

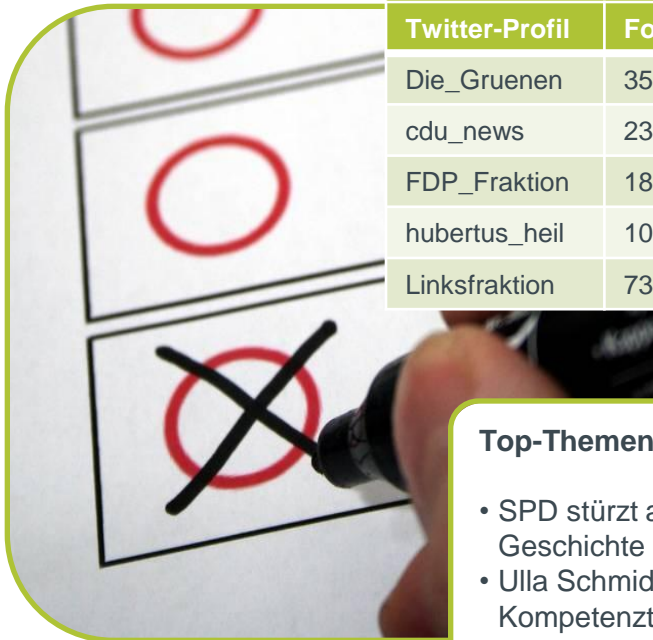
Weber Shandwick Wahl-im-Web-Monitor

Bundestagswahl 2009

Zeitraum: 01.08.2009 bis 14.08.2009

Die Top-Twitterer der letzten 2 Wochen

Twitter-Profil	Follower	Tweets
Die_Gruenen	356	33
cdu_news	233	14
FDP_Fraktion	187	33
hubertus_heil	106	17
Linksfraktion	73	33



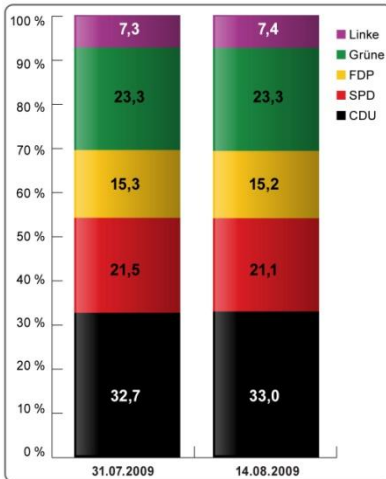
Top-Themen der letzten 2 Wochen

- SPD stürzt auf tiefsten Umfragewert in ihrer Geschichte
- Ulla Schmidt trotz Dienstwagen-Affäre im Kompetenzteam
- Urheberrechtsstreit um Schäuble-Plakat geht nicht vor Gericht
- Merkel besucht Freiburg während ihres Wahlkampfes
- Steinmeier verteidigt seinen Deutschland-Plan

18. August 2009

Aktivitätsindex

Anteil je Partei an der Webaktivität



In 40 Tagen entscheidet sich, wer Deutschland für die nächsten vier Jahre regieren wird. Den Parteien wird langsam bewusst, dass sie sich in der heißen Phase des Wahlkampfes befinden, weshalb sie sich auch in den Social Media um starkes Wachstum bemühen. Das Mittel der Wahl in der aktuellen Erhebung war der überwiegende Einsatz der Internet-Community Facebook. Abgesehen von der Linken traten alle Parteien verstärkt mit ihren Wählern in Kontakt und versorgten sie über die Kurzmitteilungsfunktion mit Neuigkeiten aus erster Hand. Durch das gestiegene Web-Aufkommen wurde es in der aktuellen Analyse für die Parteien schwieriger, ihren Anteil an Webaktivität zu halten oder gar weiter auszubauen.

