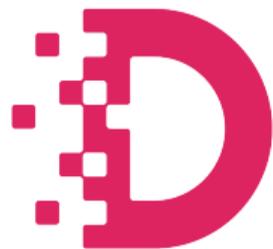


Social Media im Wahlkampf 2019

Fabrizio Gilardi

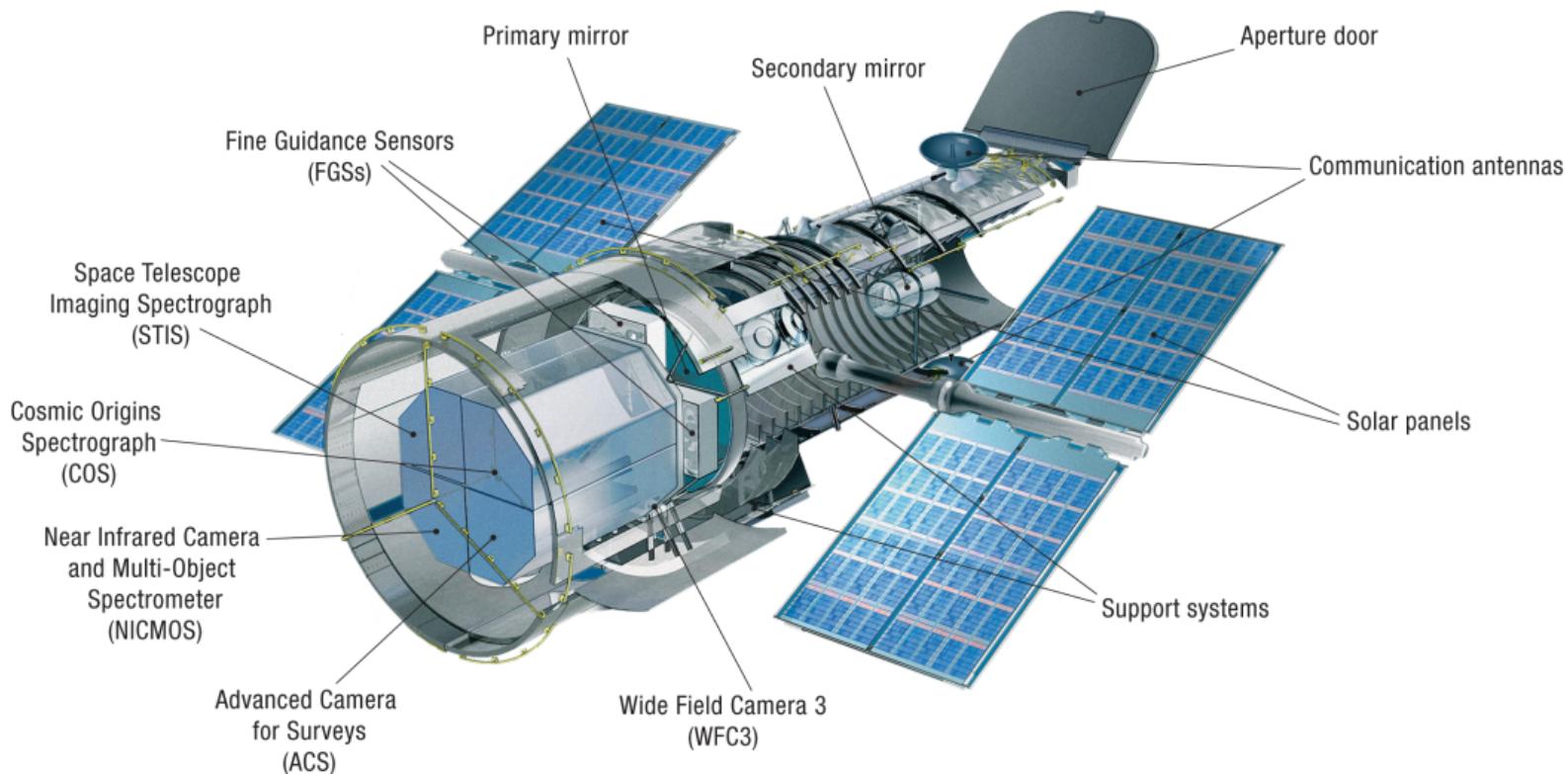
Digital Democracy Lab
Universität Zürich

Social Media Gipfel
Bern, 6. November 2019
(Aktualisiert am 4. November 2019)

