



Olaf Scholz

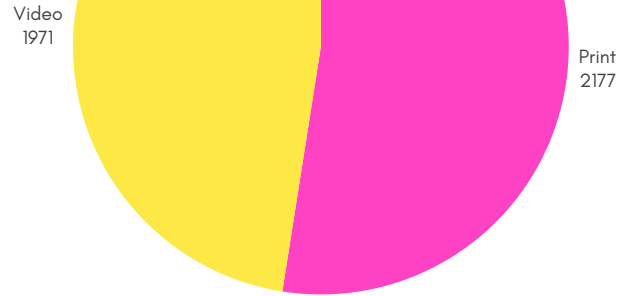
Was lernen wir, wenn wir uns die mediale Präsenz von Olaf Scholz anschauen? Ehrlich gesagt recht wenig. Darüber wird wohl niemand verwundert sein. Besonders auffällig ist, dass er doch, wenn man nur die Zahlen beachtet, recht präsent ist.

Im Folgenden betrachten wir zwei sehr unterschiedliche Bereiche: Zum einen die Berichterstattung in Print und TV, zum anderen, wie Olaf Scholz sich selbst in den sozialen Medien inszeniert.

Dabei hat man zum einen die Berichterstattung von Journalist*innen im Blick und kann zu ausgewählten Themen die Selbstdarstellung in den sozialen Medien gegenüberstellen.

Spoiler Alert im Vergleich läuft es bei unserem Bundeskanzler leider eher mittel bis schlecht, was die digitale Performance angeht. Man wundert sich, warum die eigene Presse und "Marketingabteilung" hier nicht mehr Vollgas gibt.

FACHKRÄFTEMANGEL IN DER POLITIK

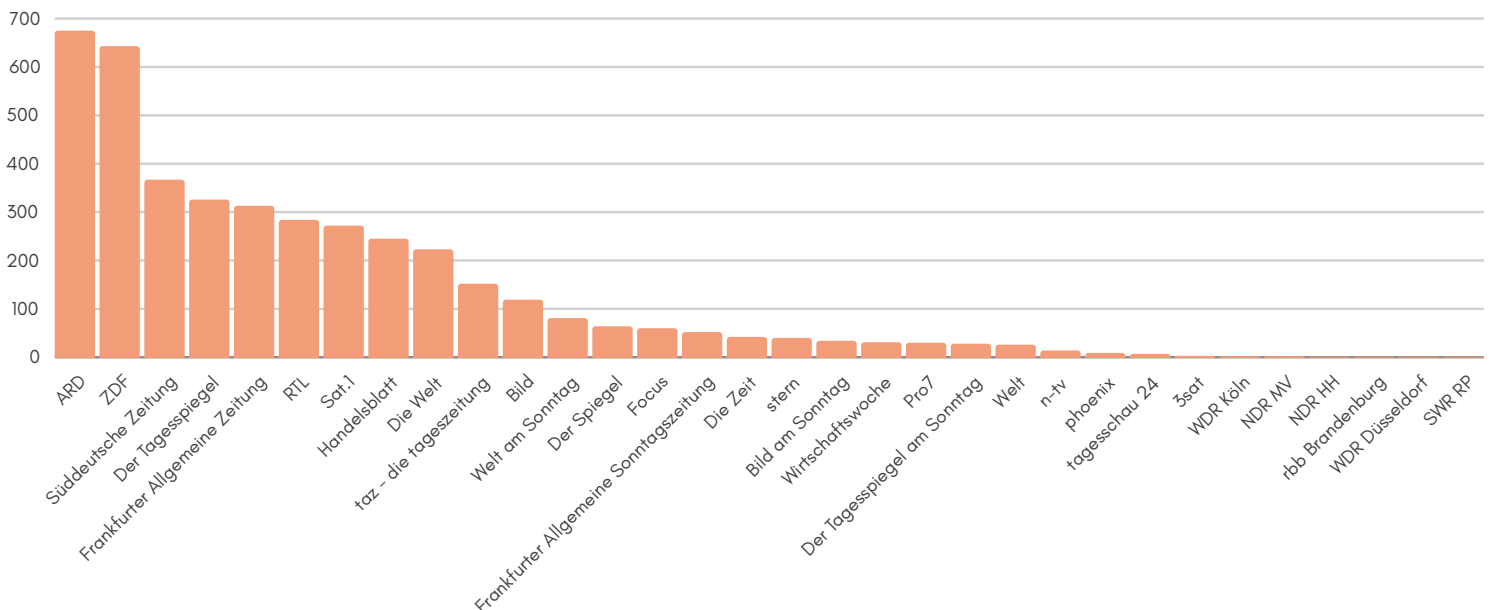


Seit Beginn des Jahres 2024 sind in den großen Zeitungen und den erfolgreichen deutschen Nachrichtensendungen bis zum 15.8.2024 insgesamt **4.148 Beiträge zu "Olaf Scholz"** veröffentlicht worden. Davon **2177 im Printbereich, 1971 Ausschnitte aus dem TV.**

Es zeigt sich dass die Verteilung und das Nachrichtenaufkommen recht regelmäßig ist und es kaum ausschläge gibt.

