

Dr. Kay Hinz





**Stimmenfang auf Facebook
und Twitter**

**Werden Wahlen im
Netz gewonnen?**

Aktuelles zur Internetnutzung in Deutschland

- 84% der Deutschen nutzen zumindest gelegentlich das Internet
- 77% der Internetnutzer suchen im Netz nach Informationen, auch nach politischen

(ARD/ZDF-Onlinestudie 2016)

- Etwa 30 Millionen Menschen in Deutschland haben ein Facebook-Profil
- Twitter hat etwa 12 Millionen Nutzer monatlich (voraussichtlich 4 Millionen Profile)

↻ Donald J. Trump Retweeted



SL @SLandinSoCal · 18m

Replying to @SLandinSoCal

@foxandfriends and @realDonaldTrump

Nothing can stop the #TrumpTrain !!



15.08.2017 | 23:20 Uhr

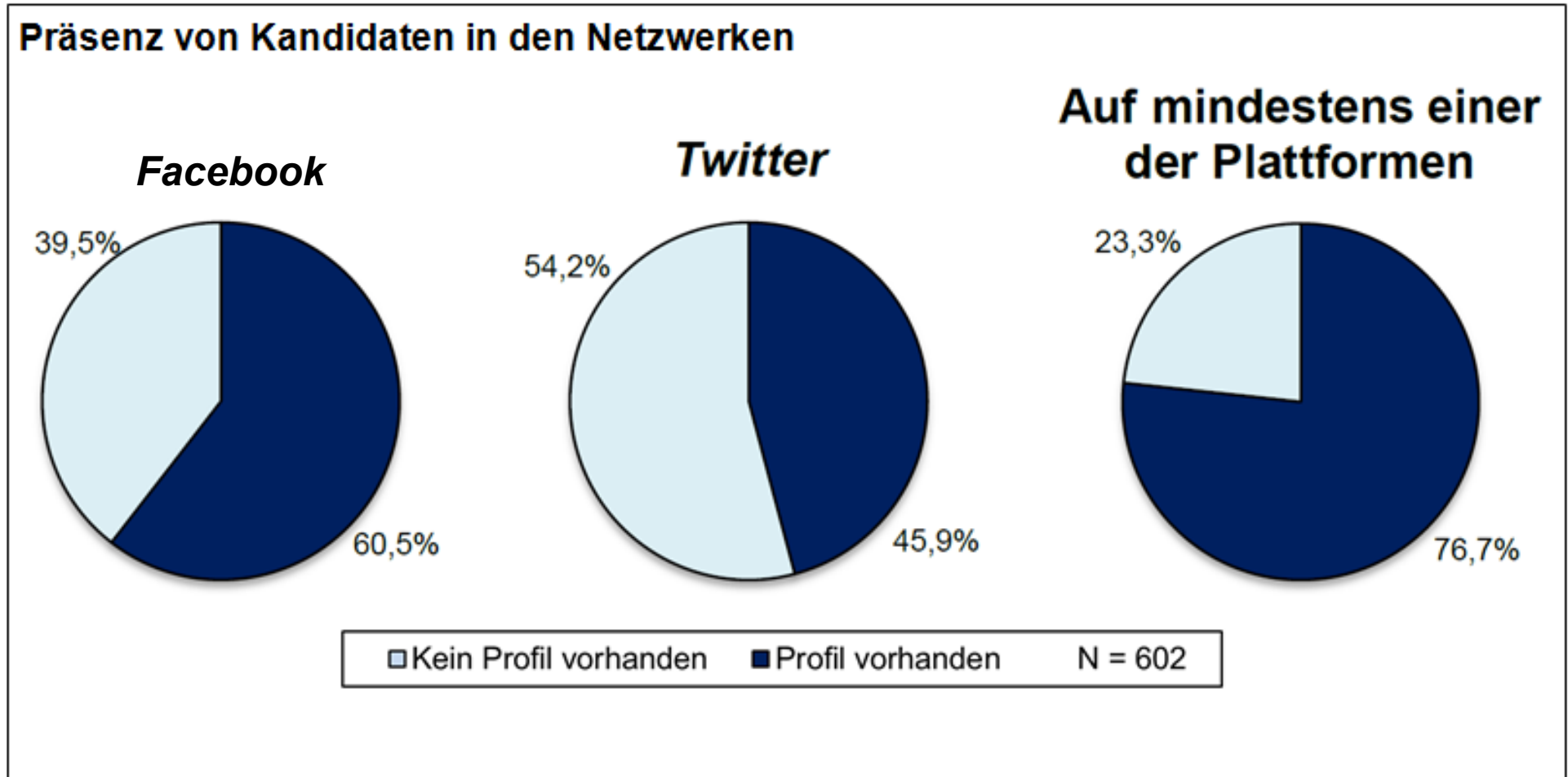
Twitter-Eklat: Donald Trump retweetet Bild eines Zuges, der einen CNN-Reporter überfährt