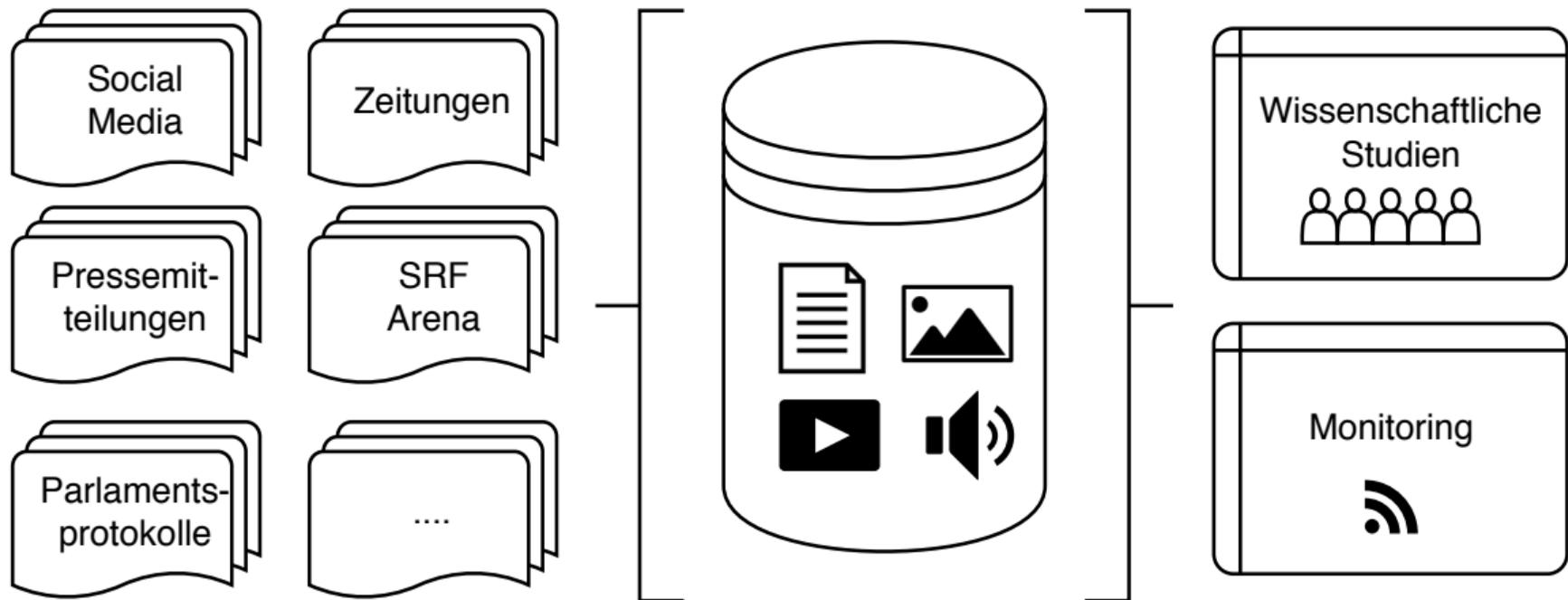


·DigDemLab.io

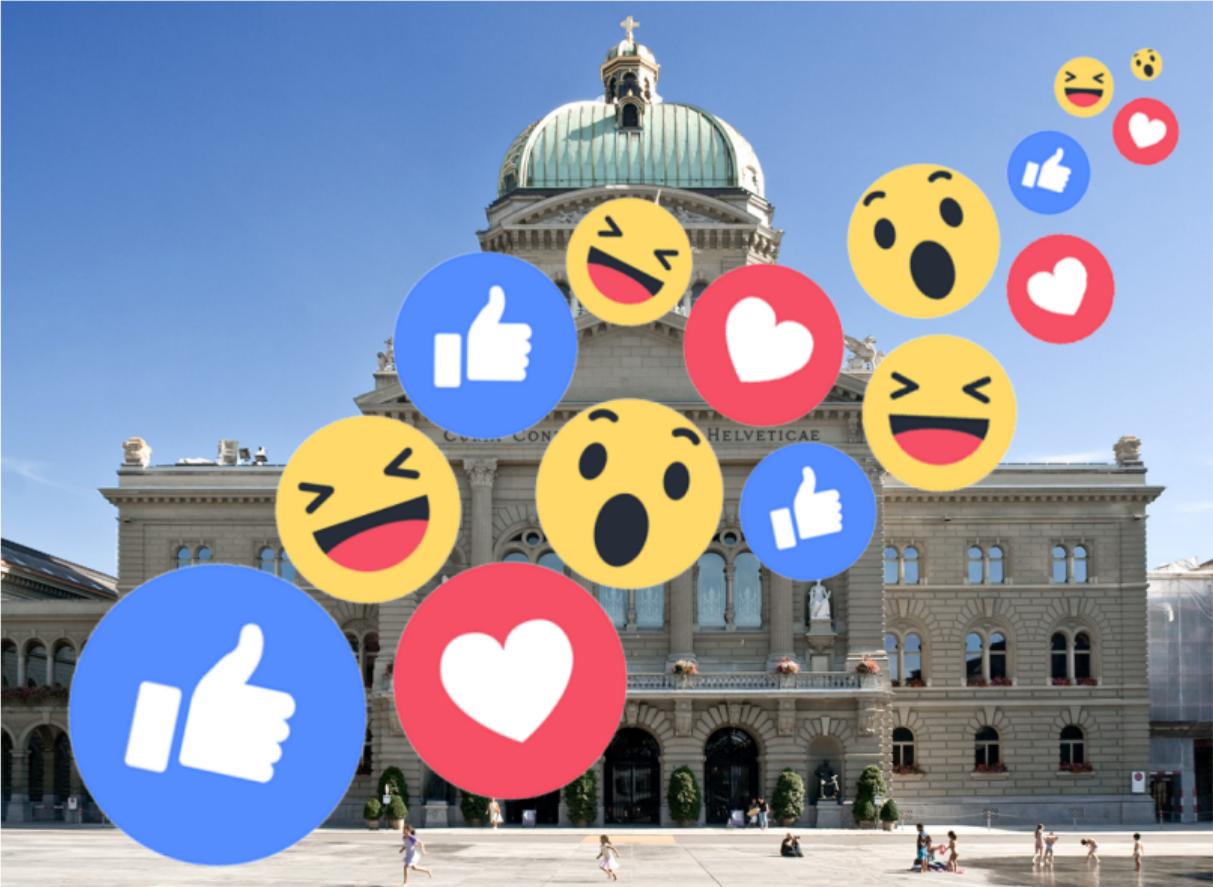
Ein Teleskop für die digitale Demokratie



