

Wie wird über Wahlkämpfe in Medien berichtet? Die Leitfrage.

AUTORIN: NICOLE AHLES

REDAKTION: CAROLIN FROMM & ULRICH SMIDT

LERNZIEL

Schüler*innen sollen verstehen, wie in den Medien über Wahlkämpfe berichtet wird und welche Regeln es dabei zu beachten gilt. Es soll deutlich werden, dass zu Wahlkampfzeiten einiges anders ist, die Medien aber trotzdem frei entscheiden können, über welche Themen und in welcher Form sie berichten. Außerdem sollen die Schülerinnen und Schüler (SuS) lernen, dass die Mechanismen bei TikTok und Co anders sind. Wahlwerbung und Wahlkampfberichterstattung sind dort zum Beispiel nicht ganz leicht zu unterscheiden.

Die Lehrerversion ist mit »L« gekennzeichnet.

Journalistische Unterrichtsmethoden finden Sie auf dem Portal [einfach.medien](https://www.einfachmedien.de). Andere Methoden erklärt die *Bundeszentrale für politische Bildung*.

THEMEN

- 1 Welche Regeln gelten für Medien in der Wahlkampfberichterstattung?
- 2 Wie werden Wahlkampfsendungen gestaltet?
- 3 Wie läuft Wahlkampf bei TikTok und Co.?
- 4 Was bedeuten Umfragen, Prognosen und Hochrechnungen?

MATERIAL

- Video
- Text
- Social-Media-Kanäle

METHODIK

- Impulse
- Museumsrundgang
- Bienenkorb
- Streitlinie
- Redaktionskonferenz
- Rotierendes Partnergespräch
- Zettel-Brainstorming

Dieses Lernmodul bietet sich vor allem für Schüler*innen der **Oberstufe** an.

KOMPETENZEN

SUCHEN, VERARBEITEN UND AUFBEWAHREN

- Regeln der Wahlkampfberichterstattung kennen lernen und einordnen können
- Verstehen, was abgestufte Chancengleichheit bedeutet und warum sie wichtig ist
- Verschiedene Zahlen im Zusammenhang mit Wahlen kennenlernen und einordnen

KOMMUNIZIEREN UND KOOPERIEREN

- TV-Triell anschauen und diskutieren
- Gemeinsam in Gruppen Wahlwerbung und Wahlberichterstattung untersuchen
- Über verschiedene Wahlkampfberichte und die eigene Darstellung der Parteien diskutieren

ANALYSIEREN UND REFLEKTIEREN

- Richtlinien bei Social-Media-Plattformen lesen und mit den Inhalten vergleichen
- Die Auftritte von Parteien im Internet und insbesondere bei Social Media einschätzen lernen

Welche Regeln gelten für Medien in der Wahlkampfberichterstattung Die Leitfrage.

LERNZIELE

SuS sollen verstehen, dass Wahlkampfberichterstattung zum Teil anderen Regeln unterliegt als andere Berichterstattung. Sie sollen lernen, was das Prinzip der abgestuften Chancengleichheit bedeutet und vor welche Herausforderungen es Journalist*innen stellt.

Der Deutsche Bundestag wird alle vier Jahre neu gewählt. Das Europaparlament und die Landtage – bis auf Bremen – alle fünf Jahre. Im Wahlkampf, also den Wochen und Monaten vor den Wahlen, versuchen Parteien ihre Standpunkte zu den ihrer Meinung nach wichtigen Themen der Gesellschaft deutlich zu machen und den Menschen nahezubringen. Das tun sie, indem sie zum Beispiel auf Marktplätzen Informationsstände aufbauen und versuchen mit den Wählerinnen und Wählern ins Gespräch zu kommen. Außerdem hängen sie Plakate auf, laden zu Parteiveranstaltungen ein und versuchen durch Pressekonferenzen oder Aktionen auch die Medien auf sich aufmerksam zu machen. Durch all diese Aktionen wollen sie Wählerinnen und Wähler von sich überzeugen, sie machen also Werbung für ihre Partei. Eine Partei, die der Meinung ist, die Straßen in einer Stadt, in einem Bundesland oder die Autobahnen in ganz Deutschland seien schlecht, wird darauf aufmerksam machen und versprechen, den Zustand zu beheben, wenn sie an die Regierung kommt. Parteien haben das Recht frei über ihre Standpunkte zu informieren. Das ergibt sich aus Artikel 21 des Grundgesetzes:

Absatz 1

Die Parteien wirken bei der politischen Willensbildung des Volkes mit. Ihre Gründung ist frei.

Zusammen mit dem allgemeinen Gleichheitsgrundsatz Artikel 3 des GG:

Absatz 1

Alle Menschen sind vor dem Gesetz gleich.

