

Der junge Münchner Robert Karo erklärt Politik online – und erreicht damit Millionen. Im AZ-Interview spricht er über Antrieb, Arbeitsalltag und das, was die Politik auch in München in Sachen Social Media noch lernen muss

Politische Inhalte verbreiten sich heute längst nicht mehr nur über klassische Medien. Neben Zeitung, Radio und Fernsehen spielen soziale Medien eine immer wichtigere Rolle. Einer, der diese Entwicklung nutzt, ist Robert Karo (28). Mit seinen kurzen Videos über Politik und Gesellschaft erzielt der Münchner eine enorme Reichweite.

Die AZ hat mit dem jungen Münchner gesprochen und ihn gefragt, wie er so erfolgreich wurde – und wie es sich anfühlt, für viele, vor allem jüngere Menschen, die erste Informationsquelle zu sein.

”

Hab am Flughafen die Ansagen am Gate gemacht

“

AZ: Auf Instagram nennen Sie sich „robertkaro“, auf Tiktok heißt Ihr Kanal „privatbert“. Sie laden dort Videos zu Themen hoch, die die Menschen bewegen. Mittlerweile verdienen Sie Geld damit. Wie sind Sie dazu gekommen, politische Videos im Internet zu posten?

ROBERT KARO: Ich bin sehr zufällig in die Medienbranche gerutscht. Nach dem Abi wollte ich eigentlich Pilot werden und habe einen Job am Münchner Flughafen angenommen. Ich habe dort total gerne die Ansagen am Gate gemacht, obwohl das gar nicht mein Job war. Da hätte ich eigentlich schon wissen müssen, dass das was für mich ist – zu Leuten zu sprechen mit einem Mikrofon. Später habe ich dann ein Studium angefangen und bin nebenbei bei dem Uni-Radio M94.5 gelandet. Direkt am ersten Tag habe ich gemerkt, dass das voll mein Ding ist.

Und wie kam der Schritt von Radio zu Social Media?

Ein Tiktok-Video ist ja am Ende des Tages nicht viel anders als eine Radiomoderation, nur dass man sein Gesicht dazu filmt, und dass man sich ein bisschen spannendere Themen aussucht. Es gehört bestimmt noch mehr dazu, um damit erfolgreich zu sein.

Ja, das stimmt. Ich bin da sehr analytisch rangegangen. Denn wenn du alles nur nach dem Bauchgefühl machst, ohne eine Ahnung zu haben, was genau Tiktok-Videos erfolgreich macht, dann ist es ein Stochern im Dunkeln.

Ihre Taktik scheint zu funktionieren. Ihre Videos erreichen ein Millionenpublikum. Wie viel verdient man damit?

Bei Tiktok bekommt man pro Tausend Zuschauer einen gewissen Betrag. Aktuell sind das 35 oder 40 Cent. Als ich angefangen habe, waren es noch 81 Cent.

Was war das meiste, das Sie mit einem einzigen Video verdient haben?

Das waren 1200 US-Dollar.



Robert Karo (28) in seinem gewohnten Setting. Beinahe täglich veröffentlicht der Münchner ein Video im Internet, in dem er über aktuelle politische oder gesellschaftliche Themen spricht. Millionen sehen und hören ihm zu.

Foto: Screenshot/robertkaro

#### AZ-INTERVIEW mit Robert Karo

Seine Videos zu politischen Themen machten ihn im Internet bekannt. Robert Karos Clips werden millionenfach geklickt. Mit bürgerlichem Namen heißt er eigentlich anders. Doch seit der 28-Jährige im Netz Drohungen erhält, geht er vorsichtig mit seinem Namen in der Öffentlichkeit um.

#### Worum ging es da?

Das war infolge der Wiesn-Überfüllung. Da hatte der Wiesn-Chef dieses Zitat gedroppt (Anm. d. Red.: „rausgehauen“), es wäre wie ein Sommergewitter gewesen. Das habe ich als Aufhänger genutzt. Ich fand, dass das der falsche Ton war für so eine Lage.

#### Wie viele Aufrufe erreichte der Clip?

Auf Tiktok 3,3 Millionen. 3,3 Millionen Aufrufe und „nur“ 1200 Dollar – da könnte man als Außenstehender durchaus mehr erwarten.

