Weber Shandwick Wahl im Web Monitor

Bundestagswahl 2009

Zeitraum: 03.02.2009 - 16.02.2009

Top-Themen der letzen 2 Wochen

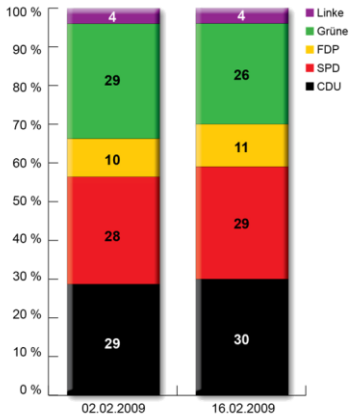
- Richard Williamson
- Verstaatlichung Hypo Real Estate
- Steinmeier greift auf Netzkampagnen zurück
- Krisenmanagement FDP
- US-Außenpolitik

19. Februar 2009

WEBER SHANDWICK
Advocacy starts here.

Aktivitätsindex

Anteil je Partei an der Webaktivität

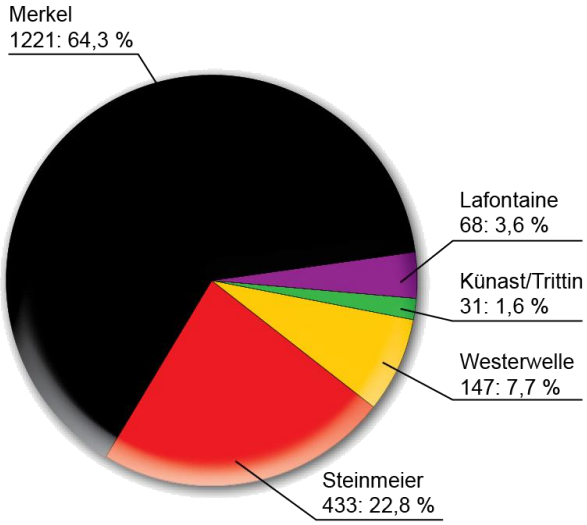


Bis auf Die Linke nutzen alle Parteien das Social Web sehr aktiv. Bemerkenswert ist die grüne Twitteraktivität, die in der Auswertung vom 2. Februar einen Höhepunkt hatte und grundsätzlich gegenüber anderen Parteien sehr weit vorn liegt. Auch die CDU hat den Wert der Kommunikation über Twitter erkannt. Insgesamt ist Twitter derzeit der Kanal mit den stärksten Zuwachsraten und Aktivitäten. Die Linke hat insbesondere auf Facebook zugelegt, ist durch ihre allgemein geringe Aktivität allerdings noch nicht in der Lage sich gegenüber den anderen Parteien im Social Web zu behaupten. Und auch die FDP hat quantitativ betrachtet Nachholbedarf.

PARTEI	CODE/TYPE	02.02.09	16.02.09	+/-
CDU	YouTube | Anzahl Filme	49	52	6,1%
	Twitter | Anzahl Tweets	1.090	1.200	10,1%
	Facebook | Anzahl Kurzmeldungen	2	1	-50,0%
	YouTube | Anzahl Abonennten	372	478	28,5%
	Twitter | Anzahl Follower	1.060	1.216	14,7%
	Facebook | Anzahl Supporter	5.804	6.574	13,3%
	Social Media Score (Summe/1000)	**8,38**	**9,52**	**13,7%**
	Anteil an Webaktivität	**28,6%**	**29,6%**	**3,5%**
SPD	YouTube | Anzahl Filme	101	103	2,0%
	Twitter | Anzahl Tweets	568	897	57,9%
	Facebook | Anzahl Kurzmeldungen	2	1	-50,0%
	YouTube | Anzahl Abonennten	604	634	5,0%
	Twitter | Anzahl Follower	4.211	4.597	9,2%
	Facebook | Anzahl Supporter	2.645	3.099	17,2%
	Social Media Score (Summe/1000)	**8,13**	**9,33**	**14,8%**
	Anteil an Webaktivität	**27,8%**	**29,0%**	**4,3%**
FDP	YouTube | Anzahl Filme	187	194	3,7%
	Twitter | Anzahl Tweets	557	568	2,0%
	Facebook | Anzahl Kurzmeldungen	2	1	-50,0%
	YouTube | Anzahl Abonennten	759	842	10,9%
	Twitter | Anzahl Follower	935	1.167	24,8%
	Facebook | Anzahl Supporter	538	700	30,1%
	Social Media Score (Summe/1000)	**2,98**	**3,47**	**16,6%**
	Anteil an Webaktivität	**10,2%**	**10,8%**	**5,9%**
B'90 Grüne	YouTube | Anzahl Filme	228	237	3,9%
	Twitter | Anzahl Tweets	2.599	1.683	-35,2%
	Facebook | Anzahl Kurzmeldungen	5	0	-100,0%
	YouTube | Anzahl Abonennten	292	321	9,9%
	Twitter | Anzahl Follower	3.096	3.570	15,3%
	Facebook | Anzahl Supporter	2.411	2.657	10,2%
	Social Media Score (Summe/1000)	**8,63**	**8,47**	**-1,9%**
	Anteil an Webaktivität	**29,5%**	**26,3%**	**-10,8%**
Die Linke	YouTube | Anzahl Filme	166	171	3,0%
	Twitter | Anzahl Tweets	0	0	0,0%
	Facebook | Anzahl Kurzmeldungen	6	5	-16,7%
	YouTube | Anzahl Abonennten	292	321	9,9%
	Twitter | Anzahl Follower	0	0	0,0%
	Facebook | Anzahl Supporter	639	870	36,2%
	Social Media Score (Summe/1000)	**1,10**	**1,37**	**23,9%**
	Anteil an Webaktivität	**3,8%**	**4,3%**	**12,7%**

