



**Deutschland
sicher im Netz**

PolisiN

**Politiker:innen
sicher im Netz**

PolisiN

Politiker:innen
sicher im Netz



Vortrag: Mehr Wirkung auf Social Media

Strategien für politische Sichtbarkeit

Referent:innen:
Gianna Schumann & Umut Ibis

Leitung DsiN:
Isabelle Rosière & Joachim Schulte



PolisiN

Politiker:innen sicher im Netz

EIN KOSTENFREIES ANGEBOT VON



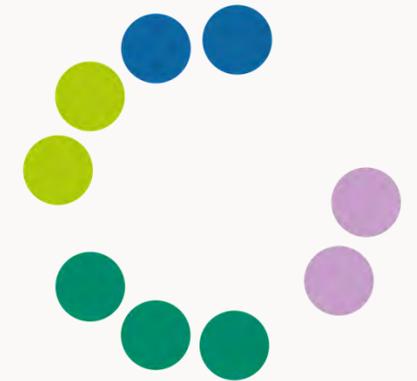
MEHR AUF

sicher-im-netz.de
polisin.de

DsiN engagiert sich seit **2006 als gemeinnütziger Verein** für digitale Aufklärung und Cybersicherheit in Deutschland.

Unter der **Schirmherrschaft des Bundesministeriums des Innern** richtet sich DsiN mit praxisnahen Angeboten an Verbraucher:innen aller Altersgruppen, Beschäftigte kleiner und mittlerer Unternehmen sowie politische Entscheidungsträger:innen.

DsiN bringt Perspektiven aus Zivilgesellschaft, Wirtschaft, Politik und Wissenschaft zusammen und setzt sich gemeinsam mit seinen Mitgliedern für **digitale Souveränität und Vertrauen in die Digitalisierung** ein.



Das Projekt



Vermittlung allgemeiner Grundlagen
zur Digitalisierung

Sensibilisierung im Alltag für
mehr IT-Sicherheit

Praxisnahe Orientierung, Hilfe
und Austausch

Keine Rechtsberatung



Ablauf

- 1 Warum Social Media unverzichtbar ist
- 2 Plattformen im Überblick
- 3 Plan statt Zufall
- 4 Posts mit Wirkung
- 5 Community als Schlüssel
- 6 Tipps, offene Fragen und Austausch



