

#WahlWasDichBewegt

SHARE oder LIKE?

Unterrichtsmaterial zur Vorbereitung
auf die Bürgerschaftswahl 2025.
Fachbereich: Mathematik



**DEIN HAMBURG.
DEINE KANDIDIERENDEN.
DEINE WAHL.**



Bürgerschaftswahl am **2. März.**

Was macht die Hamburgische Bürgerschaft?

Die Hamburgische Bürgerschaft ist das Landesparlament der Freien und Hansestadt Hamburg. Sie hat die Aufgabe, Gesetze zu beschließen, den Haushalt zu kontrollieren und den Ersten Bürgermeister oder die Erste Bürgermeisterin zu wählen. Die Bürgerschaft vertritt die Interessen der Hamburger:innen und ist somit der zentrale Ort der Demokratie in Hamburg.

Warum ist sie so wichtig für die Stadt Hamburg?

Die Bürgerschaft entscheidet über Themen, die das tägliche Leben der Bürger:innen beeinflussen, wie Bildung, Verkehr, Sicherheit und soziale Gerechtigkeit. Ihre Entscheidungen haben direkte Auswirkungen auf die Lebensqualität in der Stadt.

Unsere Wahlmotivationskampagne: #WählWasDichBewegt

Die vorliegenden Unterrichtsmaterialien wurden Ihnen im Rahmen unserer Wahlmotivationskampagne unter dem Motto **#WählWasDichBewegt** zur Verfügung gestellt. Der Grundgedanke dieser Kampagne: Jeden Tag treffen wir kleine und große Entscheidungen, mit denen wir uns im Leben positionieren und Haltung zeigen. Fußball oder Hockey? Pub oder Club? Metal oder Musical? Dabei geht es nicht nur um Sport, Ausgehen oder Musik, sondern um etwas viel Größeres. Indem wir wählen, was uns bewegt, zeigen wir, wer wir sind.

Das Unterrichtsmaterial

Lassen Sie sich gerne von unseren Unterrichtsmaterialien inspirieren und wählen Sie, was passend für Ihren Unterricht ist. Weitere Informationen und Empfehlungen zur Integration in den Unterricht finden Sie auf den folgenden Seiten.

In dieser Unterrichtseinheit werden die Schüler:innen die Wahlen zur Hamburgischen Bürgerschaft im Kontext der **modernen politischen Kommunikation** kennenlernen.

Ein zentraler Aspekt der heutigen politischen Kommunikation ist die Nutzung von sozialen Medien, insbesondere Plattformen wie Instagram und TikTok. Diese Kanäle bieten Politiker:innen die Möglichkeit, ihre **Botschaften direkt an die Wähler:innen** zu kommunizieren und ihre Präsenz in der Öffentlichkeit zu stärken. In dieser Einheit werden die Schüler:innen die Social-Media-Auftritte der fünf Spitzenkandidierenden analysieren und deren Erfolg anhand mathematischer Kennzahlen bewerten.

Integration in den Unterricht

Die Einheit ist so aufgebaut, dass sie grundsätzlich in einer 45-minütigen Stunde durchgeführt werden kann. Sofern die zeitlichen Kapazitäten es zulassen, möchten wir Sie jedoch ermutigen, die Einheit auf eine Doppelstunde zu erweitern. Die Aufgaben können sowohl in Kleingruppen als auch in Einzelarbeit bearbeitet werden.



Aufgabe 1: Identifikation der Spitzenkandidierenden

Identifikation der Spitzenkandidierenden der in der Hamburgischen Bürgerschaft vertretenen Fraktionen und Recherche ihrer jeweiligen **Social-Media-Präsenzen**.

-> Lösung siehe Anhang.

Aufgabe 2: Recherche und Berechnung der Likes, Shares und Kommentare

Recherche und Berechnung der durchschnittlichen Anzahl von **Likes, Shares und Kommentaren** aller im laufenden Kalenderjahr geposteten Beiträge auf den einzelnen Plattformen.

-> Zuteilung einer Partei bzw. eines Spitzenkandidierenden notwendig.

-> Zuteilung einzelner Plattformen empfehlenswert.

Aufgabe 3: Bestimmung Interaktion, also der Engagement Rate

Berechnung der Interaktion, also der **Engagement Rate** für je einen Beitrag auf jeder Plattform.

-> Zuteilung einer Partei bzw. eines oder einer Spitzenkandidierenden notwendig.

-> Zuteilung einzelner Plattformen empfehlenswert.

Definition Engagement-Rate:

Die Engagement Rate ist eine Kennzahl zur Bewertung der durchschnittlichen Anzahl von Interaktionen, die Social-Media-Inhalte pro Follower:in erhalten. Als allgemeine Faustregel gilt eine Engagement Rate von 3 % oder mehr als gut, während eine Engagement Rate von 6 % oder mehr als ausgezeichnet gilt.

$$\text{Engagement Rate} = \frac{\text{Likes} + \text{Shares} + \text{Kommentare}}{\text{Follower}} \times 100$$

Beispielrechnung:

Ein Profil hat 24.495 Follower:innen auf Instagram, der zu analysierende Beitrag hat 1.225 Likes, 66 Kommentare und wurde 208-mal weiter verschickt (hat also 208 „Shares“).

$$1.225 + 208 + 66 = 1.499$$

$$1.499 / 24.495 = 0,0612$$

$$0,0612 \times 100 = 6,12$$

Antwort: Die Engagement Rate für diesen Beitrag beträgt **6,12**.



