

# „Die Leute haben keine Lust auf Parteisprache“

Carline Mohr, Digital-Chefin der SPD, über die Lehren aus dem Rezo-Video, Experimente mit Bots und Messengern und den Kampf gegen Fake News auf Whatsapp.

## **Der Youtuber Rezo hat mit seinem Video „Die Zerstörung der CDU“ die politische Kommunikation auf den Kopf gestellt. Welche Schlüsse haben Sie daraus gezogen?**

**Carline Mohr:** Die Dynamik der digitalen Kommunikation ändert sich zurzeit stark. Das betrifft nicht nur Politik und Parteien, sondern die gesamte Öffentlichkeit: Medien, Institutionen, Organisationen und Firmen. Rezo hat gezeigt: Wir brauchen keine leicht verdaulichen Häppchen, wir brauchen guten Content. Sein Video ist das beste Gegenargument, wenn wieder ein cooler Agenturmensch mehr „snackable content“ fordert.

## **Besteht das Rezo-Video nicht aus sehr vielen pointierten Snacks, die zu 55 Minuten aneinandergereiht sind?**

Klar, sein Video ist sehr kurzweilig. Wenn man möchte, kann man es portioniert in Snacks gucken. Genau darum geht es. Nutzerinnen und Nutzer möchten selbst entscheiden, ob sie ein Stück überspringen oder noch mal gucken wollen. Dieser Mechanismus wird uns auch bei Instagram-Stories beigebracht. Das Tappen könnte eine neue Art Scrollen sein.

## **Man bewegt sich nicht mehr von oben nach unten, sondern quer durch den Inhalt?**

Genau. Diesen Mechanismus finde ich sehr spannend. Er könnte ein Hinweis darauf sein, wie Inhalte in Zukunft gemacht sein müssen. Es geht eben nicht mehr darum, jemanden mit einer Zitat-Kachel oder einem Teaser auf ein langes Stück zu leiten. Der Fokus liegt vielmehr auf der Machart: Wie schafft man es, Inhalte so aufzubereiten, dass die User selbst entscheiden können, wie sie sie konsumieren.

## **Was haben Sie gegen Zitat-Kacheln?**

Gar nichts. Sie ergeben an vielen Stellen Sinn. Aber es ärgert mich, wenn eine Kachel die Antwort auf jede Frage ist. Vor einigen Jahren waren diese Zitate auf Bildern ein guter Weg, um in sozialen Netzwerken auf Inhalte hinzuweisen. Aber die Algorithmen haben sich geändert, nun werden die Vorschauen auf Online-Artikel automatisch angezeigt. Dazu kommt das alte Missverständnis, dass Bilder im Netz besser funktionieren als Text. Das stimmt zwar, es geht aber eher um echte Fotos aus dem echten Leben. Keine Kacheln. Der Reflex, sie einzusetzen, vernichtet jede Kreativität. Und wenn man authentischer, menschlicher kommunizieren möchte, muss man festhalten: Normale Menschen schreiben ihre eigenen Sätze nicht auf Kacheln. Wenn einem im Netz Zitate auf Kacheln begegnen, weiß man: Hier postet das Social-Media-Team von xy.

## **Wie macht man es besser?**

Das habe ich mich auch gefragt. Ich arbeite ja erst seit Mitte April als Referatsleiterin Digitale Plattformen bei der SPD und bin mitten im Europawahlkampf gestartet. Zuvor hatte ich es nie mit einer politischen Community zu tun. Ich habe schnell festgestellt, dass die Leute sich sehr für die SPD interessieren, aber keine Lust auf Parteisprache haben. Persönliche Kommunikation funktioniert sehr viel besser. Wir reden darüber, dass in den vergangenen Jahren so viel Vertrauen verloren gegangen ist: in die Politik, in die Medien, in die da oben. Aber eins gilt weiterhin: Menschen vertrauen Menschen. Hinter der SPD stehen Politikerinnen und Politiker – echte Menschen. Und mit diesen Menschen muss man ins Gespräch kommen können.