Dabei fällt auf, dass die meisten **Print Beiträge in der Süddeutschen, der FAZ und dem Tagesspiegel** veröffentlicht werden.

Im **Videobereich** liegen gleichermaßen **ARD und ZDF vorne, gefolgt von RTL und Sat1.**



Olaf Scholz scheint nicht die Zeit und Muse zu haben sich mit den sozialen Medien tiefergehend auseinanderzusetzen. Schade, dass auch niemand seiner Mitarbeiter*innen darin aufgeht.

Schaut man sich seinen Account an, dann wird schnell klar, dass hier gerne Content weiter- und wiederverwendet wird. Leider wird kein Beitrag für die sozialen Medien produziert.

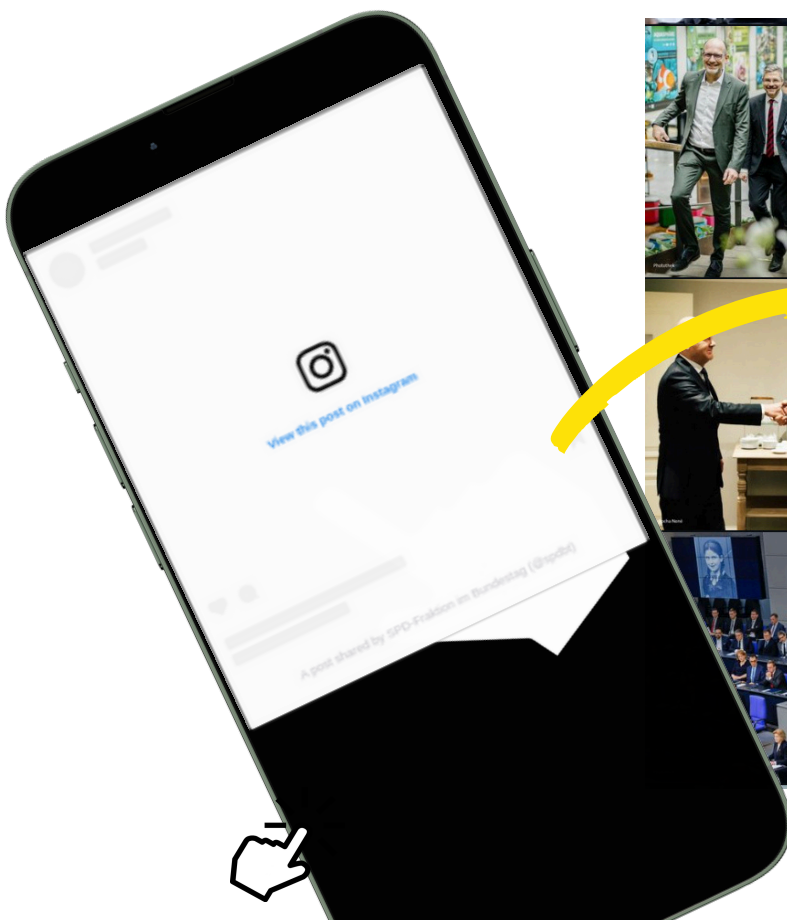
Communitymanagement, Möglichkeiten zur Interaktion oder Call-to-actions, die zu einem Austausch animieren sucht man vergeblich.

Es werden einzelne Themen-Highlights, aber auch belanglose Themen wie Feiertage aufgegriffen.

Vereinzelt werden dann doch aktuelle Themen aufgegriffen. Hier ein Beispiel: **“Scholz vs. Merz”**.

Am 31.1. geht der Videobeitrag **“Klartext-Kanzler knöpft sich Merz vor”** gemeinsam mit dem Account der SPD online. Die Kommentarfunktion wurde leider deaktiviert und den NutzerInnen somit die Möglichkeit zum Austausch genommen.

Dabei hat das Thema offensichtlich Potenzial, denn schon zwei Tage später finden sich in den Printmedien zahlreiche Artikel mit den unterschiedlichsten Headlines.



