

Fittkau & Maaß Consulting

Internet Consulting & Research Services

Bundestagswahl 2013 und Social Media

Die Sicht der Internet-Nutzer

Studienergebnisse zum Thema

»Bundestagswahl 2013 und Social Media«

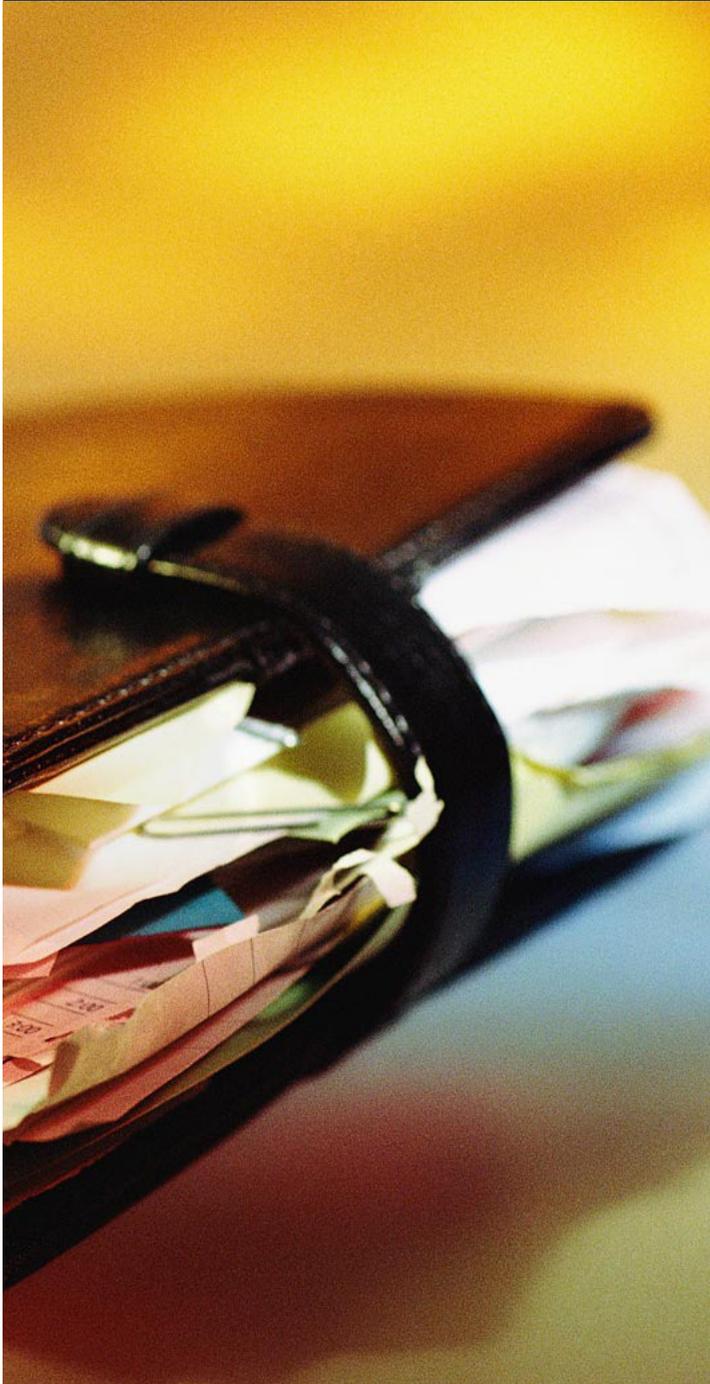
1.093 befragte deutsche Internet-Nutzer ab 18 Jahre

Internet-repräsentative Panelbefragung im Juli/August 2013

im Auftrag der Internet World Messe

durchgeführt von Fittkau & Maaß Consulting





Inhalt

Einführung und Studiendesign

**Wahlverhalten der Internet-Nutzer
bei der Bundestagswahl 2013**

**Die Rolle von Social Media
bei der Bundestagswahl 2013**

Nutzerprofile und -verhalten

INTERNET WORLD Messe und
Fittkau & Maaß Consulting:
Informationen und Kontakt der Projektpartner



Fittkau & Maaß Consulting

Internet Consulting & Research Services

Einführung und Studiendesign

<http://www.fittkaumaass.de>

Vorwort

Was haben Social Media und die Bundestagswahl im Jahr 2013 gemeinsam?