Warum Social Media unverzichtbar ist

Chancen & Vorteile

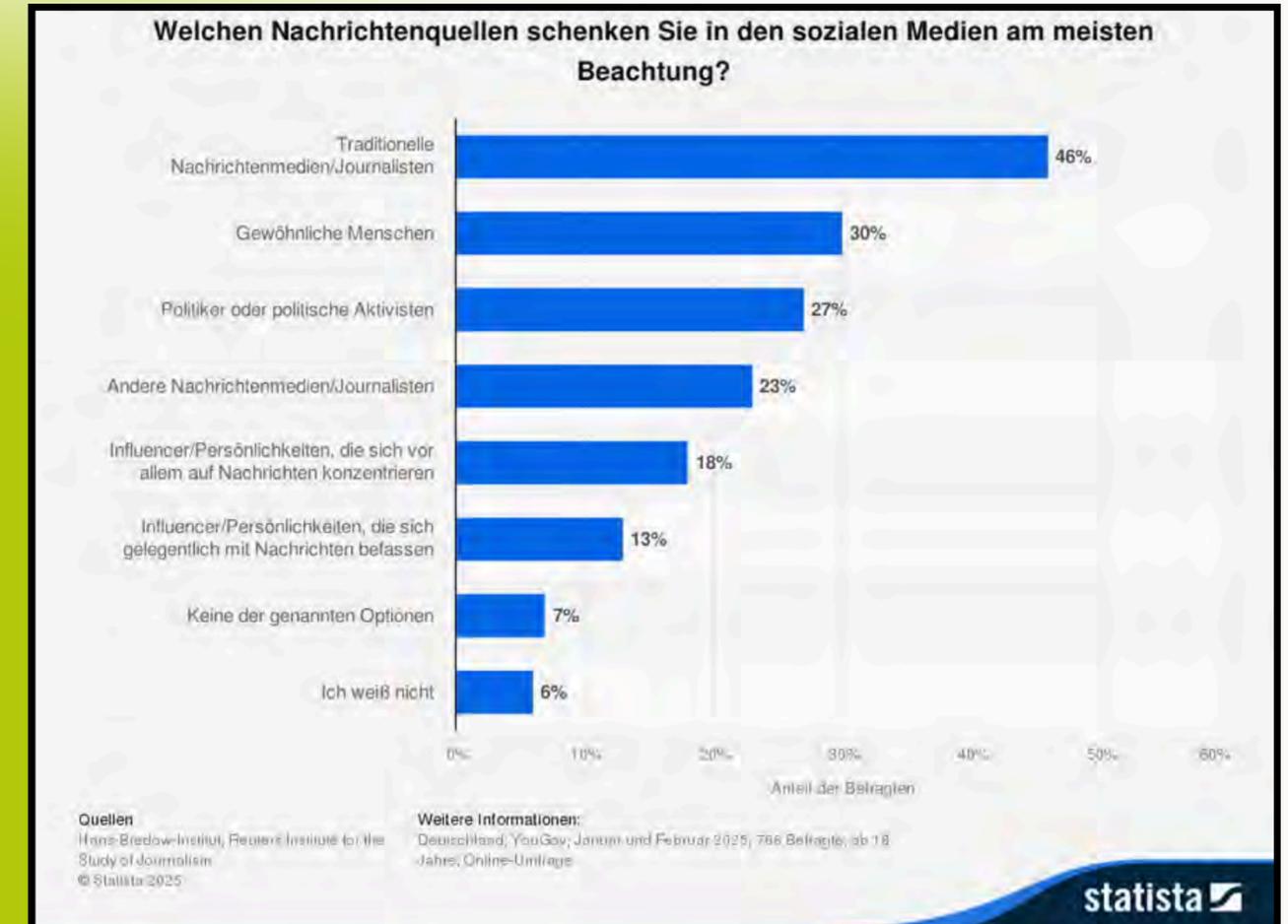
Information zu politischen Themen

Basis: Bevölkerung ab 14 Jahren (n = 7.237)

- (Fast) ausschließlich über klassische Medien
- In etwa genauso häufig über soziale wie über klassische Medien
- (Fast) ausschließlich über soziale Medien
- Generell keine Einholung von Informationen zu politischen Themen
- Keine Angabe / keine Internetnutzung



Quelle: D21 Digital Index 2024/25

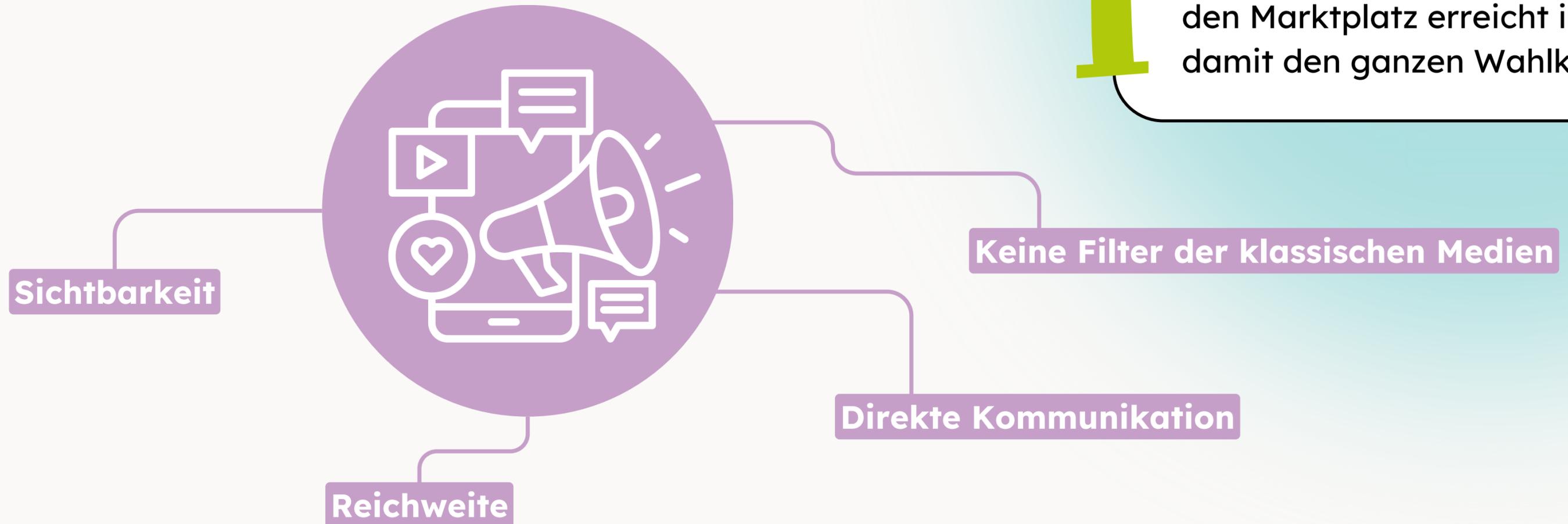


Quelle: statista



Warum Social Media unverzichtbar ist

Chancen & Vorteile



Soziale Medien sind der heutige Wahlkampf-Flyer, aber statt den Marktplatz erreicht ihr damit den ganzen Wahlkreis.



