 6 Monate bevor Google eine Webseite wirklich zur Kenntnis nimmt und in seiner Suchmaschine indexiert. Dazu kommen noch die diversen Fehler, die man machen kann und machen wird. Nochmal 6 Monate bevor dann wirklich Traffic, also Besucher von Google kommen.

10: RankMath. Das ist ein Plugin für Wordpress. Davon gibt es viele, aber dieses ist besonders wichtig. Es erstellt zum einen eine Sitemap, sehr wichtig für Google und andere Suchmaschinen. Zum anderen hilft es einem, den Content Suchmaschinen-gerecht zu optimieren!

Hat man diese 10 Punkte erledigt, kann es losgehen.

Content ist das A und O. Aber was ist Content? Da sind z.B. die Informationen über den KV. Wer ist im Vorstand und wo sind wir. Was machen wir und warum. Wie erreicht man uns, wie kann man uns spenden und warum brauchen wir überhaupt Geld. Unsere



politischen Ziele, ganz lokal, aber gerne auch mal überregional. Die Arbeit eigener Mandatsträger dokumentieren.

Beispiel:

<https://www.piratenhannover.de/category/linden-limmer/bezirksratsarbeit/berichte/>

Pressemitteilungen veröffentlichen. Blogbeiträge schreiben. Das alles kann man von zu Hause aus machen. Am besten in ein Pad schreiben. Da wird dann gegengelesen und lektoriert. Und wenn alles ok ist, veröffentlicht.

Natürlich sollten die Inhalte sich mit den Zielen der Piraten decken. Aber Blogbeiträge sind Meinungen und müssen nicht immer zu 100% piratig sein.

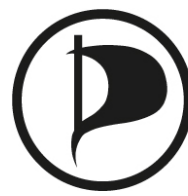
Fazit: Eine Webseite kann, wenn sie entsprechend gepflegt wird, sehr hohe Besucherzahlen haben. Ich habe schon Seiten betreut, die 100k Besucher am Tag und mehr hatten. Aber, jede Seite fängt klein an, und da sind dann eher 2 – 3 Besucher pro Tag normal! Und nach 6 Monaten dann vielleicht schon 10 – 20 pro Tag. In Wahlzeiten kann man das dann mit vergleichsweise wenig Geld noch fördern.

Jetzt werden bestimmt alle sagen, aber hallo, er hat ja gar nichts zu Twitter gesagt. Das stimmt. Weil Twitter ein Sonderfall ist!

Twitter:

Das ist der Jahrmarkt der Eitelkeiten unter den Social Media Plattformen. Hier tummeln sich Künstler, Journalisten, Juristen, Ärzte, die dritte bis zehnte Riege der Politik, ein paar ganz wenige Promis, sehr viele Mächtigerne, Wichtigtuer und C-Promis. Dazu jede Menge Trolle und Prolle. Das Verbreiten politischer Inhalte auf Twitter ist schlicht nicht möglich, dies liegt in der Beschränkung der Textlänge begründet. Auch als Kommunikationsmittel z. B. innerhalb einer Partei gänzlich ungeeignet, da alles quasi öffentlich ist, und viel zu viele Journalisten das lesen können. Mit ein Grund, warum Piraten allgemein als zänkisch und zerstritten gelten. Trotz all dieser Probleme kann man Twitter verwenden um z. B. die eigene Webseite zu promoten. Sehr viele Verlage machen dies indem Sie sogenannte Clickbaits produzieren. Clickbaits sind provokative Überschriften, die dann auf einen Artikel oder eine Webseite verlinken. Erfordert Übung und Fingerspitzengefühl, da man sonst schnell mit dem Axel Springer Verlag in einen Topf geworfen werden kann. Sollte nur selten und sehr gezielt eingesetzt werden. Kann dann aber sehr große auch mediale Wirkung erzielen, da sehr viele Journalisten dort vertreten sind.

Twitter ist gefährlich! Das haben schon viele merken müssen. So hat z. B. Robert Habeck ganz schnell seinen Account wieder gelöscht, nachdem er gemerkt hat, wie schnell man auf Twitter etwas falsch machen kann. Und so twittern auch kaum Politiker der ersten oder zweiten Reihe selber, sondern lassen lediglich offizielles verlautbaren über Mitarbeiter. Oberste Devise auf Twitter ist: Ja nicht zu schnell antworten oder reagieren!



Viel zu viele Fehlinformationen, Fake-News und Lügen kursieren dort. Alles, was man auf Twitter liest, sollte man besser dreimal denn zweimal gegenlesen. Zu guter Letzt. Twitter ist die kleinste und schwierigste aller Social Media Plattformen.

Fazit:

Der digitale Wahlkampf wird wahrscheinlich sehr viele abschrecken, die sich lieber sagen, ich hänge Plakate auf. Denn es braucht sehr viel. Grafiker, die schnell, am besten auf Zuruf, Grafiken in Form von Sharepics etc. machen können. Außerdem Menschen, die die einzelnen Plattformen kennen, und zwar gut. Und Menschen, die bereit sind, Texte zu produzieren in großer Zahl. Das Ganze im Corporate Design, also den Farben Orange, Weiß und Schwarz in der Hauptsache. Den Schriften DejaRip und Politics Head und den Logos und Signets der Piraten wie sie in der Wiki sind.

Allerdings hat der digitale Wahlkampf auch einen Vorteil!
Denn er kann bereits jetzt beginnen. Mit dem Aufbau und der Pflege der eigenen Webseite. Hier wurde vieles von mir bereits genannt oder zumindest angesprochen. Darüber hinaus ist sehr viel Content bereits vorhanden. Er muss nur eingepflegt werden.

Selbstverständlich stehe ich für Fragen diesbezüglich jederzeit zur Verfügung.
Während des eigentlichen Wahlkampfes empfehle ich eine größere Gruppe zu bilden, die aus ca. 10 – 20 Leuten besteht, die den Wahlkampf gesamt und für die KVen organisieren und übernehmen. Das heißt, die KVen liefern z.B. das Material für die Kandidaten und das Team macht daraus etwas für die Webseiten plus die erforderliche Promotion. Dasselbe gilt für Lokale Politikthemen bzw. Blogbeiträge! Das ganze über einen Messenger der Wahl für die schnelle und direkte Kommunikation und wir sind einigermaßen gut aufgestellt.

Für den digitalen Wahlkampf empfehle ich ca. 10.000 € in Google Adwords für die einzelnen Webseiten zu investieren.

Beispiel:

SME - <https://www.sme-nds.de>

Eine Webseite, auf der die Piraten direkt und selber mitarbeiten können! Von zu Hause.

Ein Alleinstellungsmerkmal!

Oder gezielt für Blog- bzw. Pressemitteilungen auf allen anderen Seiten von der Landesseite bis zu den Seiten der KVen.

Sollten die von mir angesprochenen Dinge konsequent bearbeitet und verbessert werden, können hier bis nächstes Jahr einigermaßen Werte entstehen. Diese Werte in Form von täglichen Besuchern auf den einzelnen Webseiten dann zu pflegen, zu halten und sogar zu vermehren, wäre dann das nächste Ziel. Dadurch können wir einigen Parteien, wie der SPD, den Grünen und den Linken sicher Wähler abnehmen, da diese im Internet noch deutlich besser und präsenter sind als die Piraten. Auch CDU/CSU-Wähler können über die Webseiten erreicht werden.