

Dr. Kay Hinz





Politiker und Social Media

**Wovon wird der Wahlkampf
im Netz beeinflusst?**

- Allgemeine Daten zur Online-Nutzung in Deutschland
- Überblick über meine Studie „Kandidaten und Unterstützer im Online-Wahlkampf. Die Bundestagswahl 2013 im Web 2.0“
- Thesen zur Entwicklung des Online-Wahlkampfes auch in Bezug zur kommenden Bundestagswahl 2017
- Unterschiede der Online-Wahlkämpfe von 2013 und 2017

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

Social Media in traditionellen Medien

Rätselhafte Wortschöpfung

Ist Trump beim Twitttern eingeschlafen?

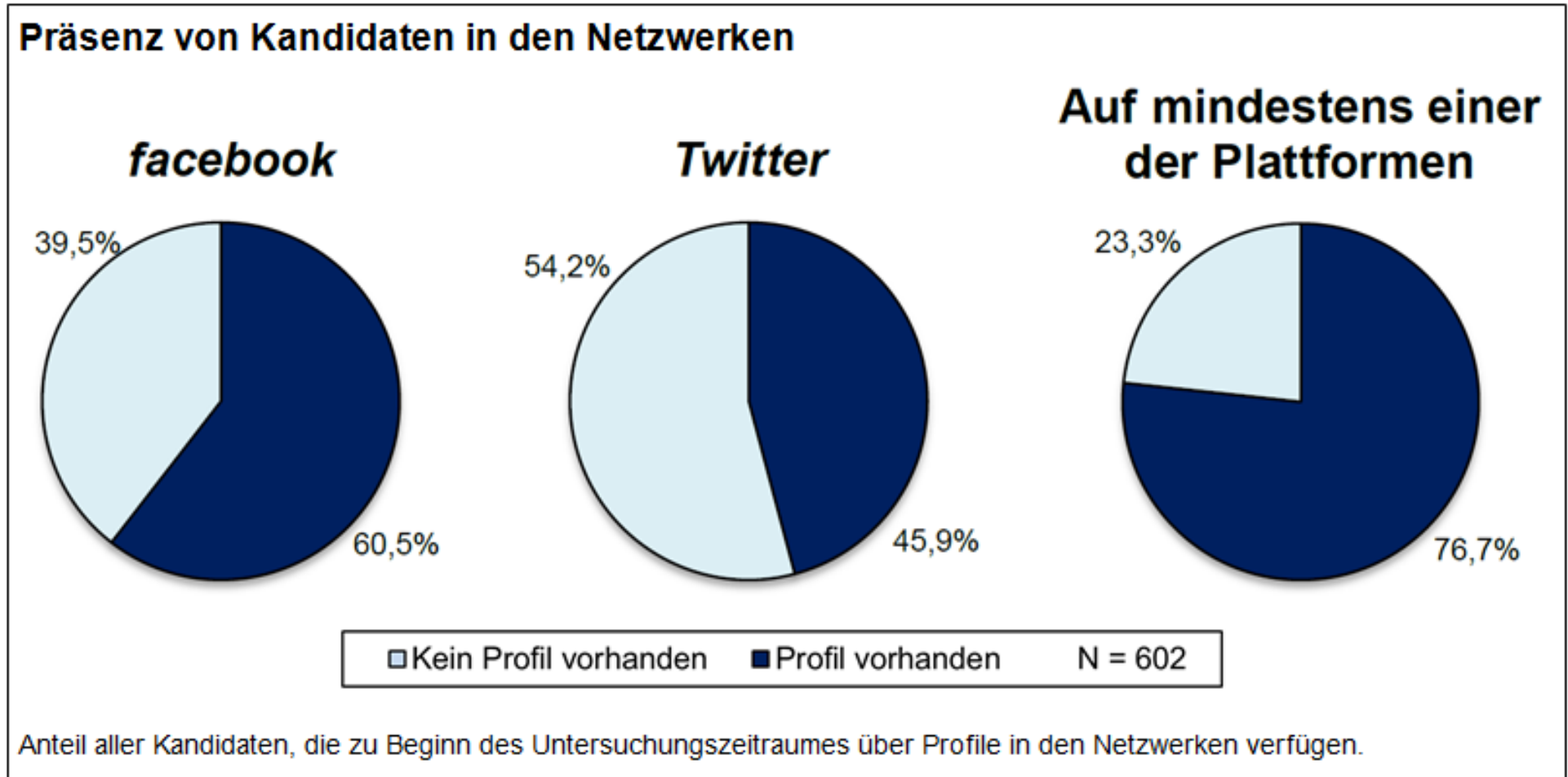
"Covfefe" - Donald Trump hat sich in einem Tweet ganz offensichtlich verschrieben. Im Netz überschlugen sich die Reaktionen: Was steckt wohl hinter der Wortkreation des US-Präsidenten?



