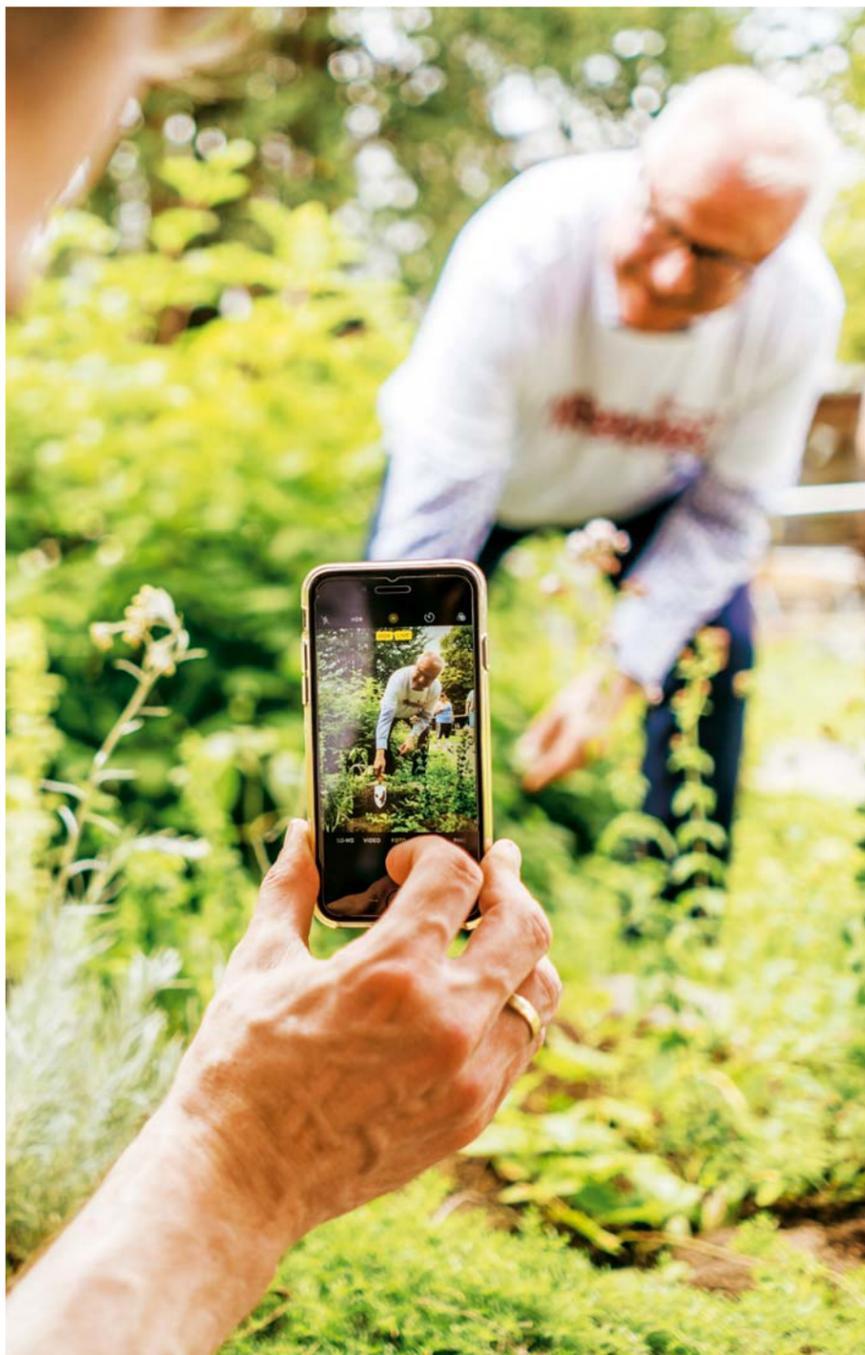


Alles ist digital Hessens Finanzminister Schäfer dokumentiert sein Leben in den sozialen Netzwerken



Insta-was?

