



Freitag, 22. September 2017, 08:35 Uhr
~11 Minuten Lesezeit

#KeineWahl?

Vier YouTuber interviewten unter dem Leitspruch #DeineWahl sowohl Angela Merkels als auch Martin Schulz – ergebnislos. Warum das Format keinen Anklang finden konnte und welche politischen Themen Jugendliche tatsächlich betreffen.

von Aaron Richter
Foto: 360b/Shutterstock.com

Am 16. August 2017 interviewten vier YouTube-Stars die Kanzlerin für jeweils zehn Minuten und ernteten anschließend harsche Kritik. Per Livestream wurde das einstündige Treffen übertragen, statt fand es im Studio des YouTube-Space-Berlin. Knapp drei Wochen später war Martin Schulz an der Reihe. Die jugendliche Zielgruppe wurde allerdings meilenweit verfehlt.

Zwischen YouTube und den etablierten Medien herrscht Krieg.

Denn eine Zielgruppe läuft den letzteren immer zahlreicher davon, und damit geradewegs in die Arme der bekanntesten Google-Tochter: die Jugend nämlich. Google selbst gibt in einer Studie von 2016 an, dass knapp 70% der befragten Teenager YouTube täglich nutzen (1), und es ist äußerst wahrscheinlich, dass diese Zahl seither weiter angestiegen ist. Die klassischen Medien können hier nicht mehr mithalten, wollen aber trotzdem mitverdienen. Daher hat die ProSiebenSat.1-Group ihre wiederum auf YouTube operierende Produktionsfirma Studio71 – eine Verbindung, die vielen nicht bewusst ist – mit dem Interview beauftragt und sich dabei selbst im Hintergrund gehalten. Selbst Mirko Drotschmann, einer der vier Fragesteller, konstatierte nachträglich, dass "Studio71 [...] die Initiative ergriffen [hätte]" (2). Ob das stimmt?

Informationen zu Organisation, Verantwortung und Finanzierung des Projektes sind überdies sehr rar gesät. Im Impressum des eigens für das Projekt erstellten Kanals steht hierzu nichts. Aus Drotschmanns im verlinkten Video getätigten Aussagen geht hervor, dass Merkel der organisatorische Ablauf des Interviews nicht bekannt war. Für einige Zeit gab es weder vor noch nach dem Interview mit der Kanzlerin Informationen dazu, ob das Format auch mit anderen Spitzenkandidaten stattfinden wird oder sich nur einmal mehr als kostenlose Exklusivpropaganda für die Kanzlerin herausstellt, man erinnere sich an LeFroids katastrophales Interview von 2015, im Detail hier (3) nachzulesen. Mittlerweile existiert auch ein zweites Interview, diesmal mit Martin Schulz. Dass jedoch noch weitere Kandidaten aus dem politischen Spektrum eingeladen werden, ist in der letzten Woche vor der Bundestagswahl wohl utopisch.

Es ist daher kaum überraschend, dass das Projekt #DeineWahl an seinem eigenen Anspruch, der Aufklärung und Mobilisierung der jungen Wählerschaft, gescheitert ist. Ebenso wenig überrascht die fast ausnahmslos negativ ausfallende Berichterstattung der etablierten medialen Konkurrenz, welche sich in schadenfroh

geifernder Häme geradzu überschlägt, die tatsächlichen Gründe des Scheiterns aber nicht auszumachen vermag. Denn es ist nicht nur Schuld der Fragesteller, dass #DeineWahl bei der YouTube-Jugend nicht ankam.

Aufmerksamkeitsdefizite

Um 12 Uhr vormittags startete am 16.08. das Live-Interview mit Merkel. Die YouTube-Szene schien das allerdings wenig zu interessieren: der Spitzenwert lag über den Zeitraum des gesamten Streams nur bei circa 57.000 Zuschauern. Verwundernd, angesichts des theoretischen Abonentenvolumens von circa drei Millionen, das die vier teilnehmenden YouTuber zusammengenommen vereinen. Nun muss man dazusagen, dass sich die in Abonnenten gemessene Reichweite eines YouTubers keineswegs in jedem seiner/ihrer Videos widerspiegelt, selbst bei regelmäßig hochgeladenem Content (neudeutsch: Videoinhalt). Dass das Merkel-Interview aber auch jetzt, mehr als einen Monat nach der Veröffentlichung, nur knapp zwei Millionen Aufrufe aufweist, ist in Anbetracht der eigentlichen Reichweite bedenklich. Vor allem, da ein Großteil des Publikums aus Medienvertretern und Anderen bestanden haben dürfte, die nicht der typischen YouTube-Zielgruppe entsprechen.