Trump und sein Smartphone

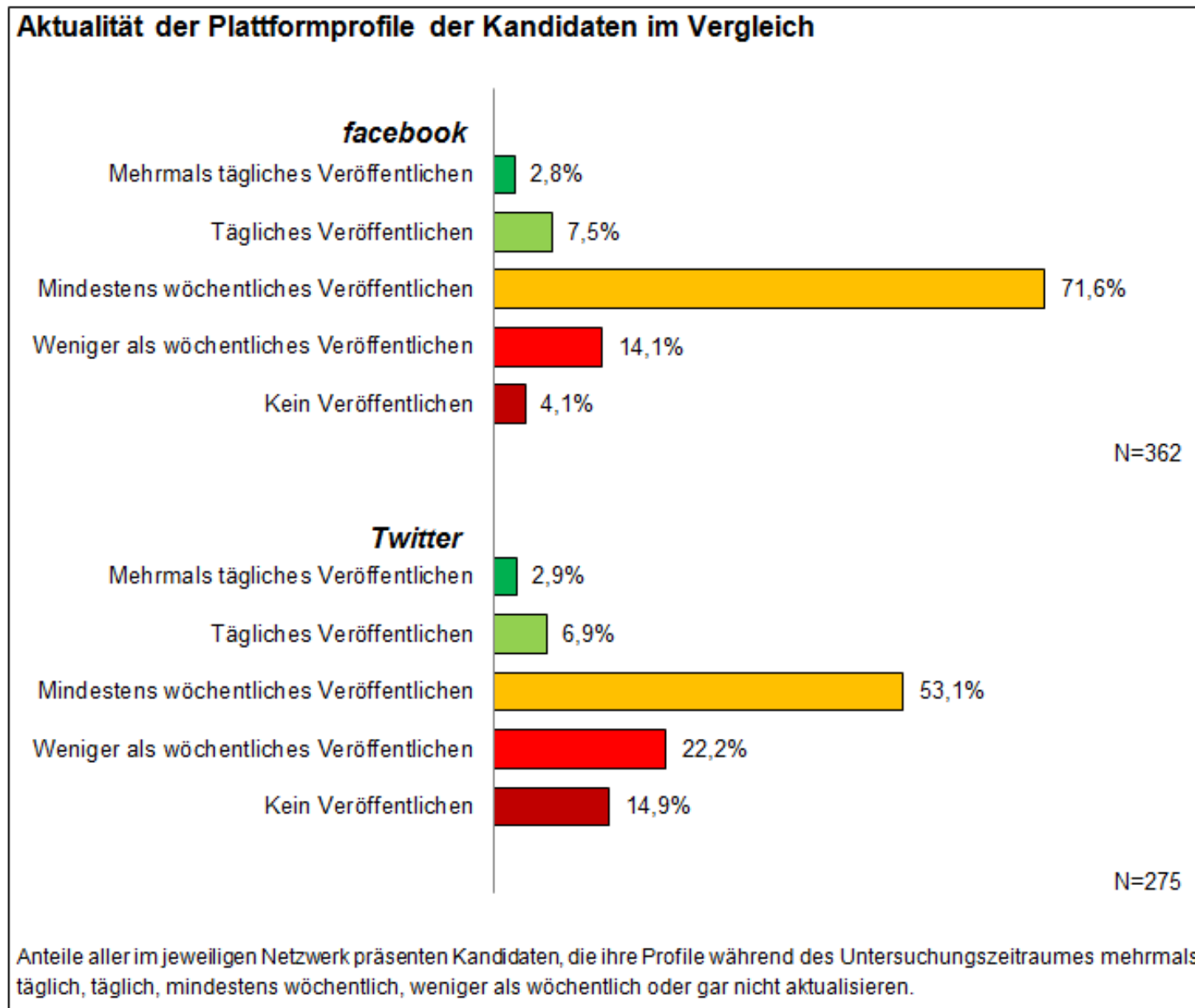
Spiegel Online vom 31.05.2017

Kandidaten zur Bundestagswahl 2013 im Web 2.0

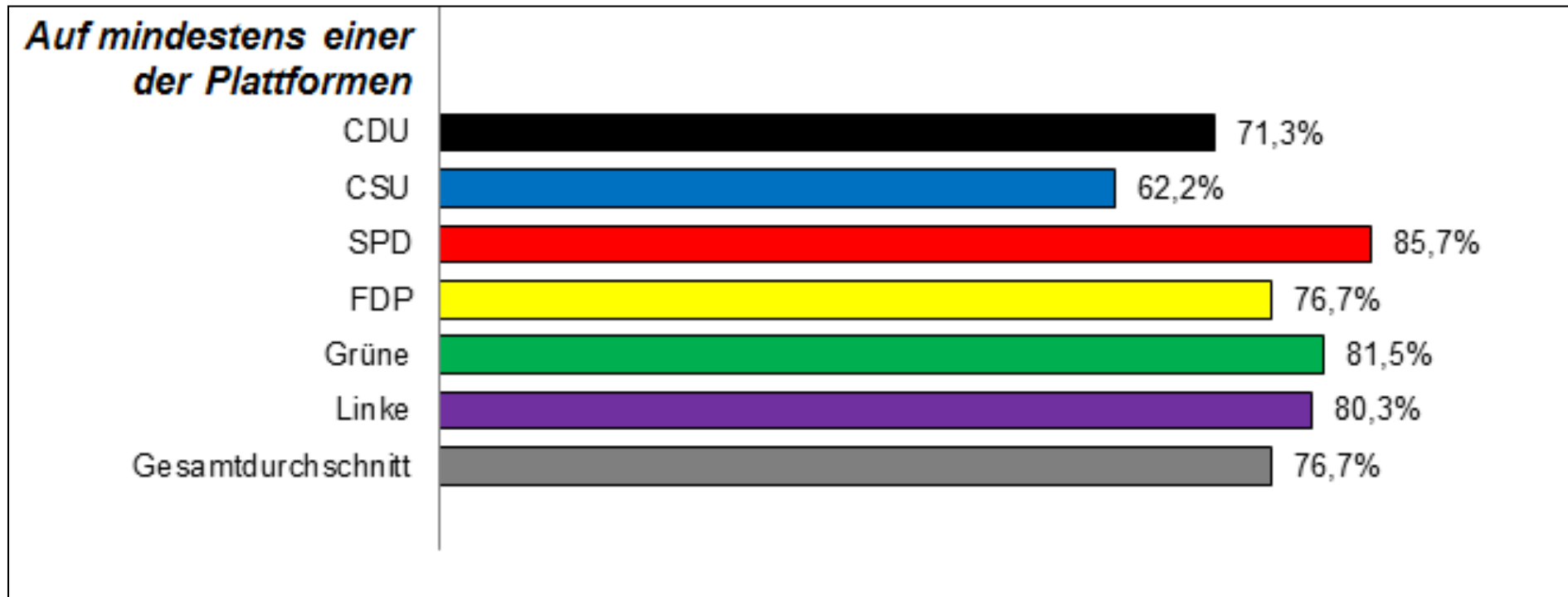


Hinz, 2017, S. 157

Kontinuität der Online-Aktivität der Kandidaten



Unterschiede der Online-Präsenz nach Parteien



Hinz, 2017, S. 165

Anteil der Online-Präsenz nach Bundesländern: mindestens eines der Netzwerke

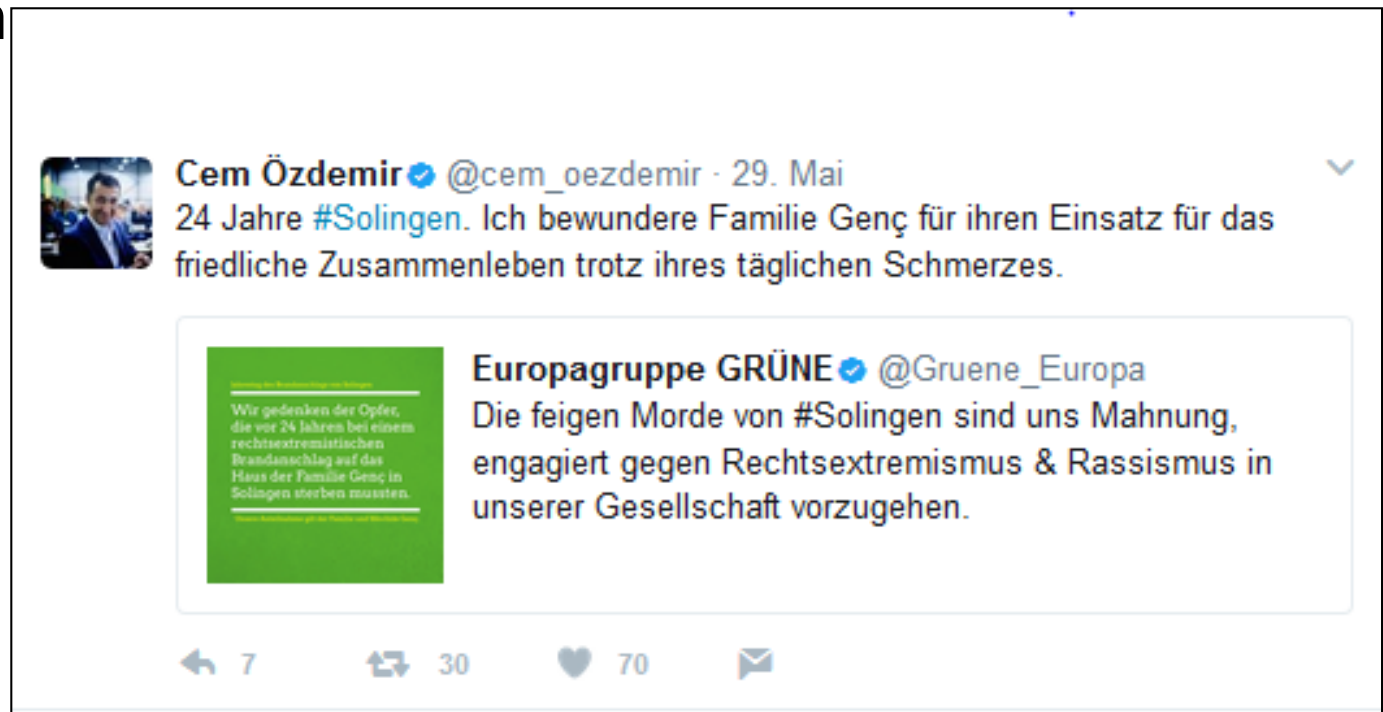


Welche Funktionen kann der Online-Wahlkampf erfüllen?

Funktionen des Online-Wahlkampfes

(Gibson & Ward 2000, S. 305ff.)

•Information



The screenshot shows a Twitter thread. The top tweet is from Cem Özdemir (@cem_oezdemir) dated May 29th, with the text: "24 Jahre #Solingen. Ich bewundere Familie Genç für ihren Einsatz für das friedliche Zusammenleben trotz ihres täglichen Schmerzes." Below it is a retweet from the European Green Party (@Gruene_Europa) with the text: "Die feigen Morde von #Solingen sind uns Mahnung, engagiert gegen Rechtsextremismus & Rassismus in unserer Gesellschaft vorzugehen." The retweet includes a green graphic with the text: "Wir gedenken der Opfer, die vor 24 Jahren bei einem rechtsextremistischen Brandanschlag auf das Haus der Familie Genç in Solingen sterben mussten." At the bottom of the thread, there are icons for replies (7), retweets (30), likes (70), and a direct message icon.

www.twitter.com

Welche Funktionen kann der Online-Wahlkampf erfüllen?

Funktionen des Online-Wahlkampfes

(Gibson & Ward 2000, S. 305ff.)

