NACHRICHTEN AG

24. Mai 2025

Politiker oder Influencer? Söder und Lang im Netz kritisiert!

Markus Söder, Christian Lindner und Ricarda Lang inszenieren sich in sozialen Medien. Kritiker fordern einen echten politischen Diskurs.

Bundesrepublik Deutschland, Deutschland - In der heutigen politischen Landschaft werden soziale Medien zunehmend als Plattform für Selbstinszenierung und persönliche Einblicke genutzt. Markus Söder, der bayerische Ministerpräsident, postete kürzlich ein Bild von einer Schweinshaxe mit dem Hashtag #söderisst. Auch seine Kollegen Christian Lindner und Ricarda Lang versuchen, ihre Follower durch private Einblicke in ihren Alltag zu fesseln. Doch während diese Art der Kommunikation Nähe zur Wählerschaft signalisieren soll, wird sie von vielen als problematisch angesehen, da sie oft in den Bereich des Marketings abdriftet. Der Artikel auf Ruhr24 kritisiert diese Tendenz und fordert mehr ernsthaften politischen Diskurs.

Historiker Jürgen Kocka bezeichnete Willy Brandt als den ‚ersten Medienkanzler', da er starke Bilder wie den Warschauer Kniefall einsetzte, um politische Botschaften zu vermitteln. Der vergleichbare Einsatz von sozialen Medien wird heute jedoch als eher banal wahrgenommen, insbesondere im Kontext komplexer Themen wie Bürgergeld, Klimakrise und Kriegsangst. Anstatt diese wichtigen Anliegen aufzugreifen, tendiert die heutige Politkommunikation dazu, sich auf persönliche Inhalte zu konzentrieren, was als absurd erachtet wird.

Sich verändernde Kommunikationsstrukturen

Soziale Medien ermöglichen es politischen und staatlichen Institutionen, ein Massenpublikum direkt zu erreichen, wodurch ein hybrides Mediensystem entsteht, in dem Bürger, Politiker und Journalisten agieren. Diese neue Dynamik verändert den Kommunikationsfluss, so dass Bürger politische Institutionen ‚bottom up' kontaktieren können, wie die Bundeszentrale für politische Bildung erläutert. Doch trotz dieser neuen Möglichkeiten spielt die klassische Massenmedienberichterstattung nach wie vor eine wichtige Rolle, da sie ein breiteres Publikum anspricht.

Studien zeigen, dass ein wachsender Teil der Bevölkerung Nachrichten überwiegend online konsumiert, wobei Plattformen wie YouTube und Facebook dominieren. Vor diesem Hintergrund haben Parteien wie CDU/CSU und SPD an Stimmenanteilen verloren und suchen daher den Kontakt zu jüngeren Wählergruppen über digitale Kanäle. Social-Media-Teams in Parteizentralen sind mittlerweile ebenso gewachsen wie die Praxis des Influencer-Marketings innerhalb der politischen Kommunikation.

Digitalisierung und Professionalisierung der politischen Kommunikation

Die Professionalisierung der politischen Kommunikation ist ein weiteres zentrales Thema, das von der Bundeszentrale für politische Bildung behandelt wird. Politische Akteure, Parteien und NGOs nutzen soziale Medien nicht nur für Informationsweitergaben, sondern auch zur Mobilisierung von Anhängern. Digitales Microtargeting ermöglicht es ihnen, maßgeschneiderte Botschaften an spezifische Nutzergruppen zu richten. Negative Botschaften erzeugen dabei mehr Interaktionen und erhöhen die Sichtbarkeit.

Die zunehmende Bedeutung der sozialen Medien kann jedoch auch negative Konsequenzen haben, wie Hatespeech und Polarisierung, die die politische Kommunikation zusätzlich belasten. Die gesellschaftliche Debatte über Datenschutz und die Herausforderungen, die durch neue Technologien entstehen, stellen zusätzliche Hürden dar, mit denen politische Akteure umgehen müssen.

Insgesamt erfordert die moderne politische Kommunikation von Akteuren ständiges Lernen und Anpassung an neue Medienangebote und Kommunikationskanäle. Die angestrebte Bürgernähe könnte somit zu einer plakativen Selbstinszenierung führen, während der eigentliche politische Diskurs in den Hintergrund rückt. Die Forderung nach mehr Substanz und weniger Marketing in der Politik wird immer lauter, und es bleibt abzuwarten, ob die Politik darauf reagieren kann.

Details	
Vorfall	Sonstiges
Ort	Bundesrepublik Deutschland, Deutschland
Quellen	• www.ruhr24.de • www.bpb.de • www.bpb.de

Besuchen Sie uns auf: n-ag.net