Foto: dpa/ Montage: MEEDIA

Exzessiver Twitter-Nutzer: US-Präsident Donald Trump

Kandidaten zur Bundestagswahl 2013 im Web 2.0

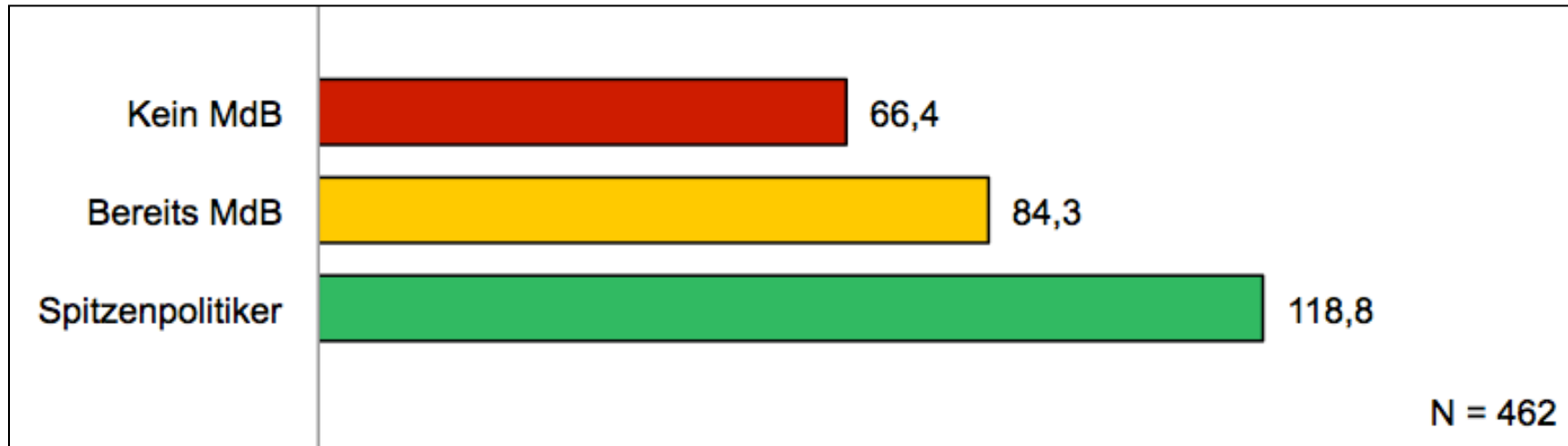


Unterschiede der Online-Präsenz nach Parteien

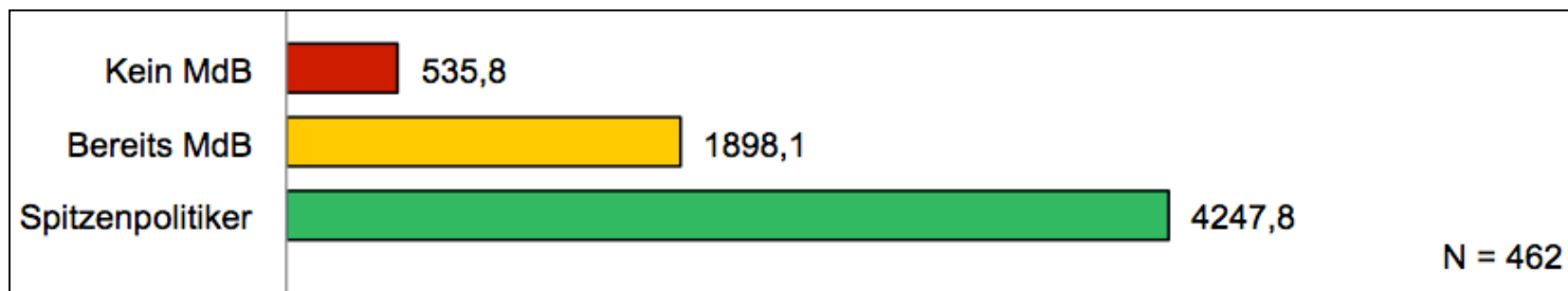


Online-Aktivität der Kandidaten auf Facebook und Twitter zur Bundestagswahl 2013

Durchschnittliche Anzahl veröffentlichter Beiträge von Kandidaten während des Wahlkampfes nach Berufsstatus und Plattform