Liebe Leserinnen und Leser,

erst war es das World Wide Web, dann Web 2.0 und heute Social Media: Die digitale Revolution, die das Internetzeitalter mit sich brachte, veränderte das Kommunikationsverhalten der Gesellschaft komplett. Noch immer versuchen Marketingstrategen im „trial and error“-Prinzip, den richtigen Weg für Unternehmen, Produkte und Marken in der Kommunikation über Facebook, XING, Twitter & Co mit den Internet-Nutzern zu finden. Ein ganzer Branchenzweig ist daraus erwachsen. Doch wie sieht es mit Politikern und Parteien in Deutschland aus? Diese Frage stellt sich brandaktuell vor dem Hintergrund der bevorstehenden Bundestagswahl im September.

Deutsche Politiker und Parteien blicken traditionell in die USA, um sich Inspirationen für ihren Wahlkampf zu holen, war doch abgesehen von immensen Wahlkampfschüssen Social Media entscheidendes Zünglein an der Waage, mit dem US-Präsident Barack Obama sowohl im Jahr 2008 als auch 2012 den Wahlsieg für sich davon trug. Ziel unserer Studie war es, herauszufinden, wie aufgeschlossen die deutschen Internet-Nutzer eigentlich mit dem Thema Bundestagswahl und Social Media umgehen. Werden die Wähler über die Social Media Kanäle erreicht? Kommen die Botschaften, Inhalte und Parteiprogramme beim Internet-Nutzer überhaupt an?

Wir wünschen Ihnen viel Informationswert bei der Lektüre.

Herzlichst, Ihre



Nicole Rüdlin



Nicole Rüdlin, Leiterin INTERNET WORLD Messe

Bundestagswahl 2013 im Netz: Engagierte Politiker – engagierte Wähler

Wahlverhalten der Internet-Nutzer bei der Bundestagswahl 2013

Wahlkampf im Internet: Parteien und Politiker erobern das Netz

- Sommer 2013: Nur noch wenige Wochen bis zum Ereignis des Jahres, der Bundestagswahl. Ganz Deutschland ist im Wahlfieber, das auch auf das Internet übergegriffen hat. Spätestens seit Obamas Erfolgen in Sachen Online-Wahlkampf sind zahlreiche bundesdeutsche Parteien und Politiker im Internet aktiv: Sie füllen Websites und Weblogs mit Informationen, kommunizieren per Facebook-Profil und verbreiten aktuellste Wahlnachrichten via Twitter.
- Wie relevant und effizient sind politische Online-Informationen? Die INTERNET WORLD und Fittkau & Maaß Consulting beleuchten im Rahmen ihrer Studie das Thema »Bundestagswahl« aus Nutzersicht.

Die meisten deutschen Internet-Nutzer sind aktive Wähler

- Ein erfreuliches Ergebnis vorweg: Die Mehrheit der im Juli/August befragten deutschen Internet-Nutzer will nach eigenen Angaben wählen gehen: Gut die Hälfte der über 1.000 Befragten werden sich an der Wahl beteiligen und haben sich bereits für eine Partei entschieden. Knapp ein Drittel hat die Absicht zur Wahl zu gehen, aber noch keine klare Parteipräferenz.
- Lediglich knapp 6 % wollen auf keinen Fall wählen. Fast jeder zweite gibt hierfür als Grund an, dass Politiker am Ende doch ihre eigenen Entscheidungen trafen.
- Die entschlossensten Wähler hat dabei der Norden vorzuweisen: Unter den norddeutschen Internet-Nutzern geben 54 % an, dass sie wählen gehen werden – und auch schon wissen, wo sie ihr Kreuz auf dem Wahlzettel setzen werden. Unter den Nutzern aus dem Osten Deutschlands beträgt dieser Anteil lediglich 44 %. Hier ist auch der Anteil derer, die noch nicht wissen, ob sie überhaupt zur Wahl gehen werden, mit über 17 % am höchsten (5 Prozentpunkte über dem Durchschnitt).