Quelle: <https://www.instagram.com/olafscholz/>

FACHKRÄFTEMANGEL IN DER POLITIK

In dem Videobeitrag ist ein Ausschnitt einer Bundestagsdebatte zu sehen. Er ist aus dem Kontext gerissen, Olaf Scholz sagt, dass Friedrich Merz ja mit der CDU selbst schuld ist, dass die letzten Jahre (oder Jahrzehnte) nichts geschafft wurde. Hmm okay. Und das ist dann der Klartextkanzler? Klartext zu was?

Wie sollen die Instagram-NutzerInnen jetzt einordnen worum es geht? Hat sich jemals jemand im Kanzleramt oder bei der SPD darum Gedanken gemacht? Offensichtlich nicht. Das Video macht doch so gar keinen Sinn.

Die Caption nebedem Beitrag lautet folgendermaßen:

Muss man gesehen haben: Klartext-Kanzler [@olafscholz](#) knöpft sich in der Generaldebatte CDU-Chef Friedrich Merz vor!

Hier geht's dann auch nochmal [zum Beitrag](#).

Hat man jetzt gesehen. Der Inhalt, der hier transportiert wird: Olaf Scholz findet die Merz-/ CDU Politik trägt nichts zur Zukunft Deutschlands bei.

Schade. Dieses Video trägt leider nichts zum Verständnis eben dieser Debatte um den Haushalt 2024 bei. Es holt so doch niemanden in den sozialen Medien ab. Die Leute haben doch gar keine Ahnung, worum es da geht und brauchen Kontext.

Der Autor Eckart Lohse fragt sich in der FAZ zurecht *Hilft das der Demokratie?*

Das Interview zwischen

[Scholz](#) und Merz

ist zerschnitten.

Hilft das am Ende
der Demokratie?

von Eckart Lohse,

Berlin

Friedrich Merz hat eine
Entscheidung er

Es geht nämlich eigentlich um viel größere Themen. Die **Demos gegen Rechts** sind aktuell im Fokus der Gesellschaft. Die **AFD** hält die Haushaltsdebatte mit Zwischenfragen auf.

Migrationspolitik dominiert den Diskurs.

Hinzu kommen das **Sondervermögen für die Bundeswehr** und eigentlich soll ja eigentlich auch die **Demokratie gestärkt** werden. Das läuft aber eher schlecht, weil die AFD alle beschimpft, alle die AFD beschimpfen, die SPD nicht mit der **CDU Opposition** reden möchte und die eigentlich meint, die **AFD Wähler sind garnicht rechts, sondern frustriert.**

Ganz schön verworren. Und doch hätte das ganze ja schon sehr viel Potenzial für Social Media. Man müsste eben davon ausgehen, dass die Leute keine Ahnung haben und viel kommentieren werden und man ein Communitymanagement braucht.