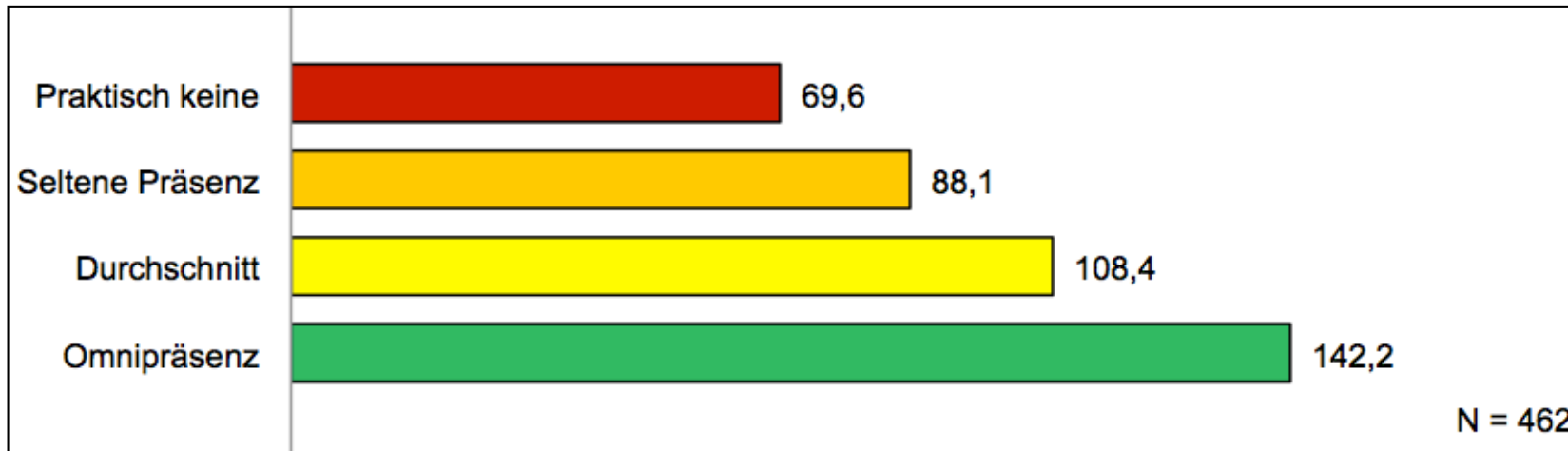


Durchschnittliche Unterstützerzahl von Kandidaten nach Berufsstatus

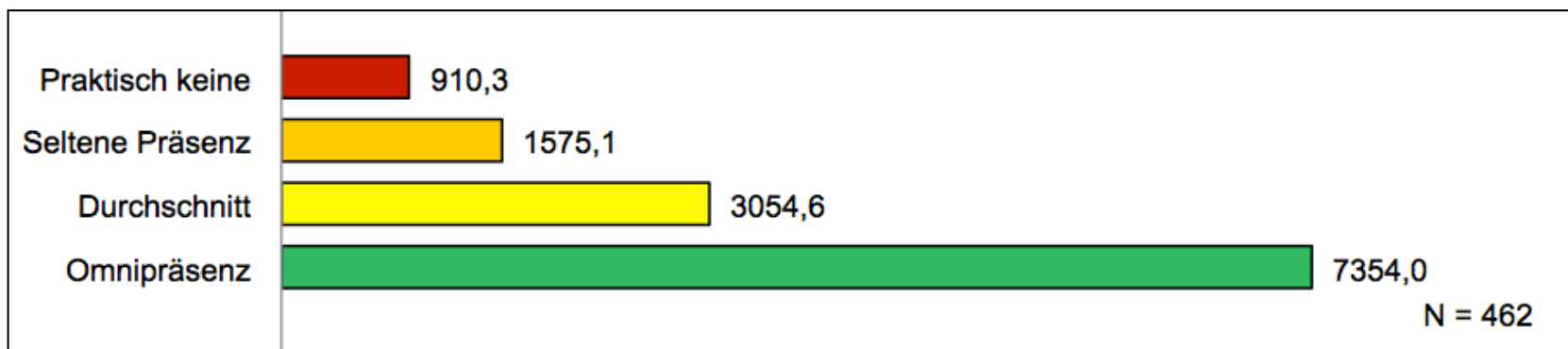


Online-Aktivität der Kandidaten auf Facebook und Twitter zur Bundestagswahl 2013

Durchschnittliche Anzahl veröffentlichter Beiträge von Kandidaten während des Wahlkampfes nach massenmedialer Präsenz



Durchschnittliche Unterstützerzahl von Kandidaten nach massenmedialer Präsenz



An wem orientiert sich die Online-Kommunikation von Kandidaten?

- Online-Kommunikation von Politikern orientiert sich stärker an bereits überzeugten Bürgern als an der potentiell erreichbaren Gesamtwählerschaft.
- Kandidaten sind dann aktiver und erfolgreicher, wenn sie davon ausgehen können, viele junge Leute im Parteiumfang zu erreichen: Digital Natives in der Partei als Triebfedern der Kommunikation
- Die meisten Unterstützer begnügen sich damit, ein Politikerprofil auf Facebook oder Twitter zu liken. Sie lassen sich nicht weiter in den Wahlkampf einbinden.