Warum Social Media unverzichtbar ist

Politische Werbung auf Social Media

- Keine politische Werbung mehr bei Meta.
- Reichweite nur noch organisch.
- Regelmäßigkeit & Strategie zählt.
- Online-Präsenz aller Gruppen & Themen wichtig.

Quelle: Meta Ads Library SPD

Inaktiv

Bibliotheks-ID: 597849793164167

13.02.2025 bis 24.02.2025

Plattformen

Kategorien

Geschätzte Zielgruppengröße: **>1 Mio.**

Ausgebener Betrag (EUR): **8.000 € - 9.000 €**

Impressionen: **>1 Mio.**

SPD Anzeige • Finanziert von SPD
Bibliotheks-ID: 597849793164167

Mit der SPD ist #mehr fuer dich drin:

Mehr Netto vom Brutto. ✓
Steuersenkungen für 95% der Bevölkerung. ✓
Nur 5% Mehrwertsteuer auf Lebensmittel. ✓
15€ Mindestlohn. ✓
Garantiertes Rentenniveau. ✓ ...



Plattformen im Überblick

Wie viel Aufwand ist Social Media wirklich?





Plattformen im Überblick

Die Klassiker im Wandel



- Reichweite nimmt ab, aber bleibt wichtig für ältere Zielgruppen.
- Relevant für kommunalpolitische Arbeit: Gruppen & Veranstaltungen.

Stärkung lokaler Bindungen, direkte Kommunikation mit bestehenden Netzwerken.



- Reichweite heute deutlich geringer und teils sehr negative Diskussionskultur.
- Immer noch Resonanzraum für Medienschaffende, NGOs und hochpolitische Zielgruppen.

Agenda-Setting in Medienkreisen, aber keine Kanäle für breite Wähler:innenmobilisierung.



Plattformen im Überblick

Die unterschätzten Kanäle



- Vernetzung mit Journalist:innen, Expert:innen, NGOs, uvm.
- Ideal für Fachthemen, Gesetzesinitiativen, Positionierungen, Kommentare zu aktuellen Debatten.

Fachliche Positionierung, Debatten anstoßen, Vertrauen bei Multiplikator:innen.



- Optimal für längere Formate: Interviews, Hintergrundgespräche, Erklärvideos.
- Inhalte bleiben lange auffindbar und wirken nachhaltig.

Vermittlung von komplexen Sachthemen, „digitale Bibliothek“ für Erklärinhalte.



- Perfekt für Mobilisierung
- Eigene Broadcast-Listen, Gruppen für Unterstützer:innen.
- Herausforderung: Hoher organisatorischer Aufwand, Datenschutz und Moderation.

Bindung zu Kernunterstützer:innen, schnelle Verbreitung.



Plattformen im Überblick

Die Schwergewichte der politischen Kommunikation



- Politisch besonders relevant, weil es die breite Bevölkerung erreicht.
- Verbindung von Seriosität und Persönlichkeit.
- Inhalte müssen ästhetisch sein.
- Reichweitzuwächse erfordern z.Zt. kreative Reels.

Eignet sich perfekt, um Vertrauen und Glaubwürdigkeit aufzubauen.



- Plattform mit dem höchsten Wachstum, besonders bei U 30.
- Folgt nicht dem klassischen „Social Circle“-Prinzip.
- Algorithmus belohnt Kreativität, Authentizität und Regelmäßigkeit, nicht die Größe des Accounts.
- Reichweite durch Algorithmus auch weit außerhalb der eigenen Community möglich.

Ist kein „Nebenkanal“, sondern ein Reichweiten-Booster und strategisches Zukunftsmedium.



Plattformen im Überblick

Entscheidungskriterien

Zielgruppe:

- Wen will ich erreichen: Erstwähler:innen, Multiplikator:innen, ältere Stammwähler:innen?
- Wo sind diese Menschen tatsächlich aktiv?

Eigene Stärken:

- Bin ich stark in kurzen Clips? (TikTok/Instagram)
- Oder besser in sachlicher Tiefe? (YouTube/LinkedIn)

Ressourcen:

- Social Media ist zeitaufwendig. Reicht mein Team für 1, 2 oder mehr Plattformen?
- Habe ich Zugang zu Foto-/Video-Know-how?