Die meisten Firmen haben die Macht der sozialen Medien erkannt und nutzen sie für ihre Zwecke. In der Politik geht es dagegen noch weitgehend analog zu – und der Kontakt zu Millionen Menschen verloren.

TEXT TIM KUMMERT

Wenn Thomas Schäfer über seinen Account beim sozialen Netzwerk Instagram spricht, klingt er wie ein junges Social-Media-Sternchen: „Ich poste die Pics, die mir dazu dienen, eine Story zu erzählen.“ Allerdings ist Schäfer kein junger Jobnomade aus Berlin-Mitte, sondern ein 52 Jahre alter Finanzminister aus Wiesbaden.

Der Mann, der als Kronprinz des hessischen Ministerpräsidenten Volker Bouffier (CDU) gilt, will an diesem Sommertag eine besondere Story erzählen: die von seinem karitativen Engagement. Der Politiker steht knietief in der Erde eines Beetes, das im Rahmen der Aktion „Wiesbaden Engagiert“ angelegt wurde. Er hat ein seltenes Kraut gepflanzt, nun drückt er ein wenig auf der Erde herum und sagt dann zu seinem Pressesprecher: „Jetzt mach bitte ein Foto von mir mit der Schaufel in der Hand.“ Der zückt brav das iPhone und knipst seinen Chef.

Später postet Schäfer das Bild bei Instagram und Facebook. Ende Oktober sind Landtagswahlen in Hessen. Und Bilder sind wirksamer als Worte. Bei den beiden sozialen Netzwerken folgen ihm rund 6500 Menschen. Irgendwas bekommen sie immer: ein Selfie von einer Besprechung hier, eine Vorschau auf den nächsten Termin dort. Schäfer treibt viel Aufwand – für eine überschaubare Follower-Schar. Trotzdem sei der digitale Wahlkampf so wichtig wie Plakate und Zeitungsannoncen, sagt er.

Letzter Post von 2012

Der hessische Finanzminister ist in den sozialen Medien schon allein deshalb erfolgreich, weil das Konkurrenzumfeld bescheiden ist. Die meisten anderen Länder-Finanzminister sind bei Instagram nicht vertreten – und seine Kollegin aus Schleswig-Holstein ist mit rund 450 Abonnenten weit abgeschlagen. Auch sonst scheinen viele Politiker eher in einer Zeit zu leben, in der man sich über die Erfindung des Farbfernsehens freute. Sie vernachlässigen die sozialen Medien – im Gegensatz zu vielen Unternehmen, die längst Macht und Möglichkeiten erkannt haben.

So stammt der letzte Instagram-Post der SPD-Vorsitzenden Andrea Nahles von 2012, nachdem sie einer Rede des damaligen US-Präsidenten Barack Obama gelauscht hatte (siehe Seite 38). Der Vorsitzende der Unionsfraktion im Bundestag, Volker Kauder (CDU) ist gar nicht erst bei Facebook. Und der grüne Ministerpräsident Winfried Kretschmann nutzt weder Twitter noch Instagram. Selbst die SPD-Hoffnung Kevin Kühnert hat nur ein privates Instagram-Profil – reserviert für Freunde. Dass die offiziell-

len Kanäle der meisten Parteien uninspiriert und entsprechend hilflos wirken, rundet das bescheidene Bild ab.

Die Analogstrategie der deutschen Politik ist nicht nur deshalb ein Problem, weil der französische Präsident Emmanuel Macron die sozialen Medien nahezu rund um die Uhr nutzt und US-Präsident Donald Trump mit Tweets Weltpolitik macht. Schwerer wiegt, dass die Politik den Anschluss zu Millionen junger Menschen verliert. Studien zeigen, dass sie sich größtenteils über die sozialen Medien informieren.

Ernüchternde Bilanz

Die zwei wichtigsten Netzwerke bei jungen Deutschen sind Instagram und Snapchat. Fast drei Viertel der 15 Millionen Instagram-Nutzer sind unter 30 Jahre alt. Und mehr als 80 Prozent der 14- bis 29-Jährigen nutzen Snapchat täglich. Doch der Großteil der Bundestagsabgeordneten kommt mit ihnen nicht in Kontakt. 2017 waren nicht einmal zwei Prozent auf Snapchat. Instagram nutzte nicht einmal jeder dritte Unions- und sogar nur jeder zehnte SPD-Abgeordnete.