Herausforderungen bei der Analyse

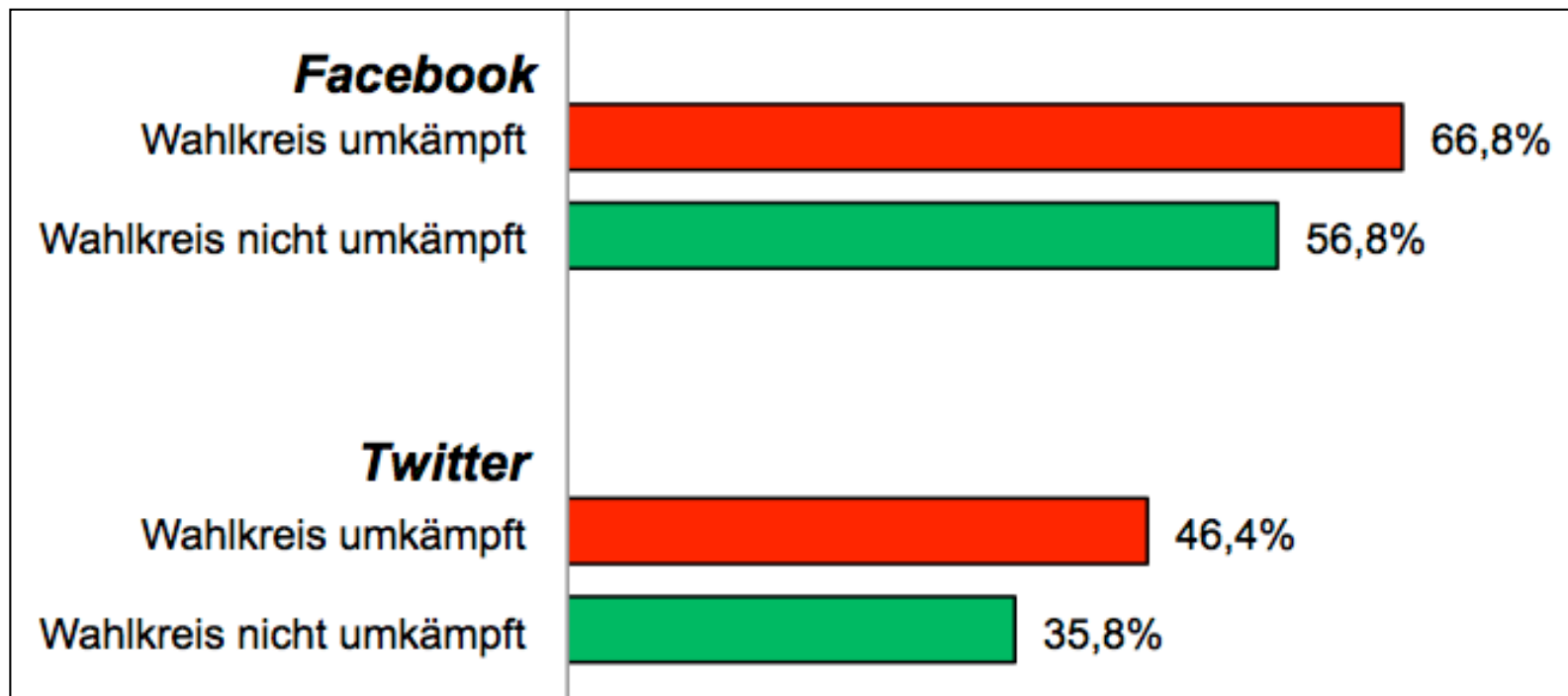
- Online-Kommunikation verbleibt nicht online, sondern wird auch in traditionellen Massenmedien wahrgenommen und verbreitet
- Beim Wahlerfolg eines Kandidaten ist nicht zuletzt relevant, welcher Partei er angehört
- Aber: Kommunikation und Interaktion können das Image eines Kandidaten prägen und in Zustimmung zu ihm und in seiner Wahl münden