- **Information**

- **Vernetzung**



www.twitter.com

Welche Funktionen kann der Online-Wahlkampf erfüllen?

Funktionen des Online-Wahlkampfes

(Gibson & Ward 2000, S. 305ff.)

• **Information**

• **Vernetzung**

• **Mobilisierung**



www.facebook.com

Welche Funktionen kann der Online-Wahlkampf erfüllen?

Funktionen des Online-Wahlkampfes

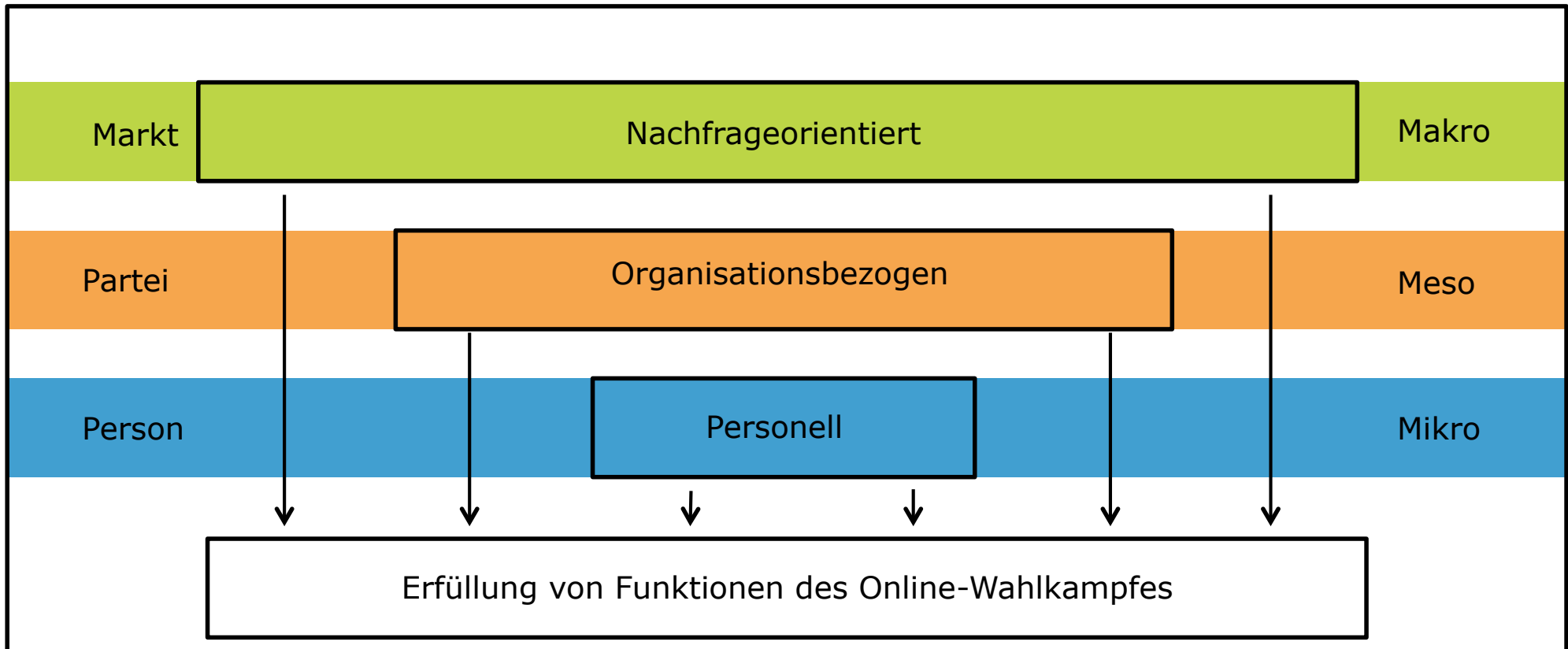
(Gibson & Ward 2000, S. 305ff.)

- **Information**
- **Vernetzung**
- **Mobilisierung**
- **Partizipation**



www.facebook.com

Was kann den Online-Wahlkampf beeinflussen?



Hinz, 2017, S. 91

Welche Faktoren beeinflussen die Online-Kommunikation im Wahlkampf?

- Personelle Faktoren der Kandidaten beeinflussen die Online-Kommunikation am deutlichsten