Politik-Infos in klassischen Medien: Häufigste Nutzung, größtes Vertrauen

Die Rolle von Social Media bei der Bundestagswahl 2013

Infoverhalten in Sachen Bundestagswahl: Offline schlägt online

- Fragt man wahlbereite Internet-Nutzer nach den Informationskanälen, die für ihre Wahlentscheidung relevant sind, so zeigt sich ein klares Bild zugunsten der klassischen Medien: Fast drei Viertel nutzen TV, gefolgt von Print (61 %) und Radio (57 %). Weiter unten im Ranking rangieren die Online-Kanäle: 44 % lesen nach eigenen Angaben Online-Tageszeitungen, um sich über die Wahl zu informieren; je ca. ein Fünftel Politikinformations- bzw. Partei-Websites.
- Deutlich geringer fällt die Nutzung von Social Media-Kanälen aus: Mit Weblogs, Facebook-Profilen und Tweets von Politikern oder Parteien lässt sich maximal ein Zehntel der Onliner erreichen.

Social Media: Wen erreichen Politik- und Parteiinfos via Blog, Facebook und Twitter?

- Unter den Social Media-Kanälen weisen Weblogs mit 10 % Nutzern und über 26 % Interessenten das größte Potential auf. Die Nutzer kommen dabei vornehmlich aus den alten Bundesländern (11 %), seltener aus dem Osten der Republik (6 %). Weiterhin werden sie häufiger von Personen besucht, die sich bereits für eine Partei entschieden haben, als von noch unentschlossenen Wählern.
- Das Potential von Facebook liegt mit rund 10 % Nutzern und knapp 20 % Interessenten etwas unter dem der Weblogs. Das Schlusslicht bilden Tweets (6 % Nutzer, 15 % Nutzungs-Interessenten). Was die Eignung von Kanälen wie Facebook und Twitter für die Wahlvorbereitung angeht, sind insgesamt deutlich mehr Nutzer der Meinung, dass diese für solche Zwecke ungeeignet sind.
- Danach gefragt, welche Infoquellen bei den Internet-Nutzern das meiste Vertrauen genießen, liegen die klassischen Medien weit vorne: Während je gut ein Viertel Print oder TV am meisten vertraut, erreichen Weblogs, Facebook-Profile und Tweets hier nur Werte von unter 1 %.

Studiendesign

Methodische Anlage der INTERNET WORLD Studie

- Studie** Online-Studie zu Internet-Trends aus Nutzersicht
Die Bundestagswahl 2013 aus Sicht der Internet-Nutzer und die Rolle von Social Media
- Erhebungsmethode** Quantitative schriftliche Online-Panelbefragung
Panelbetreiber: respondi AG
- Feldzeit** 26. Juli bis 2. August 2013
- Grundgesamtheit** Deutsche Internet-Nutzer im Alter ab 18 Jahre
- Stichprobe** 1.093 deutsche Internet-Nutzer, internet-repräsentativ
quotiert und gewichtet nach Alter, Geschlecht und Bundesland
Basis: AGOF internet facts 2013-02

Institut
Fittkau & Maaß Consulting GmbH
Hamburg

Auftraggeber
INTERNET WORLD Messe
Neue Mediengesellschaft Ulm mbH
München

Ende September findet in Deutschland die Bundestagswahl 2013 statt. Werden Sie persönlich zur Wahl gehen?

