

SCHWEIZER PARTEIEN AUF INSTAGRAM UND TIKTOK

WELCHE SOCIAL-MEDIA-STRATEGIEN IM ABSTIMMUNGSKAMPF WIRKLICH WIRKEN

FRAGESTELLUNG & AUSGANGSLAGE

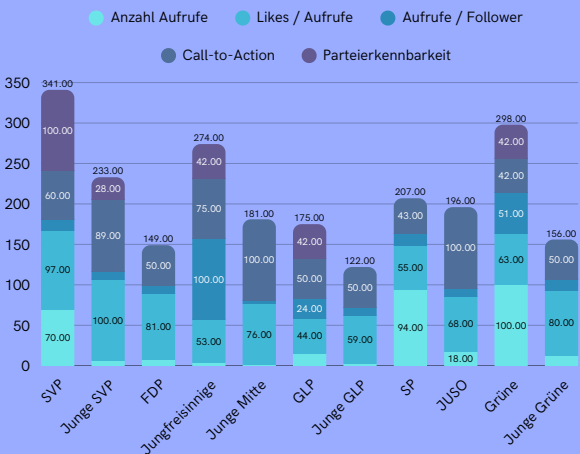
Soziale Medien haben sich zu einem zentralen Instrument politischer Kommunikation entwickelt. Im Abstimmungskampf ermöglichen Plattformen wie Instagram und TikTok eine direkte, schnelle und kostengünstige Ansprache der Stimmberechtigten.

Diese Maturaarbeit befasst sich damit, wie Schweizer Parteien Social Media im Abstimmungskontext nutzen und welche Strategien dabei besonders wirkungsvoll sind. Dabei werden folgende Forschungsfragen untersucht:

- **Wodurch zeichnet sich eine effektive Social-Media-Strategie aus?**
- **Welche Schweizer Partei hat die effektivste Social-Media-Strategie bei der Abstimmung über einen möglichen Autobahnausbau im November 2024?**

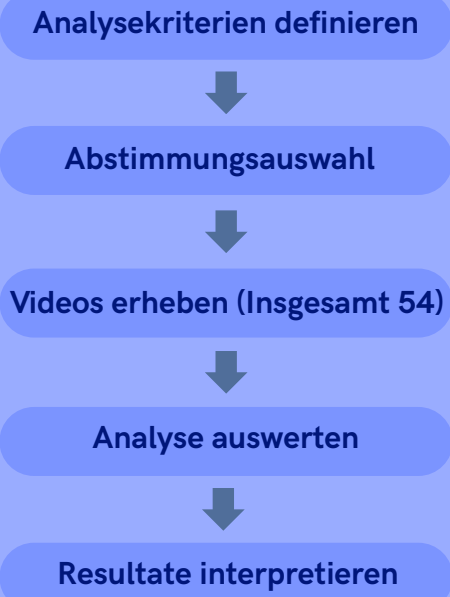
RESULTATE & ERKENNTNISSE

Die Analyse zeigt Unterschiede zwischen den Social-Media-Strategien der untersuchten Parteien. Dabei wird deutlich, dass nicht allein die Reichweite entscheidend ist, sondern das Zusammenspiel mehrerer strategischer Faktoren. Im Gesamtvergleich erzielt die SVP im angewendeten Punktesystem die höchste Bewertung.



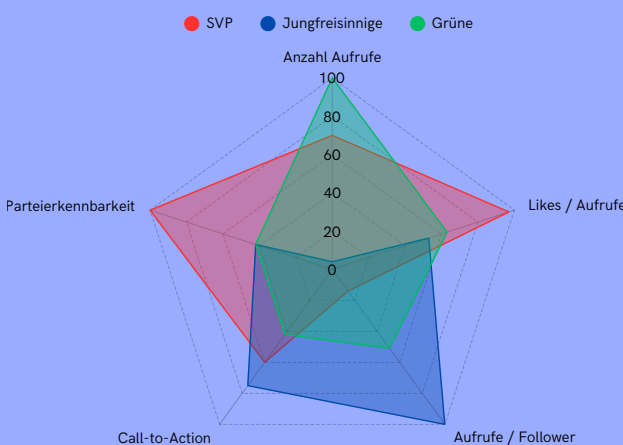
VORGEHEN & METHODE

Untersucht wird die Social-Media-Kommunikation von Schweizer Parteien im Zusammenhang mit der Bundesabstimmung zum Autobahnausbau vom November 2024. Dabei werden Inhalte der offiziellen Hauptaccounts von Mutter- und Jungparteien berücksichtigt.



TOP 3 PARTEIEN IM VERGLEICH

- 🥇 **SVP:** höchste Gesamtpunktzahl
→ hohe Reichweite, hohe Wiedererkennbarkeit
- 🥈 **Grüne:** konstante Gesamtleistung
→ ausgewogene Kriterienwerte
- 🥉 **Jungfreisinnige:** hohe Effizienz
→ starkes Aufrufe/Follower-Verhältnis



ANALYSEKRITERIEN

Die Bewertung der Social-Media-Strategien erfolgt anhand von fünf Kriterien:

Anzahl Aufrufe: Dieses Kriterium zeigt, wie viele Personen mit einem Video erreicht werden, und dient als quantitative Basis für die weiteren Kriterien.

Likes / Aufrufe: Das Verhältnis zwischen Likes und Aufrufen gibt Auskunft darüber, wie positiv und wirkungsvoll ein Video von den Zuschauenden wahrgenommen wird.

Aufrufe / Follower: Dieses Verhältnis zeigt, wie aktiv und wirksam die Community eines Accounts ist und ob Inhalte auch über die eigene Followerschaft hinaus Reichweite erzielen.

Call-to-Action: Mit diesem Kriterium wird geprüft, ob ein Video nicht nur informiert, sondern die Zuschauenden klar und direkt zu einer konkreten politischen Handlung auffordert.

Erkennbarkeit der Partei: Dieses Kriterium misst, wie deutlich eine Partei durch wiederkehrende visuelle oder inhaltliche Elemente als Absender ihrer Social-Media-Inhalte erkennbar ist.

FAZIT & BEDEUTUNG

Social Media hat die politische Kommunikation im Abstimmungskontext grundlegend verändert. Entscheidend ist nicht allein die Reichweite, sondern eine konsistente, erkennbare und strategisch geplante Kommunikation. Parteien, die diese Faktoren kombinieren, erzielen eine deutlich höhere Wirkung.

Maturaarbeit im Fach Geschichte
Jaro Lanfranconi, betreut von Yves Keller
Kantonsschule Reussbühl, Luzern, 2025

Quelle: Lanfranconi, Jaro: Schweizer Parteien auf Instagram und TikTok, 2025