- Kommunikation abhängig von individuellen Charakteristika

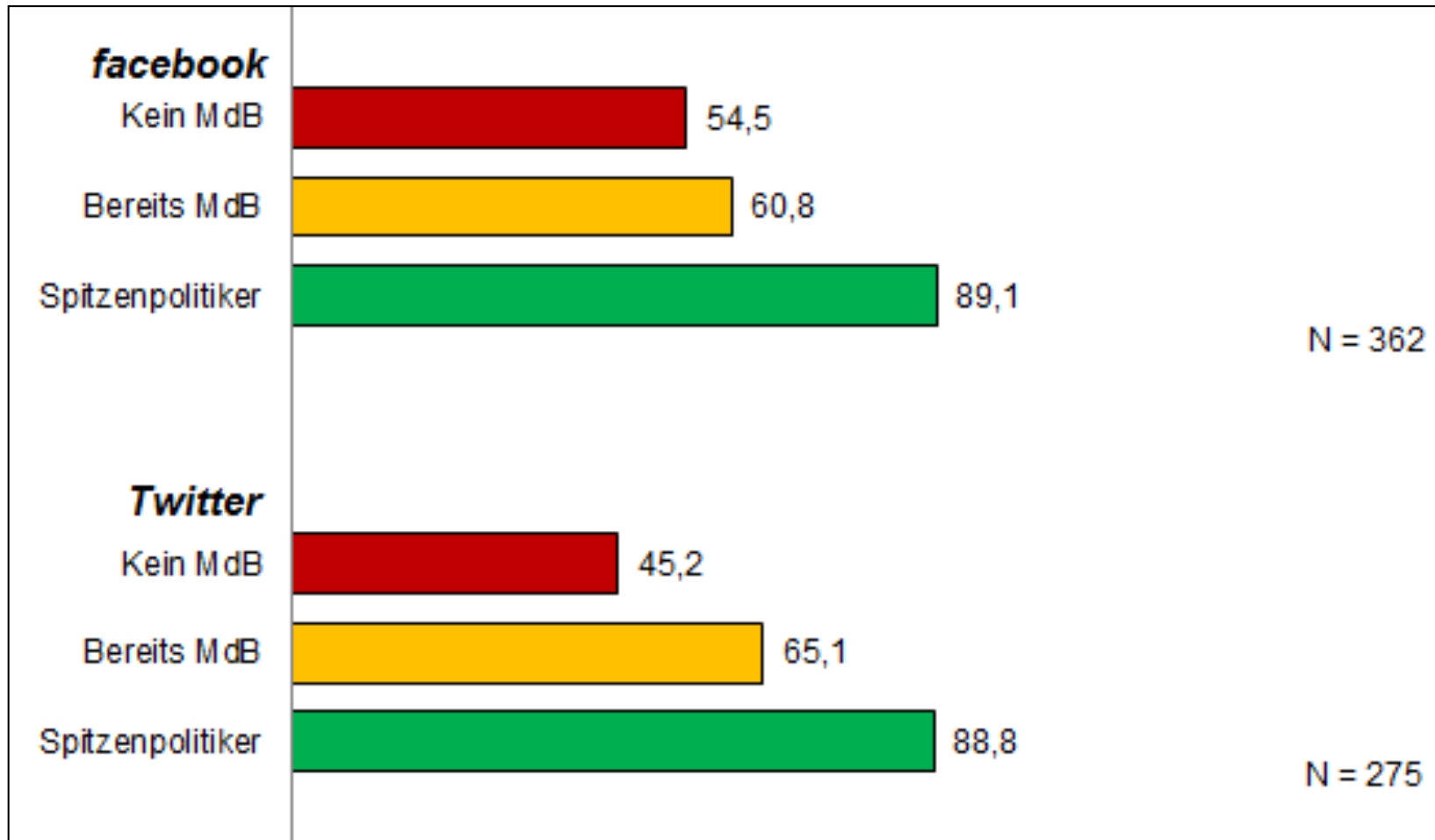
- Jung, stark professionalisiert, häufig massenmedial präsent = erfolgreich im Online-Wahlkampf

These 1

Im Netz kann sich eine Aufwärtsspirale für etablierte Politiker und eine Abwärtsspirale für weniger etablierte Politiker entwickeln.

Thesen

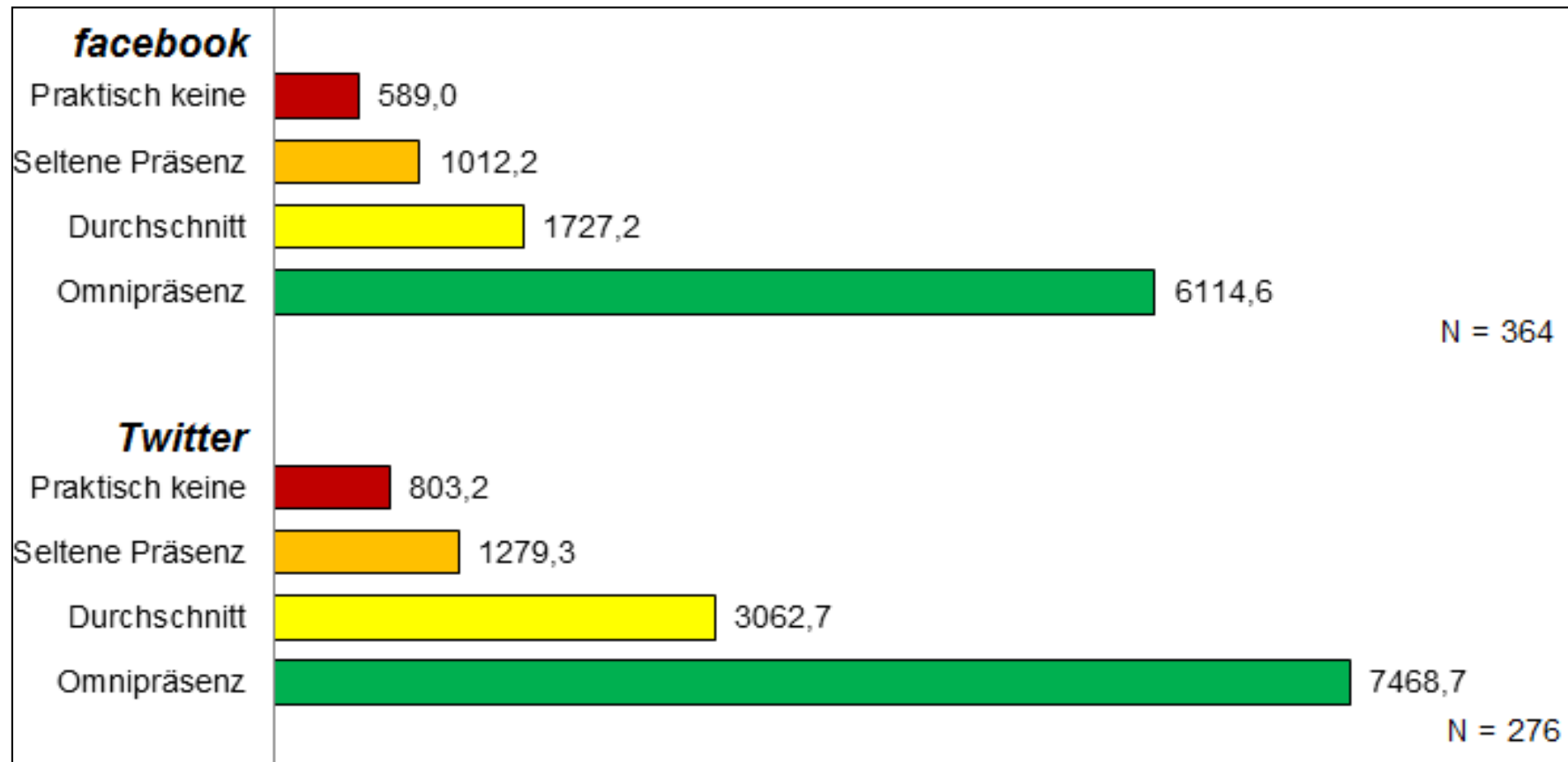
Durchschnittliche Anzahl veröffentlichter Beiträge von Kandidaten während des Wahlkampfes nach Berufsstatus und Plattform