Auch im Vorfeld wurde auf das stattfindende Interview nur sehr unzulänglich hingewiesen. Der betreibende Kanal lud gerade einmal zwei Tage davor ein Ankündigungsvideo hoch. Die teilnehmenden YouTuber selbst waren am 08.08. zwar etwas früher dran; Ishtar Isik, eine der Fragestellerinnen und mit 1,1 Millionen Abonennten die reichweitenstärkste, schien es jedoch nicht für nötig zu halten, die Ankündigung zum Hauptthema ihres Videos zu machen. Geradezu nebensächlich wurde das bevorstehende Interview abgehakt, ging im anschließenden und elfminütigen kapitalistischen

Konsumgeprahle ihrer liebsten Produkte des Monats förmlich unter. Ein Format, das bei jungen Mädchen auf YouTube übrigens hoch im Kurs steht.

Wer die auserkorenen YouTuber also nicht abonniert und vom bis zum 14.08. inaktiven Kanal der Veranstalter nichts gehört hatte, konnte den Livestream leicht verpassen. Und nicht zuletzt dürfte auch die bereits angesprochene fehlende Transparenz eine Rolle gespielt haben. Denn das YouTube-Publikum hat es gerne einfach, verfolgt seine bekannten Idole, genießt deren scheinbare Nähe, interagiert in den Filterblasen der Fanvereinigungen und ist, allem voran, misstrauisch gegenüber Neuem. Ein Kanal mit Abonnenten im vernachlässigbaren Tausenderbereich, von dem man noch nie gehört hat und der dann noch Inhalte "mit Politik" verspricht? Auf YouTube hat das wenig Chancen; zumindest nicht in dieser Form und ohne die nötige Vorarbeit.

Fehlende Professionalität der FragestellerInnen

Wozu lange um den heißen Brei reden: die Auswahl der Fragesteller war keine Glanzleistung. Da die jeweiligen YouTuber medial allerdings schon zuhauf ins Kreuzfeuer genommen worden sind, möchte ich mich hier auf die bezeichnendsten Versäumnisse beschränken, die nicht nur hohle Kritik, sondern Beispiele dafür sein sollen, was man bei einer Wiederholung eines solchen Formates wirklich besser machen könnte.

Die erste Fragerunde wurde von Lisa Sophie alias ItsColeSlaw eingeleitet. Diese spielte auf die Einführung der gleichgeschlechtlichen Ehe an, bei welcher Frau Merkel sich aus ihrer Partei heraus so sehr verbog, dass man die Frage nach der krummen Banane auch mit dem Subjekt der deutschen Kanzlerin

hätte stellen können. Sophie entschied sich jedoch für die Frage, was Merkel mit ihrer Neinstimme den jungen Menschen sagen würde, die sich von ihr im Stich gelassen fühlten. Daraufhin antwortete diese prompt im Wortlaut, dass das eine Abstimmung war, "die wir [CDU/CSU] freigegeben haben". Und das ist doch der Punkt: Die Abstimmung wurde "freigegeben". Wozu Merkel ihre bereits etliche Male kundgetane Haltung zum persönlichen Nein wiederholen lassen?

Eine viel brisantere Nachfrage wäre doch gewesen, in welcher Demokratie wir leben, wenn eine einzige Partei, deren Mitglieder wie auch Wähler bezüglich eines Themas gespalten sind, ganzen drei anderen und überdies einheitlich stimmenden Parteien eine Gewissensentscheidung erst "erlauben" muss? Wie lässt sich ein solches Machtmonopol demokratisch legitimieren? Gehört der Parteizwang bei solchen Abstimmungen generell abgeschafft, oder sollte man vielleicht gleich einen Volksentscheid durchführen?

