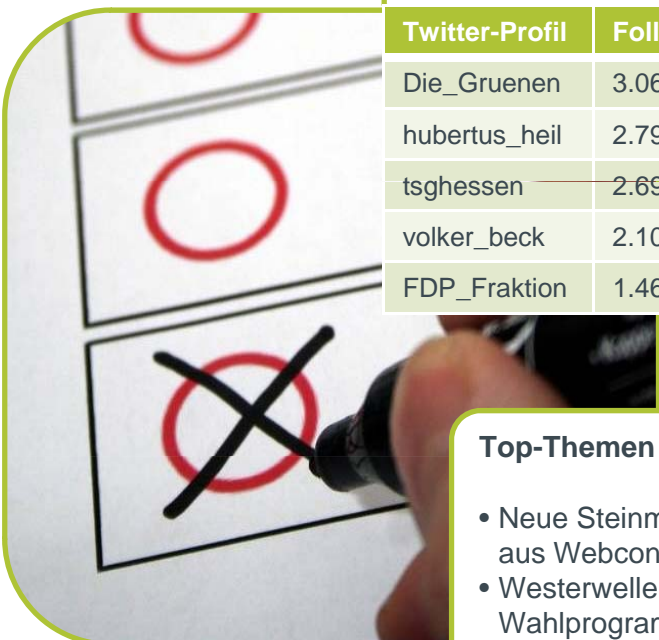


Weber Shandwick Wahl-im-Web-Monitor

Bundestagswahl 2009

Zeitraum: 11.04.2009 bis 24.04.2009



Die Top-Twitterer der letzten 2 Wochen		
Twitter-Profil	Follower	Tweets
Die_Gruenen	3.061	660
hubertus_heil	2.791	155
tsg Hessen	2.695	223
volker_beck	2.102	1.389
FDP_Fraktion	1.461	292

Top-Themen der letzten 2 Wochen

- Neue Steinmeier-Website benutzt Siegerlogo aus Webcontest
- Westerwelle äußert sich zum SPD-Wahlprogramm
- Merkel lehnt drittes Konjunkturpaket ab
- Steinmeier auf Wahlkampf tour
- Spiegel Online verwechselt Steinmeiers Wahlplakate

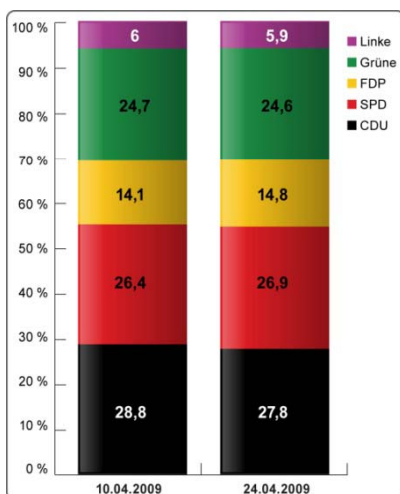
27. April 2009

WEBER SHANDWICK

Advocacy starts here.

Aktivitätsindex

Anteil je Partei an der Webaktivität



In der aktuellen April-Erhebung konnte die FDP weiter stark zulegen. Ihr gelang erneut eine Steigerung des Social Media Scores um 14,93% auf 7,7 und der weitere Ausbau der Webaktivität um 4,96%. Obwohl die Partei ihre Facebook-Aktivitäten nahezu um die Hälfte einschränkte, konnte dies durch den deutlichen Zuwachs der Twitter Follower (+22,71%) ausgeglichen werden. Da die CDU weniger twitterte und auch die Anzahl ihrer Facebook-Updates halbierte, gab sie mit -3,47% zwar deutlich an Webaktivität ab, bleibt aber mit 27,8% weiter bestimmende Kraft im Web 2.0. Dies ist vor allem auf die Beliebtheit der Bundeskanzlerin zurückzuführen ist, die mit 7.762 Fans bei Facebook weit mehr Unterstützer mobilisieren kann als alle anderen