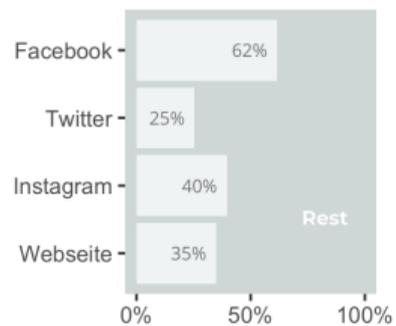
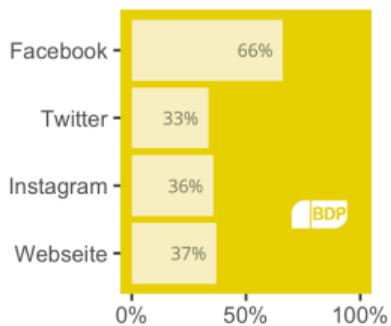
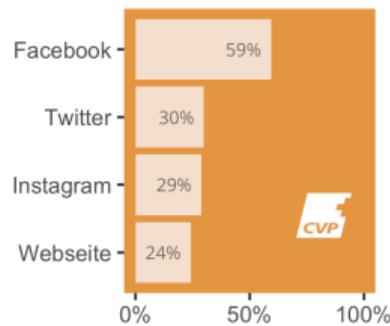
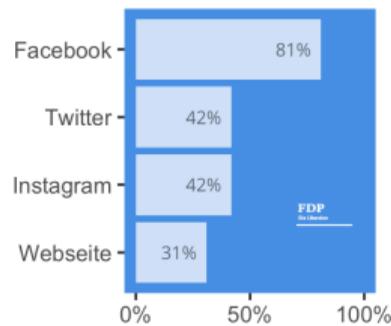
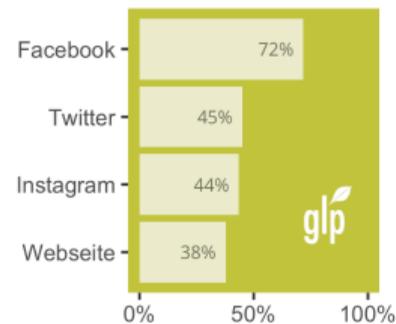
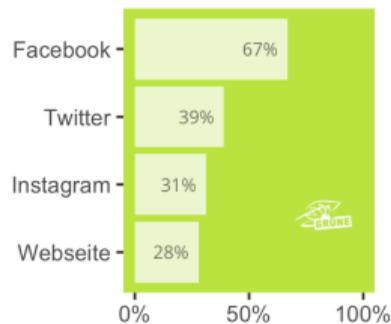
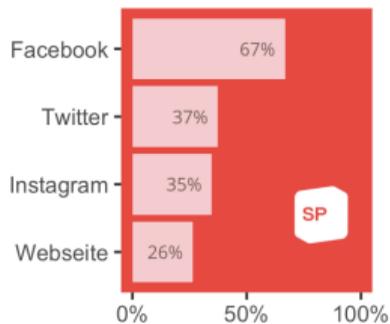
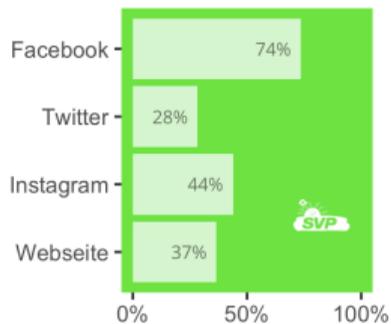
Infrastruktur für laufende Datenerhebung und -analyse



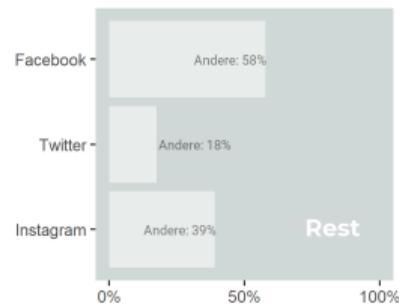
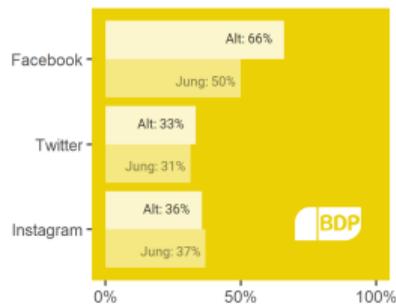
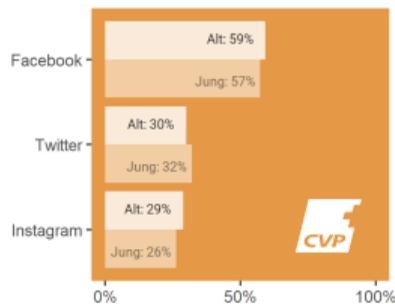
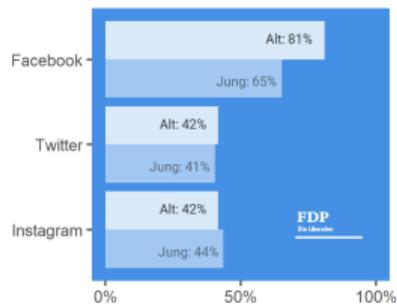
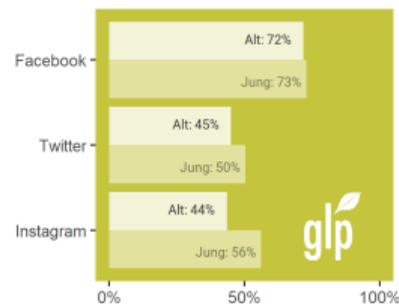
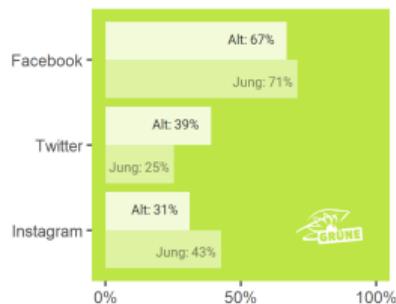
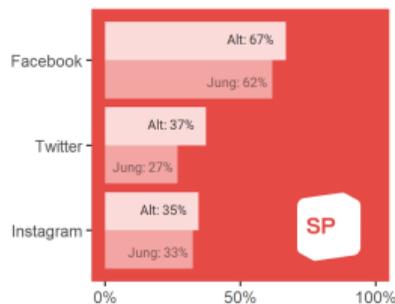
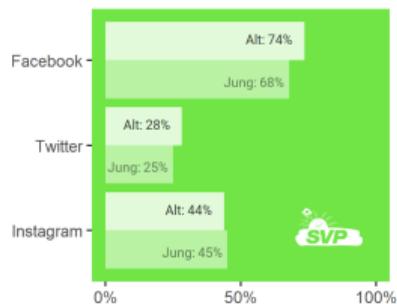
Social Media im Wahlkampf 2019