Jungen Wählern ihre Möglichkeiten zur Einflussnahme aufzuzeigen, hätte hier die Devise sein sollen! Und vor allem: die Unmöglichkeiten ebenfalls aufzuzeigen, denn dann beginnt der Hinterfragungsprozess, welcher fast zwangsläufig zur ausführlicheren Auseinandersetzung mit der Thematik führt. Und damit, womöglich, zu Politisierung.

Ein Faktor, unter dem bereits diverse "jugendliche" Talkshows im Fernsehen beständig leiden, wurde leider auch bei #DeineWahl eingebracht. Oder, besser: eingebrockt. Es geht um das Einwerfen von Zuschauerfragen, die live, meist erst online und anschließend im Studio den Protagonisten gestellt werden. Nun erscheint das noch halbwegs sinnvoll, wenn ein anwesender Gast im Studio eine solche Frage stellt, denn das birgt Diskussionspotential. Bei #DeineWahl war kein Zuschauer anwesend – Merkels Security mal ausgenommen.

Diese eingeschmissenen Fragen kosten immer Zeit. Zeit, die in den Interviews, im Dialog also, weitaus besser genutzt wäre, denn eine alternative Sichtweise wird in diesen Beiträgen nur seltenst thematisiert; es findet sich bestätigendes oder plakatives Gebrabbel, das lediglich mit dem Etikett "Persönlicher Senf" ausgezeichnet werden kann. Senf, der aber wiederum einer redaktionellen Selektion unterliegt. Präsentiert wird nur, was in das Schema der Redaktion passt: eine neblige Grauzone potentieller Meinungsmanipulation ergibt sich. Außerdem behindern diese Beiträge ein durchdachtes Fragenkonzept und können von vornherein keinen Mehrwert bieten, wenn das Kommentieren – wie bei #DeineWahl – verboten ist. Eine belustigende Situation entstand nämlich, als Merkel tatsächlich auf einen dieser Kommentare antwortete – und darauf hingewiesen wurde, dass sie das eigentlich gar nicht sollte.

Das wahllose Einschmeißen nichtssagender Kommentare erweckte hier nur die Illusion von Zuschauerbeteiligung und bot keinen anderen Nutzen, als den püppchenhaften Moderaten die eigene Denkarbeit abzunehmen und vielleicht noch ein hübsches Schlusswort zu liefern, das eine weiterführende Debattierung des Themas von vornherein ausschließt.

Gänzlich ergebnislos verlief das Format insofern nicht, dass es informatorische Fetzen gab, die durchaus eine Meldung wert waren. Drotschmann nennt hierzu in seinem nachträglichen Video zwei Beispiele etablierter Medien, die sich zunächst ausführlich über das geführte Interview mokierten, anschließend aber Nachrichten brachten, deren Informationsgehalt dem selbigen Interview entnommen worden war, beispielsweise Drotschmanns Frage zu AirBerlin (3). Gerade Fragesteller Alexander Böhme sah sich nach dem Livestream oft dem Spott der Etablierten ausgesetzt, da er die Frage nach Merckels liebsten Emoji (neudeutsch: Smiley) stellte. Dass er zuvor in seinem zehnminütigen Themenblock zur

Automobilindustrie einige der investigativsten und ergebnisreichsten Fragen des gesamten Interviews stellte und mehrmals beharrlich nachhakte, wird in der breiten, klassischen Berichterstattung gerne verschwiegen.

Nun ist Drotschmann Journalist. Bezüglich AirBerlin konnte er Berichtenswertes aus der Kanzlerin herauskitzeln. Im Vorfeld des Interviews wurden von ihm die professionellsten Fragen erwartet. Umso plumper erscheint, was er die Kanzlerin dann aber tatsächlich zu seinem Themenkomplex, dem der Außenpolitik, fragt. "Wie würden Sie denn Ihren ganz persönlichen Beziehungsstatus mit Erdogan beschreiben?", wollte Drotschmann in Anspielung auf die Facebook-Beziehungsangabe wissen. "Was ist Ihr erster Gedanke, wenn Sie einen Tweet von Donald Trump lesen?" Direkte Nachfrage auf Merkels Ausweichen: "Nochmal zu Ihren Gedanken zurück; wenn Sie sowas lesen, denken Sie sich dann: 'Mensch, der Donald, was hat er da wieder gepostet?'" "Wie finden Sie denn ganz persönlich Donald Trump?"

