

14. Januar 2012

„Merz wäre der Vorsitzende für inhaltliche Wahlkämpfe“

Der Diskurs Politik-Monitor analysiert die Medienpräsenz der drei Kandidaten für den CDU-Vorsitz: In sozialen Netzwerken liegt Friedrich Merz vorne

Berlin. Kurz vor der Entscheidung um den CDU-Bundesvorsitz ist Friedrich Merz in den sozialen Netzwerken deutlich präsenter als seine Mitbewerber Norbert Röttgen und Armin Laschet. Bei den Medienerwähnungen hat allerdings Armin Laschet durch die Medienberichterstattung über die Corona-Krise weiter die höchste Medienpräsenz aufzuweisen. Unterschiede gibt es auch bei der inhaltlichen Präsenz der drei Kandidaten. Das Beratungsunternehmen Diskurs Communication hat eine Medienanalyse der letzten zwölf Monate vorgenommen.

In sozialen Netzwerken liegt Friedrich Merz vorne

Interpretiert man die Zahl der Follower oder Abonnenten in den sozialen Netzwerken Facebook, Twitter und Instagram als Gefolgschaft, ergibt sich ein klares Bild: In den sozialen Netzwerken steht klar Friedrich Merz im Mittelpunkt des Interesses. Sowohl bei Twitter (121.322), als auch auf Facebook (48.775) hat er die meisten Follower bzw. Abonnenten. Auch auf Instagram liegt er mit 49.500 Abonnenten vorne. Ihm folgt Armin Laschet mit jeweils einigem Abstand. Er hat 90.869 Follower auf Twitter, 36.330 Abonnenten bei Facebook und 43.600 auf Instagram. Norbert Röttgen liegt in den sozialen Netzwerken auf dem dritten Platz. Ihm folgen 44.632 Twitter-Nutzer, 17.200 Abonnenten auf Instagram und auf Facebook 14.748 Abonnenten. Im Hinblick auf den Bundestagswahlkampf ist damit klar, wer der drei Kandidaten als Vorsitzender persönliche Reichweite und Relevanz einbringen könnte.

Merz und Röttgen punkten mit Inhalten, Laschet mit Krisenbewältigung

Mit ihren Social-Media-Aktivitäten erzielen die drei Kandidaten unterschiedliche Reichweite und Relevanz. Dies zeigt sich in der jeweiligen Viralität der Beiträge der drei Wettbewerber. Mit dem Viralitätsindex des Diskurs Media Monitoring, der misst, wie oft ein Beitrag geliked, geteilt oder kommentiert wurde, lässt sich die Relevanz von Beiträgen im Netz analysieren. Betrachtet wurden die Social-Media-Aktivitäten seit Januar 2020.

Armin Laschet setzt vor allem auf seine Kompetenz als Krisenmanager in der Pandemie. Sein viralster Beitrag auf Twitter ist mit einem Viralitätsindexwert von 5.495 sein Tweet "Schützen Sie sich - und andere" vom 30. März, in dem er erklärt, wie man eine Maske richtig aufsetzt. Bei Facebook ist der viralste Beitrag mit einem Wert von 5.003 der Post vom 15. April zur Einigung von Bund und Ländern auf einen gemeinsamen Fahrplan zum weiteren Vorgehen in der Corona-Pandemie. Seine viralste Medienerwähnung stammt von ZDFheute, in der er von Rangar Yogeshwar kritisiert wird, weil er ständig seine Meinung ändere.

Auch Friedrich Merz erzielte seinen höchsten Viralitätswert mit einer Nachricht zu persönlicher Betroffenheit. Sein Tweet "Ein am Sonntag bei mir durchgeführter Corona-Test ist positiv" erreichte einen Wert von 14.754. Auf Platz zwei folgt aber bereits ein Tweet über die chinesische Freihandelszone. Der viralste Facebookbeitrag von Friedrich Merz erreichte einen Viralitätswert von 8.828, stammt vom 19. September und bezieht sich auf seine Aussagen zur Absenkung des Wahlalters. Die viralste Nachricht stammt von Welt Online mit einem Viralitätswert von 101.265, in der Merz sich zur Lebensarbeitszeit äußert.

Die viralsten Erwähnungen von Norbert Röttgen sind ebenfalls meist inhaltlicher Natur. Allerdings erreichte sein Tweet "Orban's state of emergency law effectively eliminates opposition" nur einen vergleichsweise geringen Viralitätswert von 1.354 gegenüber den Viralitätswerten der beiden anderen Kandidaten. Auch mit seinem viralsten Post auf Facebook, "Erdogans Drohung ist eigentlich ein Hilferuf" vom 29. Februar, kommt er mit einem Viralitätswert von 1.196 kaum auf eine höhere Reichweite. Norbert Röttgens viralste Nachrichtenerwähnung mit einem Indexwert von 25.521 auf ntv dreht sich eigentlich um Jens Spahn als möglichen Merkmelnachfolger.

„Sollte die CDU einen inhaltlichen Wahlkampf um die Zukunft Deutschlands führen wollen, wäre Friedrich Merz sicher der Parteivorsitzende, der im Hinblick auf Debatten- und Kampagnenfähigkeit die meisten Qualitäten mitbringt. Eine Strategie der asymmetrischen Demobilisierung wie in der Vergangenheit wäre mit ihm aber sicher schwer machbar“, erklärt der Soziologe und Verwaltungswissenschaftler Jürgen Scheurer, der die Analyse erstellt hat.

Größeres Interesse an Friedrich Merz in der Google-Suche

Analysiert man das Interesse an den drei Kandidaten über die Google-Suchen seit Januar 2020, zeigt sich ein überwältigendes Interesse der Suchmaschinenbenutzer an Friedrich Merz. In allen Bundesländern außer Nordrhein-Westfalen suchen die Nutzer vor allem nach ihm. Armin Laschet kann lediglich bei den Nutzern aus Nordrhein-Westfalen die meisten Suchanfragen für sich verbuchen.

„Die Analyse der medialen Präsenz der Kandidaten zeigt, dass Friedrich Merz sich als Kandidat für die notwendigen inhaltlichen Debatten und Kampagnen anbietet. Armin Laschet ist eher der Politikmanager, der für pragmatische Kontinuität steht und auf sein Ministerpräsidentenamt und das damit verbundene Krisenmanagement setzt. Norbert Röttgen steht zwischen den beiden, präsentiert sich inhaltlich innovativer als Armin Laschet, aber weniger polarisierend als Friedrich Merz“, so das Fazit von Jürgen Scheurer.

845 Wörter / 5519 Zeichen

Hintergrundinformationen

www.diskurs-communication.de / www.direktzu.com

Ansprechpartner für Presseanfragen:

Jürgen Scheurer, Tel. 030 2023536-10, presse@diskurs-communication.de

Über die Diskurs Communication GmbH

Die Diskurs Communication GmbH ist ein Beratungsunternehmen für strategische Kommunikation und Public Relations. Das Unternehmen mit Büros in Berlin und Baden-Württemberg betreut vorwiegend Kunden aus der Energie- und Finanzbranche sowie dem öffentlich-rechtlichen Sektor bei allen Fragen strategischer Kommunikation und politischer Interessenvertretung. Mit seinen Mitarbeitern in Berlin und Baden-Württemberg bietet Diskurs Communication innovative Beratungsleistungen, gestützt auf datenbasierte Online-Systeme, Analysen und Umfragen.

Diskurs Communication GmbH - Sitz der Gesellschaft: Waghäusel - Handelsregister: Amtsgericht Mannheim, HRB 736853 - Geschäftsführer: Jürgen Scheurer