## **Am täglichen, digitalen Wahlkampfstand?**

SPD-Generalsekretär Lars Klingbeil macht das zum Beispiel mit Insta-Stories sehr gut. Er verwendet viel Zeit darauf, sich in dieser Nische abseits der medialen, meinungsmachenden Öffentlichkeit mit den Userinnen und Usern über Politik auszutauschen. Katarina Barley, die SPD-Spitzenkandidatin im Europawahlkampf, hat als

Einzelperson sehr gut funktioniert. Die Zeit der Newsfeeds ist vorbei. Die Zahl derjenigen, die mit anonymen, offiziellen Accounts von Parteien und Unternehmen agieren, wird geringer. Menschen wollen Menschen folgen. Mein Ziel ist es daher, dass die Partei persönlicher kommuniziert, denn das ist ihre Stärke. Wir müssen mit den Menschen im Internet genauso normal reden wie im echten Leben.

### **Also müssen auch Unternehmen persönlicher kommunizieren?**

Auch für Unternehmen kann das grundsätzlich kein Fehler sein. Sie haben aber natürlich ganz andere Ziele als eine politische Organisation. Und mit ausreichend Media-Budget lassen sich Social-Kampagnen fahren, die auf harte Conversions zu einem Produkt abzielen. So was lässt sich nicht immer 1:1 auf politische Kommunikation übertragen. Mir geht es mehr um echten Impact.

### **Man kann Sprachnachrichten in Messengerdiensten von Ihnen und Parteimitgliedern bekommen. Ist das ein Beispiel für den neuen Ansatz?**

Momentan geht es vor allem darum, die Menschen in der Partei zu ermutigen, diese Kommunikation auszuprobieren. Dabei setze ich auf Messenger. Unsere Botschaften sollen künftig klare Absenderinnen und Absender haben. Nehmen Sie die Wahl der neuen Vorsitzenden. Früher hätte man mit Kacheln gearbeitet, um die Regionalkonferenzen anzukündigen, auf denen sich die Kandidierenden-Paare vorgestellt haben. Ich habe überlegt, wer dazu etwas erzählen könnte.

### **Das Organisationsteam vermutlich?**

Die Organisatorin Sophie-Marie Heidenreich hat tatsächlich mitgemacht. Zur Online-Abstimmung hat zum Beispiel Schatzmeister Dietmar Nietan aufgerufen, mit einem Foto, das ihn mit einem riesigen roten Sparschwein zeigt. Schließlich geht es bei der Online-Abstimmung auch darum, Geld zu sparen. Bei der Auszählung der Stimmen habe ich mit Abteilungsleiterin Jessica Wischmeier gesprochen. Das war ein Blick hinter die Kulissen, denn der Raum war abgedunkelt, überall standen rote Kisten, niemand durfte ein Handy mitnehmen. Das fand ich megaspannend.

### **Damit spricht man wahrscheinlich eher die Anhänger an. Was ist mit den vielen anderen?**

Momentan haben wir drei Messenger-Kanäle: „Unsere SPD“, „Unsere Standpunkte“ und den „Faktenfunk“. Beim ersten Kanal dreht sich alles um den Mitgliederentscheid. Dort haben wir allen Kandidierenden die Frage gestellt: „Wie er-

klärt ihr jemandem, der gar keine Ahnung hat, warum Sozialdemokratie eine ziemlich gute Idee ist?“ An der Formulierung merkt man, dass wir versuchen, auf Augenhöhe zu kommunizieren. Wer sich für eine Antwort auf die Frage interessierte, konnte einen Namen zurückschicken, von dem oder der er die Antwort wissen wollte.

### **Das heißt, es geht um eine Art Mini-Dialog?**

Es gehört auch zu dem Experiment, dass wir in dem Kanal das Bot-System nutzen. Wir senden nicht mehr einfach ungefragt Inhalte, sondern wir fragen immer „Möchtest du das und das wissen? Dann schreib uns: ‚JA!‘“ Wie toll ist das denn bitte! Wir senden nicht mehr wahllos Botschaften an Leute, die sie vielleicht gar nicht haben wollen, sondern teasern sie nur noch an! „Die AfD ist eine bürgerliche Partei?! Natürlich nicht. Wenn du wissen willst, warum das Quatsch ist, schreib ‚Fakt!‘ und wir funken dir ein paar Fakten dazu rüber.“

