

# Regierung wirbt auf Tiktok für Europawahl

Neue Umfrage zeigt: Fast zwei Drittel der Erstwähler wollen wählen – wünschen sich aber mehr Informationen auf allen Kanälen

---

*Kay Müller*

Für Werner Schwarz ist es Neuland. „Ich habe keinen Tiktok-Account“, sagt der Europaminister. Das könnte sich aber bald ändern, denn sein Ministerium will mit einer Digitalkampagne um Erstwähler bei der Europawahl werben. „Wir müssen uns auch auf Instagram und Tiktok positionieren“, sagt der 63-jährige CDU-Politiker. Und das, obwohl oder gerade weil sich insbesondere auf Tiktok radikalere politische Gruppen bewegen. „Ignorieren ist jedenfalls nicht die richtige Wahl.“

Hintergrund der neuen Digitalstrategie, deren Details Schwarz zum Start der heißen Wahlkampfphase nach den Osterferien vorstellen will, ist eine Umfrage, die Studierende an der Fachhochschule für Verwaltung und Dienstleistung in Altenholz bei Kiel mit Bordmitteln erstellt haben – und die es so noch nie gegeben hat. „Die Studie liefert uns wichtige Erkenntnisse, wie man gerade die junge Zielgruppe besser erreichen kann“, sagt Schwarz.

Unter der Leitung der Professoren Alex da Mota Pedrosa und Jochen Beutel haben die Studenten 3500 Schleswig-Holsteiner im Alter zwischen 16 und 17 Jahren befragt. Die Jugendlichen an den allgemeinbildenden und beruflichen Schulen haben die Bögen meist im Unterricht ausgefüllt. „Der Rücklauf war erstaunlich gut“, sagt Beutel.

Bei der jüngsten Europawahl lag die Wahlbeteiligung mit 59,7 Prozent knapp unter dem Bundesdurchschnitt von 61,4. Dieser Wert könnte diesmal bei den 16- und 17-Jährigen in Schleswig-Holstein getoppt werden, die erstmals an einer Europawahl teilnehmen dürfen. Laut der Studie wollen 63 Prozent der Erstwähler zur Wahl gehen. 19 Prozent wollen das nicht, der Rest weiß es nicht. Die Daten unterschieden sich nicht sehr danach, welchen Bildungsabschluss die Schüler anstreben, sagt Pedrosa.

„Auffallend ist, dass eine deutliche Mehrheit der Jugendlichen ein Informationsdefizit wahrnimmt“, erklärt Beutel. Die Schüler wollten mehr Fakten zu Kandidaten und Programmen der Parteien sowie der EU allgemein. „Wichtig wäre es, eine breite Infokampagne zu fahren“, meint Beutel. Denn die Jugendlichen vertrau-



ten besonders den Informationen von Landes- und Bundesregierung sowie den Institutionen der EU. Eine große Überraschung sei gewesen, dass die Schüler sich in erster Linie über klassische Medien informieren, sagt der Wissenschaftler. „Facebook und Nachrichtendienste wie X spielen dabei kaum eine Rolle.“ Die Jugendlichen würden aber vor allem Videos als Informationsquelle nutzen. Und je jünger sie sind, desto wichtiger sei ihnen Tiktok als Informationsquelle. „Deswegen wäre es wichtig, möglichst unterschiedliche Kanäle zu bespielen, um auch unterschiedliche Menschen zu erreichen“, sagt Beutel. Das will Schwarz nun mit seiner Digitalstrategie tun, für die es prompt Kritik von der oppositionellen SPD gibt. „Wir fragen uns schon, ob für die Idee, vor allem digital und in den sozialen Netzwerken zu werben, wirklich eine 105 000 Euro teure Kampagne notwendig ist“, sagt der Abgeordnete Marc Timmer. Die Landesregierung sei in der Europapolitik „ziemlich einfallslos“.

Schwarz will jedenfalls nicht nur auf die digitalen Auftritte setzen. Denn Beutel sagt: „Für die Jugendlichen ist die Schule ein wichtiger Ort der politischen Bildung.“ Über 60 Prozent der Befragten wünschten sich mehr Informationen über die EU und die Europawahl im Unterricht. Dabei hält eine Mehrheit der Schüler ihre Lehrer für vertrauenswürdig.

Deswegen will Schwarz auch Infoveranstaltungen und Planspiele an Schulen vor der Europawahl am 9. Juni weiter ausbauen – auch wenn 69 Prozent der befragten Jugendlichen angeben, dass sie sich vor allem bei Freunden und Familie über die Europawahl informieren. Nur zwölf Prozent machen das nicht.

Schwarz will die Wahlbeteiligung jedenfalls steigern, indem er den Jugendlichen ein niedrigschwelliges und strukturiertes Informationsangebot macht – etwa auf der Internetseite: [www.europanews-sh.eu](http://www.europanews-sh.eu). Aber wird der Minister deshalb nun auch selbst ein Tiktok-Star? Werner Schwarz lacht nur und sagt dann: „Das werden die Klick-Zahlen zeigen.“

*Die Studie gibt es auch zum Herunterladen: <https://bit.ly/3TAlIQQ>*

---