

PRESSEMITTEILUNG

KONTAKT: Silke Trost; Telefon 040 / 23642-133; Silke.Trost@nielsen.com

NIELSEN ONLINE-WAHLTREND 2009

Großes Interesse der Internetnutzer an politischen Themen zu Steuern und Internet

23. Juli 2009, Hamburg: Im Superwahljahr 2009 sind einige Wahlentscheidungen bereits gefallen – andere sehr wichtige Entscheidungen wie Landtagswahlen und die Wahl des Bundestages stehen noch an. Da die Wählerinnen und Wähler sich zunehmend im Internet informieren und politische Standpunkte mit anderen Onlinenutzern austauschen, hat Nielsen in einer aktuellen Analyse das Diskussionsaufkommen von April bis Juni 2009 in relevanten deutschen Blogs und Foren untersucht. Die Erhebung zeigt, dass die SPD von den betrachteten Parteien am häufigsten von Onlinenutzern in politischen Diskussionen erwähnt wird. Allerdings reden die User häufiger von Angela Merkel als über Frank-Walter Steinmeier. Ein zentrales Thema, das die Internetnutzer im Untersuchungszeitraum beschäftigte, ist die Steuerpolitik, so die aktuelle Studie des Markt- und Medienforschungsunternehmens Nielsen.

Mit Hilfe von BuzzMetrics, dem Analyseprogramm für CGM (Consumer Generated Media) von Nielsen, konnten im zweiten Quartal ca. 76.000 Beiträge zu den einzelnen Parteien CDU, SPD, FDP, Bündnis 90/Die Grünen, DIE LINKE und NPD identifiziert werden. Die SPD konnte mit 47 Prozent an verfassten Nachrichten im zweiten Quartal die meisten User-Beiträge von allen untersuchten Parteien sowie im Vergleich zum ersten Quartal den höchsten Zuwachs verzeichnen. Über die CDU schrieben die Internetbesucher in 37 Prozent der Beiträge am zweithäufigsten, gefolgt von der FDP mit 22 Prozent der Posts. Über Bündnis 90/Die Grünen wurde in 14 Prozent der Beiträgen geschrieben. DIE LINKE und die NPD liegen mit je 12 Prozent an Beitragsnennungen gleichauf. (siehe Abbildung 1)

Allein in den ca. 40 untersuchten deutschen Foren unterhielten sich knapp 6.700 Forenteilnehmer über die aufgeführten Parteien. Die meisten Autoren diskutierten hierbei auf forum.spiegel.de (ca. 16.000 Nachrichten von rund 2.700 Autoren) gefolgt von forum.politik.de (ca. 8.000 Nachrichten von 1.000 Autoren) und board.gulli.com (2.000 Beiträge von 500 Autoren).