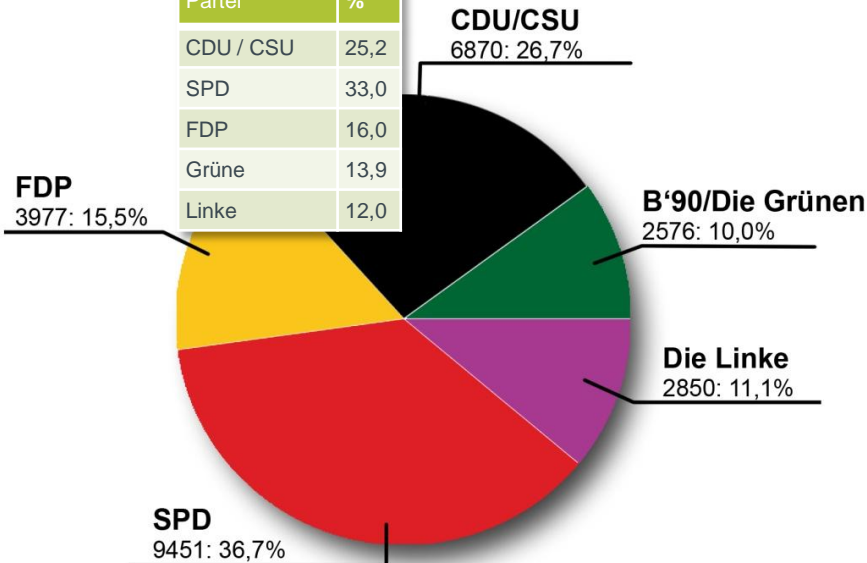
PARTEI	CODE / TYPE	31.07.2009	14.08.2009	+/-
CDU	YouTube Anzahl Filme	119	120	0,8%
	Twitter Anzahl Tweets	2.317	2.415	4,2%
	Facebook Anzahl Kurzmeldungen	30	52	73,3%
	YouTube Anzahl Abonnenten	1.179	1.251	6,1%
	Twitter Anzahl Follower	6.472	6.833	5,6%
	Facebook Anzahl Supporter	21.061	22.831	8,4%
	Social Media Score (Summe/1000)	31,1	33,5	8,0%
	Anteil an Webaktivität	32,7%	33,0%	1,0%
SPD	YouTube Anzahl Filme	125	126	0,8%
	Twitter Anzahl Tweets	1.218	1.280	5,1%
	Facebook Anzahl Kurzmeldungen	23	60	160,9%
	YouTube Anzahl Abonnenten	1.226	1.315	7,3%
	Twitter Anzahl Follower	9.040	9.217	2,0%
	Facebook Anzahl Supporter	8.888	9.421	6,0%
	Social Media Score (Summe/1000)	20,4	21,4	4,9%
	Anteil an Webaktivität	21,5%	21,1%	-1,9%
FDP	YouTube Anzahl Filme	255	263	3,1%
	Twitter Anzahl Tweets	1.668	1.778	6,6%
	Facebook Anzahl Kurzmeldungen	15	25	66,7%
	YouTube Anzahl Abonnenten	1.488	1.509	1,4%
	Twitter Anzahl Follower	6.270	6.578	4,9%
	Facebook Anzahl Supporter	4.839	5.251	8,5%
	Social Media Score (Summe/1000)	14,4	15,4	6,9%
	Anteil an Webaktivität	15,3%	15,2%	-0,9%
B'90 Grüne	YouTube Anzahl Filme	435	436	0,2%
	Twitter Anzahl Tweets	3.457	3.495	1,1%
	Facebook Anzahl Kurzmeldungen	38	59	55,3%
	YouTube Anzahl Abonnenten	967	1.047	8,3%
	Twitter Anzahl Follower	11.503	11.930	3,7%
	Facebook Anzahl Supporter	6.170	6.719	8,9%
	Social Media Score (Summe/1000)	22,1	23,7	7,0%
	Anteil an Webaktivität	23,3%	23,3%	0%
Die Linke	YouTube Anzahl Filme	233	239	2,6%
	Twitter Anzahl Tweets	1.441	1.610	11,7%
	Facebook Anzahl Kurzmeldungen	6	6	0,0%
	YouTube Anzahl Abonnenten	967	1.047	8,3%
	Twitter Anzahl Follower	1.914	2.069	8,1%
	Facebook Anzahl Supporter	2.330	2.591	11,2%
	Social Media Score (Summe/1000)	6,9	7,6	9,7%
	Anteil an Webaktivität	7,3%	7,4%	2,6%

Die CDU steigerte ihren Anteil um ein Prozent auf 33 Prozent. Ebenso gelang der Linken eine Steigerung: Mit 7,4 Prozent Anteil an Webaktivität liegt sie weiter an vierter Stelle. Während die Grünen ihre Position festigten, verlor die SPD fast zwei Prozent. Auch die FDP musste ein Prozent ihrer Webaktivität abgeben.

