

# PRESSEMITTEILUNG

## KONTAKT:

Silke Trost; Telefon: 040 / 23642-133;  
[Silke.Trost@nielsen.com](mailto:Silke.Trost@nielsen.com)

## NIELSENS ONLINE-WAHLTREND 2009

### **Untersuchung ergibt großes politisches Interesse unter den Internetnutzern und regen Austausch in Blogs und Foren / Fortsetzung des Online-Wahlrends bis zur Bundestagswahl**

**02. Juni 2009, Hamburg:** Das Superwahljahr 2009 hat begonnen und wartet mit der anstehenden Europawahl am Wochenende, Kommunal- und Landtagswahlen sowie der Bundestagswahl am 27. September auf. Zur Vorbereitung auf die anstehenden Wahlen gehen viele Internetnutzer auf Blogs und Foren, um sich hier ausgiebig über die Parteien und ihre Wahlprogramme zu informieren und darüber zu diskutieren. Nielsen belegt in einer aktuellen Untersuchung das große Interesse am politischen Meinungs Austausch im Internet und analysierte die hierzu geführten Diskussionen. Diese Daten und Ergebnisse wird Nielsen bis Ende September regelmäßig aktualisieren und veröffentlichen. Zudem wird es auf dem Online-Wahlchannel der dpa-Tochter „news aktuell“ unter [www.presseportal.de/wahlen2009](http://www.presseportal.de/wahlen2009) in kürzeren Abständen Auswertungen des aktuellen Online-Wahlrends geben, in denen die Gesprächsaufkommen im Internet zu Parteien, Politikern und politischen Themen untersucht werden.

Mit BuzzMetrics, dem Analyseprogramm für CGM (Consumer Generated Media) von Nielsen, wurden in den Monaten Januar bis April 2009 über 80.000 Nachrichten zu politischen Parteien ermittelt, die von mehr als 7.000 Usern im Netz in über 2.000 Blogs und Foren geschrieben wurden. Erfasst wurden Beiträge zu CDU/CSU, SPD, FDP, Bündnis90/Die Grünen, die Linke und der NPD. Zu den CGM mit den meisten Beiträgen gehörten die Foren von [spiegel.de](http://spiegel.de) (über 16.000 Beiträge) und [politik.de](http://politik.de) (rund 11.000 Nachrichten), gefolgt von [politikforen.net](http://politikforen.net) auf Platz drei der Top-Foren (rund 5.500 Beiträge).

Die Betrachtung der Onlinebeiträge zu den Parteien zeigt, dass das Nachrichtenaufkommen vor wichtigen Wahlen oder politischen Entscheidungen wesentlich anwächst. So sorgte beispielsweise die hessische Landtagswahl für einen drastischen Zuwachs an Beiträgen. Allein am Wahltag verfassten Internetnutzer knapp 1.500 Beiträge. Ende März schlug das Nachrichtenvolumen zur NPD aus, als deren Parteivorsitzender Voigt wegen Volksverhetzung zu einer Bewährungsstrafe verurteilt wurde

und Mitte April stiegen die Nachrichtenzahlen rund um die SPD in die Höhe, die mit der Einführung eines Lohnsteuerbonus in den Wahlkampf startete. Angela Merkel kam hingegen ab dem 22. März verstärkt ins Gespräch, nachdem sie einen TV-Auftritt beim ARD-Talk mit Anne Will absolvierte.

Eine Auswertung der aktuellen Stimmung zu den Parteien ergab zudem, dass von den Internetnutzern sowohl über die CDU als auch über die SPD eher negativ berichtet wird. Im April bekundeten 37% der User ihre Ablehnung gegenüber der SPD und nur 10% verfassten positive Beiträge, knapp über die Hälfte der Kommentare waren wertfrei. Ähnliche Ergebnisse erzielte die CDU. Hier lag die Verteilung bei 11% positiven und 38% negativen Nachrichten, knapp 50% äußerten keine Meinung zu der Partei.

Die bisherige Nielsen-Analyse zeigt den hohen Stellenwert, den die Auseinandersetzung mit politischen Themen im Netz für die anstehenden Wahlen hat. Nielsen wird daher weiterhin die aktuellen Geschehnisse im Onlineuniversum der CGM untersuchen, diese in Hinblick auf mögliche Wahlentscheidungen analysieren und die Ergebnisse veröffentlichen.

Die für die Analyse der politischen Onlinediskussion verwendeten Daten werden 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 Stimmung zur SPD und CDU wurde je eine zufällige Stichprobe unter allen Beiträgen mit inhaltlichem Bezug zu den Parteien gezogen und manuell ausgewertet.

#### 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](http://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](http://www.nielsen.com).