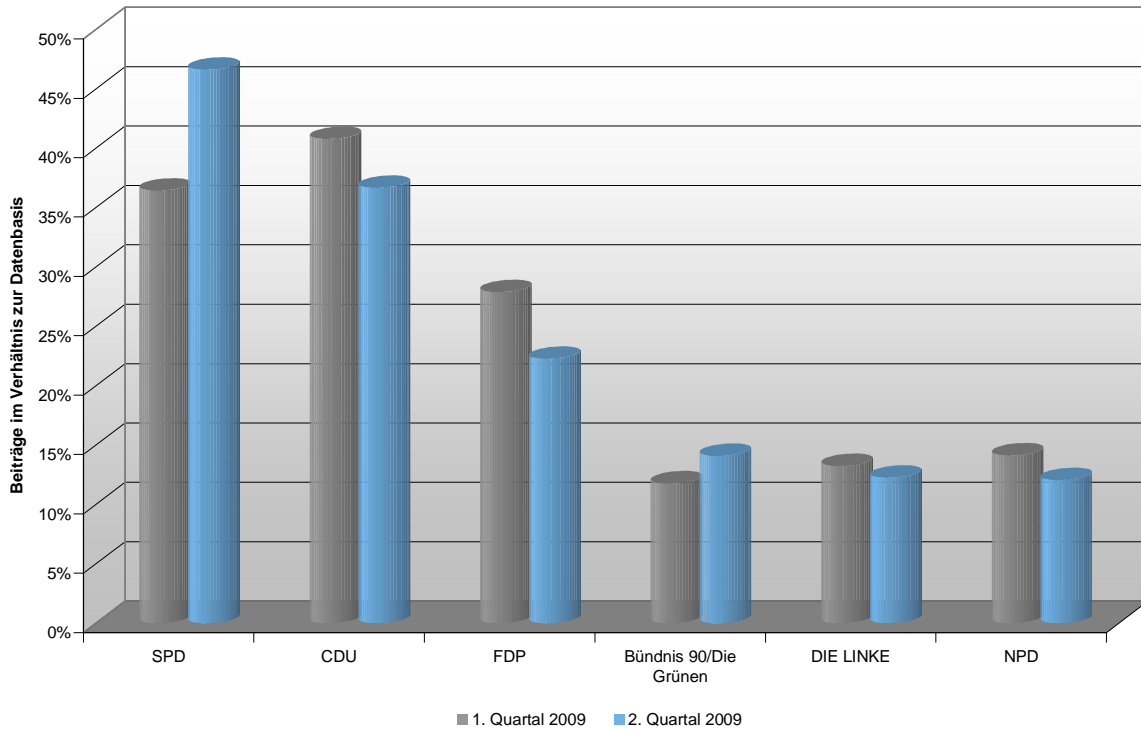
Neben den Parteien wurde auch untersucht, über welche Spitzenkandidaten online diskutiert wurde. Am häufigsten fand Angela Merkel Erwähnung. Über sie wurde in knapp 14.000 Beiträgen geschrieben, so das Ergebnis. Im Vergleich hierzu wurde Frank-Walter Steinmeier mit 5.800 Nennungen in nicht einmal halb so vielen Beiträgen thematisiert. Über Guido Westerwelle diskutierten die User in ca. 2.200 Posts.

Eine qualitative Analyse der Daten von Nielsen BuzzMetrics ergab, dass besonders die Steuerpolitik und internetrelevante Themen wie die Sperrung kinderpornografischer Seiten intensiv von den Onlinenutzern besprochen wurden. Auch politische Themen auf kommunaler Ebene sowie die Wirtschaftskrise sorgten für regen Meinungs-austausch. Betrachtet man das Gesprächsaufkommen im zeitlichen Verlauf, so wird deutlich, dass besonders politische Ereignisse wie die Europawahl das Diskussionsvolumen ansteigen lassen (siehe Abbildung 2).

Nielsen prognostiziert für die anstehende Bundestagswahl eine ebenfalls stark zunehmende Beteiligung der deutschen Internetnutzer an der politischen Onlinediskussion. Unter www.presseportal.de/wahlen2009, dem Online-Wahlchannel der dpa-Tochter „news aktuell“, werden kontinuierlich Auswertungen zu politischen Diskussionen im Netz veröffentlicht. Diese werden noch bis zur Bundestagswahl von Nielsen fortgeführt und regelmäßig aktualisiert.