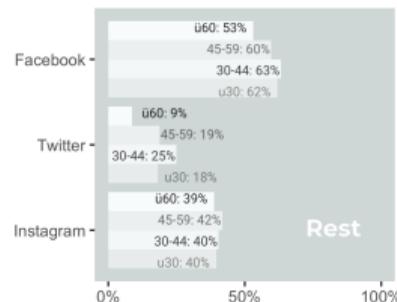
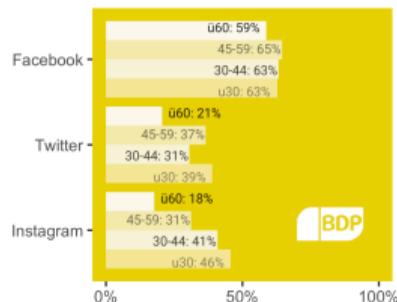
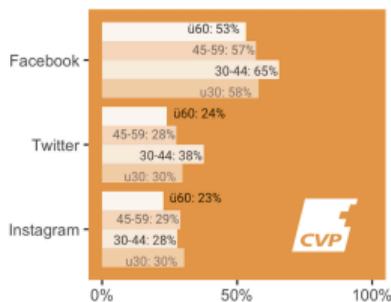
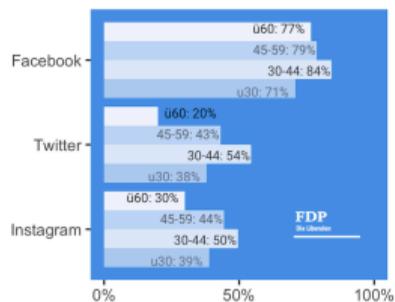
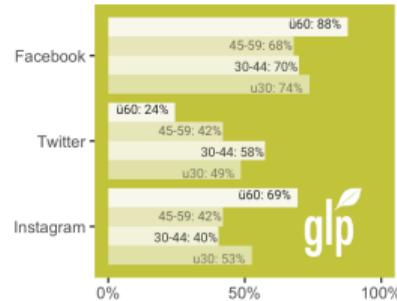
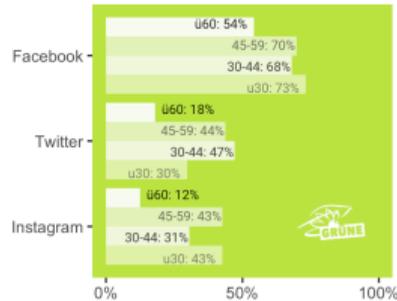
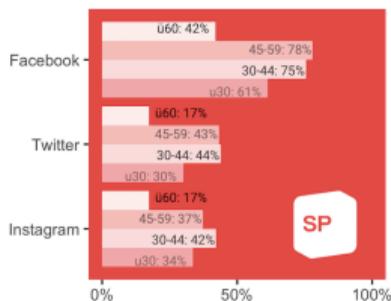
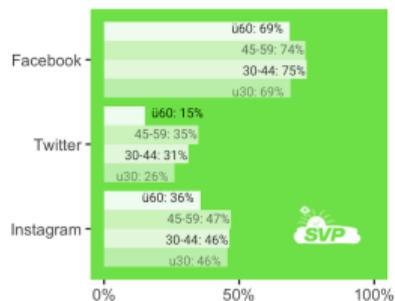
Facebook > Twitter ≈ Instagram