Online-Kommunikation und Wahlerfolg: Analyse zur Bundestagswahl 2013

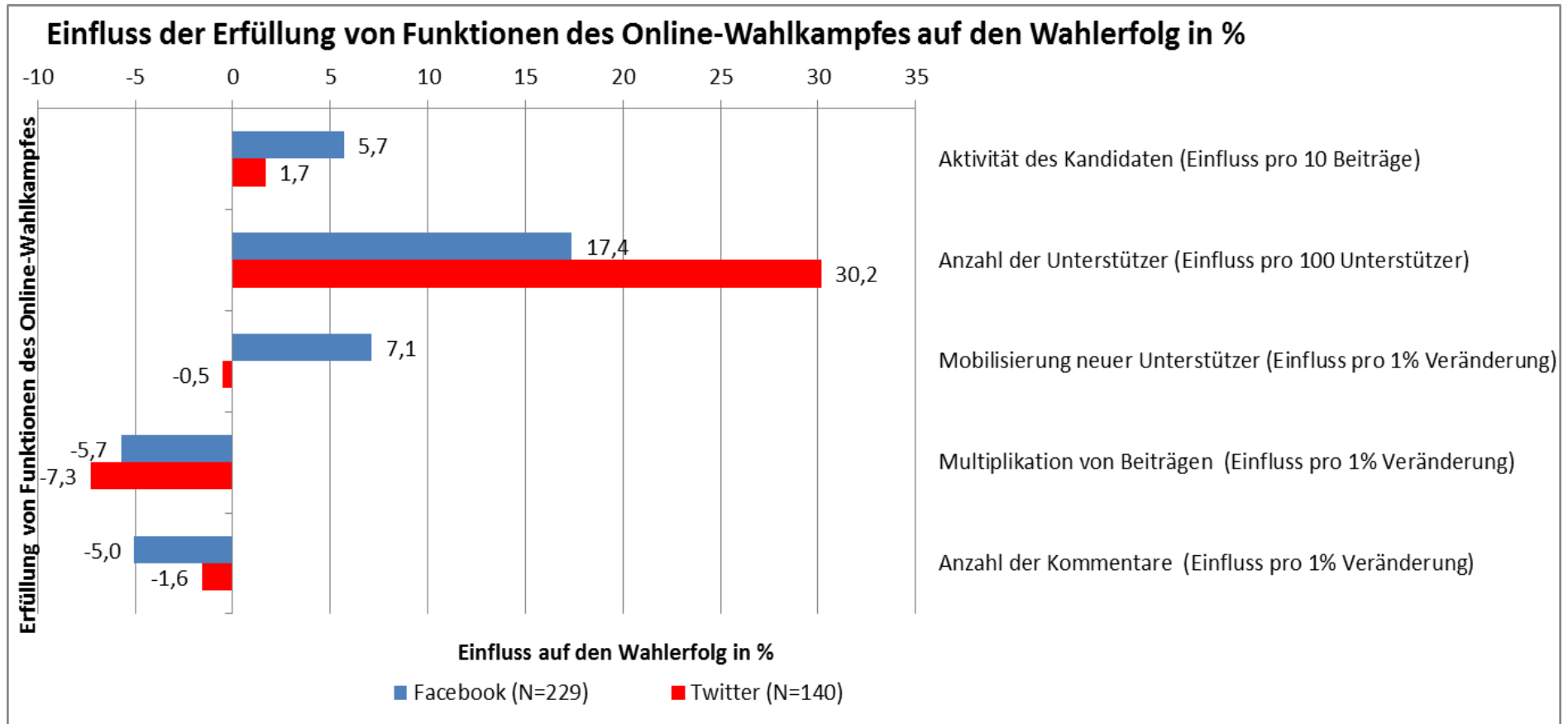
- Untersuchung von 436 Direktkandidaten aus allen 299 Wahlkreisen zur Bundestagswahl 2013, die eine realistische Chance auf Einzug in den Bundestag hatten
- Frage: Wie hängt die Erfüllung von Funktionen des Online-Wahlkampfes mit dem Wahlerfolg eines Kandidaten zusammen?
- Präsenz auf Facebook steigert die statistische Chance auf Einzug in den Bundestag, Präsenz auf Twitter hat diesen Effekt nicht

Online-Kommunikation und Wahlerfolg: Analyse zur Bundestagswahl 2013

Präsenz von Direktkandidaten in den Netzwerken nach Konkurrenzsituation im Wahlkreis