Information oder Werbung

Medien berichten jeden Tag über relevante Themen und dazu kann auch der möglicherweise schlechte Zustand von Straßen gehören. Nun könnte es sein, dass Partei A, die gerade an der Regierung ist, zu einem Pressetermin an einer besonders kaputten Straße einlädt. Der Spitzenkandidat der Partei erläutert der Presse beispielsweise, dass die Verkehrsinfrastruktur der Stadt für die funktionierende Wirtschaft sehr wichtig ist und bereits an vielen Stellen verbessert wurde, was bei einer Wiederwahl fortgeführt würde. Zwei Tage später lädt die gleiche Partei zu einer Pressekonferenz, in der dargelegt wird, welche Fortschritte die Partei bereits in der Bildungspolitik erzielt hat und welche weiteren Pläne die Regierung hat.

Sind das nun wichtige Informationen oder Werbung? Diese Frage müssen Journalistinnen und Journalisten generell bei jeder Pressekonferenz klären. Kritisches Hinterfragen gehört zu den täglichen Aufgaben von Redaktionen. In Wahlkampfzeiten muss das aber ganz besonders beachtet werden, da Parteien dann sehr gezielt versuchen, ihre Themen in den

Welche Regeln gelten für Medien in der Wahlkampfberichterstattung Die Leitfrage.

Medien zu platzieren. Regierungsparteien bekommen dann leicht mehr Aufmerksamkeit als andere Parteien, weil die Parteien ohne Regierungsverantwortung nichts entscheiden können und auch noch nichts »geschafft« haben. Und da kommt das Prinzip der abgestuften Chancengleichheit ins Spiel.

Was ist das Prinzip der abgestuften Chancengleichheit?

Das sogenannte Prinzip der abgestuften Chancengleichheit geht darauf zurück, dass Parteien grundsätzlich gleichbehandelt werden müssen, nicht nur von öffentlich-rechtlichen Medienanstalten, sondern auch vom Staat.

Auf der *Internetseite des Bundesministeriums des Inneren und der Heimat*¹⁾ steht dazu:

»Für das Verhältnis des Staates zu den Parteien gilt das Prinzip der Gleichbehandlung. Dieses verpflichtet alle Träger öffentlicher Gewalt, darunter auch die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten, die Parteien bei der Überlassung von Einrichtungen und Gewährung von Leistungen grundsätzlich gleichzubehandeln. Damit sollen gleiche Chancen im Wettbewerb um die Zustimmung und Unterstützung der Bürger gewährleistet werden. Allerdings können die Leistungen nach der Bedeutung der Partei, die sich insbesondere nach den letzten Wahlergebnissen bemisst, differenziert werden (sogenannte abgestufte Chancengleichheit).«

Für die Berichterstattung steht diese Aufgabe in einem Spannungsfeld zum Artikel 5 des Grundgesetzes, in dem die Pressefreiheit festgeschrieben ist:

Absatz 1

Jeder hat das Recht, seine Meinung in Wort, Schrift und Bild frei zu äußern und zu verbreiten und sich aus allgemein zugänglichen Quellen ungehindert zu unterrichten. Die Pressefreiheit und die Freiheit der Berichterstattung durch Rundfunk und Film werden gewährleistet. Eine Zensur findet nicht statt.

In den öffentlich-rechtlichen Medien bedeutet das: Alle Parteien müssen gleichbehandelt werden, allerdings gemäß ihrer Bedeutung. Das heißt, nicht alle Parteien müssen gleich häufig im Programm vorkommen. Es werden stattdessen unter anderem die letzten Wahlergebnisse zu Grunde gelegt und die Parteien quasi Kategorien zugeordnet. Größere Parteien, kleinere Parteien und solche, die es möglicherweise nicht schaffen die Fünf-Prozent-Hürde zu überwinden, um in ein Parlament einzuziehen. Aber auch die Mitgliederzahl einer Partei und die Dauer, die sie bereits an Wahlen teilnimmt, fließen mit ein. Es darf und soll also über größere Parteien auch mehr berichtet werden.

Das bedeutet aber nicht, dass Journalistinnen und Journalisten in Wahlkampfzeiten vorgeschrieben wird, was sie zu berichten haben.

1) Bundesministeriums des Inneren und der Heimat
<https://t1p.de/ldop>

Welche Regeln gelten für Medien in der Wahlkampfberichterstattung Die Leitfrage.

Inhaltlich, also was und worüber berichtet wird, entscheiden nach wie vor die Redaktionen. Also in unserem Beispiel, ob der Zustand der Straßen oder die Bildungspolitik für die Menschen relevant ist oder nicht und wie erfolgreich die Parteien bei der Bearbeitung der Themen bisher waren.

Wie sieht's aus mit Wahlwerbesspots?