Strategisches Ziel:

- Reichweite und Aufmerksamkeit (TikTok/Instagram)
- Fachliche Positionierung und Netzwerken (LinkedIn)
- Lokale Mobilisierung (Facebook/Messenger)



Plan statt Zufall

Wen will ich erreichen und mit welcher Botschaft?



Leitfragen für politisch Aktive und Politiker:innen

Wen will ich erreichen?
(Alter, politisches Interesse)

Welche Botschaft passt zu dieser Zielgruppe?
(Emotional vs. sachlich, kurz vs. ausführlich)

Was will ich bewirken?
(Informieren, überzeugen, mobilisieren)



Plan statt Zufall

Redaktionsplan



- Themenclustering
- Content-Batching
- Content-Repurposing

Warum ist er wichtig?

- Vermeidet Ad-hoc-Posts, die unstrategisch oder widersprüchlich wirken.
- Stellt sicher, dass Kernbotschaften regelmäßig gespielt werden.
- Erleichtert Abstimmungen im Team.

The screenshot shows a content management tool interface with two panels. The left panel displays a checklist for 'Content Pillar 1: Expertise & Wissen' under the 'Instagram' category. The right panel shows a detailed view of a task with various filters and a checklist.

Vorlagen

+ Aufgabe hinzufügen

Instagram

- Content Pillar 1: Expertise & Wissen
- Thema / Headline ist konkretisiert
- SEO-optimierte Caption ist ausgearbeitet
- Grafik für Post ist erstellt
- Begleitende Story zum Post ist ausgearbeitet
- Post ist freigegeben
- Post ist veröffentlicht

0/6

LinkedIn

- Content-Pillar 1: Expertise & Wissen
- Thema / Headline ist konkretisiert
- SEO-optimierte Text ist ausgearbeitet
- Grafik für Post ist erstellt
- Post ist freigegeben
- Post ist veröffentlicht

0/5

Instagram

- Content Pillar 2: Community & Vertrauen
- Thema / Headline ist konkretisiert
- SEO-optimierte Caption ist ausgearbeitet
- Grafik für Post ist erstellt
- Begleitende Story zum Post ist ausgearbeitet

Content Pillar 1: Expertise & Wissen

Zuweisen

Instagram

Bucket: Vorlagen | Status: Nicht begonnen | Priorität: Mittel

Startdatum: jederzeit beginnen | Fälligkeitsdatum: jederzeit fällig | Wiederholen: Wiederholt sich nicht

Notizen

Ziel: Vertrauen in das Fachwissen von PolisiN stärken und Politiker:innen praxisnahe Informationen bieten!

Mögliche Formate:

- **IT-Sicherheitstipps:** Konkrete, umsetzbare Ratschläge für digitale Sicherheit
- **Faktenchecks:** „So erkennst du Fake News“ / „5 Zeichen für Deepfakes“
- **Studien & Zahlen:** Aktuelle Zahlen zu Hate Speech oder Cyberangriffen auf Politiker:innen
- **Best Practices:** „Wie schützen sich andere Politiker:innen?“

CTA: Speicher dir den Post / Teile den Post

#Digitalisierung #ITSicherheit #SocialMedia #DigitaleKompetenz #PolitischeKommunikation #PolisiN

Checkliste 0/6

- Thema / Headline ist konkretisiert
- SEO-optimierte Caption ist ausgearbeitet
- Grafik für Post ist erstellt
- Begleitende Story zum Post ist ausgearbeitet



Posts mit Wirkung

Was erfolgreichen Content ausmacht





Posts mit Wirkung

Storytelling als Leitprinzip

Persönliche Geschichten



Abstrakte Botschaften



Posts mit Wirkung

Der Ansatz der Hero's Journey

Lösung & Call-to-Action

Zielgruppe

Wer ist die Zielgruppe?
Ist diese Zielgruppe für uns erreichbar?
Hero's Journey Rollen: Held:innen,
Weggefährte:innen, Schlüsselträger:innen.