### **Es gibt beim Messenger Telegram ein Video, in dem Olaf Scholz den CO<sub>2</sub>-Preis erklärt. Nimmt er das extra für den Messenger auf?**

Dieses Video lief auch bei Twitter, es wurde also nicht exklusiv für den Messenger aufgenommen. Aber insgesamt machen die Spitzenpolitikerinnen und -politiker der SPD hervorragend mit, wenn ich sie bitte, etwas exklusiv für den Messenger zu produzieren. Das läuft auch ganz gut. Viele Politprofis schalten nämlich sofort auf Parteisprache, wenn ein rotes Kamerateil angeht. Das lässt sich beim Messenger gut umgehen. Man traut sich eher, etwas auszuprobieren. Ein weiterer Vorteil dieses Anteaserns ist für uns, dass wir die Inhalte anders bewerten können.

### **Inwiefern?**

Mir sind 5.000 Leute lieber, die freiwillig einen Inhalt anfordern, als 50.000 dubiose Reichweite bei Facebook, von der wir nicht mal genau wissen, wie sie zustande kommt. Wenn Menschen sich in dem permanenten Overload an Informationen die Zeit nehmen, ein Stichwort zu schreiben, um noch mehr Infos zu bekommen, hat das für mich fast mehr Impact als Likes oder Eyeballs. Umgekehrt wollen wir aber auch die Schwarmintelligenz unserer Community besser nutzen. Das passiert vor allem im Kanal „Faktenfunk“.

### **Wofür wollen Sie den Schwarm nutzen?**

Um gegen Desinformationskampagnen im Netz besser gerüstet zu sein. Die finden nicht mehr in der Halböffentlichkeit statt, sondern in Messengern wie Whatsapp. Wir haben im Europawahl-

kampf die Erfahrung gemacht, wie wichtig es sein kann, der Community zuzuhören. An den Wahlständen haben uns damals die Leute häufig mit der Aussage konfrontiert, CO<sub>2</sub> wäre ja gar nicht schädlich. Das hätten sie gelesen. Man konnte die Quelle schwer googlen. Über unseren Community-Manager wusste ich jedoch, dass die AfD diese These verbreitet hatte.

### **Dagegen wollen Sie SPD-Fakten setzen?**

Zunächst geht es darum, mitzubekommen, was in den Tiefen des Netzes passiert. Das bekommen Medien, Institutionen, Parteien oft gar nicht mit. Wenn uns jemand etwas weiterleitet, können wir uns zu bestimmten Narrativen verhalten. Das machen wir auch, wenn zum Beispiel einer der Nazis in einer Talkshow sitzt und behauptet, die AfD wäre eine bürgerliche Partei.

### **Wie reagieren Sie darauf?**

Achtung, jetzt kommt die Kachel! Hier ergibt sie Sinn. Damit empowern wir Leute mit Fakten und machen sie sprechfähig. Parallel zu den Kacheln im Messenger haben wir auch die „Faktenfunk“-Webseite aufgesetzt. Dort gibt es alle Faktenchecks im Überblick, Informationen über die Strategie der AfD, warum die Partei zum Beispiel streut, dass CO<sub>2</sub> nicht schädlich ist. Und am Ende auch SPD-Positionen zu den Themen.

### **Erreichen Sie damit auch all jene, die keine SPD-Anhänger sind? Die Rezo zum Beispiel so gut adressiert hat?**

Die Grenzen der Community sind fließend und unsere Messenger-Gruppen offen. Da wird keine Parteibuchnummer geprüft. Wir versuchen, den Wunsch der Menschen nach authentischen Politikerinnen und Politikern zu bedienen. Das ist die Klammer zu Rezo. Der Messenger könnte die Hintertür aus der Bubble sein. Hier können sich die Mandatsträgerinnen und -träger ausprobieren. Manchen liegen Sprachnachrichten mehr, anderen Frage- und Antwort-Formate und die Interaktion mit Leuten. Wichtig ist, herauszufinden, woran man Spaß hat und welche Art der Kommunikation man am besten kann. Das Internet bietet Platz für alle möglichen Arten der Kommunikation. So kommen wir vielleicht dahin, dass sich Politiker trauen, digital zu kommunizieren.