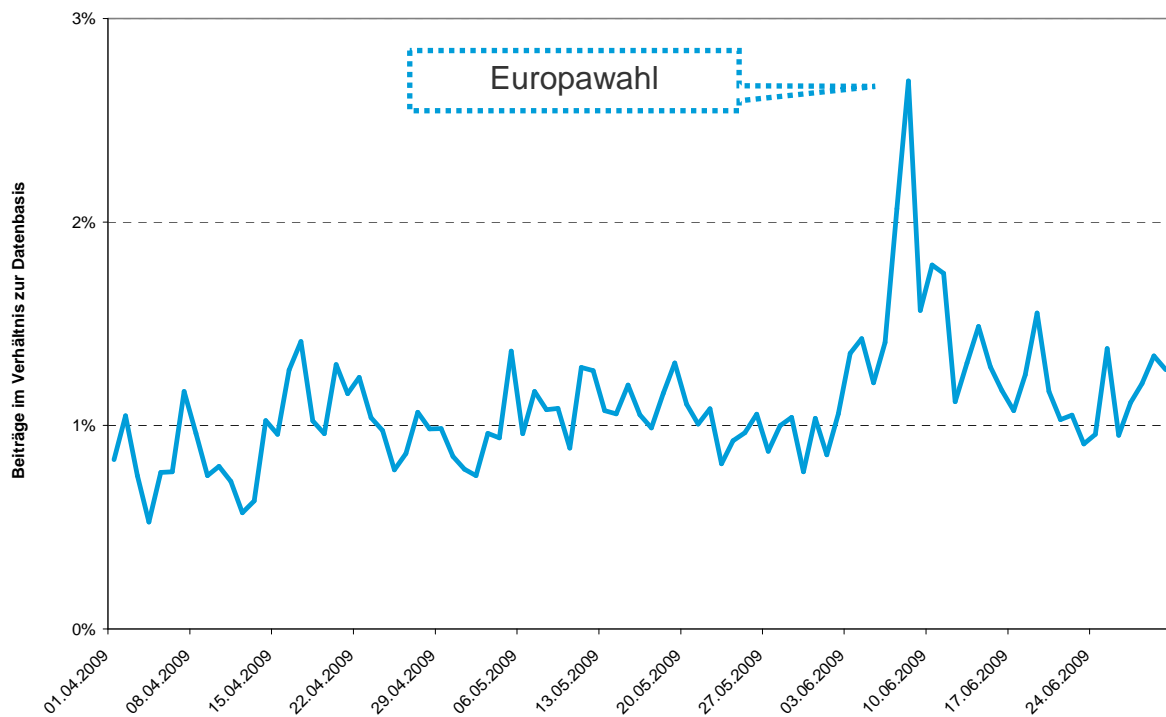
Die für die Analyse der politischen Onlinediskussion verwendeten Daten wurden mit Hilfe von Nielsen BuzzMetrics erhoben. BuzzMetrics ermöglicht es, den unübersichtlichen Online-Content in CGM zu durchsuchen, zu strukturieren und zu analysieren, um kundenindividuelle Auswertungen zur Verfügung zu stellen. Zur Erfassung der diskutierten Themen wurde eine zufällige Stichprobe unter allen Beiträgen mit inhaltlichem Bezug zu den Parteien gezogen und manuell ausgewertet.

Abbildung 1: Diskussionen mit Bezug zu Parteien, 2. Quartal 2009



Quelle: Nielsen Online, BuzzMetrics

Abbildung 2: Diskussionsaufkommen zur SPD, CDU, FDP, B90/Die Grünen, DIE LINKE und NPD im 2. Quartal 2009



Quelle: Nielsen Online, BuzzMetrics



Über Nielsen Online

Nielsen Online, ein Service von The Nielsen Company, liefert umfangreiche und unabhängige Messungen und Analysen von Online-Nutzern und -Werbung, Video, nutzergenerierten Inhalten und Konsumentenverhalten. Diese waren bisher unter den Marken Nielsen//NetRatings und BuzzMetrics bekannt. Mittels qualitativ hochwertigen, technologiebasierten Produkten und Dienstleistungen ermöglicht Nielsen Online seinen Kunden, wichtige Geschäftsentscheidungen im Hinblick auf das Internet, digitale Medien und Marketing auf eine solide Informationsbasis zu stützen. Für nähere Informationen besuchen Sie bitte www.nielsen-online.com.

Über The Nielsen Company

The Nielsen Company ist ein führendes globales Informations- und Medienunternehmen, das seinen Kunden weltweit essentielle und integrierte Marketing- und Media-Informationen sowie Analysen und Branchenexpertise zur Verfügung stellt. Nielsen nimmt führende Marktpositionen in den Bereichen Marketing- und Verbraucherinformationen, Media-Informationen zu Fernsehen, Online-, Mobil- und weiteren Medien, Fachmessen sowie Business Publications (Billboard, The Hollywood Reporter, Adweek) ein. Das in Privatbesitz befindliche Unternehmen ist in mehr als 100 Ländern aktiv mit Hauptsitz in New York (USA). Weitere Informationen finden Sie im Internet unter www.nielsen.com.