www.wahl-im-web-monitor.de

PARTEI	CODE / TYPE	10.04.2009	24.04.2009	+/-
CDU	YouTube Anzahl Filme	72	77	6,94%
	Twitter Anzahl Tweets	1.247	1.049	-15,88%
	Facebook Anzahl Kurzmeldungen	22	12	-45,45%
	YouTube Anzahl Abonnenten	746	793	6,30%
	Twitter Anzahl Follower	2.775	3.014	8,61%
	Facebook Anzahl Supporter	8.753	9.483	8,34%
	Social Media Score (Summe/1000)	13,6	14,3	5,15%
Anteil an Webaktivität	28,8%	27,8%	-3,47%	
SPD	YouTube Anzahl Filme	67	70	4,48%
	Twitter Anzahl Tweets	557	629	12,93%
	Facebook Anzahl Kurzmeldungen	24	27	12,50%
	YouTube Anzahl Abonnenten	800	884	10,50%
	Twitter Anzahl Follower	6.244	6.591	5,56%
	Facebook Anzahl Supporter	4.793	5.768	20,34%
	Social Media Score (Summe/1000)	12,5	14	12,00%
Anteil an Webaktivität	26,4%	26,9%	1,89%	
FDP	YouTube Anzahl Filme	216	221	2,31%
	Twitter Anzahl Tweets	867	921	6,23%
	Facebook Anzahl Kurzmeldungen	22	12	-45,45%
	YouTube Anzahl Abonnenten	1.003	1.041	3,79%
	Twitter Anzahl Follower	2.435	2.988	22,71%
	Facebook Anzahl Supporter	2.148	2.487	15,78%
	Social Media Score (Summe/1000)	6,7	7,7	14,93%
Anteil an Webaktivität	14,1%	14,8%	4,96%	
B'90 Grüne	YouTube Anzahl Filme	293	299	2,05%
	Twitter Anzahl Tweets	2.140	2.285	6,78%
	Facebook Anzahl Kurzmeldungen	14	22	57,14%
	YouTube Anzahl Abonnenten	446	497	11,43%
	Twitter Anzahl Follower	5.538	5.938	7,22%
	Facebook Anzahl Supporter	3.279	3.709	13,11%
	Social Media Score (Summe/1000)	11,7	12,8	9,40%
Anteil an Webaktivität	24,7%	24,6%	-0,40%	
Die Linke	YouTube Anzahl Filme	190	193	1,58%
	Twitter Anzahl Tweets	387	217	-43,93%
	Facebook Anzahl Kurzmeldungen	0	25	-
	YouTube Anzahl Abonnenten	446	497	11,43%
	Twitter Anzahl Follower	600	798	33,00%
	Facebook Anzahl Supporter	1.226	1.314	7,18%
	Social Media Score (Summe/1000)	2,9	3,0	3,45%
Anteil an Webaktivität	6%	5,9%	-1,67%	

Spitzenkandidaten zusammen.

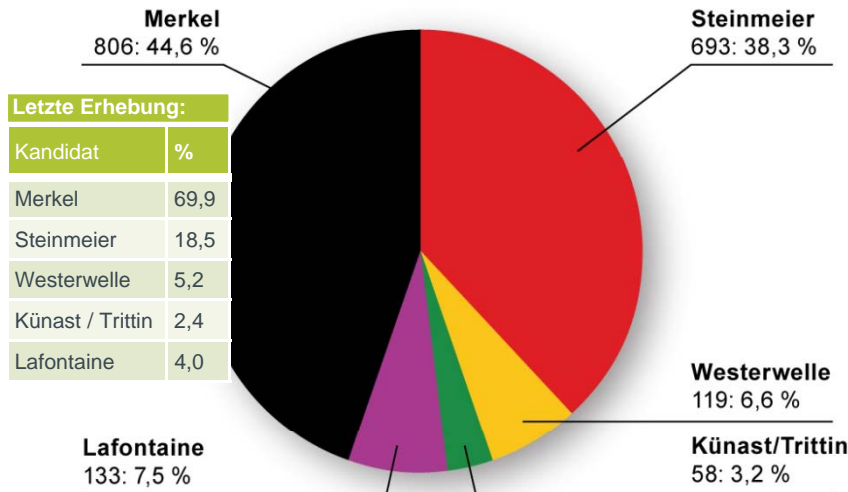
Die Sozialdemokraten setzten im April verstärkt auf den Microblogging-Dienst Twitter – mit Erfolg: Das Gezwitscher hörten mit 6.591 Followern doppelt so viele User wie das der CDU. Die Linke musste nach den unveränderten Werten in der letzten Erhebung von ihrer verschwindend geringen Webaktivität abgeben und liegt mit 5,9% weiter auf der letzten Position.