Für Menschen wie Martin Fuchs ist das eigentlich eine gute Nachricht. Der 39-Jährige ist Politikberater für soziale Medien – und

kann auf viele Aufträge hoffen. Doch an einem Sommerabend steht er resigniert vor dem Berliner Hauptbahnhof: „Es ist schon traurig, wie viele Abgeordnete und Minister die Zukunft der Kommunikation mit ihren Wählern verschlafen.“ Die meisten Auftritte in sozialen Medien seien katastrophal, so sein Urteil. Fuchs hat mehr als ein halbes Dutzend Landesregierungen beraten und fast allen Parteien Tipps gegeben, wie sie sich digital besser präsentieren können.

Seine Bilanz ist ernüchternd: „Die Wirkung von Social Media ist immens. Aber die

82

Prozent der Deutschen zwischen 14 und 29 Jahren nutzen Snapchat täglich. Von den Bundestagsabgeordneten waren 2017 nicht einmal zwei Prozent dort registriert.

Spitzenpolitiker, die das Potenzial erkannt haben und für sich nutzen, kann ich an einer Hand abzählen.“ Ihm fallen auch nur die üblichen Verdächtigen ein, etwa die Staatsministerin im Kanzleramt Dorothee Bär (CSU). Dabei weiß Fuchs, warum er sich mehr Engagement in den sozialen Medien wünscht: „Ich will Demokratie wieder sexy machen.“

Unternehmen haben das Potenzial der sozialen Medien längst erkannt: Große Firmen, von Edeka bis Siemens, leisten sich ganze Abteilungen dafür. Was Fuchs für die Politik versucht, macht Sandro Günther für die Wirtschaft.

Es ist neun Uhr morgens, als Günther auf einem Elektroroller vor einem großen Gebäude in Berlin vorfährt. Die beiden oberen Hemdknöpfe sind standesgemäß geöffnet, die Haare mit viel Gel an den Kopf geklebt. Günther ist Chef des Berliner Startups „werbeboten“, das Firmen im Social-Media-Auftritt berät. Heute hat er einen Jour fixe mit dem Schokoladenhersteller Rausch. Beim Treffen fliegen Worte wie „Content Category“ durch den Raum, es ist viel von kurzfristigen Trends und richtigen Hashtags die Rede. Was nach Blabla klingt, ist handfeste BWL: Die Firma vertreibt ihre Produkte fast ausschließlich über das Internet. ▶

FIRMEN.TV
DIE TOP-ADRESSEN DER REGION

TOP-UNTERNEHMEN
DER REGION
FINDEN SIE AUF
FIRMEN.TV

Präsentiert von FirmenABC
in Kooperation mit:

**Wirtschafts
Woche**

**Handelsblatt
TAGESSPIEGEL**

Hermann Brose GmbH & Co. KG
Metallreinigung

42857 Remscheid
Telefon: 02191 780040
Web: www.brose-metallreinigung.de

Batrock Krause
Bauwerkstrockenlegung
Bauwerkstrockenlegung

04207 Leipzig
Telefon: 0341 4211454
Web: www.batrock.de

BM-D Holzbau
ökologisch. schlüsselfertig
Bausanierung / Holzbau / Neu- und Umbau

86456 Lützelburg
Telefon: 08230 1071
Web: www.bm-d-oekoholhaus.de

**Celebrating Moments
Deko. Style & More**
Dekorationen & Floristik

68535 Edingen-Neckarhausen
Mobil: 0176 81070758
Web: www.dekoverleih.com

creatives wohnen wölflie
Raumausstattung

82467 Garmisch-Partenkirchen
Telefon: 08821 79668
Web: www.wohnen-garmisch.de

Crossladen.de GmbH & Co. KG
Fahrrad / Reparatur / Zubehör

64367 Mühlthal
Telefon: 06151 6279488
Web: www.crossladen.de

EKS Stefan Strasser
Elektroinstallationen

94333 Geiselhöring
Telefon: 09423 903000
Web: www.ekstrasser.de

**feedback Ton-, Licht- und
Veranstaltungstechnik**
Veranstaltungstechnik

86420 Diedorf
Telefon: 0821 4860066
Web: www.feedback-tonstudio.de

Fernsehtechnik Peter Eiler
Radio- und Fernsehtechnik

83700 Reitrain
Telefon: 08022 2028
Web: www.fernsehtekniker.de

**Gebäudereinigung
Clean Robots**
Gebäudereinigung / Haushaltsreinigung

86169 Augsburg
Telefon: 0821 24404804
Web: www.cleanrobots.de

**Hörconcept Delitzsch
GmbH & Co. KG**
Hörakustik / Hörgeräte

04509 Delitzsch
Telefon: 034202 172202
Web: www.hoerconcept.de

Montagebetrieb Markus Müller
Montagebau

76530 Baden-Baden
Telefon: 07221 396836
Web: www.montage-mueller.de

23

Beiträge hat **Annegret Kramp-Karrenbauer** seit dem Start ihres **Instagram-Accounts** Mitte April gepostet. Entsprechend hat die **CDU-Generalsekretärin** nur rund **1600 Follower**.

Eigentlich ist es simpel: was für Unternehmen die Kundenbindung, ist für Politiker die Bürgernähe. Die Fragen, die zum kleinen Einmaleins der digitalen Kommunikation gehören, sind die gleichen: Wie stelle ich Nähe her? Was wirkt sympathisch? Wie bringe ich meine Botschaft rüber? Die Antwort des hessischen Finanzministers lautet: „Authentisch, ein bisschen selbstironisch und dabei nicht peinlich sein.“ Das sei nicht so schwer, meint Thomas Schäfer. Warum viele Kollegen damit offenbar ein Problem haben, versteht der CDU-Mann auch nicht.

Warum also stolpert die Politik noch immer in der digitalen Steinzeit herum?

Ein wichtiger Grund ist, dass bei vielen Politikern, die im Print- und Fernsehzeitalter sozialisiert wurden, noch immer das Bewusstsein für die Relevanz der sozialen Medien fehlt. Der Anruf bei einem Bundestagsabgeordneten der FDP, der lieber nicht namentlich genannt werden will, ergibt eher die typische als atypische Reaktion: „Ich brauche keinen Auftritt in den sozialen Medien. Warum auch?“

Digitale Rolle rückwärts

Zumal die digitalen Kanäle viel Arbeit machen – und Kreativität erfordern. Es ist eben nicht damit getan, mal eben eine Pressemitteilung ins Internet zu stellen oder schnell zwischendurch irgendein Video zu drehen. Es müssen meistens originäre Inhalte her.

Mit der Begründung, sie habe kein Team mehr, das sich kümmere, löschte Hannelore Kraft (SPD) einen Tag nachdem sie als NRW-Ministerpräsidentin abgewählt wurde ihre Accounts. Dabei erreichte sie damit weit über 100 000 Menschen – im Vergleich zu anderen Politikern spielte sie damit fast schon auf Champions-League-Niveau.

Dass sich das Kümmern lohnt, zeigt sich bei der FDP. Parteichef Christian Lindner ist mit rund 69 000 Followern einer der erfolgreichsten Polit-Instagrammer. Lindner macht Selfies, hat ein Team. Klick, klick, klick. Lindner im Flugzeug, Lindner im TV-Studio, Lindner mit Bürgern. Lindner überall.

