

Parteien im YouTube-Check: Regierung blass, AfD mobilisiert die Massen

- ***Untersuchung ergibt: Die AfD führt den politischen Diskurs auf der größten Videoplattform an und belegt knapp 97 Prozent des „Share of Voice“***
- ***Videos der AfD werden mehr als 60-mal so oft angesehen wie die der Regierungsparteien zusammen***

Hamburg, den 09. August 2023 – Die Bundesregierung im Jahrestief, die AfD im Allzeithoch. Diese politischen Verhältnisse werden auch auf YouTube deutlich. Während es der AfD gelingt, die Massen zu mobilisieren, fristen die Kanäle der regierenden Parteien ein Schattendasein auf der größten Videoplattform der Welt. Die AfD betreibt gleich zwei große YouTube-Kanäle mit jeweils 213.000 und 336.000 Subscribern. Zusammengerechnet wurden die Videos beider Kanäle im ersten Halbjahr 2023 62,6 Millionen Mal angesehen, die von SPD, Grünen und FDP erhielten zusammen nicht einmal eine Million Klicks. Noch deutlicher wird der Unterschied bei der Zuschauerinteraktion: Die AfD erzielt mit ihrem Content pro Video Tausende von Interaktionen wie Likes, Kommentare und Shares (AfD TV: Durchschnittlich 2.700, AfD Fraktion: 4.087). Die SPD dagegen lediglich 40. Wenig verwunderlich, dass die AfD den politischen Diskurs auf der Plattform klar mit 97 Prozent der gesamten Aufrufe beherrscht. Dies sind die Kernergebnisse einer Untersuchung der Youtube-Agentur Klein aber. Dabei wurden die YouTube-Kanäle der größten deutschen Parteien im ersten Halbjahr 2023 auf die wichtigsten Indikatoren wie Abonnent:innen-Zuwachs, Klickzahlen und Interaktionsrate hin untersucht und qualitativ sowie quantitativ bewertet.

Das schlechte Abschneiden der Parteien überrascht, da YouTube eine der größten Social-Media-Plattformen und damit ein wichtiger Kanal für die Politik ist. Bei den 14- bis 29-Jährigen erreicht sie fast jeden (95 %), bei den 30- bis 49-Jährigen nutzen sie drei von vier der Befragten mindestens einmal im Monat. Für Parteien also optimal, um eine größtmögliche Zielgruppe zu erreichen und ihre Botschaften „unters Volk zu bringen“. Umso verblüffender, dass bei den meisten Parteien keine klare Youtube-Strategie zu erkennen ist.

Ergebnisse im Detail:

Die AfD hat mit ihren beiden Hauptkanälen und zusammen 549.000 Subscribern die bei Weitem größte Reichweite (zum Vergleich: CDU: 18.000, SPD: 22.000, Grüne: 26.000). Seit Anfang des Jahres konnte die AfD über ihre beiden Kanäle 60.000 zusätzliche Follower für sich gewinnen. Damit liegt die Partei mit weitem Abstand auf Platz eins des YouTube-Checks.

Die restlichen untersuchten Parteien liegen abgeschlagen dahinter. Sie erreichen lediglich knapp 1.000 Views pro Video und erzeugen minimale Interaktionen (Grüne: 16, CSU: 28, FDP: 0). Die CDU befindet sich lediglich auf Grund des schwachen Abschneidens der anderen Parteien auf dem zweiten Rang. Dahinter folgen SPD, die Linke, FDP, CSU und – mit nahezu null Wachstum und Interaktion – der Kanal der Grünen.

Die Gründe für das schlechte Abschneiden der restlichen Parteien sind zahlreich: Teils werden die Basics wie individuelle Thumbnails und aussagekräftige Videotitel nicht beachtet. Meist fehlt es aber an stringenten Formaten, die die Bürger dazu bringen, wiederholt den Kanal zu besuchen. Dies zeigt sich in kaum vorhandenen Click- und Interaktionsraten. Außerdem laden die Parteien monatlich teilweise nur drei Videos hoch (CSU und Grüne), während die AfD auf Masse setzt und 120 Videos postet.

„Die deutschen Parteien werden ihrem politischen Anspruch auf der größten Videoplattform der Welt nicht gerecht“, so Simon Kaiser, Geschäftsführer bei der YouTube-Agentur Klein aber. „Die Gründe für das schlechte Abschneiden sind vielfach: Themen, Regelmäßigkeit und Aufmachung entsprechen nicht dem Standard. Stattdessen wirken die meisten Kanäle wie Resterampen von Video-Content. Hier sollten die Parteien kommunikativ stärker vorangehen und ihre Themen inhaltlich besetzen.“

Studiendesign

Im Zeitraum Januar bis Juni 2023 wurden die offiziellen YouTube-Kanäle der größten deutschen Parteien – gemessen am Wahlergebnis der letzten Bundestagswahl 2021 – SPD, CDU, Grüne, FDP, AfD und die Linke quantitativ und qualitativ untersucht. Dabei wurden Metriken berücksichtigt wie der Zuwachs an Aufrufen und Subscribern, Interaktionen, Regelmäßigkeit der Uploads, grafische Gestaltung und Werte, die Rückschlüsse auf die Qualität und Rezeption der Inhalte zulassen.

Liste der untersuchten Kanäle

AfD: <https://www.youtube.com/@AfDTV>

<https://www.youtube.com/@AfDFraktionimBundestag>

CDU: <https://www.youtube.com/@cdutv>

CSU: <https://www.youtube.com/@csumedia>

Die Grünen: <https://www.youtube.com/@DieGruenen>

FDP: <https://www.youtube.com/@FDP>

Über Klein aber

Klein aber ist Deutschlands führende YouTube-Agentur und Deutschlands einzige Agentur für Video-Content-Creation, die von YouTube zertifiziert ist. Gegründet 2016

betreut das 80-köpfige Team Marken und Unternehmen wie Kleinanzeigen und Vattenfall und hilft ihnen dabei, selbst zum Influencer zu werden. Für ihre Arbeiten wurde Klein aber bereits mehrfach bei renommierten Wettbewerben ausgezeichnet, u. a. bei der Goldenen Kamera, dem Best of Content, dem Deutschen Digital Award und dem Effie Award Germany. Mehr Informationen auf: www.kleinaber.de

Pressekontakt

Storypark

Markus Mayr

+49-40-239686132

presse@wearestorypark.de

www.wearestorypark.de