

(Soziale) Medien und Wahlkampf 2019

Fabrizio Gilardi

Digital Democracy Lab
Universität Zürich

Public Relations Gesellschaft Ostschweiz/Liechtenstein

St. Gallen, 27. Februar 2020

(Aktualisiert am 21. Februar 2020)

Die Wahlen 2019 waren für die Parteien in einem Punkt ein Schock: Sie schafften es nicht mehr, ihre Inhalte über die klassischen Medien zu den Wählern zu transportieren. Nun suchen sie neue Wege.

Othmar von Matt

15.02.2020, 05.00 Uhr

(<https://www.luzernerzeitung.ch/schweiz/medienwandel-die-parteien-hoffen-auf-blick-tv-und-suchen-neue-ideen-bei-meister-bsc-young-boys-ld.1195106>)

Der Wahlkampf 2019 in traditionellen und digitalen Medien

Februar 2020

SELECTS MEDIENSTUDIE 2019¹

Fabrizio Gilardi, Clau Dermont, Maël Kubli und Lucien Baumgartner²
Digital Democracy Lab, Universität Zürich

(Gilardi et al., 2020)



ZENTRALSCHWEIZ AM SONNTAG

Sonntagszeitung

Pussy-Fussball
VB Bickel kontert
Bine Huber
Sport — 37

Dschungelbuch
Warum der neue
Film echt gut ist
Kultur —

Sie fliegen wieder

Fondation Beyeler
Ungeklärtes Eigentum bei
Paul Gauguins Nativité > 13

Visueller Zauber
Wie der neue Dschungel-
buch-Film entstand > 37

Annina Frey
Moderatorin provoziert
Kleinvöhsige > 15

Schweiz am Sonntag

10. April 2016 | Ausgabe Basel | www.schweizamsonntag.ch

Gründete Sonderwünsche belasten die Schule Seite 25

Wittert

am Sonntag

Asyl: Gemeinden drohen höhere Sozialausgaben

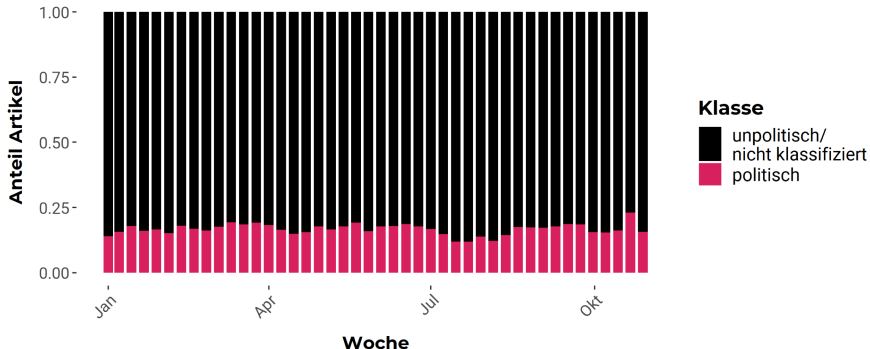
Der oberste Sozialdirektor der Schweiz fordert deshalb Integration von Flüchtlingen. **Katrin Acker, Lukas Hültpati**

Auf die Schweiz können in den nächsten Jahren über eine Million Flüchtlinge zu, sagt Reu-

17 oder 18 Jahren in die Schweiz kommen, mehrere Sprachkurse alleine reicht, aber müssen auch in der Arbeitswelt oder in der schulischen Ausbildung sein. Nur so in einem rechtlichen Status zu

Politik in den Medien: Anteil Politik pro Woche in der SMD.