### **Das ist ein anderer Ansatz, als zu sagen: Wir müssen alle schnell zu Youtube und Videos machen.**

Ach, von mir aus können auch alle ganz aktivistisch einen Youtube-Kanal anlegen. Aber um den Kanal geht es nicht, sondern um die Perso-

nen. Es wird nicht mehr so gut wie bisher funktionieren, dass ein Social-Media-Team die digitale Kommunikation übernimmt. Dann entstehen diese Kacheln mit diesen schrecklichen Zitaten. Es geht darum, die eigene Community zu pflegen. Das Wort Community klingt so fancy, es ist aber im Prinzip nichts anderes als ein digitaler Ortsverein. Es geht darum, sich Leute zu suchen, die einen verstehen, die einem vertrauen und zuhören.

### **Der SPD-Europaabgeordnete Tiemo Wölken engagiert sich auf der Gaming-Plattform Twitch. Ist das ein gutes Umfeld für Politik?**

Es geht auch dort um Community-Aufbau. Die Frage ist doch, wo und mit welchen Inhalten man junge Leute ansprechen kann. Rezo war mit seinem Video auch so erfolgreich, weil er in der Gamer-Community bereits hohe Glaubwürdigkeit hatte. Diese Community hat seinem Video am Anfang den Schub gegeben, der dazu führte, dass es letztlich diese Kraft entfalten konnte. Ohne die Community hätte das Video nicht funktioniert.

### **Wölken spielt Games und redet dabei über Politik. Das bringt Wählerstimmen?**

Die beliebte Frage nach den WählerInnenstimmen.

### **Und?**

Das weiß ich nicht. Ich weiß nur, dass es falsch wäre, es nicht zu tun. Tiemo hat sich zum Beispiel klar gegen Uploadfilter positioniert, dafür wurde die SPD hart kritisiert, aber er hat trotzdem nicht an Glaubwürdigkeit verloren. Politikerinnen und Politiker müssen eine treue Community aufbauen und können dann auch widersprüchliche Sachverhalte besser erklären. Es gibt ja immer den Vorwurf an die SPD, dass sie sich schon wieder nicht durchgesetzt habe.

### **Oder dass sie dem Gegenteil von dem zustimmt, was sie vertritt.**

Ein Staatssekretär aus dem Finanzministerium hat mal in einem Hintergrundgespräch eine flammende Rede auf das leuchtende Grau der Demokratie, den Kompromiss gehalten. Der sieht nie schön aus, ist aber der Kern der Demokratie. Wenn jemand wie Tiemo es schafft, einer Community zu erklären, warum die SPD unter welchen Umständen wie abstimmt, ist schon viel gewonnen.

### **Brauchen Sie noch Journalisten und Pressesprecher? Die SPD nennt ihren Newsroom zwar nicht**

„Eine Community ist nichts anderes als ein digitaler Ortsverein.“

Carline Mohr

**mehr Newsroom, sondern spricht von Digitalen Plattformen, aber das ändert ja nichts daran, dass sie ihre Nachrichten selbst verbreitet.**

Ich verstehe diese Frage wirklich so sehr überhaupt nicht. Parteien haben schon immer selbst kommuniziert. Den „Vorwärts“ (*Zeitung der Partei, Anm. d. Red.*) gibt es seit 1876. Jetzt haben wir 2019 und die SPD veröffentlicht nicht nur in ihrer Zeitung, sondern im Internet – come on! Natürlich macht sie das. An der Tatsache, dass wir Journalismus für die Demokratie brauchen, ändert das nichts. Politikerinnen und Politiker müssen gute Politik machen und auf zeitgemäßem Weg Vertrauen für ihre Arbeit gewinnen. Journalistinnen und Journalisten müssen den Job machen, den sie immer gemacht haben: einordnen, aufklären, bewerten. Gleichzeitig müssen sie stärker um das Vertrauen der Menschen kämpfen als früher.