Wo sollte das denn hinführen? Ich muss wohl kaum erwähnen, dass diese Fragen zu keinerlei ehrlicher Antwort privater Natur und schon gar nicht zu irgendwelchen neuen Erkenntnissen in der transatlantischen oder der Türkei-Politik geführt haben.

Von der Teflon-Kanzlerin "mal ganz persönliche" Antworten auf Suggestivfragen zu erwarten, die obendrein auch noch das Zusammenspiel mit anderen Staatschefs betreffen, ist nicht nur unsäglich naiv, sondern auch hochgradig unprofessionell. Der außenpolitische Abschnitt, der viele junge Deutschtürken sicher interessiert hätte, wurde hier fast gänzlich verschenkt.

In seiner nachträglichen Stellungnahme konstatiert Drotschmann, dass das Team aus vier FragestellerInnen "kein Verhör aus der Sache machen [wollte], sondern ein kritisches, konstruktives

Interview". Bei so einfältigen Fragen, die dann auch noch von einem echten "Journalisten" kommen sollten, überrascht es nicht, dass Anspruch und Wirklichkeit bei diesem Interview meilenweit auseinanderklafften.

Bezugslosigkeit zur YouTube-Zielgruppe

Die YouTube-Zielgruppe ist jung. Das Mindestbeitrittsalter liegt bei nur 13 Jahren. Ein Großteil der Videokonsumenten ist offiziell 16-29 Jahre alt (4), Statistiken über jüngere Nutzer findet man kaum. Dabei ist die Dunkelziffer der unter-13-Jährigen gewaltig. Nur ein Beispiel: Der 15-jährige Oskar (5) ist heute von knapp 340.000 YouTube-Nutzern abonniert. Seinen Account hat er im Juni 2013 erstellt; vor vier Jahren also. Die Rechnung fällt nicht allzu schwer, und es ergibt sich nur die weitere Frage, welche Altersgruppe einem so jungen Videoproduzenten wohl folgt. 16-29-Jährige etwa?

In diesem Alter interessiert sich natürlich nicht jeder für Politik, und der Tenor, dass Jugendliche mit Politischem heute generell wenig zu tun hätten, ist allgemein bekannt. Wer mit 16, 17 Jahren am Rande der Volljährigkeit kratzt, dem dürfte zwar zumindest die Existenz von Politik so langsam bewusst werden.

Aber bei praktisch nichtexistentem politischen Unterricht in Schulen, den spartanischen staatlichen Anstrengungen zur Mündigkeitserziehung, dem breiten Ablenkungs- und Unterhaltungsmarkt auf YouTube und dem Merkel'schen Narrativ, dass es uns doch allen gut gehe, wen wundert es da, dass Jugendliche keinen Bezug zur Politik finden?

Das Hauptgeschäft der Politik ist, auch heute noch, das Vertrauen. Wenn hier aber ein Kanal aus dem Nichts erscheint, der vor einem

angekündigten Interview noch nie etwas hochgeladen hat, wo soll dieses Vertrauen dann herkommen? Ein Kanal, der ausschließlich die beiden bekanntesten Spitzenkandidaten, die der größten etablierten Parteien, zu dieser Fragerunde eingeladen hat. Sieht so etwa Demokratie aus?

Was ist mit Tilo Jung, einem vor allem bei jungen Zuschauern gern gesehenen Journalisten, der ebenfalls eine Reichweite im sechsstelligen Bereich mitbringt und mit Vertretern der Linken ebenso spricht wie mit denen der AfD? Oder KenFM, einem ebenfalls auf YouTube operierenden und reichweitenstarken Team, welches investigativen Journalismus statt Beauty-Videos liefert? Warum werden diese Leute nicht als Interviewer eingeladen?