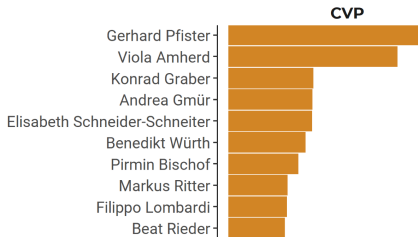
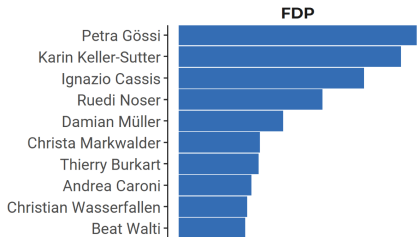
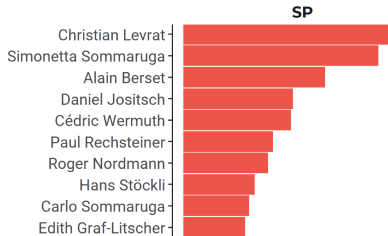
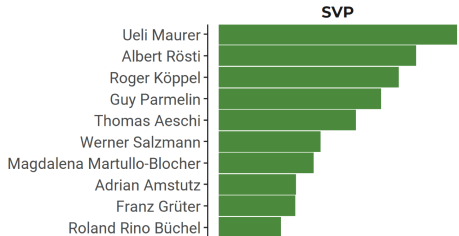
Zeitungen: 86; Artikel: 1'141'053; Zeitraum: 01.01.2019-31.10.2019.



Politikerinnen und Politiker in den Medien

Top 10 meistgenannte ParteirepräsentantInnen pro Partei.

Zeitungen: 87; Artikel: 1'147'681; Zeitraum: 01.01.2019-31.10.2019.

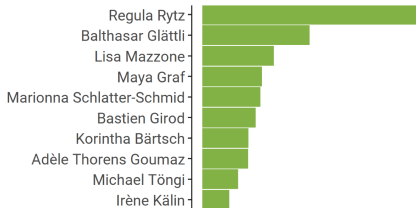


Politikerinnen und Politiker in den Medien

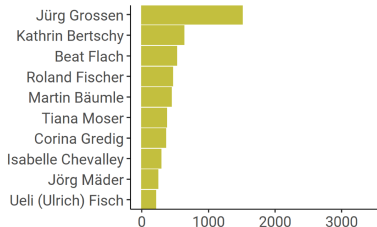
Top 10 meistgenannte ParteirepräsentantInnen pro Partei.

Zeitungen: 87; Artikel: 1'147'681; Zeitraum: 01.01.2019-31.10.2019.

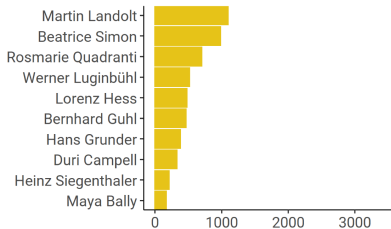
GPS



GLP



BDP

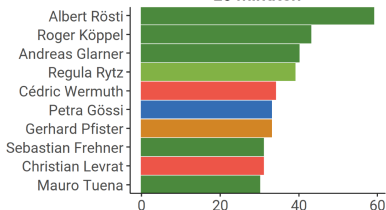


Kandidierende in den deutschsprachigen Medien

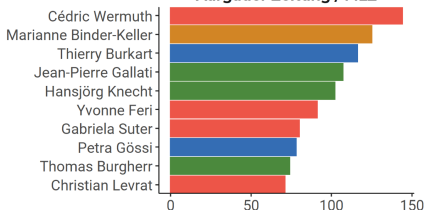
Top 10 meistgenannte Kandidierende für ausgewählte Zeitungen.

Zeitraum: 01.01.2019-31.10.2019.

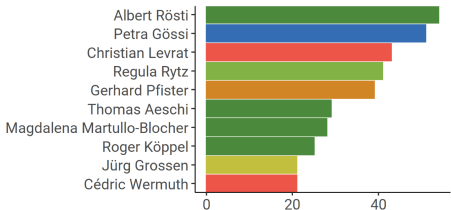
20 minuten



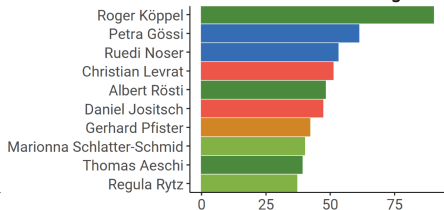
Aargauer Zeitung / MLZ



Blick



Neue Zürcher Zeitung

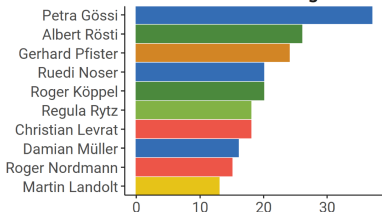


Kandidierende in den deutschsprachigen Medien

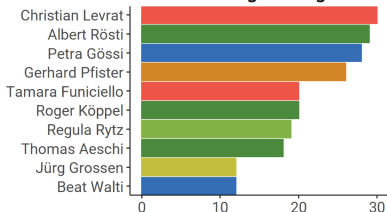
Top 10 meistgenannte Kandidierende für ausgewählte Zeitungen.