Bei Wahlwerbesspots der Parteien gelten andere Regeln. Öffentlich-rechtliche Medienanstalten sind verpflichtet den Parteien einige Wochen vor wichtigen Wahlen Sendezeiten kostenlos zur Verfügung stellen. Im NDR-Staatsvertrag beispielsweise steht unter §16 Besondere Sendezeiten:

(1)

Den Parteien und Vereinigungen, für die in den Ländern ein Wahlvorschlag zu den Landesparlamenten, zum Deutschen Bundestag oder zum Europäischen Parlament zugelassen worden ist, sind angemessene Sendezeiten zur Vorbereitung von Wahlen einzuräumen, soweit sie mit einer Landesliste oder in mindestens der Hälfte der Wahlkreise eines Landes mit eigenen Wahlvorschlägen an der Wahl teilnehmen.

Diese Sendezeiten liegen ganz in der Verantwortung der Parteien und haben mit der Berichterstattung über die Parteien nichts zu tun. Die Redaktionen haben hier keinerlei Einfluss auf die Inhalte, die die Parteien in diesen Sendezeiten verbreiten. Es ist in §16 Besondere Sendezeiten so viel festgelegt:

(3)

Die Vorschriften der allgemeinen Gesetze und die gesetzlichen Bestimmungen zum Schutze der Jugend und des Rechts der persönlichen Ehre sind einzuhalten.

(4)

Für Inhalt und Gestaltung der Sendungen ist derjenige oder diejenige verantwortlich, dem oder der die Sendezeit zugebilligt worden ist.

Für bundesweit verbreitete private Rundfunkanbieter steht in §42 Abs. 2 des Rundfunkstaatsvertrages eine fast wortgleiche Regelung. Allerdings mit dem Zusatz, dass die Anbieter den Parteien für die Sendezeiten den Selbstkostenpreis in Rechnung stellen dürfen.

Aus dem Redaktionsalltag

In Redaktionen der öffentlich-rechtlichen Sender wird in Wahlkampfzeiten sehr genau darauf geachtet, dass die vorgegebenen Regeln, wie oft über welche Partei berichtet wird, eingehalten werden. Denn die öffentlich-rechtlichen Medienanstalten sollen, so steht es im Auftrag, die Demokratie fördern. Für ein gutes Demokratieverständnis ist es wichtig, dass jeder Mensch sich eine eigene Meinung bilden kann und entsprechend umfassend informiert wird. Auch darüber, welche Positionen die verschiedenen Parteien vertreten. Auf dieser Grundlage können Wählerinnen und Wähler entscheiden, wem sie ihre Stimme geben möchten.

Außerdem haben die Parteien ein Recht darauf nach dem Prinzip der abgestuften Chancengleichheit behandelt zu werden. Daher führen viele Redaktionen in Wahlkampfzeiten Listen, in die jede Berichterstattung eingetragen werden muss, damit ein Nachweis jederzeit geführt werden kann.

@

WEM KANN ICH FOLGEN?

@zapp.medienmagazin

@strg_f

@Bpb_de

@tagesschau

Welche Regeln gelten für Medien in der Wahlkampfberichterstattung Die Aufgaben.

1

Was fällt dir zu »Wahlkampf« ein....?

!

METHODE
Impulse

2

Was glaubst du, wo liegen die Unterschiede zwischen Wahlkampfberichterstattung und Wahlwerbung? Gestalte ein Plakat mit echten Beispielen.

Quellen können sein:

- Berichterstattung in Hörfunk und Fernsehen
- Wahlplakate, Wahlwerbespots in Hörfunk und Fernsehen, Infomaterial der Parteien

!

METHODE
Museumsrundgang

3

Was ist das Prinzip der abgestuften Chancengleichheit?

Lest den Absatz über das Prinzip der abgestuften Chancengleichheit und diskutiert.

- a) Haltet ihr dieses Vorgehen für gerecht?
- b) Welche Alternativen gäbe es aus eurer Sicht?

!

METHODE
Rotierendes Partnergespräch

Welche Regeln gelten für Medien in der Wahlkampfberichterstattung Die Aufgaben.

4

Wo könnten Probleme durch das Prinzip der abgestuften Chancengleichheit entstehen?

Mögliche Positionen:

- Kleine Parteien haben es schwer groß zu werden
- Große Parteien verlieren Zustimmung, obwohl oder gerade weil so oft über sie berichtet wird

!

METHODE
Mind Map

5

Ist Wahlkampfberichterstattung der unabhängigen Medien wichtig oder würde die Wahlwerbung der Parteien ausreichen, um die Menschen zu informieren? Warum? Diskutiert.

!

METHODE
Streitlinie

@

WEITERE INFOS
Zapp: Online-Wahlkampf:
Die Strategien der Parteien
<https://t1p.de/d6w9k>

Welche Regeln gelten für Medien in der Wahlkampfberichterstattung Die Aufgaben.