YouTube kann durchaus Nährboden kontroverser politischer Thematik sein. Um ein Format wie #DeineWahl effektiv zu machen, bräuchte es einen gänzlich anderen Kanal.

Einen Kanal nämlich, der politische Aufklärung betreibt und somit Vertrauen schafft. Einen, der professionelle Interviewer wie die oben genannten einlädt. Und vor allem einen, der dem Stammtischgeblöke über eine unpolitische Jugend mit Inhalten entgegentritt, die bei Jugendlichen ein Bewusstsein dafür schaffen, wo sie tatsächlich von Politik beeinflusst werden.

Denn diese gibt es in Massen!

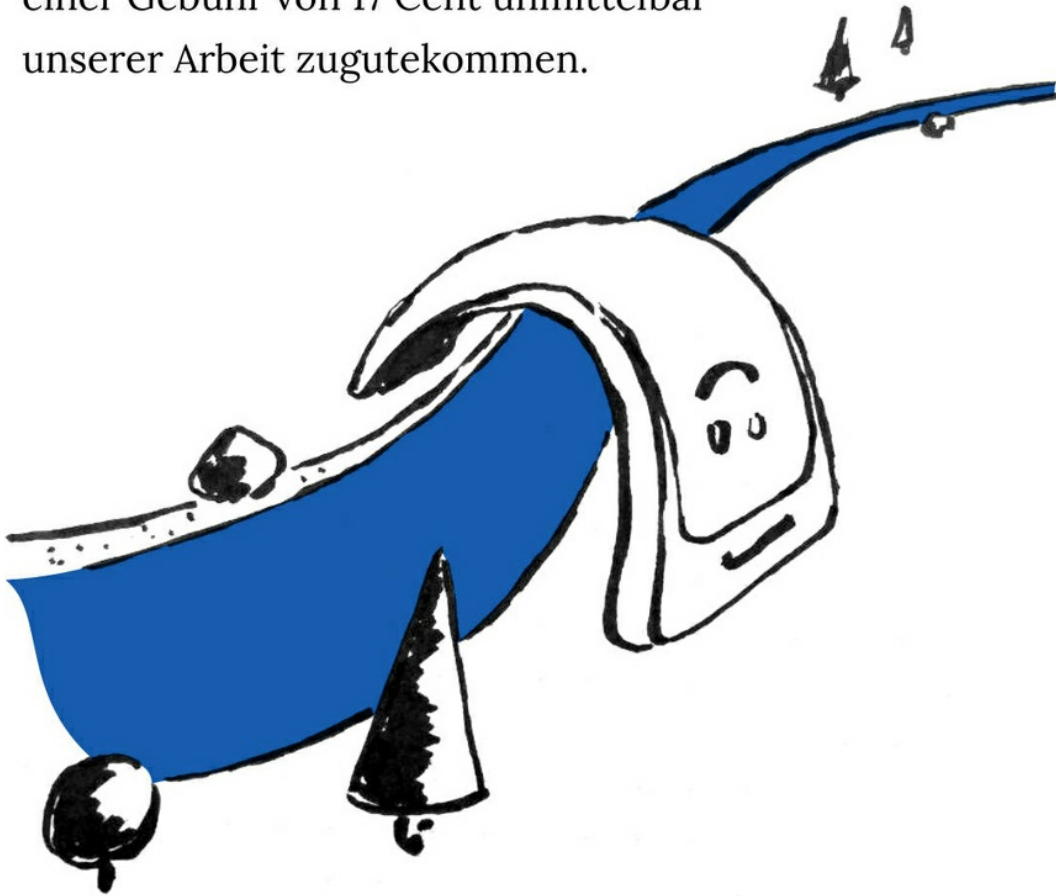
- Willst Du ein Auslandssemester machen? Vielleicht sind EU-Organisationen da hilfreich.
- Steht bald der Führerschein an? Dann könnte die Automobilpolitik interessant sein.
- Bist Du unzufrieden mit dem G8 in Bayern? Manche Parteien vielleicht auch!
- Der Sprung auf die Uni steht an. Wie geht das mit dem Kindergeld weiter, oder mit BAföG?
- Stehst Du als Deutschtürke zwischen den Fronten? Dann ist die Türkei-Politik wichtig für dich!
- Was bedeutet soziale Gerechtigkeit? Generation Praktikum etwa?
- Der Park ein paar Straßen weiter soll für ein Einkaufszentrum zugestraft werden. Was sagst du dazu?
- Um Steuern kommt man nicht herum. Dann sollte man doch eine Partei wählen, deren Steuerpolitik der nächsten vier Jahre nicht einer vollkommen anderen Bevölkerungsgruppe als der eigenen dient, oder?