Themenindex Parteien

Gesamtzahl der Posts
im Umfeld der Parteinennung

Letzte Erhebung:	
Partei	%
CDU / CSU	25,2
SPD	33,0
FDP	16,0
Grüne	13,9
Linke	12,0



Auswertung der Top-Themen nach Partei und Tonalität

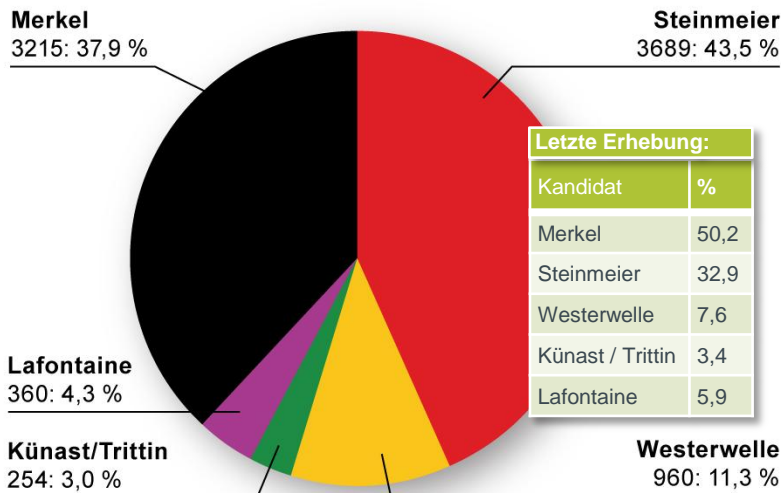
Partei	CDU/CSU	SPD	FDP	B'90 Die Grünen	Die Linke
Posts (inkl. Kommentatoren gesamt)	6866 [2659]	9450 [3625]	3975 [398]	2576 [245]	2850 [197]
Thema 1	Urheberrechtsstreit um Schäuble-Plakat geht nicht vor Gericht [197K]	SPD stürzt auf tiefsten Umfragewert in ihrer Geschichte [396K]	FDP möchte freien Rosenmontag in Köln abschaffen [125K]	Sexismus und Rassismus auf grünen Wahlplakaten [90K]	Linke zeigt Haut auf Wahlplakaten [43K]
Thema 2	Waffenlobbyist Schreiber nach Deutschland ausgeliefert [148K]	Ulla Schmidt trotz Dienstwagen-Affäre im Kompetenzteam [234K]	FDP und Union führen Kleinkrieg um Ministerposten [104K]	Grüne wollen Erzieher besser bezahlen [27K]	Sprachforscher: Linke legt keine gute Rhetorik an den Tag [28K]
Thema 3	CDU streitet um Berliner Dekolleté-Plakat [147]	Müntefering bezweifelt Richtigkeit der Umfragen [94K]	Schwarz-Gelb in der Wählergunst ganz vorn [25K]	Leichtathletik WM: Ströbele kritisiert Journalisten-Überprüfungen [14K]	Linke bei jungen Wählern kaum eine Alternative [12K]