Themenindex

Gesamtzahl der Posts
im Umfeld der Kandidatennennung



Auswertung der Top-Themen nach Spitzenkandidat und Tonalität

Kandidat	Merkel	Steinmeier	Westerwelle	Künast/Trittin	Lafontaine
Posts [und Kommentatoren gesamt]	**1221** [863]	**433** [124]	**147** [59]	**31** [12]	**68** [14]
Thema 1	Kritik an den Piusbrüdern und Richard Willamson [110 K]	Steinmeier greift auf Netzkampagnen zurück [15 K]	Holocaust-leugner Richard Willamson [11 K]	Rhetorisches Auftreten Künast [4 K]	Bundesvision Song-Contest [3 K]
Thema 2	Der Fall Hinrich Rohbohm [59 K]	Problemfall: Kaupthing Bank [11 K]	Krisenmanagement FDP [7 K]	Buchvorstellung „Saubere Sachen" [4 K]	Westerwelle polarisiert mehr als Lafontaine [3 K]
Thema 3	Verstaatlichung Hypro Real Estate [44 K]	Verhöre unter Folter [7 K]	Die politischen Single Charts [6 K]	US-Außenpolitik [2 K]	Lafontaine zur Schaeffler-Pleite [2 K]

positive Tonalität, neutrale Tonalität, negative Tonalität; K = Einzelne Kommentatoren

Bundeskanzlerin Merkel dominiert mit knapp 70% der Gesamt-Posts den Themenindex und wird damit ihrer Stellung als Partei- und Regierungsspitze gerecht. Die klaren Worte von Bundeskanzlerin Merkel gegenüber dem Vatikan in Bezug auf die Piusbrüderschaft und das Thema Richard Williamson haben zu einer hohen Zahl an positiven Kommentaren geführt. Die Diskussion um die Teilverstaatlichung der Hypo Real Estate findet auch in den Kommentierungen ihren Nachhall.

Bei Außenminister Steinmeier steht das Thema Logowettbewerbe zum Wahlkampf (Netzkampagnen) an erster Stelle.

Im Vergleich zur letzen Erhebung ist der Rückgang an Posts bezogen auf FDP-Spitzenkandidat Westerwelle bemerkenswert. Er könnte auf die Rückkehr zur Tagespolitik nach dem Erfolg bei der Hessenwahl zurückzuführen sein. Zudem wird Westerwelle wegen seinen Äußerungen zur freien Marktwirtschaft, insbesondere des Vorschlags zur Auflösung der GKV, in der Diskussion eher negativ gesehen.

WEBER SHANDWICK
Advocacy starts here.

Der **Wahl im Web Monitor** besteht aus zwei Indizes, dem Aktivitätsindex und dem Themenindex.

Der Aktivitätsindex misst die Aktivität von Parteien, deren Spitzenkandidaten und parteinahen Kommentatoren auf YouTube, Twitter und Facebook. Mit dem Social Media Score wird eine gewisse Vergleichbarkeit der Gesamtaktivitäten der jeweiligen Parteien ermöglicht

Auf qualitativer Ebene betrachtet der Themenindex mit Hilfe des Radian6 Social Media Monitoring Tools die Themen aus Blogs, Videos, Bilder und Micromedia, die am stärksten kommentiert werden. Gerade diese Themen sind es, die positives wie auch negatives Involvement der Social Web Community fördern. Mit anderen Worten: Der Themenindex beobachtet welche Themen gut oder schlecht laufen.

Kontakt

Christof Fischoeder
Associate Director
Tel: +49-30 – 20351 - 10
Fax: +49-30 – 20351 - 29
E-Mail: cfischoeder@webershandwick.com

Robert Kirsch
Managing Director
Tel: +49- 40 – 357 460 - 25
Fax: +49- 40 – 357 460 - 88
E-Mail: rkirsch@webershandwick.com

WEBER SHANDWICK
Advocacy starts here.