Ich werde auf jeden Fall wählen und habe mich bereits für eine Partei entschieden

Ich werde auf jeden Fall wählen, weiß aber noch nicht welche Partei

Mittlerweile sind viele Parteien und Politiker mit Auftritten im Internet vertreten, um über ihre Person und ihre politischen Programme zu informieren. Wie gut sind die folgenden Online-Kanäle Ihrer Meinung nach hierfür geeignet?
Bitte markieren Sie in jeder Zeile die zutreffende Antwort

	sehr geeignet			völlig ungeeignet			weiß nicht / keine Angabe	nicht / eine gabe
Websites von Parteien/Politikern	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>						
Weblogs, Blogs von Parteien/Politikern	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>						
Facebook-Profile von Parteien/Politikern	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>						
Twitter-Nachrichten/Tweets von Parteien/Politikern	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>						



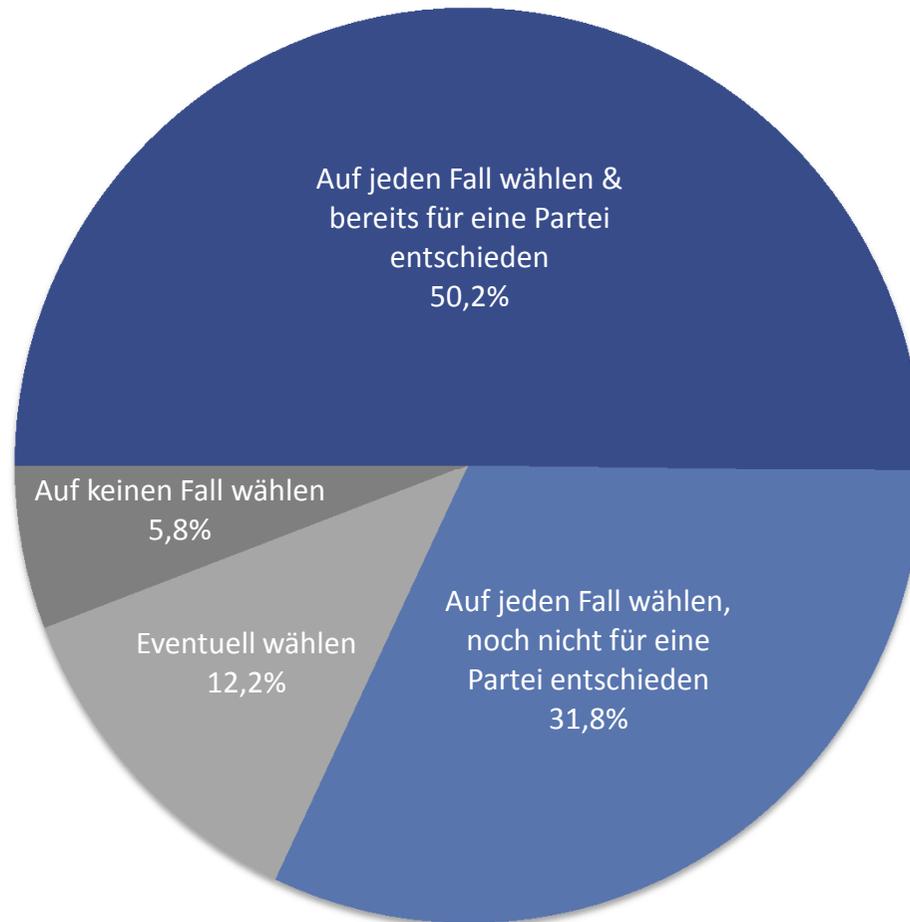
Fittkau & Maaß Consulting

Internet Consulting & Research Services

Wahlverhalten der Internet-Nutzer bei der Bundestagswahl 2013

Über 80 % der deutschen Online-Nutzer wollen 2013 wählen gehen

Geplantes Verhalten der Internet-Nutzer bei der Bundestagswahl 2013



Jeder 2. westdeutsche Onliner hat sich bereits für eine Partei entschieden

Landkarte der Entschlossenen: Ost-West-Vergleich

»Ich werde auf jeden Fall wählen und habe mich bereits für eine Partei entschieden«