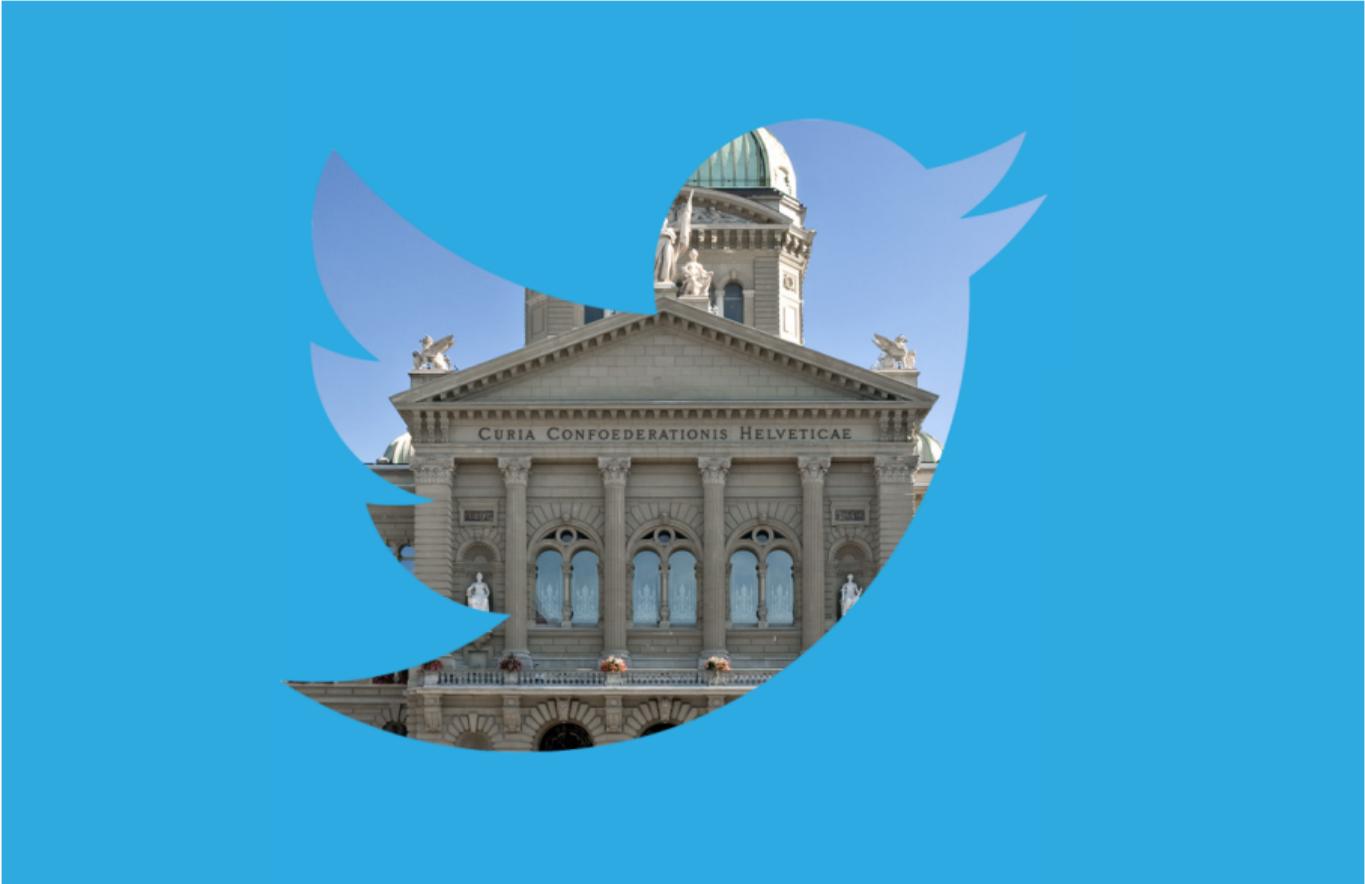
Die Digital Natives sind nicht stärker digital unterwegs



Die Digital Natives sind nicht stärker digital unterwegs

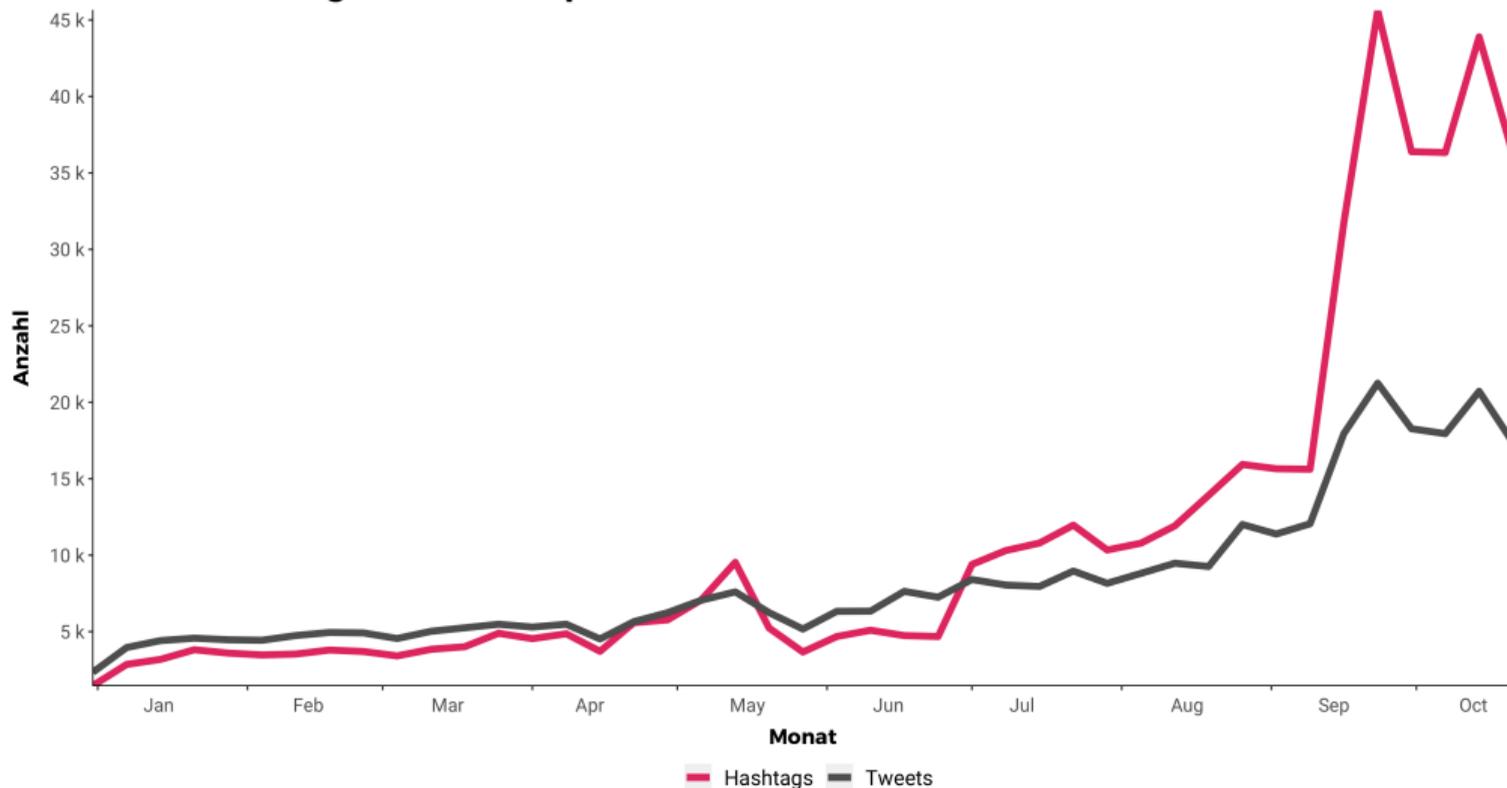


Twitter im Wahlkampf 2019



Wahlkampf auf Twitter erst ab September richtig los

Anzahl Hashtags und Tweets pro Woche:

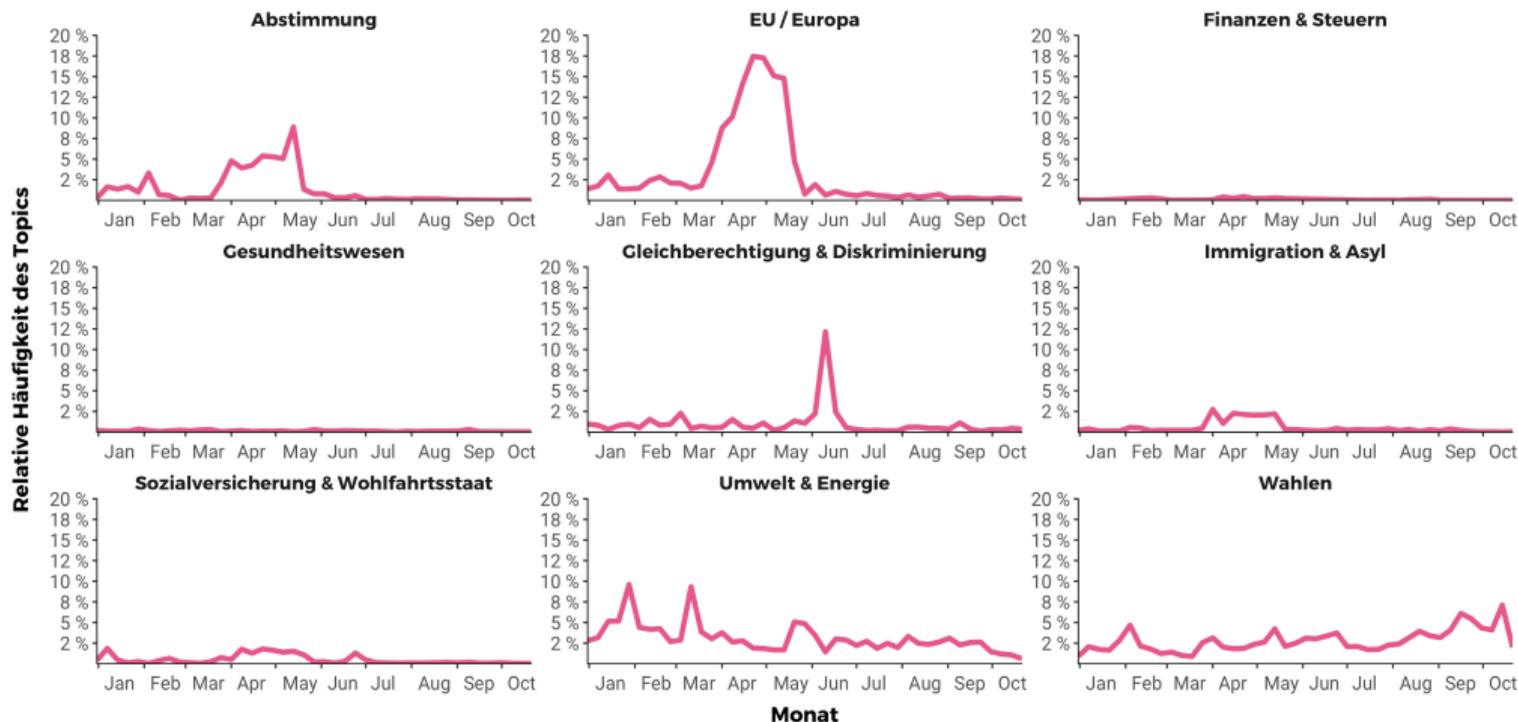


Insgesamt wurden vom 01.01.2019 bis zum 27.10.2019 von den Kandidaten, Medien und anderen Personen 359'556 Tweets abgesetzt, von denen 47.22 % einen Hashtag enthielten

#Klimawahl und #Frauenwahl – oder?

Themenrelevanz in der schweizer Politik auf Twitter:

Dargestellt durch die Hashtaghäufigkeiten, passend zu den ausgewählten Themen vom 01.01.2019 - 27.10.2019