Herausforderung / Emotion

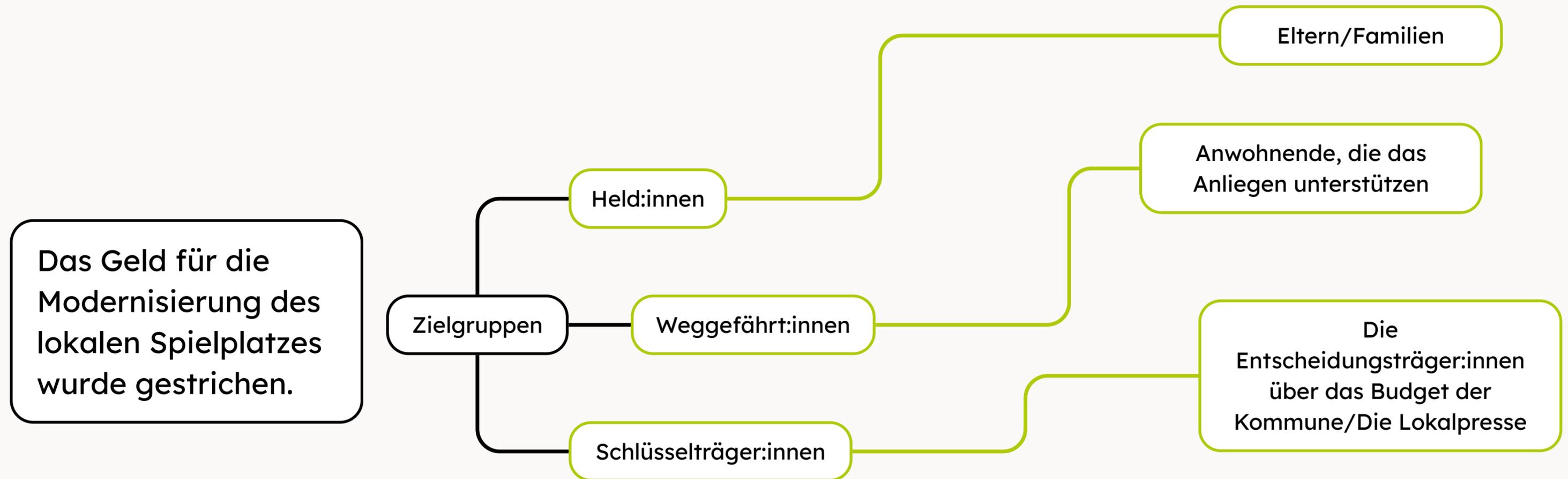
Warum ist die Herausforderung
eine Herausforderung?
Warum braucht es eine Lösung?
Warum bin ich bzw. ist meine
Zielgruppe/Held:innen betroffen?

Was ist die Lösung für die
Herausforderung?
Wie kann die Lösung
umgesetzt werden?
Wichtig: Die Lösung muss
realistisch und erreichbar
sein!



Posts mit Wirkung

Der Ansatz der Heros Journey: Beispiel





Posts mit Wirkung

Der Ansatz der Heros Journey: Beispiel





Posts mit Wirkung

Der Ansatz der Heros Journey: Beispiel

82 2 3 13



Der Spielplatz im Kiez ist derzeit in keinem guten Zustand. Mehrere Geräte sind beschädigt und entsprechen nicht mehr den aktuellen Sicherheitsanforderungen. Die ursprünglich geplante Modernisierung konnte aufgrund von Haushaltskürzungen nicht umgesetzt werden.

Die Verwaltung prüft derzeit, ob in den kommenden Jahren eine Finanzierung möglich ist. Wir verfolgen die Entwicklung und werden die Situation im Blick behalten.

Es ist wichtig, dass die Stadt die Herausforderungen bei der Verteilung von Haushaltsmitteln berücksichtigt.

Wir hoffen, dass es in Zukunft eine Lösung geben wird und werden Sie darüber informieren, sobald es Neuigkeiten gibt.

- **Uninteressanter Einstieg:** beginnt mit einem trockenen Fakt.
- **Kein Ansprache der Zielgruppe:** Eltern, Kinder, Familien, also die eigentlichen Betroffenen, kommen gar nicht vor.
- **Keine Emotionen:** klingt wie ein Verwaltungsbericht.
- **Konflikt & Lösung werden nicht angesprochen:** alles wird vertagt.
- **Keine Aktivierung:** Leser:innen haben keinen Grund, zu reagieren oder selbst aktiv zu werden.



Posts mit Wirkung

Der Ansatz der Heros Journey: Beispiel

82
 2
 3
 13

Für viele Familien ist der Spielplatz mehr als nur ein Ort zum Spielen. Hier lernen Kinder klettern, lachen miteinander und schließen Freundschaften. Hier knüpfen Eltern Kontakte, tauschen sich aus und genießen kleine Auszeiten.

Genau deshalb brauchen wir die Modernisierung, die uns vor einem Jahr versprochen wurde: sichere Geräte, ein neuer Bodenbelag und ein Platz, an dem Kinder unbeschwert spielen können.

