

# Weber Shandwick Wahl-im-Web-Monitor

## Bundestagswahl 2009

Zeitraum: 17.02. bis 02.03.2009 (14:00 Uhr)



### Top-Themen der letzten 2 Wochen

- Kanzlerin und ZDF-Chefredakteur Brender
- Steinmeiers vergebene Twitter-Chancen
- Neue Positionierung: Logo für Steinmeier
- Steinmeier und der Brief an Opel-Mitarbeiter
- Merkel-Diskussion: Für 4,50 € arbeiten?
- Politischer Aschermittwoch

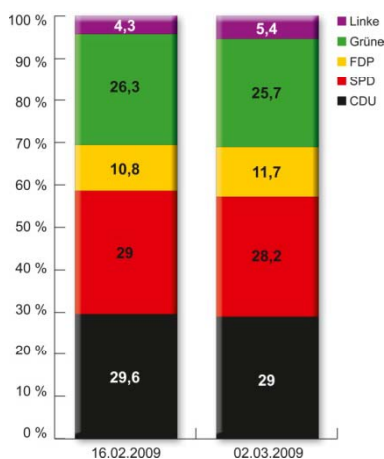
03. März 2009

**WEBER SHANDWICK**

Advocacy starts here.

## Aktivitätsindex

Anteil je Partei an der Webaktivität



Bei allen Parteien ist für die vergangen 14 Tage ein starker Zuwachs in ihrer Webaktivität zu erkennen. Stark gewachsen ist Die Linke mit ca. 47 %. Das liegt vor allem am Twitterprofil „linksfraktion“. Trotzdem hat Die Linke mit nur 5,4 % geringen Anteil an der gesamten Webaktivität der Parteien, hier besteht Optimierungspotenzial.

Vorreiter ist nach wie vor die CDU mit einem Social Media Score von fast 11. Größte Zuwächse waren hier Twitter und YouTube. Die FDP hat Nachholbedarf bei der Aktivität in ihren Kanälen.

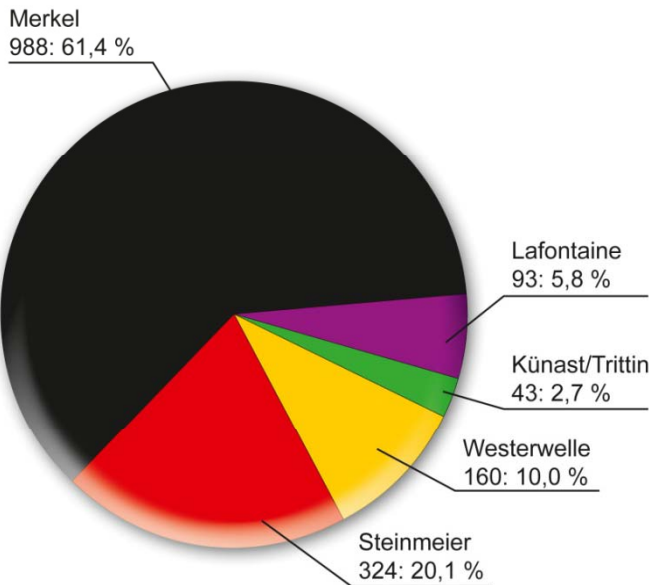
PARTEI	CODE/TYPE	16.02.09	02.03.09	+/-
CDU	YouTube   Anzahl Filme	52	56	7,69%
	Twitter   Anzahl Tweets	1.200	1.004	-16,33%
	Facebook   Anzahl Kurzmeldungen	1	2	100,00%
	YouTube   Anzahl Abonnenten	478	599	25,31%
	Twitter   Anzahl Follower	1.216	1.575	29,52%
	Facebook   Anzahl Supporter	6.574	7.656	16,46%
	<b>Social Media Score (Summe/1000)</b>	<b>9,52</b>	<b>10,89</b>	<b>14,39%</b>
<b>Anteil an Webaktivität</b>	<b>29,6%</b>	<b>29,0%</b>	<b>-1,69%</b>	
SPD	YouTube   Anzahl Filme	103	106	2,91%
	Twitter   Anzahl Tweets	897	1.223	36,34%
	Facebook   Anzahl Kurzmeldungen	1	1	0,00%
	YouTube   Anzahl Abonnenten	634	678	6,94%
	Twitter   Anzahl Follower	4.597	5.046	9,77%
	Facebook   Anzahl Supporter	3.099	3.495	12,78%
	<b>Social Media Score (Summe/1000)</b>	<b>9,33</b>	<b>10,55</b>	<b>13,08%</b>
<b>Anteil an Webaktivität</b>	<b>29,0%</b>	<b>28,2%</b>	<b>-2,76%</b>	
FDP	YouTube   Anzahl Filme	194	198	2,06%
	Twitter   Anzahl Tweets	568	598	5,28%
	Facebook   Anzahl Kurzmeldungen	1	2	100,00%
	YouTube   Anzahl Abonnenten	842	884	4,99%
	Twitter   Anzahl Follower	1.167	1.542	32,13%
	Facebook   Anzahl Supporter	700	1.141	63,00%
	<b>Social Media Score (Summe/1000)</b>	<b>3,47</b>	<b>4,37</b>	<b>25,94%</b>
<b>Anteil an Webaktivität</b>	<b>10,8%</b>	<b>11,7%</b>	<b>8,33%</b>	
B'90 Grüne	YouTube   Anzahl Filme	237	243	2,53%
	Twitter   Anzahl Tweets	1.683	1.783	5,94%
	Facebook   Anzahl Kurzmeldungen	0	2	k.A.
	YouTube   Anzahl Abonnenten	321	340	5,92%
	Twitter   Anzahl Follower	3.570	4.172	16,86%
	Facebook   Anzahl Supporter	2.657	3.088	16,22%
	<b>Social Media Score (Summe/1000)</b>	<b>8,47</b>	<b>9,63</b>	<b>13,70%</b>
<b>Anteil an Webaktivität</b>	<b>26,3%</b>	<b>25,7%</b>	<b>-2,28%</b>	
Die Linke	YouTube   Anzahl Filme	171	173	1,17%
	Twitter   Anzahl Tweets	0	247	k.A.
	Facebook   Anzahl Kurzmeldungen	5	6	20,00%
	YouTube   Anzahl Abonnenten	321	340	5,92%
	Twitter   Anzahl Follower	0	214	k.A.
	Facebook   Anzahl Supporter	870	1.036	19,08%
	<b>Social Media Score (Summe/1000)</b>	<b>1,37</b>	<b>2,02</b>	<b>47,45%</b>
<b>Anteil an Webaktivität</b>	<b>4,3%</b>	<b>5,4%</b>	<b>25,58%</b>	