Hinz, 2017, S. 185

Thesen

Durchschnittliche Unterstützerzahl von Kandidaten zu Beginn des Untersuchungszeitraumes nach massenmedialer Präsenz und Plattform



Hinz, 2017, S. 209

AfD-Landeslistenkandidaten NRW bei Facebook

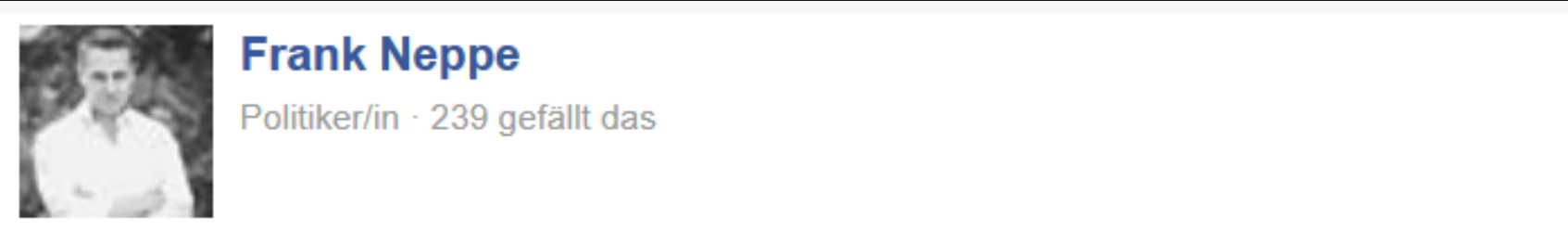
1.




 **Marcus Pretzell** ✓
Region Brüssel-Hauptstadt · Politiker/in · 23.251 gefällt das

2. ~~Roger Beckamp~~

3.



 **Frank Neppe**
Politiker/in · 239 gefällt das

www.facebook.com Stand: 31.05.2017

These 2

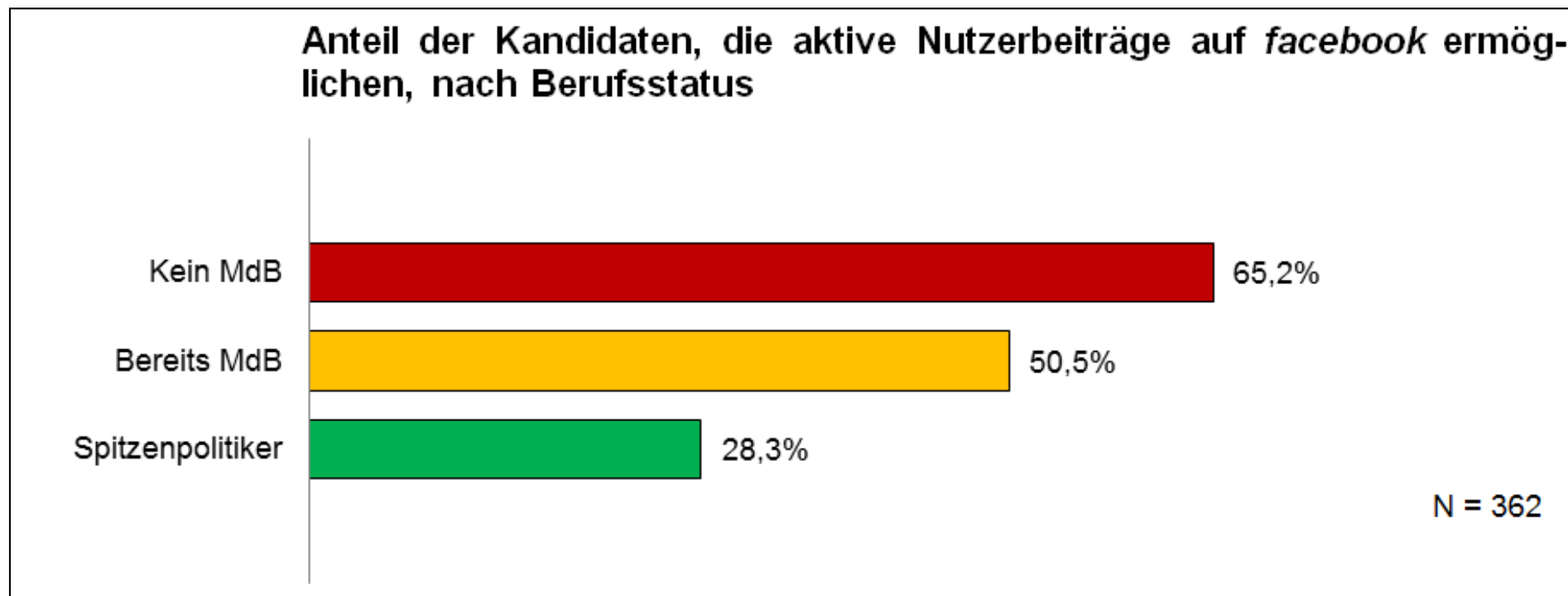
Online-Kommunikation von Parteien und Politikern orientiert sich stärker an bereits überzeugten Bürgern als an der potentiell erreichbaren Gesamtwählerschaft.