6

Beobachtet in Wahlkampfzeiten einen Tag/eine Woche lang ein Nachrichten-Radioprogramm, die Nachrichtensendungen in einem Fernsehprogramm oder einen Nachrichtenkanal bei Instagram.

- a) Was fällt euch in Bezug auf politische Wahlkampfthemen auf?
- b) Entdeckt ihr das Prinzip der abgestuften Chancengleichheit?
- c) Schaffen es die Politiker*innen ihre Themen in den Medien zu platzieren?
- d) Wie würdet ihr als Journalist*innen über Wahlkampfthemen berichten, was würdet ihr beachten?

!

METHODE
Bienenkorb

7

Guckt einen Tagesschau-Bericht, in dem es um den Bundestag geht. Was fällt euch auf?



TIPP

Es werden alle vertretenen Parteien zu einem Thema erwähnt – direkt oder indirekt.

Wie werden Wahlkampfsendungen gestaltet? Die Leitfrage.

LERNZIEL

SuS sollen verstehen, dass es kein Zufall ist, welche Politiker*innen bei Wahlkampfsendungen zu Wort kommen. Sie sollen verstehen, welche Regelungen es auch hier gibt, damit jede Partei die Möglichkeit bekommt, ihre Sicht ausreichend darzustellen.

Wer wird eingeladen?

Der Wahlkampf der Parteien findet auf Wahlplakaten, bei Parteiveranstaltungen und zunehmend auch in den sozialen Medien statt. Für die Parteien ist aber ein Auftritt in einer Wahlkampfsendung im Fernsehen ¹⁾ besonders reizvoll, weil sie dort ein sehr großes Publikum zur meist besten Sendezeit erreichen können.

Für die Sender ist es ein gutes Mittel, um den Wählerinnen und Wählern die Möglichkeit zu geben, sich zu informieren.

Deswegen werden die Spitzenkandidatinnen und -kandidaten der Parteien vor der Wahl häufig zu Diskussionsrunden im Fernsehen eingeladen. Hier können sie ihre Standpunkte und die ihrer Partei vor einem großen Publikum äußern und erklären. Die Themen, die in solchen Sendungen besprochen werden, wählen die Redaktionen aus und sie moderieren die Diskussionen auch. So können sich Wählerinnen und Wähler ein direktes Bild von den Menschen, die kandidieren und deren Positionen machen.

Die Sender sind allerdings nicht dazu verpflichtet, es muss also keine Wahlkampfsendung vor jeder Wahl geben.

Zu den großen Duellen im Fernsehen werden meist die Spitzenkandidaten und -kandidatinnen der Parteien eingeladen, die auch tatsächlich eine Chance haben, das Spitzenamt zu erreichen.

Warum wird die Zeit oft mitgestoppt?

Der Vorteil dieser Sendungen ist, dass Zuschauende die Möglichkeit haben zu beobachten, wie die Kandidatinnen und Kandidaten live auf Fragen reagieren oder auch auf Einwürfe ihrer politischen Gegner*innen. So können sie sich ein Bild von den Personen machen, die zwar nicht direkt gewählt werden können, aber am Ende das Spitzenamt übernehmen könnten. Dafür werden die Politiker*innen umfangreich von Wahlkampfmanagern ²⁾ geschult. Sie sollen einen guten Eindruck machen, um möglichst viele Wählerinnen und Wähler von ihren Standpunkten zu überzeugen.

Ein Nachteil ist, dass die Auftritte sehr von der Tagesform abhängig sind und auch davon, wie gut sich die Kandidaten und Kandidatinnen in einer solchen Sendung präsentieren. Ein eher unglücklicher Auftritt in einer TV-Sendung bedeutet nicht zwangsläufig, dass ein Kandidat oder eine Kandidatin keine gute Politik machen könnte.

1) hessenschau: Wer legt die Regeln für TV-Duelle fest?
<https://t1p.de/ws9zr>
2) Deutschlandfunk: Die Kanzlermacher
<https://t1p.de/1b9tk>

Wie werden Wahlkampfsendungen gestaltet? Die Leitfrage.

Um den Gästen zumindest zeitlich die gleichen Chancen einzuräumen, wird darauf geachtet, dass der Redeanteil in etwa gleich groß ist. Dafür wird auch oft die Zeit der Antworten gestoppt und immer wieder zusammengerechnet.

TV-Duell? Triell? Elefantenrunde?