Als Vater weiß ich: Familien brauchen solche Räume – für Freude, Begegnung und Gemeinschaft.

Damit dieses Versprechen wahr wird, brauchen wir Unterstützung:

- Teilt diesen Beitrag, damit das Thema gehört wird.
- Sprecht eure Vertreter:innen im Stadtrat an und macht klar: Unsere Kinder verdienen einen sicheren, modernen Spielplatz.

Gemeinsam können wir erreichen, dass unser Spielplatz zum Herzstück für Familien in unserer Nachbarschaft wird.

- **Einstieg:** emotional & bildhaft.
- **Zielgruppe Held:innen:** Ansprache und Identifikationspotenzial.
- **Emotion:** Freude, Zugehörigkeit, Gemeinschaftsgefühl.
- **Konflikt:** konkret & verständlich.
- **Lösung:** klar & umsetzbar .
- **Aktivierung:** direkte Handlungsaufforderung
→ Erreichung der anderen Zielgruppen.



Posts mit Wirkung

Funktionen für mehr Reichweite



Erhöht die Chance, mit Hilfe der Community die eigene Filterblase zu durchbrechen.

Kommentar in Story teilen



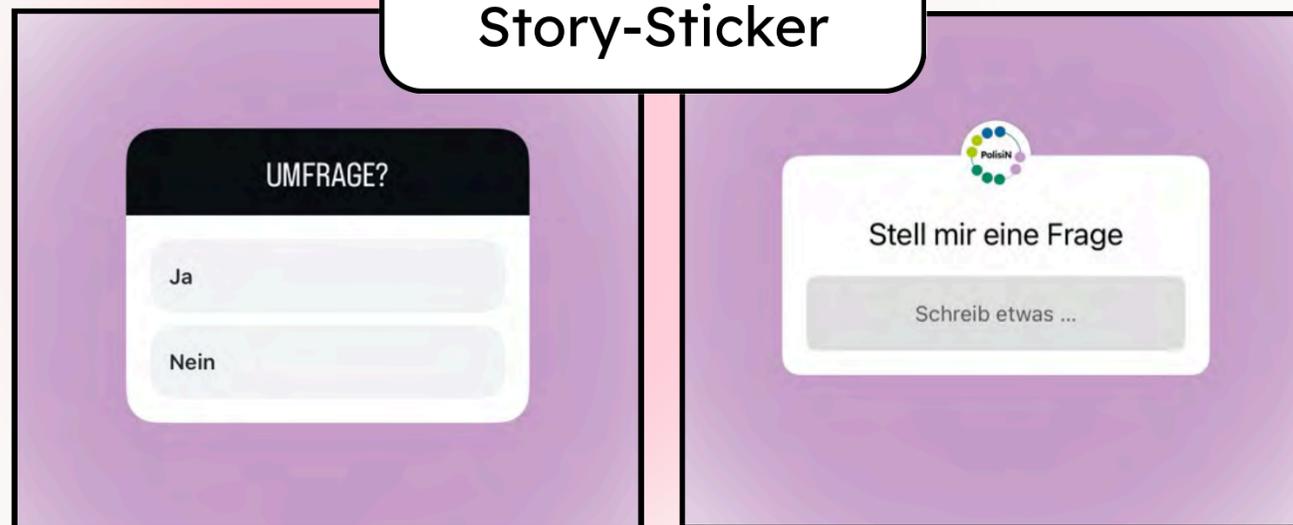
Macht eigene Kommentare sichtbar und steigert Reichweite sowie Interaktion.



Posts mit Wirkung

Funktionen für mehr Reichweite

Story-Sticker



Schafft Interaktion und niedrigschwellige Beteiligung.

Story-Highlights



Machen zentrale Inhalte dauerhaft sichtbar und erleichtern neuen Follower:innen den Überblick.



