

## **NRW-Wahl 2012: Auf Facebook liegt Hannelore Kraft vorn**

- Analyse von „AllFacebook Stats“ sieht Führungsanspruch von Hannelore Kraft auch bei jungen Wählern
- FDP und Piratenpartei können im Endspurt viele Fans mobilisieren
- Experten sehen noch viel Steigerungspotenzial bei der Nutzung von Facebook im Wahlkampf

**Ennepetal, 26.04.2012 – Rund 32% der Wahlberechtigten in Nordrhein-Westfalen nutzen das soziale Netzwerk Facebook, darunter besonders viele Erst- und Jungwähler. Für die Parteien und ihre Spitzenkandidaten bedeutet dies eine zusätzliche Wahlkampfplattform, die große Chancen für den persönlichen Dialog bietet und als Trendbarometer dienen kann. Statistiken des Facebook Analyse-Werkzeugs AllFacebook Stats zur Landtagswahl in NRW zeigen deutlich, dass Prognosen via Facebook mittlerweile die Meinungen breiter Wählerschichten erfassen.**

SPD-Spitzenkandidatin Hannelore Kraft hat nicht nur bei der Sonntagsfrage [1] die Nase vorn, wo sie derzeit Norbert Röttgen (CDU) um fast 10 Prozentpunkte übertrifft. Auch auf Facebook liegt Kraft mit knapp 14.200 Fans deutlich vor Norbert Röttgen mit 3.700. Auf die zweite Position schiebt sich der FDP-Konkurrenten Christian Lindner (8.800). Keine eigene Fanseite haben die Spitzenkandidaten von Grünen, Linke und Piratenpartei; sie gehen nur mit den Facebook-Seiten der Landtagsfraktionen ins Rennen.

Obwohl Die Linke von allen Fraktionen in NRW mit etwa 5.600 Fans bislang mit Abstand die höchste Fanzahl hat, stagniert zurzeit ihre Fangemeinde auf Facebook. Die Piraten (2.224 Fans) dagegen holen mächtig auf: 28,3% Wachstum in den vergangenen zwei Wochen – ein Trend, den auch die klassischen Wahlprognosen bestätigen. Doch auch die FDP (1.489 Fans) legt bei Facebook stark zu (11% Fanwachstum). Bei SPD (3.844 Fans) und CDU (3.332 Fans) konzentrieren sich die Facebook-Aktivitäten wie im Offline-Wahlkampf auf die Spitzenkandidaten. Die Fanseiten der beiden Parteien wuchsen im betrachteten Zeitraum mit

lediglich ca. fünf Prozent. So kurz vor der Wahl könnte dies ein alarmierendes Zeichen für mangelnde Wählermobilisierung sein.

### **Lebendigste Diskussionen bei Kraft und den Liberalen**

Unter den drei Spitzenkandidaten mit einer eigenen Fanseite war Hannelore Kraft in den vergangenen 14 Tagen die Aktivste und hat die meisten Beiträge veröffentlicht (78 sogenannte Postings), gefolgt von Christian Lindner (37). Die meisten Interaktionen in Form von Lob, Kritik und Diskussionen fanden ebenfalls auf der Seite von Hannelore Kraft statt.

Bei den Interaktionsraten der Parteiseiten führt die FDP. Im Verhältnis zur Anzahl der Fans gab es bei den Liberalen die meisten Likes und Kommentare. Piraten und Linke veröffentlichten im Beobachtungszeitraum zwar viel mehr Beiträge, ernteten aber weniger Resonanz.

### **Social-Media-Experte sieht Optimierungspotenzial**

„Sowohl die Spitzenkandidaten als auch die Parteien haben es bisher versäumt, die seit März offiziell eingeführte Facebook-Chronik vollumfänglich zu nutzen, um die eigene politische und persönliche Geschichte und vor allem die Verwurzelung in NRW zu erzählen“, sagt Alexander Peiniger, Gründer und Geschäftsführer von AllFacebook Stats. „Weder finden sich Erinnerungen an die Ären Steinhoff, Kühn oder Rau bei der SPD, noch Fotos vom jungen Abiturienten Norbert Röttgen auf Facebook. Dabei würde das den Menschen hinter den Politikern mehr Kontur verleihen und sie könnten mit der Parteigeschichte die langjährige Verbundenheit mit NRW ausdrücken. Desweiteren können viele der untersuchten Posts deutlich optimiert werden, um die Nutzerinteraktion zu erhöhen und somit eine größere Verbreitung zu erzielen. Der Großteil der Fanseiten setzt zu wenig auf den Einsatz von Fotos, Videos und anderen interaktiven Inhalten.“

### **Facebook als Zünglein an der Waage?**

Barack Obama hat es bereits in seinem hocheffektiven Wahlkampf 2008 vorgemacht und gerade wieder in einer Talkshow mit Mark Zuckerberg inklusive Live-Facebook-Chat unter Beweis gestellt: Der Wahlkampf im Social Web ist wichtiger und vor allem erfolgversprechender denn je.

Eine detaillierte Übersicht über Fanzahl, Fanzuwachs und Interaktionen der letzten 30 Tage zu den Spitzenkandidaten findet sich auf <http://www.allfacebookstats.com/de/nrw-kandidaten>. Die Statistiken der Facebook-Seiten der genannten Parteien, ebenfalls für den Zeitraum von 30 Tagen, sind unter <http://www.allfacebookstats.com/de/nrw-parteien> einsehbar.

[1] <http://www.wahlrecht.de/umfragen/landtage/nrw.htm>

#### Über AllFacebook Stats

AllFacebook Stats ist eine webbasierte Lösung zum Analysieren von Facebook-Seiten. Das Tool wurde 2010 ursprünglich unter dem Namen "Social.Media.Tracking" von der pedigital GmbH aus Ennepetal gegründet und ist mittlerweile Teil eines Joint-Ventures mit der amerikanischen Firma WebMediaBrands Inc.. Im Jahr 2011 konnte AllFacebook Stats den t3n Award in der Kategorie "Bestes Social Media Tool" gewinnen.

Derzeit wird AllFacebook Stats von ca. 20.000 Kunden genutzt. Zum Kundenstamm gehören internationale Agenturen, Medien und Unternehmen wie Ketchum Pleon, Audi oder Adidas.

#### **Kontakt:**

AllFacebook Stats

Alexander Peiniger

Gründer und Geschäftsführer

Fon: 0 23 33 – 6 59 58 12

[alex@allfacebookstats.com](mailto:alex@allfacebookstats.com)

Agentur Frische Fische

Jan Eppers

Fon: 0351 – 5633 870

[jep@frische-fische.com](mailto:jep@frische-fische.com)