Zeitraum: 01.01.2019-31.10.2019.

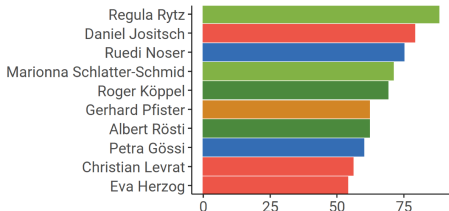
NZZ am Sonntag



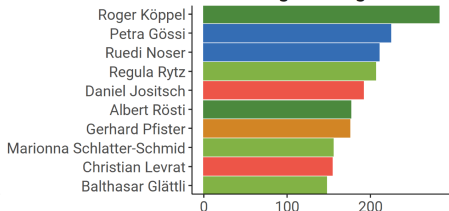
Sonntagszeitung



srf.ch



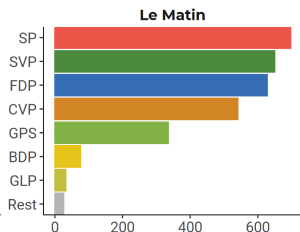
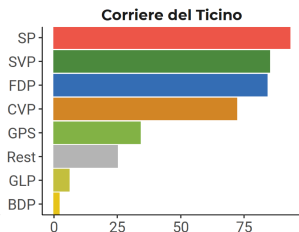
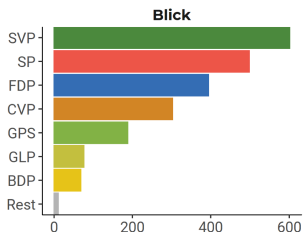
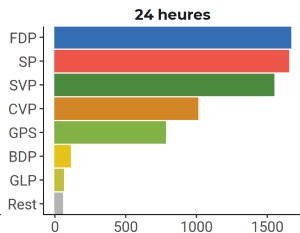
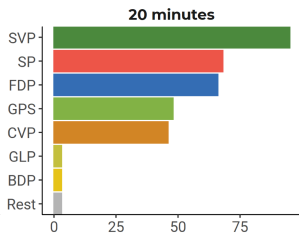
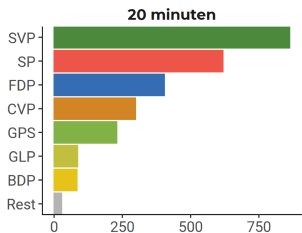
Tages-Anzeiger



Parteien in den Medien

Meistgenannte Parteien für ausgewählte Zeitungen

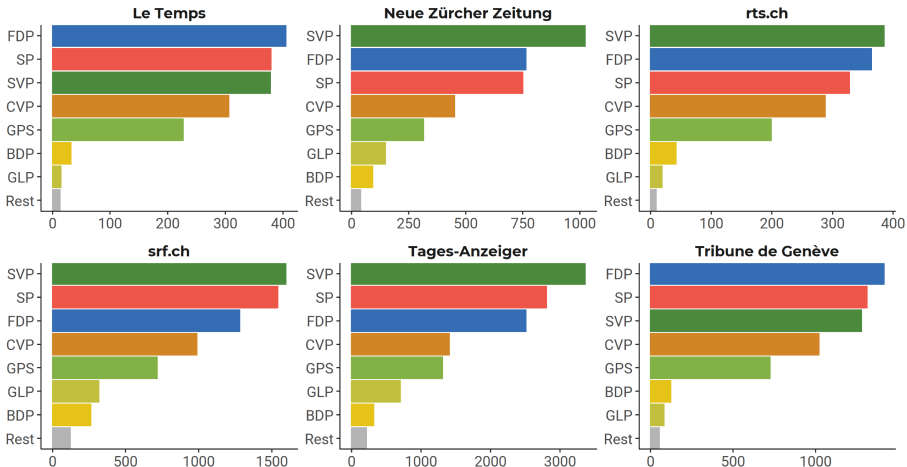
Zeitraum: 01.01.2019-31.10.2019.