Posts mit Wirkung

Funktionen für mehr Reichweite

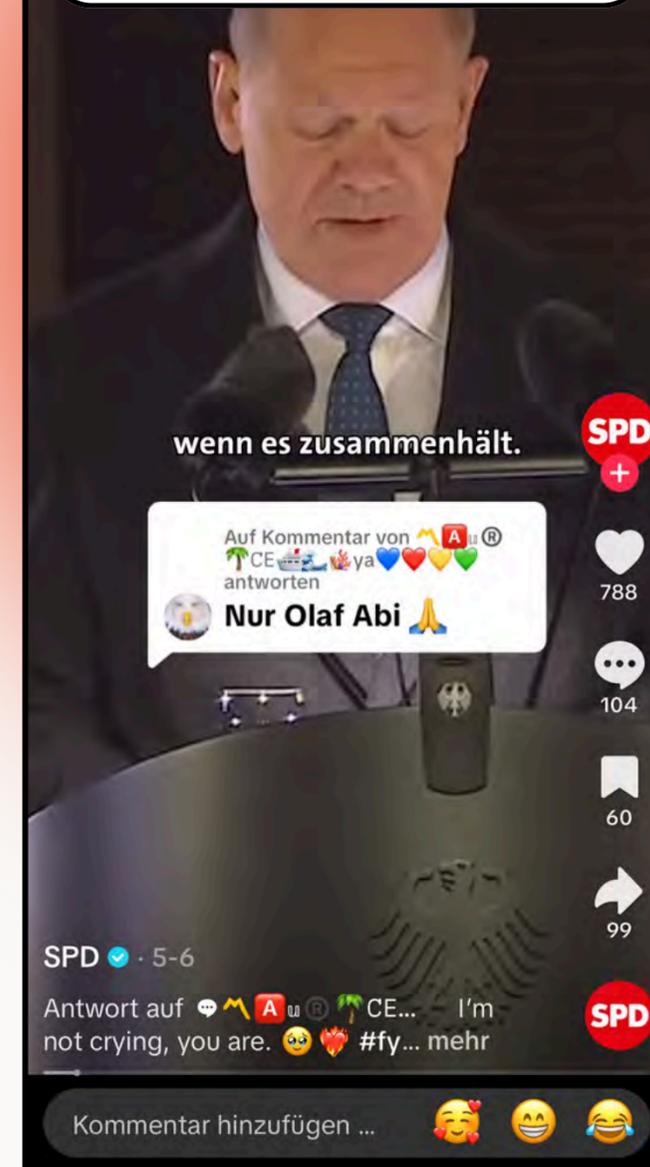
TikTok Live

Bietet unmittelbare Interaktion und wird vom Algorithmus oft mit zusätzlicher Reichweite belohnt.

Duetts & Stitches

Erlauben es, direkt auf andere Inhalte zu reagieren.

Kommentare mit TikTok beantworten



Fragen werden sichtbar beantwortet, die Community direkt eingebunden und neuer Content generiert.



Posts mit Wirkung

Häufige Fehler in der Politik: Namen, Profilbild & Bio

Profilname

- Kurz, prägnant & leicht zu merken.
- Vollständiger Name (im Profil) für bessere Auffindbarkeit.
- ggf. Abkürzungen oder Zusatzinfo (SPD, MdB).

Profilbild

- Nahaufnahme des Gesichts.
- Einfarbiger oder parteitypischer Hintergrund für Wiedererkennung.

Bio / Profilbeschreibung

- Mandat & Funktion.
- Thematische Schwerpunkte.
- Wahlkreis / Regionale Verankerung.





Community als Schlüssel

Community Management & Eigeninitiative





Community als Schlüssel

Community als Multiplikator:innen



Reichweite entsteht heute nicht nur durch eigene Kanäle, sondern durch aktive Netzwerke von Unterstützer:innen!



Beispiel
AfD auf TikTok

Stärke beruht weniger auf Parteistrategie, sondern auf Vorfeld-Communitys.

Bundestagswahl 2025: AfD >12.000 Fan-Accounts, SPD 873, BSW 74.

Chatgruppen rufen explizit zur Partizipation auf: stellen Videos & Sharepics bereit, geben Anleitungen für TikToks/Reels.



Community als Schlüssel

Community als Multiplikator:innen

Partizipative Einbindung

- Politische Kommunikation auf TikTok & Instagram lebt von Dialog.
- Communitys sollten aktiv eingebunden werden, Inhalte adaptieren, remixen & weiterverbreiten.
- Partizipation steigert Reichweite und Glaubwürdigkeit.

Förderung aktiver Vorfeld-Communitys

- Eigene Inhalte zur Weiterverwendung anbieten: Soundvorlagen, Video-Downloads, Challenges.
- Unterstützer:innen motivieren: durch Anerkennung oder kleine Anreize.
- Wichtig: Transparenz und Fairness! Verdeckte Kampagnen oder Bots untergraben Vertrauen.



Tipps, offene Fragen und Austausch

- Lieber eine Plattform gut als drei halbherzig.
- Tools nutzen für Planung und Organisation.
- Authentizität vor Perfektion.

CHECKLISTE SOCIAL MEDIA STRATEGIE

- Ziel definieren
- Zielgruppen bestimmen
- Botschaften & Themen finden
- Plattform(en) auswählen
- Formate & Redaktionsplan
- Community einbinden
- Auswerten & Anpassen



Tipps, offene Fragen und Austausch

SiBa – Das Sicherheitsbarometer
Die kostenfreie App für digitalen Selbstschutz!