These 3

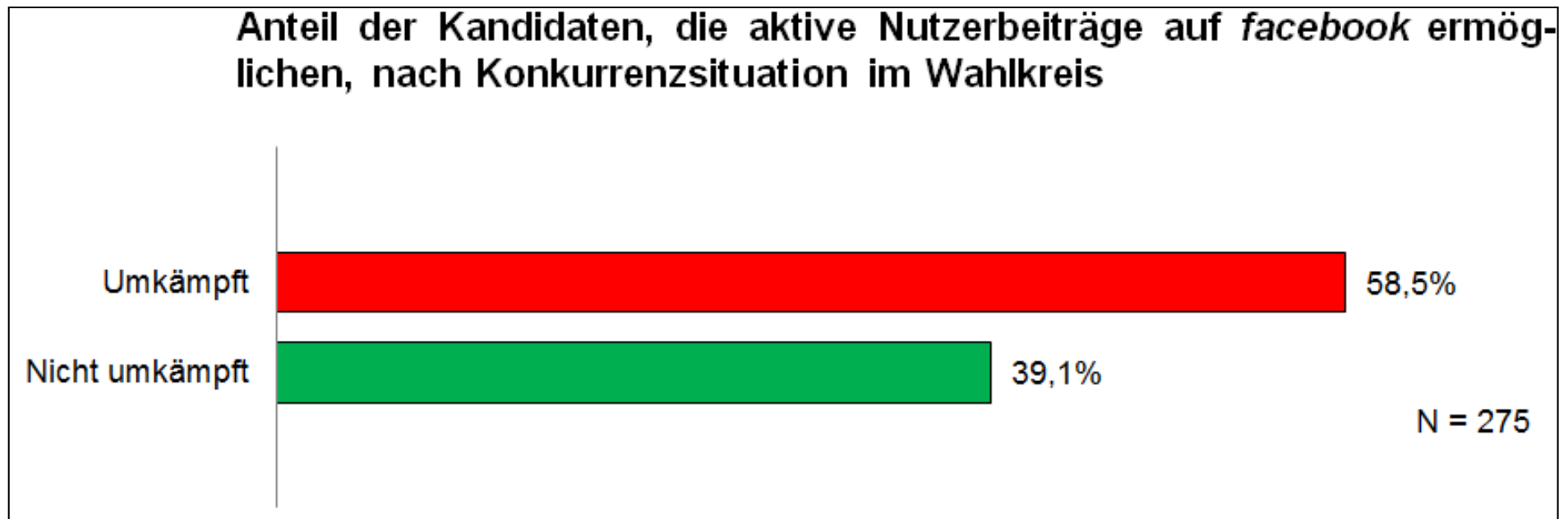
Die meisten Unterstützer begnügen sich damit, ein Politikerprofil auf Facebook oder Twitter zu liken. Sie lassen sich nicht weiter in den Wahlkampf einbinden.