Online-Kommunikation und Wahlerfolg: Analyse zur Bundestagswahl 2013

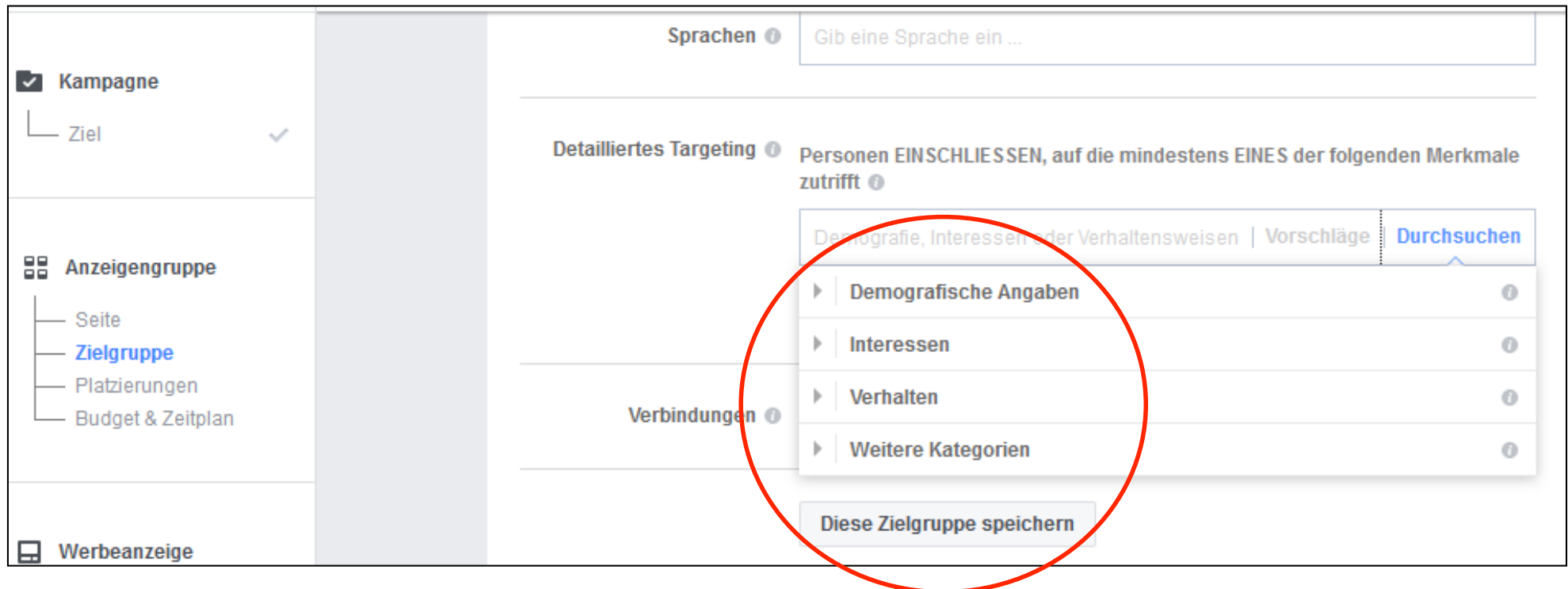


Online-Kommunikation und Wahlerfolg: Analyse zur Bundestagswahl 2013

- Besonders die Aktivität im Web 2.0 und ein hoher und weiter wachsender Unterstützerkreis erhöhen die Chance auf Wahlerfolg
- Nutzung von Sozialen Online-Netzwerken im Wahlkampf darf zwar bislang nicht als potentiell wahlentscheidend verstanden werden, tendenzieller Einfluss ist jedoch erkennbar.
- Aber: Kommunikation in Sozialen Online-Netzwerken ist nicht für sich alleinstehend zu betrachten → Spill-Over-Effekte zu traditionellen Massenmedien

Politische Online-Kommunikation 2013 vs. 2017

- Wachsende Bedeutung von bezahlten Beiträgen, besonders auf Facebook



The screenshot shows the Facebook Ads targeting interface. On the left, a sidebar contains navigation options: 'Kampagne' (checked), 'Ziel', 'Anzeigengruppe' (with sub-items 'Seite', 'Zielgruppe', 'Platzierungen', 'Budget & Zeitplan'), and 'Werbeanzeige'. The main area is titled 'Sprachen' with a search box 'Gib eine Sprache ein ...'. Below this is the 'Detailliertes Targeting' section, which is circled in red. It includes a dropdown menu with options: 'Demografie, Interessen oder Verhaltensweisen', 'Vorschläge', and 'Durchsuchen'. A list of categories is shown below: 'Demografische Angaben', 'Interessen', 'Verhalten', and 'Weitere Kategorien', each with an information icon. At the bottom of the targeting section is a button labeled 'Diese Zielgruppe speichern'. The 'Verbindungen' section is partially visible below the targeting options.

Politische Online-Kommunikation 2013 vs. 2017

- Mehr Möglichkeiten zur Interaktion zwischen Politik und Bürger → oft aber explizit Einbezug eines inneren Zirkels forciert

SPD

Dein Benutzerkonto

i Bitte melde Dich an, um zu unserer Wahlkampfplattform Kampa17 zu gelangen!
Bitte gib Deine E-Mail-Adresse und Dein Passwort ein!