Ob die Sendung als ein TV-Duell, ein Triell oder sogar als eine Elefantenrunde ausgestrahlt wird, das entscheiden die Sender. Meist gibt es ein **TV-Duell** zwischen den beiden Kandidat*innen, die die größten Chancen darauf haben die Wahl zu gewinnen und das Spitzenamt, wie die Bundeskanzlerin oder den Ministerpräsidenten zu stellen. Ein **Triell** wird dann geplant, wenn drei Parteien etwa gleich große Chancen haben. Je mehr Gäste zu einer solchen Sendung allerdings eingeladen werden, desto weniger Zeit bleibt den einzelnen Personen, ihre Standpunkte darzulegen. Moderiert werden die Sendungen meist von einem Moderator und einer Moderatorin. Die **Elefantenrunde** bezeichnet man als eine Diskussionsrunde, an der die Vorsitzenden aller im Parlament vertretenen Parteien teilnehmen. Diese Runde gibt es meist in den Wahlsendungen am Wahlabend, wenn klar ist, welche Parteien ins Parlament einziehen, seltener im Vorfeld einer Wahl.

Entscheiden sich die Sender für große TV-Duelle oder Trielle, gibt es oft auch eine Diskussionsrunde mit den Spitzenkandidaten und Kandidatinnen der kleineren Parteien an einem anderen Tag, damit auch diese die Gelegenheit bekommen, ihre Themen zu erläutern.

Ausgewogenheit überall?

Berichten alle journalistischen Medien ausgewogen? Nein, denn die Regeln der Ausgewogenheit gelten nicht für die Presse, also für Zeitungen und Zeitschriften. Sie dürfen Partei ergreifen. Das hängt damit zusammen, dass es sehr viele Presseerzeugnisse in Deutschland gibt – allein etwa 320 Tageszeitungen. Auch Parteien haben manchmal eigene Zeitungen oder sind an ihnen beteiligt. In diesem Fall soll die Masse an Auswahl für die Ausgewogenheit sorgen. Das nennt man auch **Außenpluralität**¹⁾. Als **Binnenpluralität** bezeichnet man die Ausgewogenheit der Berichterstattung innerhalb eines Medienhauses. Weil es nur wenige große Rundfunksender gibt, gilt für die öffentlich-rechtlichen Sender ganz besonders und in etwas abgespeckter Form auch für die privaten Rundfunksender das Gebot der Binnenpluralität. Das heißt nicht, dass in jeder einzelnen Sendung alle Argumente vorkommen müssen, sondern in der Gesamtheit aller Sendungen sollen alle Ansichten und Parteimeinungen vertreten sein.

1) mdr: Wahlberichterstattung: Immer schön ausgewogen!
<https://t1p.de/gygpi>

Wie werden Wahlkampfsendungen gestaltet? Die Aufgaben.

1

Schaut euch die erste halbe Stunde des TV-Triells in der ARD aus dem Jahr 2021 an.
<https://t1p.de/yyj4u>

- a) Wer wurde eingeladen und warum? Recherchiert.
- b) Welche Positionen der Spitzenkandidat*innen habt ihr herausgehört?
- c) Wie haben die Moderator*innen die Debatte gelenkt?
- d) Welchen Eindruck haben die Kandidat*innen auf euch gemacht?

!

METHODE
Redaktionskonferenz

2

Schaut das Video noch einmal im Schnelldurchlauf; stoppt den zeitlichen Redean teil der Gäste und notiert, ob die Gäste auf eine Frage des Moderators/der Moderatorin antworten oder direkt auf einen anderen Gast reagieren. Was fällt euch auf? Schreibt eure Beobachtungen auf und tragt sie zusammen?

!

METHODE
Brainstorming

Wie werden Wahlkampfsendungen gestaltet? Die Aufgaben.

3

Arbeitet in Kleingruppen: Verteilt die Rollen von zwei oder drei Politiker*innen verschiedener Parteien und die der Moderator*innen und bereitet ein eigenes kurz TV-Duell oder -Triell vor. Steckt gemeinsam die Themen, die behandelt werden sollen, ab (maximal zwei). Recherchiert eure Positionen (Politiker*in) und Fragen (Moderation). Die »Politiker*innen« wissen nicht, was genau sie gefragt werden. Bestimmt einen »Zeitnehmer«, der die Moderator*innen unterstützt. Bestimmt Kamera- und Tonleute und nehmt mit dem Handy eine Sendung auf (10 bis 15 Minuten), die den Kriterien eines TV-Duells/-Triells entspricht.

!

METHODE
Talkshow

3^a

Schaut euch anschließend die Sendungen gemeinsam in der großen Gruppe an.

- a) Was war leicht?
- b) Was fiel euch schwer?
Diskutiert.

Wie läuft Wahlkampf bei TikTok und Co.? Die Leitfrage.

LERNZIEL

SuS sollen erarbeiten, dass in den sozialen Medien ganz anders Wahlkampf gemacht wird. Es geht darum, welche Parteien eine besondere Präsenz haben und welche Regeln in den sozialen Medien gelten. SuS sollen außerdem lernen, wie Wahlkampfberichterstattung von seriösen Medien bei TikTok und Co zu erkennen ist und von Wahlkampf der Parteien oder anderen zu unterscheiden ist.