„Frauen haben es im Internet grundsätzlich nicht einfach.“

Carline Mohr

**Tun sie das zu wenig?**

Ich habe mich mal sehr über den Umgang mit einem Video von Christian Lindner aufgeregt. Er hatte mit seiner Äußerung, Bürgerinnen und Bürger müssten sicher sein, dass der Ausländer in der Schlange beim Bäcker kein Illegaler wäre, eine Rassismus-Diskussion losgetreten. Nach dem FDP-Parteitag hat er sonntagabends ein Video gepostet, in dem er erklärte, warum seine Äußerung nicht rassistisch war. Und was passierte in den typisch für Sonntagabend eher schwach besetzten Redaktionen? Alle betten das Video in voller Länge ein, statt es zu verlinken und daraus zu zitieren.

**Lindner beherrscht das Kommunizieren im digitalen Zeitalter sehr gut. Können das auch eher unnahbare Figuren wie Olaf Scholz?**

Jede Politikerin und jeder Politiker muss ein Talent haben, die Politik an die Menschen zu bringen. Wo und wie auch immer. Ich habe bisher nur Sozialdemokraten und Sozialdemokratinnen erlebt, die das gerne tun. Vielleicht muss man manchmal nur etwas länger nach dem richtigen Format suchen.

**Im Netz erntet man oft Häme. Olaf Scholz zum Beispiel zuletzt im November, als sein Social-Media-Team ein Gespräch mit ihm ankündigte und den # falsch setzte: „#Olaf“ steht für den Schneemann aus einem Disney-Film. Könnte man sich das nicht ersparen?**

Der Schneemann tauchte schon mehrmals auf. Diese Pannen finde ich nicht dramatisch, ich habe sehr darüber gelacht. Bei Twitter habe ich

dazu übrigens geantwortet: „Ich weiß nicht, was ihr habt. Immer wird Olaf vorgeworfen, er sei zu kühl und unnahbar, jetzt twittert er mit fröhlichen Schneemännern und es ist auch nicht recht.“ Es gibt viele Arten, das wieder einzufangen.

**Im August gab es für eine Kachel der SPD-Fraktion anlässlich des Soli-Abbaus auch heftige Kritik. Dort war ein Mann mit Cocktail und Laptop zu sehen, der sich im Liegestuhl sonnt. Dazu die Zeile: „Keine Steuergelder für Spitzenverdiener“. Ist Ihnen das durchgerutscht?**

Diese Kachel kam von der Fraktion, ich arbeite für den Parteivorstand. Aber ich weiß, was Sie meinen. Ich hätte eine Frau im Liegestuhl auch besser gefunden.

**Sie selbst sind auch Ziel von Angriffen. „FAZ“-Redakteur Jasper von Altenbockum twitterte: „Ein Großteil des SPD-Etats ging in den digitalen Wahlkampf. Eine Social-Media-Expertin von der Boulevardpresse mit ‚Herz für schlechte Witze und Rotwein‘ (Selbstauskunft) wurde engagiert. Das Ergebnis: vernichtend.“ Trifft Sie das?**

Diese Kritik kam ursprünglich von seinem Kollegen Peter Carstens. Von Altenbockum hat sie in seinem Tweet nur zugespißt. Das alles sind völlig legitime journalistische Mittel. Aber um mich aus der Ruhe zu bringen, braucht es mehr als ältere Herren, die das Internet grundsätzlich eher anstrengend finden. Mit von Altenbockum saß ich danach übrigens mal auf einem Panel.

**Und wie lief es?**

Prima! Wir haben uns ganz zivilisiert unterhalten. Grundsätzlich ist es so, dass ich im Netz Gegenwind und Kritik gewohnt bin. Schließlich bin ich eine Frau, die im Internet veröffentlicht. Frauen haben es dort grundsätzlich nicht einfach, sie werden besonders begutachtet und kritisiert.

**Viele Reaktionen fallen heftig aus bis hin zu Gewalt- und Morddrohungen. Macht man sich nicht noch stärker angreifbar, wenn man nahbarer wird und direkt mit den Leuten in Kontakt tritt?**

Das muss jeder für sich selber entscheiden. Politikerinnen und Politiker, die auf diesen schrecklichen Todeslisten stehen, haben zum Teil keinen einzigen Internet-Account. Das Internet zu meiden, kann helfen, sich der digitalen Hetze ein Stück weit zu entziehen. Es schützt aber nicht grundsätzlich vor Rechtsradikalen, Wahnsinnigen und Stalkern. Die sind überall.

**SUSANNE LANG**

ist freie Journalistin in Berlin.