Dabei war es einst die Not, die ihn in die sozialen Medien trieb. Als die FDP zu Apozzeiten in vielen Medien kaum noch vorkam, setzte Lindner auf die Alternative. Und sprach immer wieder vom Stillstand der Politik. Eine Geschichte zu erzählen sei extrem wichtig, sagt Konstantin Kuhle, Exchef des Parteienwachstums und Mitglied im FDP-Bundesvorstand: „Etliche Kollegen glauben, man brauche keine Inhalte auf Social Media zu transportieren – ein großer Irrtum!“

Allerdings sind die Inhalte auch am schwierigsten. Sven-Christian Kindler, Bundestagsabgeordneter der Grünen, war gerade volljährig, als Facebook online ging. Selbst er tut sich manchmal schwer: „Im Politiker-Leben ist nicht alles immer nur ‚fancy‘.“ Da würden auch die Filter bei Instagram nicht helfen. Trotzdem ist er überzeugt: „Social Media wird die Politik verändern, weil der Einfluss auf junge Menschen groß ist.“

Ausgemacht ist das nicht. Bei der CDU ist eine digitale Rolle rückwärts zu beobachten. Der frühere Generalsekretär Peter Tauber bespielte Twitter, Facebook, Instagram und auch Snapchat. Die Partei kam nicht mehr miefig rüber, sondern hip. Seine Nach-



Christian Lindner entdeckte die sozialen Medien, als die FDP in der außerparlamentarischen Opposition war

folgerin **Annegret Kramp-Karrenbauer** trifft sich auf ihrer „Zuhör-Tour“ quer durch die Parteigliederungen mit den Parteimitgliedern lieber in gediegenen Hotelsälen.

Die bayrische Schwesterpartei ist da moderner. Gewählt wird in diesem Herbst nicht nur in Hessen, sondern auch in Bayern. Die CSU, die vor Kurzem in der analogen Auseinandersetzung mit der Kanzlerin ein Kommunikationsdesaster erlebte, will zumindest digital möglichst viel richtig machen. Und Aufmerksamkeit ist die Währung der sozialen Medien. Deshalb postet Ministerpräsident Markus Söder ein Welpen-Foto, wenn er das Nürnberger Tierheim besucht. Und in der Münchner Parteizentrale kümmert sich eine Handvoll Mitarbeiter um Instagram, Snapchat und Facebook. Auch ein hipbes „CSU-Lab“ wurde gegründet.

Vielleicht macht die CSU die gleiche Erfahrung wie der hessische Finanzminister Schäfer: Selbst die trockensten Themen lassen sich vermarkten – mit einem Augenzwinkern. Als er nach einem Termin mit Vertretern der Banken- und Immobilienbranche im Auto sitzt, scannt er die Fotos vom Termin und postet schließlich das Schönste. Darunter schreibt er: „Habe über #grunderwerbssteuer und #baulanderschließung gesprochen und trotzdem hatten die Gäste einen fröhlichen Abend!“

FOTOS: INSTAGRAM/SCREENSHOT

DER BETRIEB



FACHTAGUNG

Betriebliche Altersversorgung

Brennpunkte, aktuelle Entwicklungen und Praxisberichte

12. September 2018 | Düsseldorf

THEMENAUZUG

- Das Betriebsrentenstärkungsgesetz – Herausforderungen und Umsetzungshinweise
- Das Sozialpartnermodell – Funktionsweise und Kapitalanlagestrategie
- Aktuelle Themen im Steuer- und Arbeitsrecht
- Praxisbericht SMS: Kapitalisierung laufender Renten
- Totgeglaubte leben länger – Warum Riester in der bAV eine gute Idee ist!
- u.v.m.

REFERENTEN

- **Oliver Brock**, Leiter Konzernrechnungswesen, SMS group GmbH
- **Claus Dettki**, Redakteur Arbeitsrecht, DER BETRIEB
- **Benedikt Engbroks**, Vice President Company Pension Deutsche Post AG
- **Lutz Mühl**, Geschäftsführer Wirtschaft, Sozialpolitik, Bundesarbeitgeberverband Chemie e.V. (BAVC)
- **Walter Niermann**, Regierungsdirektor, Lohnsteuerreferent im Finanzministerium NRW
- **Stefan Oecking**, Partner, Mercer Deutschland GmbH (Tagungsleiter)

Weitere Infos und Online-Anmeldung unter: www.fachmedien-veranstaltungen.de/bav

Mit freundlicher Unterstützung von:

Veranstalter:

MERCER
MAKE TOMORROW. TODAY

Handelsblatt
FACHMEDIEN