Nielsen-Regel





Hinz, 2017, S. 232

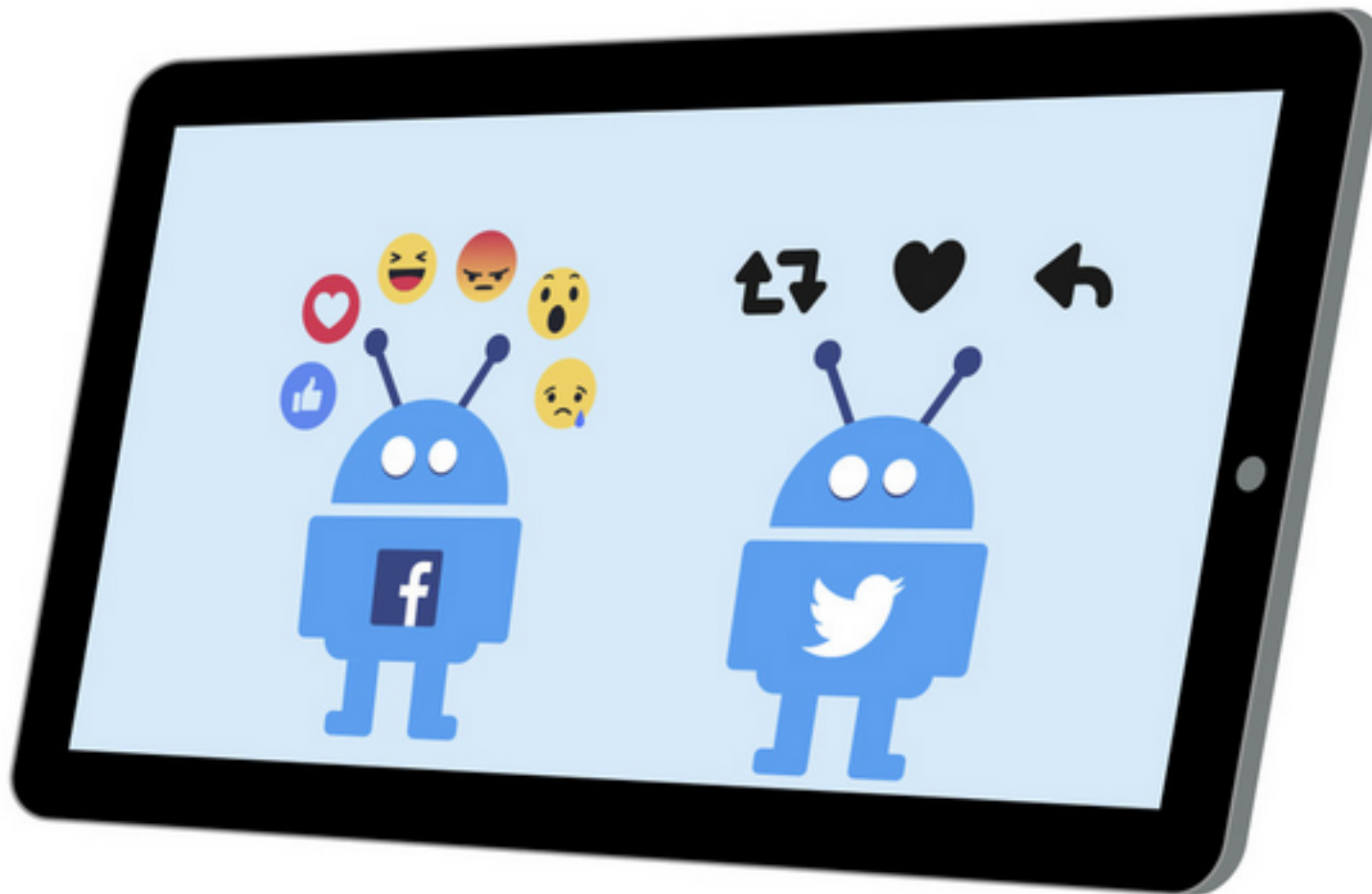


Hinz, 2017, S. 241

These 4

Social Bots und Fake News werden unsere Gesellschaft und unsere Demokratie nicht zerstören.

Thesen



www.neueshandeln.de/blogazin

Perspektiven für die Bundestagswahl 2017

- Wachsende Bedeutung von bezahlten Beiträgen
→ bessere Segmentierung von Zielgruppen

The screenshot shows the Facebook Ads targeting interface. On the left, there is a navigation menu with 'Kampagne' (Campaign) selected, followed by 'Ziel' (Objective), 'Anzeigengruppe' (Ad Set), and 'Werbeanzeige' (Ad). The 'Anzeigengruppe' section is expanded, showing 'Seite' (Page), 'Zielgruppe' (Audience), 'Platzierungen' (Placements), and 'Budget & Zeitplan' (Budget & Schedule). The main content area is titled 'Sprachen' (Languages) and 'Detailliertes Targeting' (Detailed Targeting). The 'Detailliertes Targeting' section is highlighted with a red circle and contains the text: 'Personen EINSCHLIESSEN, auf die mindestens EINES der folgenden Merkmale zutrifft' (Include people who meet at least one of the following criteria). Below this text is a search bar with the placeholder 'Demografie, Interessen oder Verhaltensweisen' (Demographics, Interests, or Behaviors) and a 'Durchsuchen' (Search) button. A dropdown menu is open, showing the following options: 'Demografische Angaben' (Demographics), 'Interessen' (Interests), 'Verhalten' (Behaviors), and 'Weitere Kategorien' (More Categories). At the bottom of the targeting section, there is a button labeled 'Diese Zielgruppe speichern' (Save this audience).

www.facebook.com

Perspektiven für die Bundestagswahl 2017

- Facebook bringt sich mit einem eigenen Tool in Wahlkämpfe ein



www.facebook.com

Perspektiven für die Bundestagswahl 2017

- Stärkere Personalisierung im Web 2.0



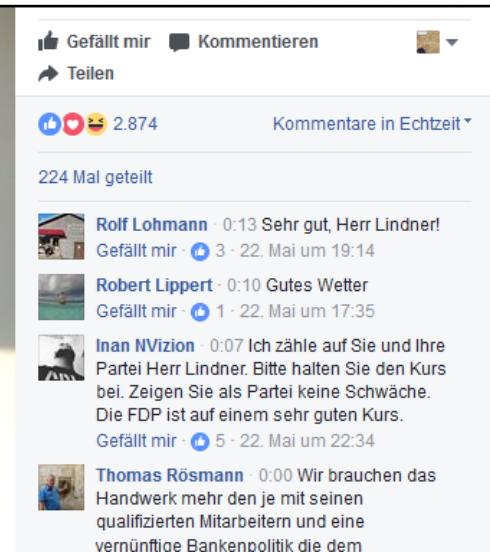
www.facebook.com



www.facebook.com

Perspektiven für die Bundestagswahl 2017

- Erfolgreiche Experimente mit Live-Inhalten und Interaktion



www.facebook.com

Perspektiven für die Bundestagswahl 2017

- Einbindung von Fan-Content und „Calls-to-Action“ nehmen zu



www.facebook.com



www.facebook.com



Vielen Dank!

mail@kayhinz.de
www.kayhinz.de