



# 2017

## BUNDESTAGSWAHL



#5

19.09.2017 08:17 CEST

## SOCIAL MEDIA INSIGHTS ZUR BUNDESTAGSWAHL I #5

Kommenden Sonntag ist es endlich soweit. Ein weiteres Mal wird hierzulande der Bundestag gewählt. Unsere Insights zur KW 36 haben gezeigt, dass sich das Beitragsaufkommen von Woche zu Woche erhöht hat. Aber was gibt es Spannendes zur KW 37 zu sagen ?

### Methodik

Datenbasis ist das deutschsprachige Beitragsaufkommen (je Kalenderwoche) zu den meist genutzten Begriffen zur Bundestagswahl 2017. Folgende Hashtags werden dabei berücksichtigt: **Bundestagswahl**,

## **Bundestagswahl2017, BTW sowie BTW2017.**

Neben einer quantitativen Auswertung zum Artikelvolumen soll jede Woche zusätzlich dargestellt werden, welche Themen oder Hashtags im Zusammenhang mit der Bundestagswahl besondere Zuwächse verzeichnen oder welche in der jeweiligen Kalenderwoche neu hinzugekommen sind.

Darüber hinaus möchten wir einzelne Fundstücke im Online-Bereich vorstellen. Das können besonders kontroverse Beiträge aus Online-Medien sein, gelungene Kommentare von Nutzern oder Influencern, kreative Hashtags oder einfach lesenswerte Analysen, die an anderer Stelle veröffentlicht wurden.

### **KW 37 – Auszubildender konfrontiert die Kanzlerin mit Missständen in der Pflege**

Wenig überraschend: das Beitragsaufkommen in KW 37 (11.09.-17.09.) steigt weiter. Insgesamt 129 Tsd. deutschsprachige Postings beschäftigen sich mit der Bundestagswahl-Thematik (Vorwoche: 117 Tsd.). Allein am gestrigen Tag waren es über 20 Tsd. Beiträge im Social Web.

Für viel Social Media Buzz sorgte in der letzte Woche die **Wahlarena**, bei der sich Angela Merkel am 11.09. den Fragen des Publikums stellte. Allein der dazugehörige Hashtag Wahlarena wurde in mehr als **3 Tsd. Beiträgen** verwendet.

Für besonders viel Aufregung haben diesbezüglich die Fragen eines Pflege-Auszubildenden gesorgt, der die Kanzlerin fragte warum gerade die Pflegebranche, trotz unumstrittener gesellschaftlicher Relevanz, in einem solch desaströsen Zustand ist. Das entsprechende Video zur Frage hat bislang übrigens über 255 Tsd Aufrufe auf YouTube (Stand: 18.09.).



[Video auf YouTube ansehen](#)

Darüber hinaus konnte in der KW 37 der **Hashtag SPD deutlich an Artikelvolumen zulegen**. Mit mehr als 6 Tsd. Beiträgen hat sich die Anzahl der Beiträge die SPD und einen der oben aufgeführten Hashtags enthielten fast verdoppelt. Dies ist dabei vor allem auf zwei Dinge zurückzuführen. Zum einen wurde die SPD aufgrund einer Infratestumfrage, bei der die Partei auf unter 20 Prozent kam, wiederholt thematisiert.

Daneben forderte die SPD in der letzten Woche ein weiteres TV-Duell, was von Angela Merkel jedoch abgelehnt wurde. Entsprechende Beiträge, wie der Tweet von der Zeit-Redakteurin [@sa\\_Caspari](#) (**6.890 Follower**), erhielten in diesem Zusammenhang dutzende ReTweets und Gefällt-mir-Angaben.




**Lisa Caspari**

@lisacaspari

Folgen



#SPD fordert zum 3. Mal ein 2. TVDuell,  
Merkel sagt zum 3.Mal nein. Ist nicht neu,  
führt nirgendwo hin. Gibt es keine anderen  
Themen? #BTW17 

15:16 - 13. Sep. 2017

21 Retweets 79 „Gefällt mir“-Angaben



 16  21  79 

## Fundstück der Woche

Unser Fundstück der Woche ist die Webserie **re:sponsive**. Ein Projekt des Aktivisten und Influencers [Raul Krauthausen](#) (38 Tsd. Follower auf Twitter) im Auftrag der Bundeszentrale für politische Bildung. Online wird das Format (Laufzeit: meist 10-15 Min.) jeden Mittwoch um 15 Uhr auf YouTube hochgeladen. Darin tourt Krauthausen mit verschiedenen, von seiner Community vorgegebenen, Fragen quer durch Deutschland, z.B. „Was bedeutet eigentlich Integration?“ oder „Können wir Politik beeinflussen?“.

Zu sehen gibt es die Clips entweder [hier](#) oder direkt auf [YouTube](#) auf dem Kanal der bpb.

Welche Insights am Tag nach der Wahl auf euch erwarten, erfahrt Ihr dann im Laufe der nächsten Woche.

---

Die **ARGUS DATA INSIGHTS** Gruppe ist der führende Anbieter von Media-Intelligence-Lösungen in der DACH-Region mit Hauptsitz in Berlin und Zürich.

Basis des Erfolges ist die einzigartige Kombination aus einer umfassenden globalen Medienabdeckung, innovativer Technologie, persönlicher Beratung und mehr als 100 Jahren Erfahrung.

Rund 660 Medien- und Kommunikationsexperten finden, analysieren und verdichten relevante Medieninhalten zu hochwertigen Analysen und Medienspiegeln für fundierte Entscheidungen in Marketing, Kommunikation und Strategie.

## Kontaktpersonen



**André Becker**

Projektleiter Analyse & Consulting  
andre.becker@argusdatainsights.de