Was ist im Internet anders?

Millionen Menschen nutzen soziale Medien jeden Tag und gerade junge Menschen wie ihr entnehmen ihre Informationen TikTok, Instagram, X und anderen Plattformen. In sozialen Medien ist der Konsum von Informationen vor allem deshalb ganz anders, weil User*innen meist nicht gezielt auswählen, wo und bei wem sie sich informieren. In der Timeline werden permanent Posts oder Videos angeboten, die der Algorithmus für die User auswählt (Lernmodul: Wie wirken Algorithmen ¹⁾). Jeder und jede kann dort zunächst verbreiten, was immer er oder sie will. Grenzen bei sexuellen, gewaltverherrlichenden oder Hatespeech-Inhalten gibt es zwar, sie werden aber nicht immer schnell und konsequent verfolgt. Parteien und Politiker*innen, vor allem rechtspopulistischer Parteien, nutzen das, um für sich Werbung zu machen. Das Problem: Es ist nicht immer klar, dass es sich hier eigentlich um Wahlwerbung handelt. Und nicht alle Parteien und Politiker nutzen die sozialen Medien gleichermaßen, beziehungsweise haben die gleiche Reichweite. Ist also in

den großen Medienhäusern geregelt, wer wie oft zu Wort kommen darf, so ist das in den sozialen Medien weitgehend unregelt.

Wie werben Parteien zum Beispiel bei TikTok?

Alle Parteien sind mittlerweile auf den sozialen Plattformen vertreten, allerdings sehr unterschiedlich ausgeprägt und auch mit sehr unterschiedlich hoher Zustimmung. TikTok beispielsweise sieht sich selbst nicht als Plattform für politische Werbung, und hat das auch in den Richtlinien ²⁾ festgelegt:

*»TikTok verbietet seit langem politische Werbung³⁾, sowohl bezahlte Anzeigen als auch das Bezahlen von Creator*innen für die Erstellung von politischen Markeninhalten. Dazu gehört unter anderem die Nutzung von Werbetoools, die auf der Plattform verfügbar sind, beispielsweise Werben oder TikTok Shop. Zusätzlich zu unseren Richtlinien für politische Werbeinhalte verhängen wir auch Verbote auf Kontoebene. Das bedeutet, dass Konten, die wir als zu Politiker*innen und politischen Parteien gehörend identifizieren, keinen Zugang zu Werbefunktionen haben« – TikTok*

Dennoch sind etliche Politiker*innen ⁴⁾ mit einer enorm hohen Reichweite bei TikTok unterwegs. Und User*innen müssen die Inhalte auch gar nicht gezielt suchen. Jedes hochgeladene Video wird einer gewissen Anzahl Menschen einfach vorgespielt. Gibt es hier Likes, wird es weiteren User*innen vorgespielt. So können sich Videos exponentiell verbreiten. Die AfD

1) Lernmodul: Wie wirken Algorithmen
<https://t1p.de/0sn9n>

2) TikTok: Konten von Regierungen, Politiker*innen und politischen Parteien
<https://t1p.de/axc5n>

3) TikTok: Was ist »Werben« bei TikTok?
<https://t1p.de/g8udv>

4) bpp: Populisten und Social Media: Wie für einander gemacht?
<https://t1p.de/phu2n>

Wie läuft Wahlkampf bei TikTok und Co.? Die Leitfrage.

und die vom Verfassungsschutz als gesichert rechtsextrem eingestufte Jugendorganisation der AfD »Junge Alternative« nutzen die Plattform am meisten und erreichen damit Millionen vor allem junger Menschen, die die rechtspopulistischen und zum Teil rechtsextremen Inhalte ¹⁾ gar nicht direkt erkennen und verstehen. Die Videos sind auf den ersten Blick nicht als Werbung zu erkennen, sie sind modern und professionell gemacht und täuschen Seriosität geschickt vor.

Da andere Parteien zum einen nicht so professionell auf den Plattformen agieren und auch nicht gezielt manipulieren wollen, sind sie in den sozialen Medien oft im Nachteil. Es gibt mittlerweile auch vereinzelt Fälle, in denen TikTok die Accounts von Politiker*innen aktiv einschränkt ²⁾, wenn sie gegen Richtlinien verstoßen. Dennoch gehen Experten davon aus, dass der Einfluss vor allem von TikTok im Wahlkampf enorm hoch ist und immer mehr zunimmt.

Werbung oder Informationen? In den sozialen Medien schwer zu unterscheiden

Die Wahlwerbespots der Parteien in Fernsehen oder im Radio sind klar gekennzeichnet. Meist wird sowohl vorher als auch danach eingeblendet, dass es sich um einen Werbespot der Partei handelt, und dass die Redaktion keinen Einfluss auf den Inhalt des Spots hat. Hier ist eine Abgrenzung zur Wahlberichterstattung der Sender ganz eindeutig.

