

Wie wählt das Web?

UNICEPTA und pr magazin starten das Social-Media-Kanzlerduell

Bislang hängt die Bundeskanzlerin ihren Herausforderer in den Social Media ab. Anders als Peer Steinbrück ist Angela Merkel bei politischen Themen permanent im Gespräch. Dies hat eine erste quantitative Messung ergeben, mit der der Medienbeobachtungs- und Medienanalyse-Dienstleister UNICEPTA sowie das „pr magazin“ ihr „Kanzlerduell“ gestartet haben.

In sechs Ausgaben, von April bis September, stellt die Zeitschrift die Untersuchungsergebnisse des international aktiven Kölner Unternehmens vor. Gemeinsam gehen sie in einem Special der Frage nach, wie stark Stimmungen und Engagement in den Social Media das Wahlverhalten in Deutschland beeinflussen.

Die so genannte Nullmessung der UNICEPTA zeigt, dass Twitter mit zwei Dritteln aller Äußerungen die wichtigste Social-Media-Plattform für Diskussionen rund um Merkel und Steinbrück ist. Auf die Kurznachrichtenplattform folgen verschiedene Blogs, auf die rund 17 Prozent der Wortmeldungen entfallen.

Der Stand bei den Inhalten bislang: Auf wichtigen Wahlkampffeldern zeigt die Kanzlerin deutlich mehr Präsenz: Das reicht vom Themencluster Energie / Umwelt über Arbeitsmarkt- und Verkehrspolitik bis hin zum Umgang mit den Finanzmärkten. Nur bei den Themen Managergehälter und Mindestlohn – also zwei klassischen SPD-Themen – kann Steinbrück zu Merkel immerhin aufschließen.

„Es ist längst eine Binsenweisheit, dass die Stimmung in den Social Media nicht nur für die Wirtschaft, sondern auch für die Politik von großer Bedeutung ist“, erklärt Theres Essmann, Managing Director bei der UNICEPTA. Forscher hatten beispielsweise herausgefunden, dass im US-Präsidentenwahlkampf im Jahr 2009 eine einzige Facebook-Nachricht das Wahlverhalten tausender US-Bürger beeinflussen konnte. „Wir erforschen nun erstmals genau, in welchem Ausmaß und zu welchen Themen der Bundestags-Wahlkampf im Web ausgefochten wird“, so Essmann weiter. „Dabei wird deutlich werden, wie wichtig Social-Media-Analyse und -Management nicht nur für Unternehmen, sondern auch für Parteien ist.“

Die UNICEPTA Medienanalyse GmbH ist ein führender globaler Dienstleister für Monitoring, Media Analysis, Research Competence und Communication Consulting. Rund 500 Spezialisten in Köln, Berlin, Stuttgart, Shanghai, Krakau und Washington, D.C. strukturieren 24 Stunden am Tag und sieben Tage die Woche permanent den Newsflow. Die UNICEPTA bereitet hochrelevante Informationen aus Print- und Online-Medien, TV und Rundfunk sowie Social Media kurzfristig auf. Aus dieser täglichen Arbeit leitet sie vorstandsfähige Analysen und research-basierte Beratungen in Fragen der strategischen Kommunikation ab.

Kontakt

UNICEPTA Gesellschaft für Medienanalyse mbH
Salierring 47-53
50677 Köln

Georg Stahl
Tel.: +49 (0)221 99 02-143
georg.stahl@unicepta.de

www.unicepta.com