WEBER SHANDWICK

Advocacy starts here.

## Themenindex

### Gesamtzahl der Posts im Umfeld der Kandidatennennung



### Auswertung der Top-Themen nach Spitzenkandidat und Tonalität

Kandidat					
<b>Posts (und Kommentatoren gesamt)</b>	988 [519]	324 [119]	160 [29]	43 [23]	93 [56]
<b>Thema 1</b>	Kanzlerin Merkel will ZDF-Chefredakteur Brender loswerden [41 K]	Steinmeiers vergebene Twitter-Chancen [17 K]	Vizekanzler Westerwelle [4 K]	Politischer Aschermittwoch der Grünen [3 K]	Frank-Walter Steinmeier zu Oskar Lafontaine [8 K]
<b>Thema 2</b>	Diskussion: Für 4,50 € muss man nicht arbeiten [10 K]	Positionierung: Ein Logo für Frank-Walter Steinmeier [13 K]	Ifo-Geschäftsklima-Index sinkt [3 K]	Kommentar über deutsch-polnisches-Verhältnis [1 K]	Politischer Aschermittwoch der Linken [8 K]
<b>Thema 3</b>	Widerspruch zu „Dresdens Erinnerungstage“ von Thilo Pfennig [10 K]	Offener Brief an alle Opel-Mitarbeiter [12 K]	Die „Finanzkrise“ – nun also doch eine Systemkrise? [3 K]	„Wettretten“ der Parteien zur Wirtschaftskrise [1 K]	Schaeffler, IG Metall und Lafontaine [4 K]
<span style="color: green;">■</span> positive Tonalität, <span style="color: orange;">■</span> neutrale Tonalität, <span style="color: red;">■</span> negative Tonalität; K = Einzelne Kommentatoren					

Im Vergleich zur letzten Erhebung legte die Zahl der Erwähnungen der oppositionellen Spitzenkandidaten deutlich zu. Die Themen mit Bezug zu Bundeskanzlerin und Vizekanzler haben im Verhältnis dazu jedoch mehr Kommentatoren aktiviert.

Das Überthema Wirtschaftskrise wird nur gering kommentiert, der „ZDF-Problemfall Brender“ involvierte die Community am stärksten (41 Kommentatoren). Ebenso erhielt die Diskussion um Arbeit für 4,50 € sowie die Diskussion um die „Dresdner Erinnerungstage“ eine hohe Aufmerksamkeit.

Das Social Web kommentiert sich selbst: Bei den Themen zu Frank-Walter Steinmeier stehen Kommentare zu seinen vergebenen Twitter-Chancen und dem öffentlichen Logo-Wettbewerb im Vordergrund.

Auffällig ist, dass Merkel und Steinmeier im aktuellen Betrachtungszeitraum zunehmend negativ kommentiert wurden. Die Auftritte der Opposition beim Politischen Aschermittwoch führten nur zu wenigen positiven Kommentaren.

## Kontakt

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

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

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.

**WEBER SHANDWICK**

Advocacy starts here.