Die Nutzung von alten und neuen Medien durch die Politik

- Eine innenpolitische Analyse
- Von
- Petra Stuiber, stellvertretende Chefredakteurin STANDARD

Die Politik nutzt Social Media gegen Medien

Was können Medien tun?

Konsequente Ausbildung junger Kolleg:innen, permanente Schulung aller Mitarbeiter:innen

Kritikfähigkeit schulen!

Faktenchecks intensivieren

Unabhängigkeit von Finanzierbarkeit von Medien stärken

Worum geht’s in den nächsten 30 Minuten?

Was können wir tun, wie können wir als klassische Medien bestehen?

Was brauchen wir dafür?

Die Rolle von TikTok im Bundespräsidentenwahlkampf

#BPWahl2022: Der große TikTok-Wahlkampf

Jedes Like nicht gleich auch eine Wählerstimme

		Interaktionen
	1. Gerald Grosz	**2,2 Mio.** (644.910 Fans)
	2. Dominik Wlazny (Marco Pogo)	**1,6 Mio.** (238.660 Fans)
	3. Alexander Van der Bellen (Der Kandidat)	**738.760** (68.150 Fans)
	4. Walter Rosenkranz	**595.580** (18.900 Fans)
	5. Tassilo Wallentin	**48.210** (11.080 Fans)
	6. Michael Brunner	**22.010** (3.180 Fans)
	7. Heinrich Staudinger	**2.090** (4.870 Fans)

Anzahl Fans & Interaktionen auf den Social Media-Kanälen der #BPWahl-Kandidaten, exkl. Ad-Postings
Zeitraum: 01.08.- 09.10.2022, Plattformen: Facebook, Instagram, Twitter, YouTube & TikTok

© BUZZVALUE

Tiktok im NÖ-Landtagswahlkampf

Entdecken

Reels

Nachrichten

Benachrichtigungen

Erstellen

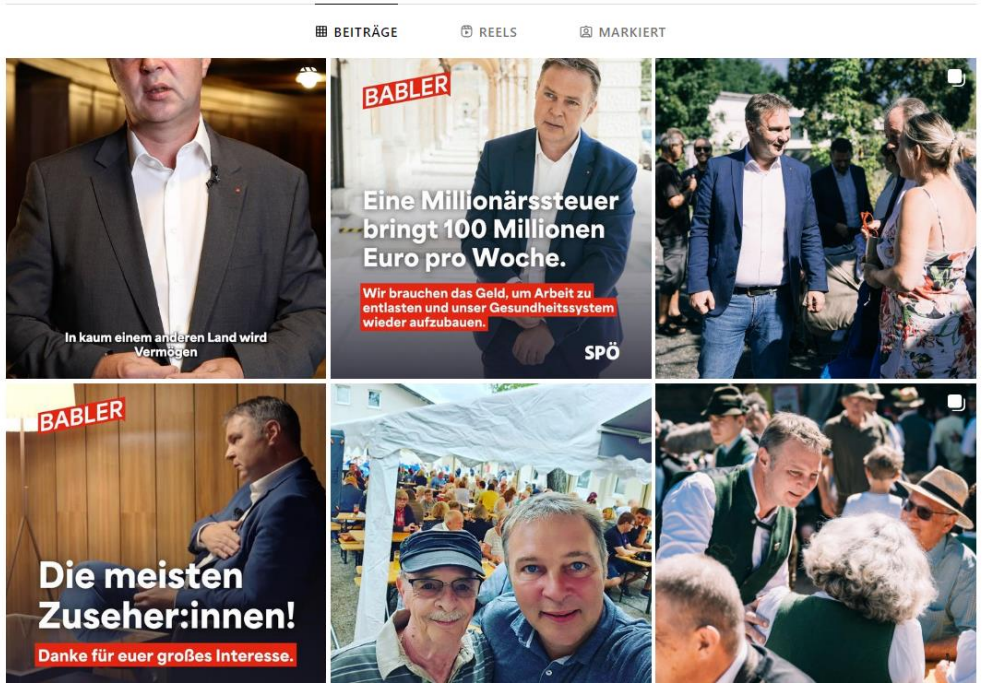
Profil

Was tun Politiker auf Social Media?

- Am Beispiel von Andreas Bablers Instagram-Account

Babler auf Insta

- Imagebildung
- Politische Botschaften



Was sagt die Wissenschaft?

(Quellen: Jakob Moritz Eberl / Kommunikationswissenschafter und Social Media Experte Uni-Wien;
Ingrid Brodnig / Digitalpublizistin, Netzpolitikexpertin;
Markus Zimmer / Buzz Value, Social Media Monitoring & Research)

- Je radikaler, desto aktiver auf Social Media
- Negativ ist positiv
- Sachlichkeit ist nicht gefragt
- Social Media hilft bei der Mobilisierung der eigenen Leute
- InGroup/OutGroup – begünstigt Populismus
- Ohne Social Media geht nichts, mit gewinnt man auch noch keine Wahlen
- Emotion kann aber auch positiv funktionieren

Was tun wir mit diesen Erkenntnissen?

- Von Menschen gemachter, qualitätvoller Journalismus muss überleben
- Medien müssen nicht nur mit Social Media, auch mit KI umgehen lernen
- Die Medienkompetenz der Menschen in Österreich muss erhöht werden – eine Aufgabe für ALLE
- Medienpolitik muss sich verändern

Ein optimistischer Ausblick

- Journalismus wird sich verändern – aber er kann so gut und schlagkräftig werden wie nie zuvor
- SIE können uns dabei helfen!
- Es gibt keine Alternative, denn:

DEMOCRACY DIES IN DARKNESS

(Bob Woodward, Washington Post)