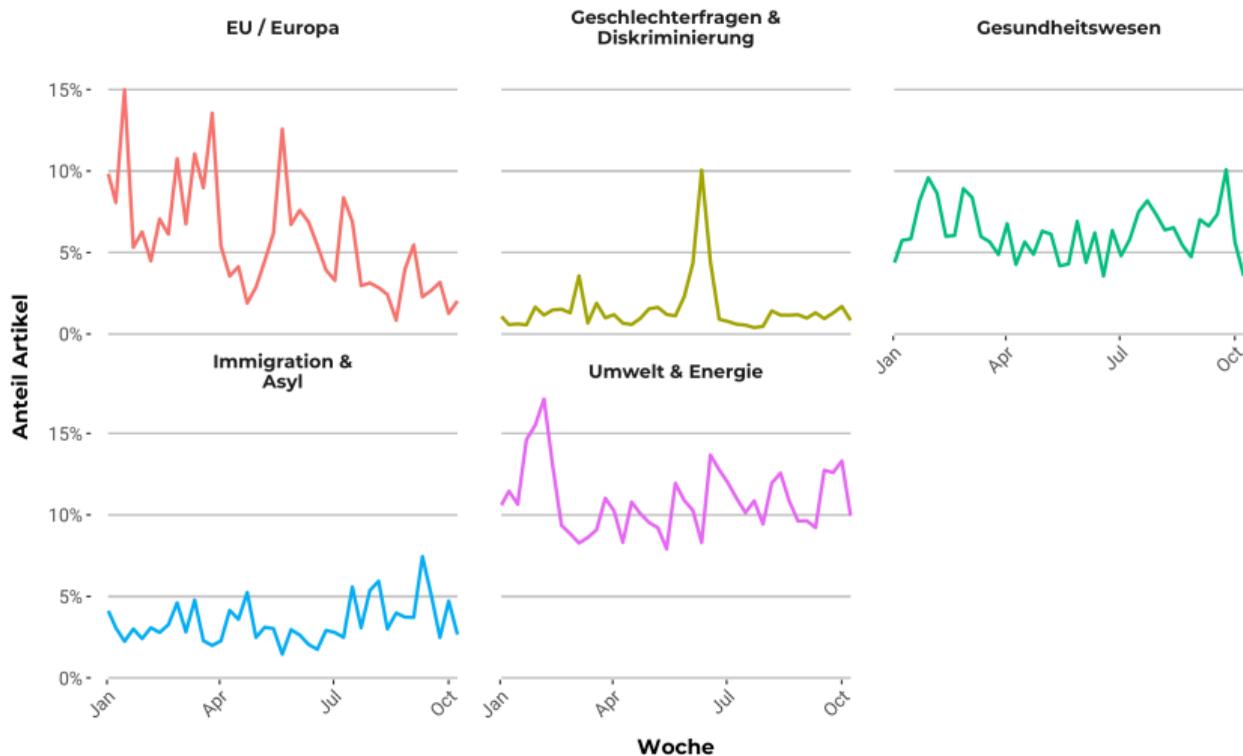


Von 359'556 Tweets enthalten nur gerade 47.22 % mindestens einen Hashtag. Die hier abgebildeten neun Themen kommen in 41'972 Tweets vor. Dies entspricht 11.67 % der Tweets. Die restlichen Tweets enthalten keinen Hashtag im Text.

Social Media \neq Zeitungen

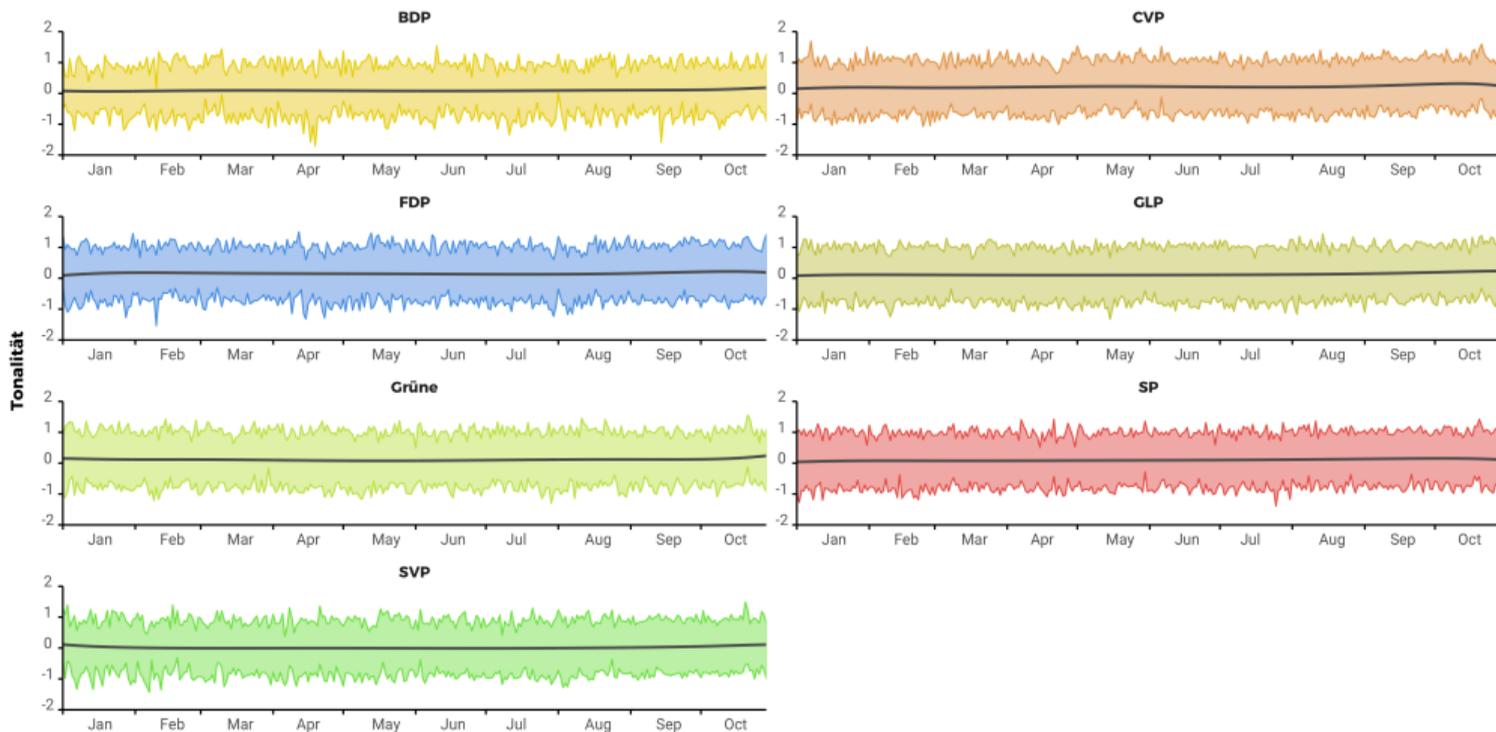
Ausgewählte Themen des Medienjahres 2019

Anteil Artikel mit dem jeweiligen Thema pro Woche. Bei Artikeln mit verschiedenen Themen wird jeweils das dominante Thema verwendet. Anzahl Artikel: 176'815.