WEBER SHANDWICK

Advocacy starts here.

Themenindex

Gesamtzahl der Posts
im Umfeld der Kandidatennennung



Letzte Erhebung:

Kandidat	%
Merkel	69,9
Steinmeier	18,5
Westerwelle	5,2
Künast / Trittin	2,4
Lafontaine	4,0

Auswertung der Top-Themen nach
Spitzenkandidat und Tonalität

Kandidat	Merkel	Steinmeier	Westerwelle	Künast/Trittin	Lafontaine
Posts (incl. Kommentatoren gesamt)	806 [703]	693 [419]	119 [81]	58 [71]	133 [97]
Thema 1	Merkel lehnt drittes Konjunkturpaket ab [23K]	Steinmeier setzt neues Logocontest-Signet auf seiner Website ein [40K]	Westerwelle zum SPD Wahlprogramm [35K]	Trittin fordert Einsatz von Polizeikräften zur Bekämpfung von Piraterie [13K]	Lafontaine fordert „Schutzschirm für Menschen“ [4K]
Thema 2	CDU präsentiert Plakate zur Europawahl [15K]	Steinmeier auf Wahlkampftour [19K]	Westerwelles Steuerpolitik nicht mehr zeitgemäß [6K]	Führungsstruktur der Grünen stiftet Verwirrung [10K]	Antideutsche Gruppe stimmt der Linken im Fall Opel zu [2K]
Thema 3	Bundeskanzlerin will Medienkompetenz der Jugend fördern [14K]	Spiegel online verwechselt echtes und falsches Steinmeier-Plakat [14K]	FDP kritisiert Anbauverbot von Genmais [8K]	Künast und Trittin plädieren für Offenheit gegenüber Chemie-, Auto- und Elektroindustrie [5K]	Kritik an Lafontaines Position zur Wiedervereinigung [2K]

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

Angela Merkel muss in der aktuellen Erhebung mit nur noch 806 Blogbeiträgen zu ihrer Person den niedrigsten Wert seit Beginn der Erhebungen einstecken. Zusätzlich zeigt sich die Tonalität der Kommentare überwiegend negativ oder neutral. Vor allem die Ablehnung eines dritten Konjunkturpakets stieß in der Bloggergemeinde nicht auf Gegenliebe.

Herausforderer Steinmeier hingegen konnte zum einen die Anzahl der Posts um ein Drittel steigern, zum anderen auch mehr als doppelt so viele Kommentatoren motivieren wie zuvor. Darüber hinaus gelang es ihm diesmal, ein überwiegend positives Userfeedback zu generieren. Top-Thema bleibt hier wie zuvor der Logowettbewerb.

Zwar gelang den Grünen in der aktuellen Analyse, das Involvement von vier mal so vielen Usern wie zuletzt, sie konnten jedoch weder mit ihrer Position zur Piraterie vor Somalia noch der Forderung nach mehr Offenheit der Partei gegenüber Chemie-, Auto- und Elektroindustrie punkten und erhielten durchweg negatives Feedback.

Oskar Lafontaine wiederholte die guten Werte der letzten Erhebung nicht und motivierte nur noch 97 Kommentatoren, die, wie zuletzt, nichts positives zu berichten wussten.

Insgesamt verringerte sich die Anzahl der Blogs zu den Spitzenkandidaten um ein Drittel.

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. Dabei werden bei jeder Erhebung die drei am stärksten frequentierten Profile von Twitter und Facebook sowie der YouTube Kanal der jeweiligen Partei berücksichtigt. 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, Bildportalen 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.