Ja, das große Geld macht man auf Tiktok nicht mit Klicks. Aber zumindest bezahlt Tiktok die Content Creator. YouTube Shorts bezahlt zwar auch etwas, aber wahnsinnig wenig. Und Instagram bezahlt gar nichts. Also mit der Bekanntheit kam nicht automatisch das große Geld?

Nein, aber es bietet mir immerhin ein Einkommen, von dem ich leben kann.

Viele informieren sich heute über soziale Medien statt über klassische Nachrichten. Wie finden Sie es, dass Ihre Videos für manche der erste Kontakt mit einem Thema sind?

Grundsätzlich fantastisch. Es ist mir lieber, wenn sie von mir die Infos bekommen, als von irgendeiner AfD-Seite. Plus: Ich bin natürlich auch von mir überzeugt, dass ich die perfekte Meinung und auch die perfekte Recherche habe. Das ist jetzt überzogen gesagt. Ein bisschen seriöser ausgedrückt: Ich glaube tatsächlich, dass ich im Vergleich zu anderen eher linken politisch aktiven Accounts schon sehr recherchelastig arbeite.

In den Kommentaren gibt es nicht nur Zustimmung. Stört Sie Kritik im Internet oder lassen Sie das nicht an sich heran?

Eigentlich will man zu 100 Prozent Zustimmung. Ich trage auch den Take in mir (Anm. d. Red.: „bin davon überzeugt“), dass jede Person, die sich online als Content Creator vor einer Kamera äußert, mindestens ein bisschen narzisstische Züge hat. Es braucht ja schon eine gewisse ausufernde Art, von dir selber überzeugt zu sein, dass du deine Meinung so geil findest, dass sie der Rest der Welt auch noch hören sollte.

Schließen Sie sich da mit ein? Ja, zu 100 Prozent. Abgesehen davon, dass es Ihnen ein gutes Gefühl gibt, wenn Menschen durch Sie ihre ersten Infos bekommen – finden Sie es auch problematisch, wenn einige ihr Wissen zu einem großen Teil aus den sozialen Medien erfahren? Oder sollte man diese

#### Entwicklung akzeptieren?

Beides. Einerseits finde ich es hundertprozentig problematisch, dass es so ist. Ich sehe das auch bei meinen Videos, dass manche Leute wirklich die banalsten Fragen drunter kommentieren. Wo für mich dann die schockierende Erkenntnis ist: Die Leute sind wirklich zu dumm geworden zum Googeln. Gleichzeitig ist es aber keine individuelle Schuld, sondern ein systemisches Problem. Den Leuten wird nicht genug Medienbildung an die Hand gegeben. Meiner Meinung nach sollte Deutschland da massiv Geld investieren.

Und andererseits? Andererseits sollte man die Entwicklung hin zu sozialen Medien auch akzeptieren. Das Kind ist schon in den Brunnen gefallen. Es bringt wenig, sich ewig darüber aufzuregen, dass der Umstand so ist, wie er ist. Man sollte jetzt das Beste daraus machen.

#### Finden Sie, dass die Politik das tut?

Nein, ich finde, viele Politiker stellen das so dar, als wäre das ein Teil ihrer Arbeit, den sie halt machen müssen. Das finde ich erstens ein bisschen abschätzig und zweitens auch falsch. Das ist ja keine spezielle Zusatzaufgabe, sondern die Kommunikation mit der Wählerschaft, mit dem Volk. Grundsätzlich verstehe ich nicht, warum nicht viel mehr Politiker diese Chance nutzen. Man hat ja bei der Lin-

ken, mit Heidi Reichinnek und Jan van Aken, gesehen, dass ein gut gemachter Online- und Social-Media-Wahlkampf richtig was bewirken kann.

#### Bei einigen Parteien ist also noch Luft nach oben?

Absolut. Klar ist es für Parteien, die radikalere Lösungen bieten, einfacher, online Leute zu beeinflussen. Und natürlich ist es auch einfacher, wenn man noch nie in Regierungsverantwortung war, eine krasse Fundamentallopposition einzunehmen. Aber es ist trotzdem eine der größten Chancen, Zielgruppen zu erreichen.

#### Ihrer Meinung nach nehmen einige Parteien die Herausforderung also nicht an?

Ja, ich mag diese stiefmütterliche Art nicht, mit der Contentproduktion in der Politik oft behandelt wird. Ich war erst letztes auf einer SPD-Veranstaltung: Da herrscht so eine Losermoralität von wegen „Wir können dieses Feld sowieso nicht gewinnen, dann müssen wir es auch gar nicht erst so stark bespielen“.