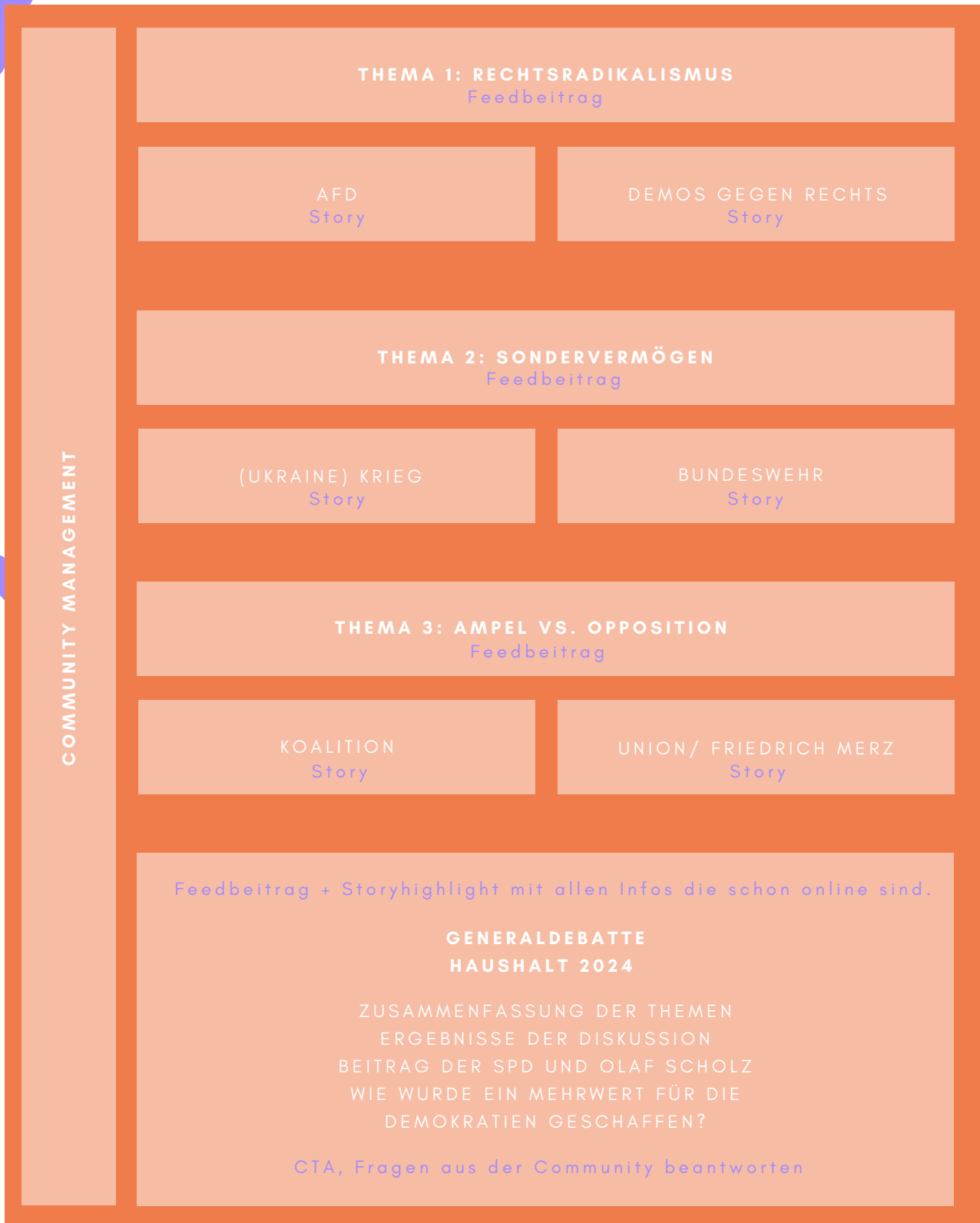
Was wäre also nötig gewesen? Zum einen eine Contentreihe, ein Format, in dem die zentralen Themen und die Entwicklung der Haushaltsdebatte erklärt werden und aus Sicht der SPD, bzw. des Kanzlers eingeordnet.

Jemand müsste sich hinsetzen und einen Plan machen: Was wollen wir eigentlich inhaltlich transportieren? Wie bleiben die Follower dran? Welche Funktionen der Plattform können wir nutzen? Gibt es Möglichkeiten in den Austausch zu gehen und Diskussionen anzuregen?

Die **Bild** schreibt: *Das Verhältnis von zwischen Ampel und Union ist auf einem neuen Tiefpunkt angekommen.* Das ist ja bisher auch das einzige, was wir aus diesem Beitrag mitnehmen.

FACHKRÄFTEMANGEL IN DER POLITIK

Also hier ein Vorschlag, wie man dieses Thema hätte strukturieren können:



Long Story short: jemand im Team des Kanzlers könnte sich über die gängigen Mechanismen von Social Media informieren.

Bei TikTok läuft es nicht besser. Am 16.5. wird in der Zeit ein Beitrag zu dem neuen Tiktok Account @Teamkanzler veröffentlicht. Auch hier zeigt sich das selbe Problem. Die Inhalte sind zusammenhanglos, leer und haben kein übergeordnetes Konzept.

Seite: 04
Datum: 16.05.2024

DIE  ZEIT



»Ich mag sie Herr Olaf «

Seit fünf Wochen ist der Kanzler auf TikTok. Wie schlägt er sich dort? VON HANNAH KNUTH

Das führt zu sehr lustigen Kommentaren zum Thema "Dönerpreisbremse". Das ist schon witzig, aber vielleicht ist das nicht besonders zielführend aus politischer Sicht. Man hat bisher anscheinend kein Ziel definiert, daher egal. Man sucht den Fehler hier bei der TikTok Community statt die eigene Pressearbeit zu hinterfragen.

Die Sache mit dem Döner. Das beschäftigt das Publikum auf TikTok.

- »Olaf wann wird döner 4 Euro wieder?«
- »bruder was passiert mit dem döner jetzt«
- »Dönerpreisbremse sofort!!!«

Fachkräftemangel



in der Politik