Parteien in den Medien

Meistgenannte Parteien für ausgewählte Zeitungen

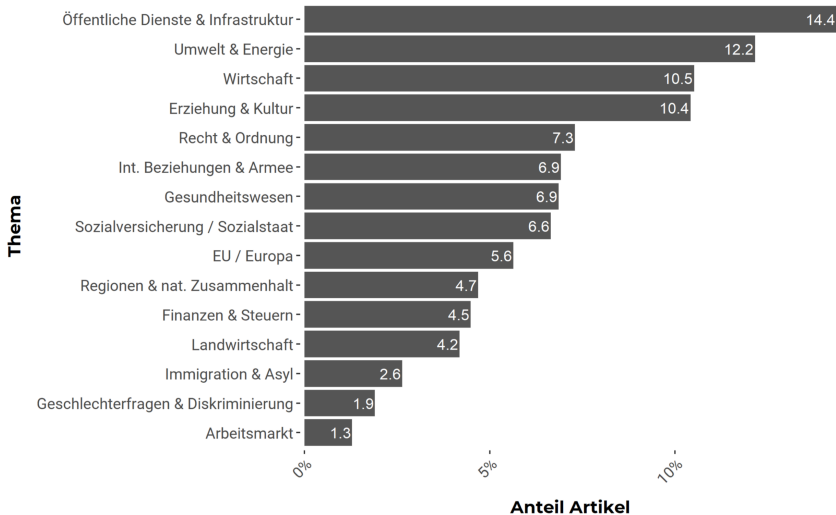
Zeitraum: 01.01.2019-31.10.2019.



Die dominanten Themen im Medienjahr 2019

Anteil Artikel mit dem jeweiligen dominanten Thema pro Woche.

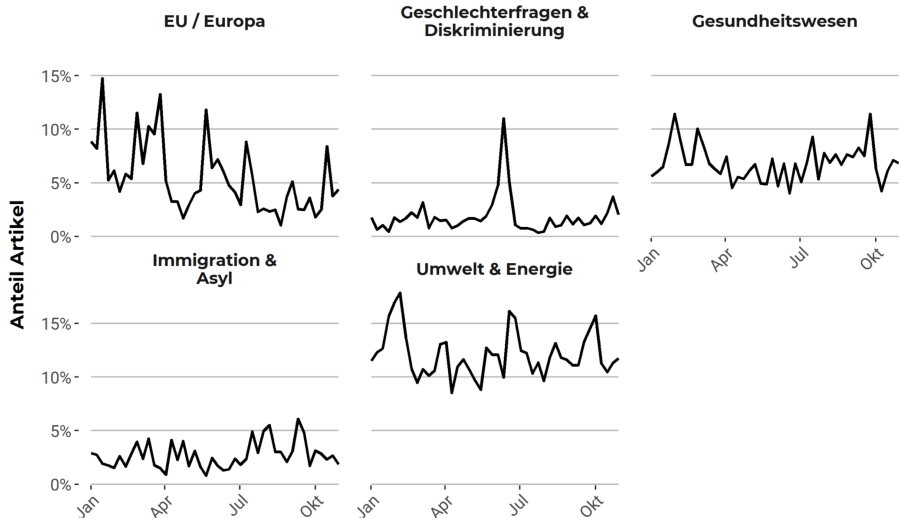
Zeitungen: 84; Artikel: 1'130'318; Zeitraum: 01.01.2019-31.10.2019.