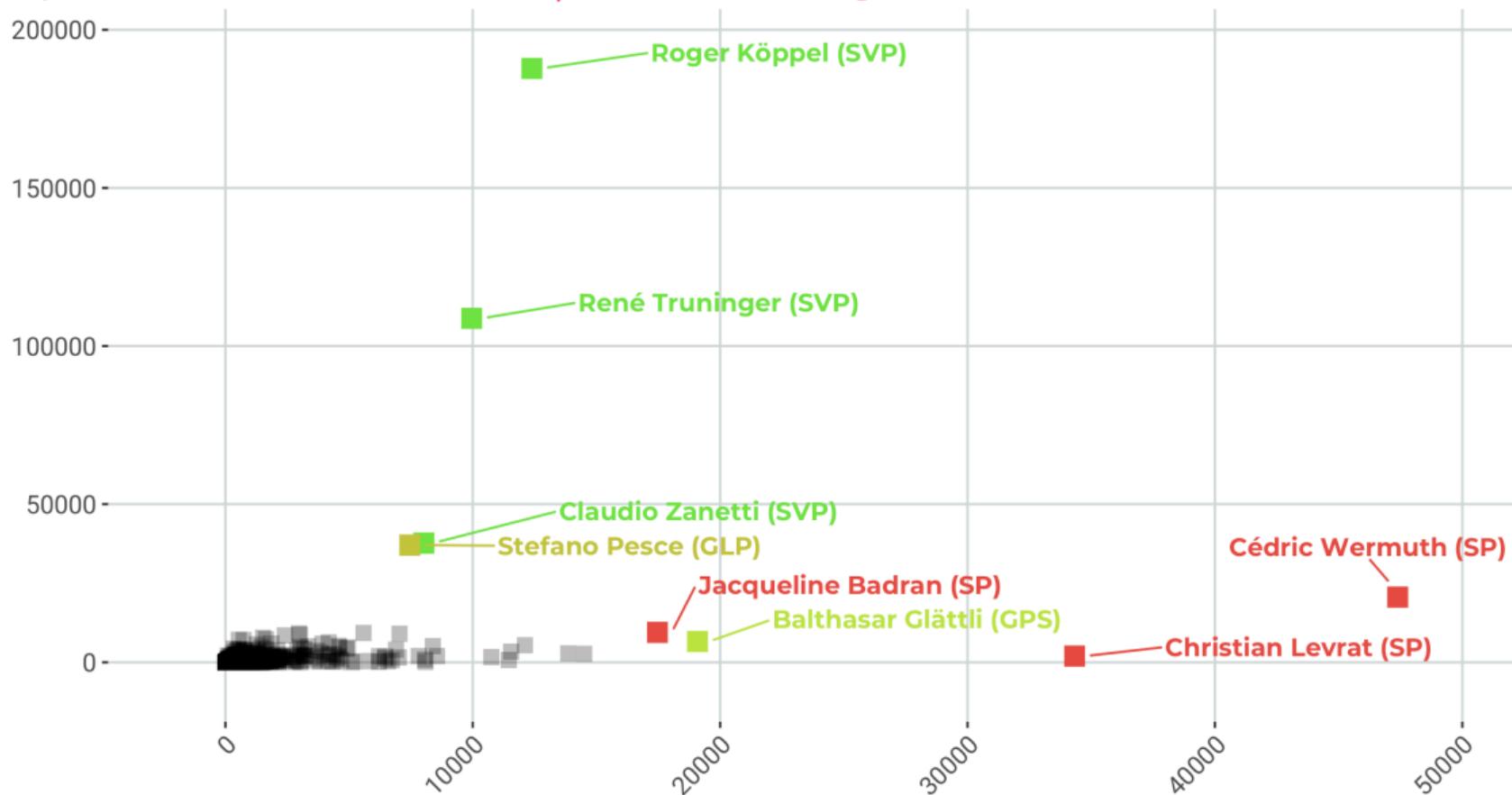
Wahlkampf auf Twitter: langweilig aber gut?

Verteilung der Tonalität auf Twitter über die Zeit:



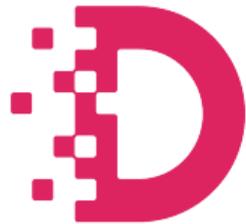
Der Erhebungszeitraum umfasst 265'974 Tweets vom 01.01.2019 bis 27.10.2019.
Die Tonalität wurde mit der Formel von Proksch et al. (2018) berechnet.

Popularität auf Twitter \neq Wahlerfolg



Social Media und Wahlkampf 2019: Lehren

1. Eine Mehrheit der Kandidierenden war auf Twitter und Instagram gar nicht präsent
2. Wenige Unterschiede in der Onlinepräsenz von jüngeren und älteren Kandidierenden
3. Auf Twitter ging der Wahlkampf erst ab September richtig los
4. #Frauenwahl nur in der Filterblase?
5. Sachlicher Ton des Wahlkampfs auf Twitter?
6. Wenige Twitter-Stars, Effekt auf Wahlerfolg sehr schwer zu wissen



·DigDemLab.io