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

Auch die Betrachtung der Blogpostings im Parteinumfeld spiegelt das gestiegene Interesse an der Bundestagswahl wider. Allein der SPD gelang es, die Zahl der Internet-Postings, die sich mit den Sozialdemokraten befassen, fast zu verdoppeln. Mit knapp 9.500 liegt sie nun nahezu uneinholbar vor der Union. Betrachtet man aber das durch die Postings generierte Involvement der Web 2.0-Community zeigt sich ein desaströses Bild: Zum dritten Mal in Folge ernten die Sozialdemokraten eine negative Tonalität für die am meisten diskutierten Themen. Der unaufhaltsame Absturz in den Umfragen, die Dienstwagen-Affäre um Ulla Schmidt und Münteferings Äußerungen zur Qualität der Wählerumfragen können die User nicht überzeugen. Nicht besser aber die CDU: Die Auslieferung von Waffenlobbyist Schreiber und der Streit um die Plakate von Vera Lengsfeld stoßen bei den Usern auf Kritik. Lediglich der Urheberrechtsstreit um die Schäuble-Plakate ist überwiegend neutral besetzt. Zwar gelingt es den Grünen nicht, die Zahl ihrer Fürsprecher im Netz zu steigern, doch können sie mit der Forderung einer besseren Entlohnung für Erzieher und der Kritik an den Journalismuspraktiken der Leichtathletik-WM punkten. Sexismus und Rassismus auf ihren Wahlplakaten sorgt hingegen für Entrüstung. Schlecht läuft es für die Linke, die ebenfalls in tiefem Rot versinkt.

Themenindex Kandidaten

Gesamtzahl der Posts
im Umfeld der Kandidatennennung



Kanzlerkandidat Steinmeier gelingt es in dieser Erhebung zum ersten Mal, mehr Posts in seinem Umfeld zu sammeln als Bundeskanzlerin Angela Merkel. Insgesamt befassten sich 3.689 Blogpostings mit ihm, die von 822 Usern kommentiert wurden. Der überwiegende Teil der Kommentare setzt sich kritisch mit dem Kanzlerkandidaten auseinander. Sein Deutschland-Plan wird von den Usern als unrealistisch aufgefasst, ebenso wie sein Versprechen, vier Millionen neue Jobs zu schaffen. Der Kanzlerin gelingt es im Gegensatz dazu, die Mehrzahl der User zu Fürsprechern zu machen. Der angekündigte Wahlkampfauftritt in Freiburg, die Absage an einen Einwanderungsstopp und ihre Beliebtheit bei jungen Wählern kommt gut an. Eine deutliche Steigerung der Postings konnte FDP-Chef Guido Westerwelle verzeichnen. Zusätzlich gelingt ihm mit dem Vorschlag, den Mehrwertsteuersatz auf Energie zu senken und dem Ausschluss einer Ampel-Koalition ein positives Involvement. Die Spitzenkandidaten der Grünen, Trittin und Künast, konnten zwar ihre Präsenz im Web 2.0 steigern, aber lediglich die Podiumsdiskussion mit Claudia Roth freut die User. Schlecht steht auch Spitzenkandidat Lafontaine da: Alle Themen in seinem Umfeld erhalten ein negatives Feedback der Community.

Auswertung der Top-Themen nach Spitzenkandidat und Tonalität

Kandidat					
	Merkel	Steinmeier	Westerwelle	Künast/Trittin	Lafontaine
Posts für Kommentatoren (gesamt)	3215 [1024]	3689 [822]	960 [150]	254 [79]	360 [140]
Thema 1	Merkel besucht Freiburg während ihres Wahlkampfes [75K]	Steinmeier verteidigt seinen Deutschland-Plan [32K]	FDP-Chef bekommt keinen Platz in ARD-Wahlarena [27K]	Podiumsdiskussion mit Claudia Roth [14K]	Lafontaine muss sich Populismus vorwerfen lassen [17K]
Thema 2	Kanzlerin spricht sich gegen Einwanderungsstopp aus [14K]	Kanzlerkandidat spricht Machtwort in Dienstwagen-Debatte [19K]	Westerwelles Vorschlag des verminderten MwSt-Satzes auf Energie erhält Lob [7K]	Trittin und Künast nicht auf Wahlplakaten der Grünen [11K]	Lafontaine stellt sich Bürgerfragen [12K]
Thema 3	Merkel bei jungen Wählern beliebt [12K]	Steinmeiers Jobversprechen unglaubwürdig [12K]	Westerwelle schließt Ampelkoalition aus [4K]	Trittin fordert Privathaftung von Managern [5K]	Gysi würde DDR nicht als Unrechtsstaat bezeichnen [5K]

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

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.