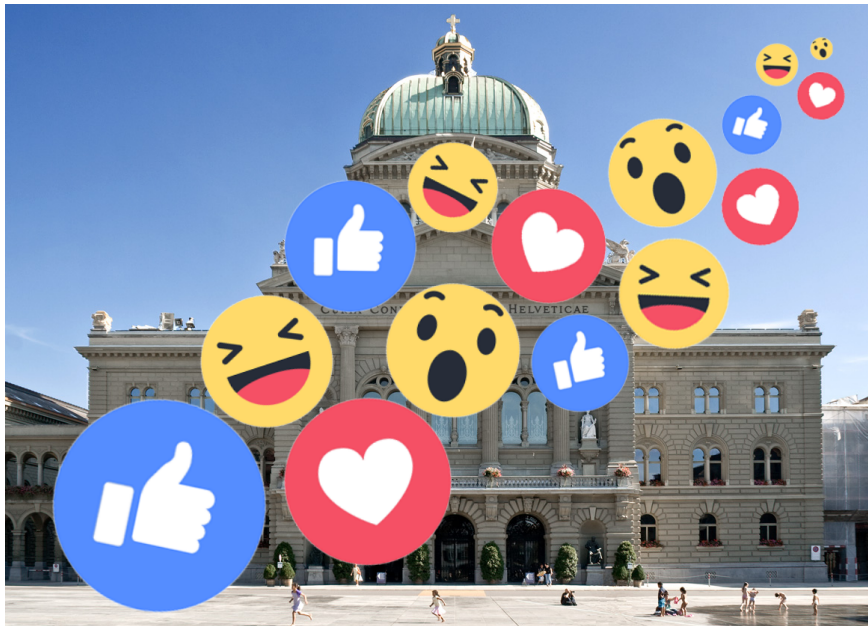


Ausgewählte Themen des Medienjahres 2019

Anteil Artikel mit dem jeweiligen dominanten Thema pro Woche.

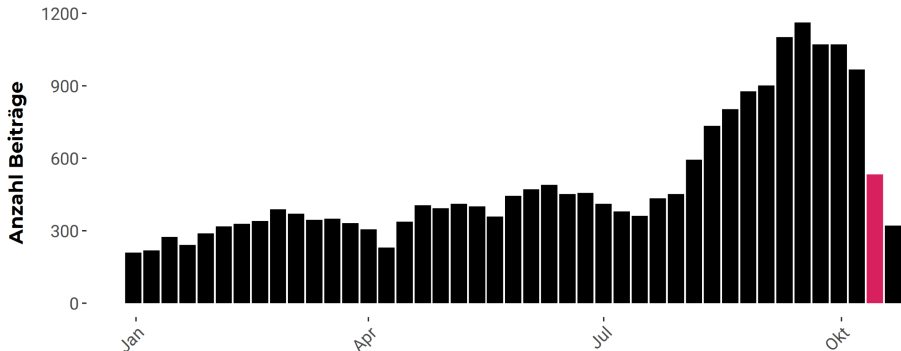
Zeitungen: 84; Artikel: 1'130'318; Zeitraum: 01.01.2019-31.10.2019.





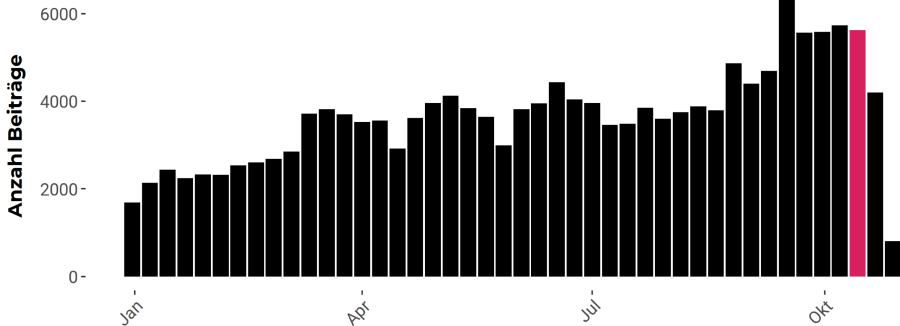
Wahlkampf auf Facebook: Anzahl Posts pro Woche

Kandidierende: 261. Beiträge: 20'893. Zeitraum: 01.01.2019-31.10.2019.