In den sozialen Medien ist diese Abgrenzung nur anhand der Accounts, deren Inhalte man liest, auszumachen. So sind die Accounts der seriösen, großen Rundfunkanstalten den oben schon erwähnten Regeln unterworfen – hier ist also Berichterstattung zu erwarten, keine Werbung. Bei allen anderen Accounts ist Vorsicht geboten, da sie nicht den strengen Regeln unterliegen.

@

WEITERE INFOS

Tagesschau: Die TikTok-Taktik:
<https://t1p.de/y8zdV>

1) bpp: TikTok und Rechtsextremismus
<https://t1p.de/2myhy>
2) tagesschau: TikTok drosselt Reichweite von AfD-Politiker Krahl
<https://t1p.de/ks5pq>

Wie läuft Wahlkampf bei TikTok und Co.? Die Aufgaben.

1

Lest euch die Regelungen bei TikTok zu politischen Accounts durch.

*TikTok: Konten von Regierungen, Politiker*innen und politischen Parteien*

<https://t1p.de/ht7t9>

Macht ein Brainstorming und notiert, was demnach eurer Meinung nach alles NICHT erlaubt ist.

!

METHODE
Zettel-Brainstorming

2

Sucht gezielt bei TikTok nach Kanälen der politischen Parteien oder deren Spitzenkandidaten und prüft die Inhalte anhand der Richtlinien. Werden die Richtlinien eingehalten? Diskutiert.

!

METHODE
Redaktionskonferenz

Wie läuft Wahlkampf bei TikTok und Co.? Die Aufgaben.

3

Vergleicht in kleinen Teams die Accounts von seriösen Medien, zum Beispiel Tagesschau, mit denen von Politikern. Was sind die Unterschiede?

!

METHODE
Rotierendes Partnergespräch

4

Schaut euch die Regeln für politische Accounts bei anderen Plattformen wie Instagram, X oder Facebook an und vergleicht. Was fällt euch auf? Sind solche Regelungen sinnvoll und ausreichend? Diskutiert.

!

METHODE
Streitlinie

Was bedeuten Umfragen, Prognosen und Hochrechnungen? Die Leitfrage.

LERNZIEL

Schülerinnen und Schüler sollen erkennen, was die Unterschiede zwischen Umfragen, Prognosen und Hochrechnungen sind. Sie sollen außerdem einschätzen, welche Aussagekraft dahintersteckt und warum die verschiedenen Varianten zu unterschiedlichen Zeiten rund um Wahlen auftauchen.

Was sind Umfragen und was sagen sie aus?

In Zusammenhang mit Wahlen tauchen immer wieder die Begriffe Umfragen, Prognosen und Hochrechnungen auf. Dabei ist zu beachten, dass Umfragen regelmäßig von großen Umfrageinstituten zu unterschiedlichsten Fragen gemacht werden. Eine der bekanntesten Umfragen ist der ARD-DeutschlandTrend und darin die sogenannte Sonntagsfrage, die abfragt, wen die befragten Menschen wählen würden, wenn am kommenden Sonntag Bundestagswahl wäre. Der ARD-DeutschlandTrend wird seit 1997 jeden Monat erhoben. In Auftrag gegeben wird er von der ARD und Tageszeitungen, durchgeführt vom Meinungsforschungsinstitut infratest dimap. Vor Bundestagswahlen oder zu besonderen Anlässen gibt es auch häufigere Umfragen. Das ZDF Politbarometer ist eine ähnliche Umfrage.

Befragt werden in der Regel zwischen 1.000 und 2.000 Menschen online oder telefonisch. Die Umfragen werden repräsentativ erhoben. Das heißt, die Ergebnisse bilden in etwa die Meinung der Gesamtbevölkerung in Deutschland ab. Allerdings sind Umfragen immer nur eine

Momentaufnahme. An genau dem Tag der Befragung hätten vielleicht besonders viele Menschen Partei A gewählt. Schon einen Tag später kann das aber ganz anders aussehen, denn Menschen ändern schnell ihre Meinung. Dementsprechend geben Umfragen ein Stimmungsbild wieder, aber eben nur zu einem bestimmten Zeitpunkt. Daher weichen Umfragen auch immer wieder deutlich von Wahlergebnissen ab.