#### Eine unbegründete Sorge?

Meiner Meinung nach ja. Und ehrlich gesagt verstehe ich im politischen Klima auch nicht, warum es gerade bei den etablierteren Parteien wenig Zuneigung zu Bissigkeit gibt. Kein Faible dafür, auch mal mit rhetorisch scharfer Zunge aufzutreten. Da heißt es: „Oh, das stachelt die Leute nur auf, das heizt an.“ Nein, das sorgt für eine Vermittlung von Politik in Bevölkerungsschichten, die sich sonst nicht für Politik interessieren würden.

Wie bewerten Sie den Social-Media-Auftritt von Dieter Reiter (SPD)? Der Oberbürgermeister ist in den vergangenen Monaten deutlich aktiver geworden.

Ich muss gestehen, dass ich Dieter Reiter auf Social Media noch nicht so wahrgenommen habe. Was, finde ich, eine Wertung in sich ist. Mag sein, dass sie bei ihrer Social-Media-Arbeit angezogen haben, aber bis dato noch nicht soviel, dass er mir mal in die Timeline gespült (Anm. d. Red.: „auf Social Media angezeigt“) worden wäre. Das kann natürlich auch an Präferenzen liegen, aber ich sag mal so: Wenn ich schon Content von Dominik Krause mitbekommen habe – und sogar von Clemens Baumgärtner –, denke ich mir, dass Dieter Reiter eine faire Chance gehabt hätte.

#### Sie haben schon etliche Politik-Videos gedreht – wie viel Arbeit steckt hinter so einem Clip?

Der Produktionsprozess ist eigentlich nicht aufwendig. Alle Tools, die ich dafür brauche, sind mein Handy, ein Ansteckmikrofon und ein Ringlicht für die Beleuchtung. Für die Recherche brauche ich zwei bis drei Stunden. Und ich lese über den Tag ultraviel – das habe ich aber schon gemacht, bevor ich Videos gedreht habe. Es war immer ein Hobby von mir, nachrichtlich top informiert zu sein. Man muss also ehrlich sagen, dass ich nicht hart arbeite. In der Regel versuche ich, ein Video pro Tag zu machen – das zeigt ja schon: Es kann gar nicht so aufwendig sein.

#### Wenn wir auf die Inhalte Ihrer Videos blicken: Viele greifen lokale Themen auf. Wie verändert sich dadurch die Reichweite – gerade im Vergleich zu überregionalen Inhalten?

Tatsächlich gehen Lokalthemen oft wesentlich besser als bundespolitische Dinge, die für Leute greifbar sind – auch wenn sie nicht direkt in ihrer Nachbarschaft passiert sind, aber hätten passieren können –, sind näher an der Lebensrealität als irgendein bundespolitischer Koalitionsstreit. Lokalthemen sind also wahnsinnig gut, um an ihnen ein Spannungsfeld zu zeigen, das es in vielen anderen Städten auch gibt.

#### Haben Sie dazu ein Beispiel?

Für München habe ich das bei Immobilienthemen gemacht: dieses Zusammenspiel, bei dem wohlhabende Leute gegen weniger wohlhabende arbeiten

”

An alle Münchner Späti-Betreiber: Euch braucht es

“

und sich zunehmend segregieren. Das gibt es in vielen Städten. München ist da nur eine Stadt, in der das besonders krass sichtbar ist. Ähnlich ist es beim Thema Lärm. Das habe ich in München auch zweimal aufgegriffen. Einmal bei den Spätis im Univiertel, einmal beim Lärmstreit rund ums Grünwalder Stadion. Auch das sind Themen, die es in anderen Städten in sehr ähnlicher Form gibt.

#### Was war Ihr Standpunkt in den beiden Videos zum Lärm?

Ich habe kein Verständnis für Leute, die neben ein Stadion ziehen, obwohl sie wissen, dass da ein Stadion ist, und sich dann über Lärm beschweren. Was anderes wäre es, wenn man das Stadion neu baut. Aber das Grünwalder Stadion steht nun mal seit über 100 Jahren dort. Und das Univiertel ist auch schon ein bisschen länger das Univiertel.

#### Ihre Worte zum Abschluss?

An alle Münchner Späti-Betreiber: Euch braucht es in der Stadt. Interview: Sophia Willibald