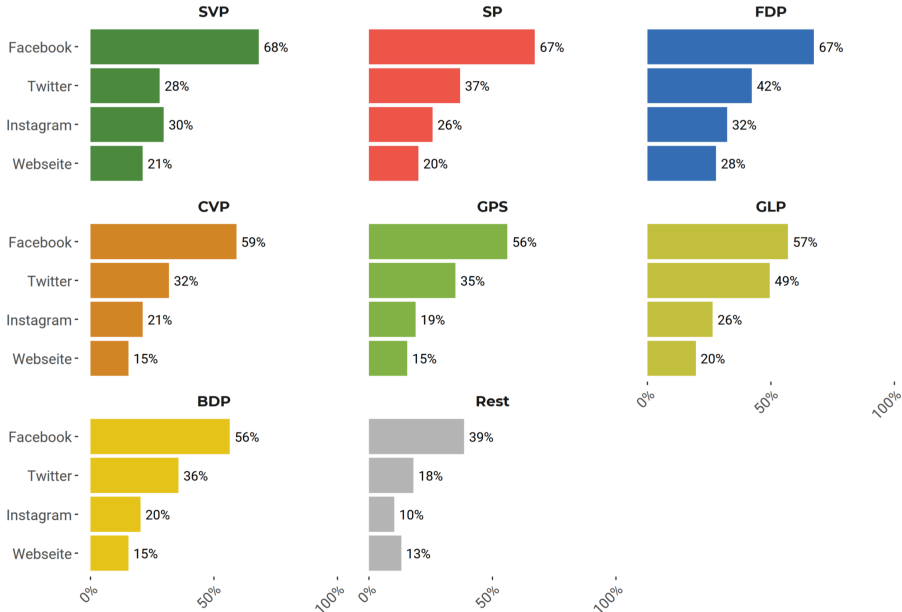
Wahlkampf auf Twitter: Anzahl Tweets pro Woche

Kandidierende: 1'212. Beiträge: 166'920. Zeitraum: 01.01.2019-31.10.2019.



Kandidierende im Netz

Anteil der Kandidierenden pro Partei mit Accounts, Nationalratswahlen.



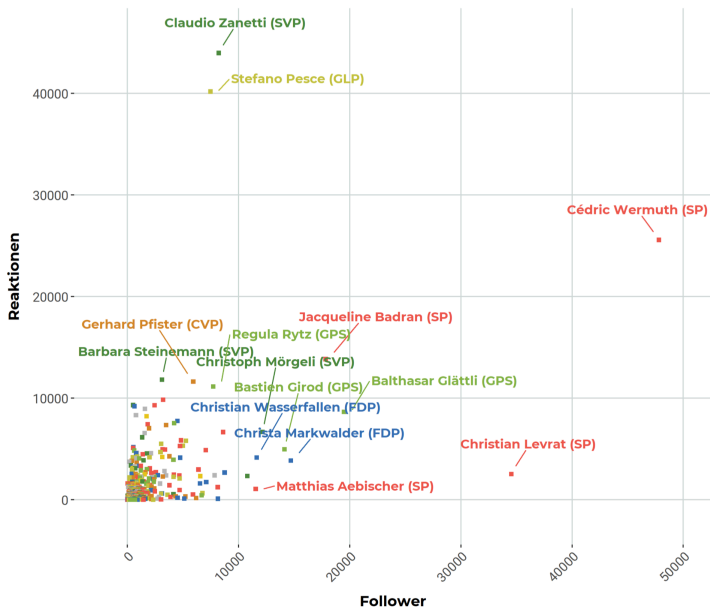
Übersicht der Kandidierenden und ihrem Erfolg auf Facebook

Kandidierende: 261. Zeitraum: 01.01.2019-31.10.2019. Roger Köppel (SVP, 14'304 Fans und 329'079 Reaktionen) wird nicht dargestellt.



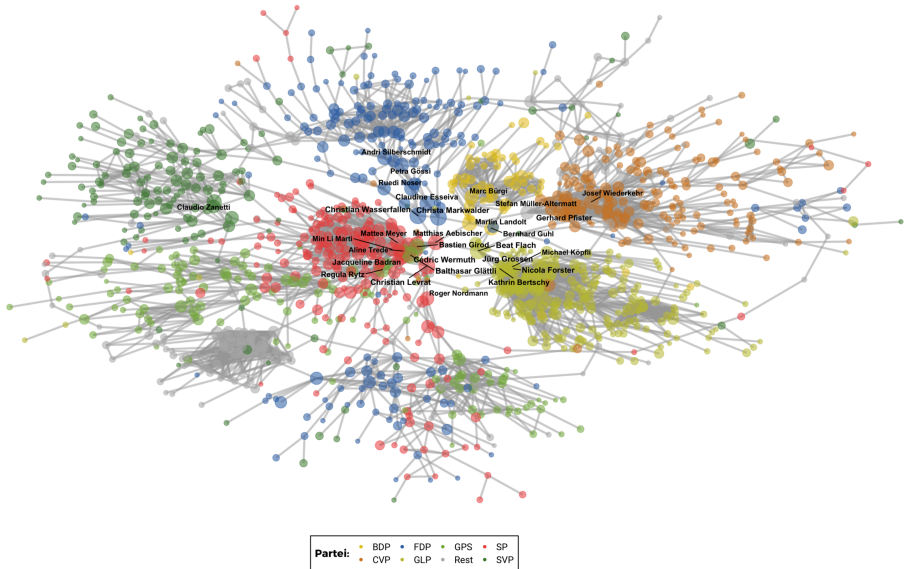
Übersicht der Kandidierenden und ihrem Erfolg auf Twitter