Umfragen geben aber Menschen auch ein Stimmungsbild im Land wieder und können daher auch die Meinung von Menschen beeinflussen. Wenn eine Mehrheit in einer Umfrage angibt, Partei A wählen zu wollen und Partei A im Wahlkampf immer wieder hervorhebt, dass sie sich um marode Straßen kümmern will, dann kann es sein, dass immer mehr Menschen marode Straßen überhaupt erst bemerken. Und dann dazu angeregt werden zu denken: «Ach stimmt, das ist ein großes Problem und viele Menschen wollen Partei A deshalb wählen, dann ist das sicher eine gute Idee!» Aus diesem Grund ist es zwar erlaubt, Umfragen bis direkt vor der Wahl zu veröffentlichen, die ARD macht das in der Regel in der letzten Woche vor der Wahl aber nicht mehr. Gesetzlich verboten ist die Veröffentlichung von Umfragen nur zum Zeitraum der Wahl selbst, also zwischen Öffnung und Schließung der Wahllokale.

Was bedeuten Umfragen, Prognosen und Hochrechnungen? Die Leitfrage.

Was sind Prognosen und Hochrechnungen, was ist das vorläufige amtliche Endergebnis und was das amtliche Endergebnis?

Prognosen zu Wahlen werden veröffentlicht, wenn die Wahllokale geschlossen sind. Prognosen machen eine Aussage über die Wahrscheinlichkeit, wie ein Wahlergebnis aussehen wird. Dazu werden den ganzen Wahltag über Menschen im sogenannten Exit-Poll-Verfahren befragt. Das heißt, Menschen, die gerade frisch aus der Wahlkabine kommen, werden in ausgewählten Wahlbezirken gebeten, einen kurzen Fragebogen über ihr Wahlverhalten, Alter, Bildung und Geschlecht anonym auszufüllen. Diese Daten werden zentral ausgewertet und bilden gemeinsam mit Schätzungen zu den Briefwahlstimmen die Prognosen.

Im Gegensatz dazu fließen in die **Hochrechnungen** auch tatsächlich bereits ausgewertete Wählerstimmen mit ein. Die erste Hochrechnung kommt daher auch immer etwas später als die Prognose. Hochrechnungen werden auch ständig aktualisiert und immer genauer, je mehr Stimmen tatsächlich bereits ausgewertet sind. In der Regel noch in der Nacht nach einer Wahl wird, wenn alle Stimmen ausgezählt sind, das **vorläufige amtliche Endergebnis** bekanntgegeben.

In den Tagen und Wochen nach einer Wahl prüfen die Wahlleiter der Bezirke noch einmal die Unterlagen auf Unregelmäßigkeiten, es werden Zweifelsfälle geprüft, beispielsweise ob Briefwahlunterlagen rechtzeitig eingetroffen sind und Ähnliches. Daher dauert es meist mehrere Wochen, bis ein amtliches Endergebnis vorliegt. Das unterscheidet sich aber meist kaum vom vorläufigen **amtlichen Endergebnis**, das bereits in der Wahlnacht verkündet wird.

@

WEITERE INFOS

Deutscher Bundestag: Gesetzliche Regelungen zur Veröffentlichung von Wahlumfragen, 2017
<https://t1p.de/hsv2m>

NDR: Prognose und Hochrechnungen – das ist der Unterschied, 2022
<https://t1p.de/i8gtv>

Was bedeuten Umfragen, Prognosen und Hochrechnungen? Die Aufgaben.

1

Was sind Wahlumfragen und was sagen sie aus? Sammelt und schreibt eure Ideen auf kleine Zettel.

!

METHODE
Zettel-Brainstorming

3

Ist Wahlberichterstattung wichtig für die Demokratie? Sammelt Argumente und diskutiert.

!

METHODE
Redaktionskonferenz

MÖGLICHE ARGUMENTE

- In der Werbung sagen die Parteien ja schon, was sie vorhaben
- Positionen können besser eingeordnet werden
- Faktenchecks
- Wer am präsentesten Werbung macht, gewinnt

2

Wo sind die Unterschiede zwischen Umfragen, Prognosen und Hochrechnungen? Bereitet auf Grundlage des Textes in diesem Modul und des *Videos der tagesschau* in Kleingruppen kurze Präsentationen vor, in Videoform, als Plakat oder als Vortrag und stellt es in der großen Gruppe vor. Diskutiert die Ähnlichkeiten und Unterschiede.

<https://t1p.de/e8x2r>

!

METHODE
Bienenkorb

Was bedeuten Umfragen, Prognosen und Hochrechnungen? Die Aufgaben.

4

Lasst das Lernmodul noch mal Revue passieren. Woran erinnert ihr euch? Was war ein A-ha-Erlebnis? Was war euch bisher nicht klar? Was wusstet ihr schon?

!

METHODE
Think-Pair-Share

5

Produziert ein abschließendes Video mit den Punkten, die euch in Zusammenhang mit Wahlberichterstattung und Wahlwerbung wichtig erscheinen. Wie das Video gestaltet ist, bleibt euch überlassen. Es sollte maximal fünf Minuten lang sein. Erklärt in dem Video die Unterschiede zwischen Wahlberichterstattung und Wahlwerbung und was das in sozialen Medien aus eurer Sicht für Konsequenzen hat.