E-Mail-Adresse

E-MAIL-ADRESSE

Passwort

PASSWORT

ANMELDEN

[Passwort vergessen?](#)
[Noch keinen Account?](#)

Politische Online-Kommunikation 2013 vs. 2017

- Wachsende Bedeutung von Live-Begleitung von Offline-Aktionen und experimentellen Formaten



Politische Online-Kommunikation 2013 vs. 2017

- Negative Entwicklungen wie Fake News im Zentrum der öffentlichen Debatte

Was Martin Schulz twittert:

Martin Schulz @MartinSchulz
Die Bilder aus Hamburg sind erschütternd. Randalie hat mit Politik nichts zu tun. Die Gewalttäter müssen zur Verantwortung gezogen werden.
09:44 · 7. Juli 2017

Was Martin Schulz vor hat:

Martin Schulz @thomasMartinSchulz
Wir empfinden Linksextremismus als aufgebauschtes Problem. Deshalb wollen wir mit deren politischen Fürsprechern ab September in Deutschland regieren.
09:44 · 7. Juli 2017

#r2gstoppfen!

JU

These Seite gefällt mir · 10. Juli · 4

Martin Schulz distanziert sich zwar vom linksextremen Terror am Wochenende in Hamburg, will aber zeitgleich mit den Verteidigern dieser Wahnsinnigen im Herbst eine neue Koalition bilden. Das müssen wir zusammen verhindern! #jubayern #g20 #r2gstoppfen.

Gefällt mir · Kommentieren · Teilen · ...

305 · Top-Kommentare

102 Mal geteilt · 129 Kommentare

Martin Leipert #Populismus mit #Unwahrheit und #Falsch, wie man es so sonst nur von der AfD kennt. Die JU Bayern greift auf die Methoden des braunen Sumpfes zurück, häßt ihr wohl von Andreas Scheuer gelernt.
Gefällt mir · Antworten · 210 · 10. Juli um 14:25 · Bearbeitet

9 Antworten · 30 Min

Karin Alexander Salsah Wer nur ansatzweise Ahnung von Politik hat müsste wissen, das Linksextremismus und die damit verbundene linke Gewalt nichts mit den Grünen und genauso wenig was mit der Partei Die Linke am Hut hat. Aber es ist ja normal, dass die Junge Union zwickendurch mal so ne Populistischen Kröller bringen und sowieso für die JU in Bayern 😊
Gefällt mir · Antworten · 33 · 10. Juli um 14:06 · Bearbeitet

11 Antworten

Erhard Bartsch Schulz, einfach lächerlich! Plötzlich taucht am Sonntagabend, also nach dem G20 Gipfel, in "Berlin direkt", der seit Tagen "verschollene" SPD-Messias auf. So gesehen, muss man sich schon fragen, warum musste man nun unbedingt diesen Mann dort zu einem ... Mehr anzeigen
Gefällt mir · Antworten · 5 · 10. Juli um 14:04

Fazit: Werden Wahlen im Netz gewonnen?

- Wahlen werden in der Öffentlichkeit gewonnen → das Netz wird ein immer wichtigerer Teil davon
- Der Online-Wahlkampf erreicht vor allem jene, die ohnehin politisches Interesse und eine politische Meinung haben
- Online-Wahlkampf ergänzt den klassischen Wahlkampf, ersetzt ihn aber nicht
- Wählerpotential der Personen, die über den traditionellen Wahlkampf kaum noch erreichbar sind, wird von der Politik noch nicht hinreichend erkannt



Vielen Dank!

mail@kayhinz.de
www.kayhinz.de



- Untersuchung der Erfüllung von Funktionen des Online-Wahlkampfes:
 - Information
 - Vernetzung
 - Mobilisierung
 - Nutzerpartizipation
 - Analyse von 602 Kandidaten zur Bundestagswahl 2013 auf Facebook und Twitter
 - Personelle Faktoren der Kandidaten beeinflussen am stärksten den Online-Wahlkampf
- Überblick über Forschungsergebnisse ist in **Media Perspektiven 3/2017** erschienen