Kandidierende: 1'212. Zeitraum: 01.01.2019-31.10.2019. Roger Köppel (SVP, 13'730 Followers und 220'037 Reaktionen) sowie René Truninger (SVP, 10'079/116'371) sind nicht dargestellt.



Netzwerk aller Kandidierenden für den Nationalrat und den Ständerat von 2019

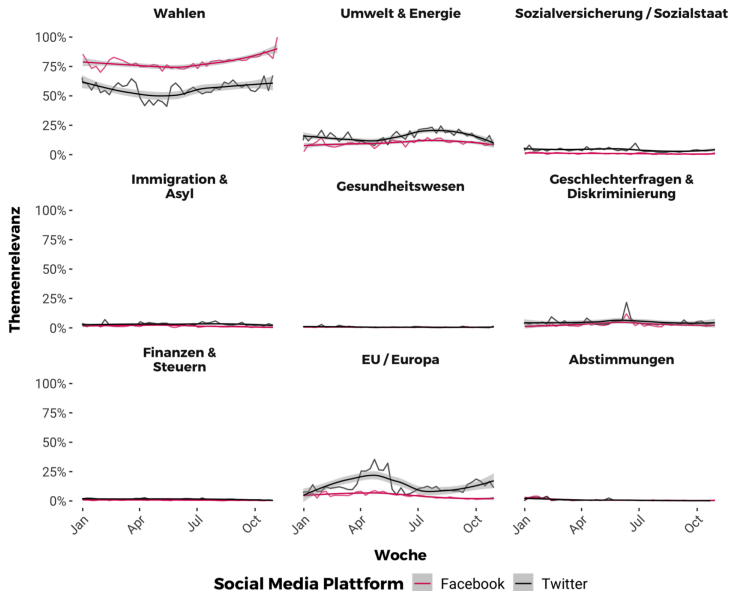
Das Netzwerk umfasst von den 1'284 Kandidierenden die 1'228 Kandidierenden, die einen öffentlichen Twitter Account besitzen.



Themenrelevanz: Vergleich Twitter und Facebook

Anteil Posts mit dem jeweiligen Thema pro Woche.

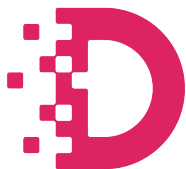
Zeitraum: 01.01.2019-31.10.2019. Gesamtanzahl Posts: 20'893 (FB) + 166'920 (TW).





LESSONS LEARNED

1. Wahlkampf 2019 nicht nur subjektiv, sondern auch objektiv vom Thema Umwelt und Energie geprägt
2. Frauenthema weder auf traditionellen noch auf sozialen Medien konstant präsent, trotz Bedeutung für Wahlergebnisse
3. Parteien insgesamt von den Medien in etwa entsprechend ihrer Stärke berücksichtigt
4. Bisher keine “Disruption” der politischen Debatte durch Twitter oder Facebook
5. Beschränkte Reichweite der PolitikerInnen, welche überhaupt online auftreten
6. Einzelne Personen mit einem geschickten Auftreten können viel Aufmerksamkeit erhalten
7. Keine Segregation: Kandidierende auf Twitter stark miteinander vernetzt, auch über eigene Partei hinaus



DigDemLab.io

Bibliographie

Gilardi, F., C. Dermont, M. Kubli, and L. Baumgartner (2020). Der wahlkampf 2019 in traditionellen und digitalen medien. Selects Medienstudie 2019.