Diese Liste ist noch lange nicht zu Ende. Und die Partei, die man jetzt wählt, gestaltet die Politik der nächsten vier Jahre vielleicht maßgeblich mit. Viele junge Leute werden dieses Jahr zum ersten Mal – und dann auch noch pünktlich zur Bundestagswahl – die Chance haben, hier Einfluss zu nehmen. Einige Medien witzelten am Tag nach #DeineWahl darüber, dass die Jugend sich mal wieder überhaupt nicht für Politik interessiert. Dass das Interview durchgängig banal, die ganze Veranstaltung umsonst war. Dass das Lieblingsemoji der Kanzlerin das einzige sei, was junge Menschen heute interessiert und bewegt.

Aber glaubst Du das?

Hat Ihnen dieser Artikel gefallen?

Dann unterstützen Sie unsere Arbeit auf die denkbar schnellste und einfachste Art: per SMS. Senden Sie einfach eine SMS mit dem Stichwort **Rubikon5** oder **Rubikon10** an die **81190** und mit Ihrer nächsten Handyrechnung werden Ihnen 5,- bzw. 10,- Euro in Rechnung gestellt, die abzüglich einer Gebühr von 17 Cent unmittelbar unserer Arbeit zugutekommen.



Quellen:

(1) <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/de-de/research-study/youtube-creators-studie-glaubwurdig-authentisch-nahbar-1456243916/> (<https://www.thinkwithgoogle.com/intl/de->

[de/research-study/youtube-creators-studie-glaubwuerdig-authentisch-nahbar-1456243916/](https://www.research-study.com/youtube-creators-studie-glaubwuerdig-authentisch-nahbar-1456243916/))

(2) <https://www.youtube.com/watch?v=mLOCv3ZcwuQ>

(<https://www.youtube.com/watch?v=mLOCv3ZcwuQ>)

(3) <http://www.indiskretionehrensache.de/2015/07/leflroid-angela-merkel/>

(<http://www.indiskretionehrensache.de/2015/07/leflroid-angela-merkel/>)

(4)

<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/511076/umfrage/anteil-der-nutzer-von-youtube-nach-altersgruppen-in-deutschland/>

(<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/511076/umfrage/anteil-der-nutzer-von-youtube-nach-altersgruppen-in-deutschland/>)

(5) <https://www.youtube.com/user/OGGtvComedy/about>

(<https://www.youtube.com/user/OGGtvComedy/about>)

Dieser Artikel erschien bereits auf www.rubikon.news.



Aaron Richter, Jahrgang 1998, ist Lehramtsstudent und Freigeist. Er arbeitet als Nachhilfelehrer und Übersetzer. Im Jahr 2017 gründete er die Jugendredaktion; unter seiner Leitung erschienen bislang weit über 500 Artikel. Sein Engagement bei Manova gilt der Kultivierung eines humanistischen Miteinanders, eines wahrhaftigen Diskurses und einer lebenswerten Umwelt. Wiederkehrende Themen sind Gesellschaftspolitik, Medienkritik und Historisches. Er schreibt für die Kolumne „[Junge Federn](#)“

<https://www.manova.news/kolumnen/junge-federn>“.

Dieses Werk ist unter einer **Creative Commons-Lizenz (Namensnennung - Nicht kommerziell - Keine Bearbeitungen 4.0 International**

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.de>) lizenziert.

Unter Einhaltung der Lizenzbedingungen dürfen Sie es verbreiten und vervielfältigen.