Mit der SiBa-App sind Sie immer über aktuelle Bedrohungen im Netz informiert und wissen, wie Sie sich davor schützen können.

www.sicher-im-netz.de/sicherheitsbarometer

Ein Angebot von **DsiN** Deutschland sicher im Netz

[Hier geht's zur SiBa App](#)

DiF
DIGITALFÜHRERSCHEIN

Übersicht Themenbereich

Themenbereich	Fortschritt	Starten
E1 Updates	0%	Starten
E2 Schadsoftware	0%	Starten
E3 Social Engineering	0%	Starten
E4 Doxing	0%	Starten
E5 Identitätsdiebstahl	0%	Starten
E6 Scam	0%	Starten

Dein Lernfortschritt Level 3

Themenbereich	Fortschritt	Starten
A Geräte & Tools	0% 0/4	
B Internet	0% 0/5	
C Kommunikation	0% 0/5	
D Datenwelt	0% 0/5	
E Gefahrenschutz	0% 0/6	
E1 Updates		
E2 Schadsoftware		
E3 Social Engineering		
E4 Doxing		
E5 Identitätsdiebstahl		
E6 Scam		
F Technologiealltag	0% 0/4	

Teilprüfung starten

[Hier geht's zum Digitalführerschein](#)



Tipps, offene Fragen und Austausch



Feedback



SCAN MICH



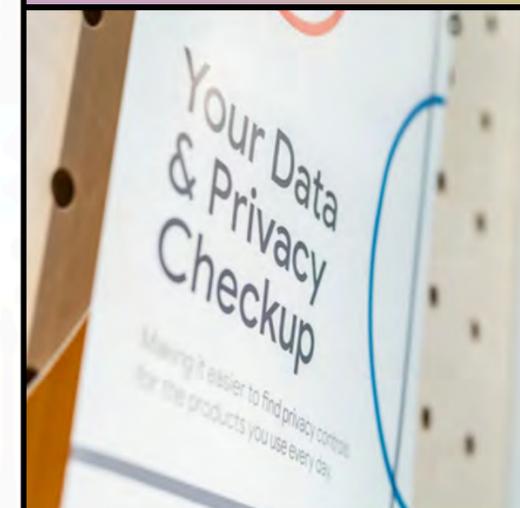
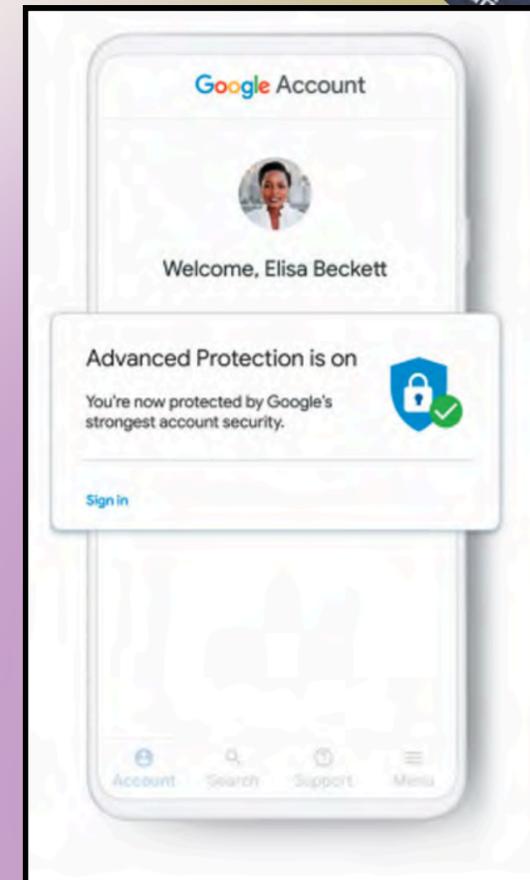
Mit Unterstützung von

GOVERNNIKUS

Ihr Ansprechpartner für sicherheitsrelevante Kommunikation, Daten und Identitäten mit und zwischen Behörden in Verwaltung und Justiz

Google Safety Engineering Center

Das globale Entwicklungszentrum für Sicherheit und Datenschutz





Vielen herzlichen Dank!

Wir freuen uns über eine Weiterempfehlung.

Eure Ansprechpersonen:

Gianna Schumann
+49 30 767581568
g.schumann@sicher-im-netz.de

Umut Ibis
+49 30 767581567
u.ibis@sicher-im-netz.de