Vergleich und Diskussion der Ergebnisse

Im nächsten Teil der Stunde können die Ergebnisse innerhalb von Kleingruppen oder im gesamten Klassenverband interpretiert, verglichen und diskutiert werden. Mögliche Fragen für die Diskussion:

- Ausgehend von den **ermittelten Kennwerten**: Was sind besonders beliebte Beiträge? Welche Beiträge performen auffallend schlecht? Warum sind bestimmte Parteien bzw. Kandidierende erfolgreicher als andere? Welche Zielgruppen sprechen sie möglicherweise an?
- Was ist wichtiger: Follower:innen oder Engagement?
-> Das ist natürlich Auslegungssache, aber generell lässt sich sagen:
wenig Follower:innen, viel Engagement > viele Follower:innen, wenig Engagement.
- Neben bestehender Bekanntheit bzw. Beliebtheit („Follower:innen“), welche Faktoren könnten außerdem entscheidend für den Erfolg einer Social-Media-Präsenz sein?
-> z. B. Qualität der Aufbereitung/Produktion, Verständlichkeit, Polarisierung der Inhalte, Humor etc.
- Gibt es Unterschiede zwischen den Plattformen? TikTok beispielsweise spielt Inhalte, die Nutzer:innen laut Algorithmus interessieren könnten, sehr prominent über die sogenannte „For-You-Page“ aus, bei Instagram steht der „Home-Feed“ mit den Inhalten und Beiträgen tatsächlich abonniertes Kanäle im Fokus [Ausnahme: Instagram Reels]. Hat das ggf. Auswirkungen auf die Art der Beiträge auf den Plattformen?
-> ggf. mehr polarisierende Inhalte und stark verkürzte Inhalte auf TikTok im Gegensatz zu z. B. LinkedIn?
- Wie sinnvoll ist die Kommunikation auf Social Media für Politiker:innen im Allgemeinen?
Welche Plattformen bieten sich am ehesten an?
- Gibt es auch Gefahren bei der Nutzung von Social-Media-Plattformen?
-> z. B. mangelnde Moderation der Kommentarspalte, große Reichweite für polemische oder populistische Inhalte, verkürzte Darstellung komplexer Inhalte.



Anlage 1

Wo sind die zur Berechnung notwendigen Werte zu finden?

Instagram



Profil

1. Gesamtzahl der **Follower:innen**

Beitrag

2. Gesamtzahl der erhaltenen **Likes**

3. Gesamtzahl der **Kommentare**

4. Gesamtzahl der **Shares**

TikTok



Profil

1. Gesamtzahl der **Follower:innen**

2. Gesamtzahl der **Likes**

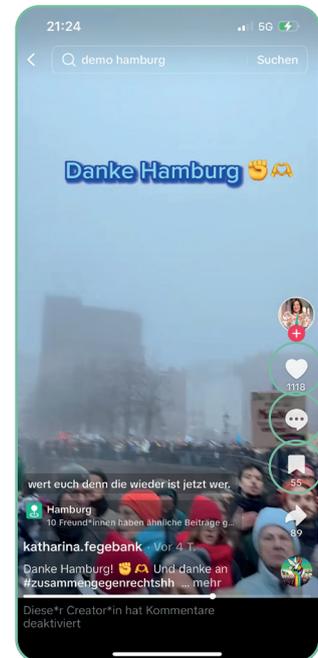
3. Views eines **Beitrags**

Reel

4. Gesamtzahl der erhaltenen **Likes**

5. Gesamtzahl der **Kommentare**

6. Gesamtzahl der **Shares**



Facebook



Profil

1. Gesamtzahl der **Follower:innen**

Beitrag

2. Gesamtzahl der **Reaktionen („Likes“)**

3. Gesamtzahl der **Kommentare**

4. Gesamtzahl der **Shares**



LinkedIn



Profil

1. Gesamtzahl der **Follower:innen**

Beitrag

2. Gesamtzahl der **Reaktionen („Likes“)**

3. Gesamtzahl der **Kommentare**

4. Gesamtzahl der **Shares**



Spitzenkandidat:innen der aktuell in der Hamburgischen Bürgerschaft vertretenen Fraktionen sowie deren Social-Media-Präsenzen

1. Peter Tschentscher (SPD)

Instagram: @peter.tschentscher

TikTok: –

LinkedIn: Peter Tschentscher

2. Katharina Fegebank (Die Grünen)

Instagram: @katharina_fegebank

TikTok: @katharina.fegebank

LinkedIn: Katharina Fegebank

3. Dennis Thering (CDU)

Instagram: @dennisthering

LinkedIn: Dennis Thering

4. Cansu Özdemir (Die Linke)

Instagram: @cansuoezdemir

TikTok: cansu.oezdemir

5. Dirk Nockemann (AfD)

Instagram: @dirknockemann2024

TikTok: –

Facebook: Dirk Nockemann AfD

Impressum

Bürgerschaft der Freien und Hansestadt Hamburg
Rathausmarkt 1 | 20095 Hamburg
Telefon: 040 428 31-1321
E-Mail: wahlkampagne@bk.hamburg.de

Ansprechpartnerin

Josephine McHardy
Bürgerschaftskanzlei
Protokoll, Veranstaltungen und Gästebetreuung
Rathausmarkt 1 | 20095 Hamburg
Tel.: +49 040 42831-1321
E-Mail: josephine.mchardy@bk.hamburg.de