Alte Bundesländer

51,8 %



44,1 %

Neue Bundesländer

Vor allem im Norden haben die Nutzer schon klare Parteipräferenzen

Landkarte der Entschlossenen: Nord-Süd-Ost-West-Vergleich

»Ich werde auf jeden Fall wählen und habe mich bereits für eine Partei entschieden«

Norddeutschland

53,8 %

44,1 %

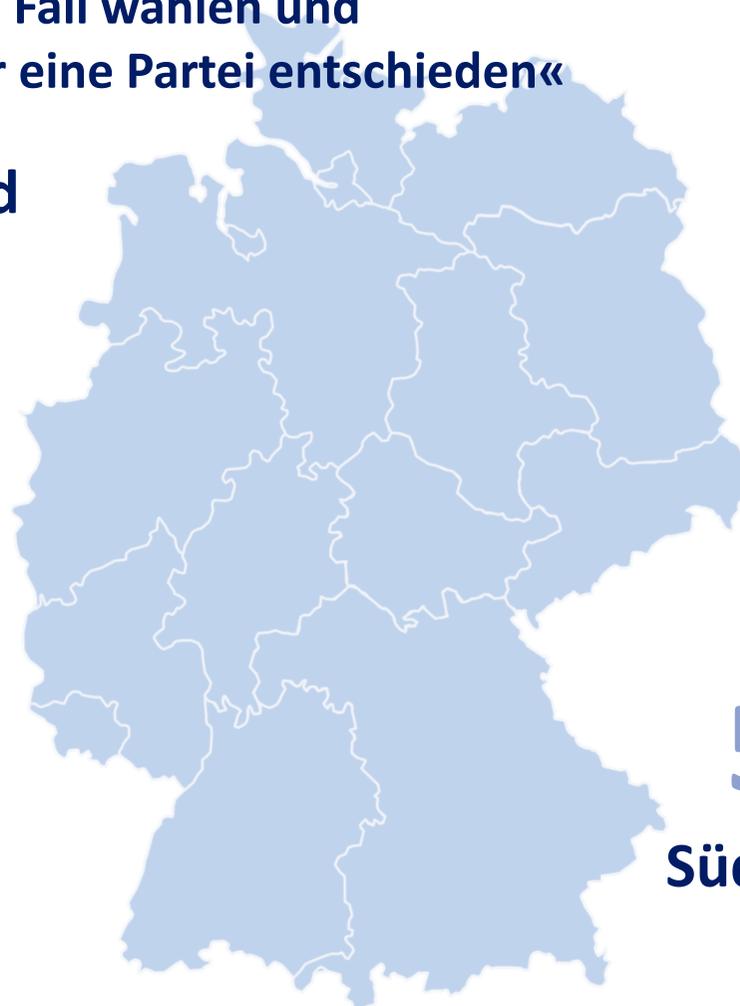
Ostdeutschland

Westdeutschland

50,4 %

52,5 %

Süddeutschland



In den NBL wissen 17 % der Onliner noch nicht, ob sie wählen werden

Landkarte der Unentschlossenen: Ost-West-Vergleich

»Ich bin noch unentschlossen,
ob ich zur Wahl gehen werde«

Alte Bundesländer

10,9 %



17,2 %
Neue Bundesländer

Im Süden Deutschlands sind die wenigsten Nutzer unentschlossen

Landkarte der Unentschlossenen: Nord-Süd-Ost-West-Vergleich

»Ich bin noch unentschlossen,
ob ich zur Wahl gehen werde«

Norddeutschland

12,5 %

17,2 %

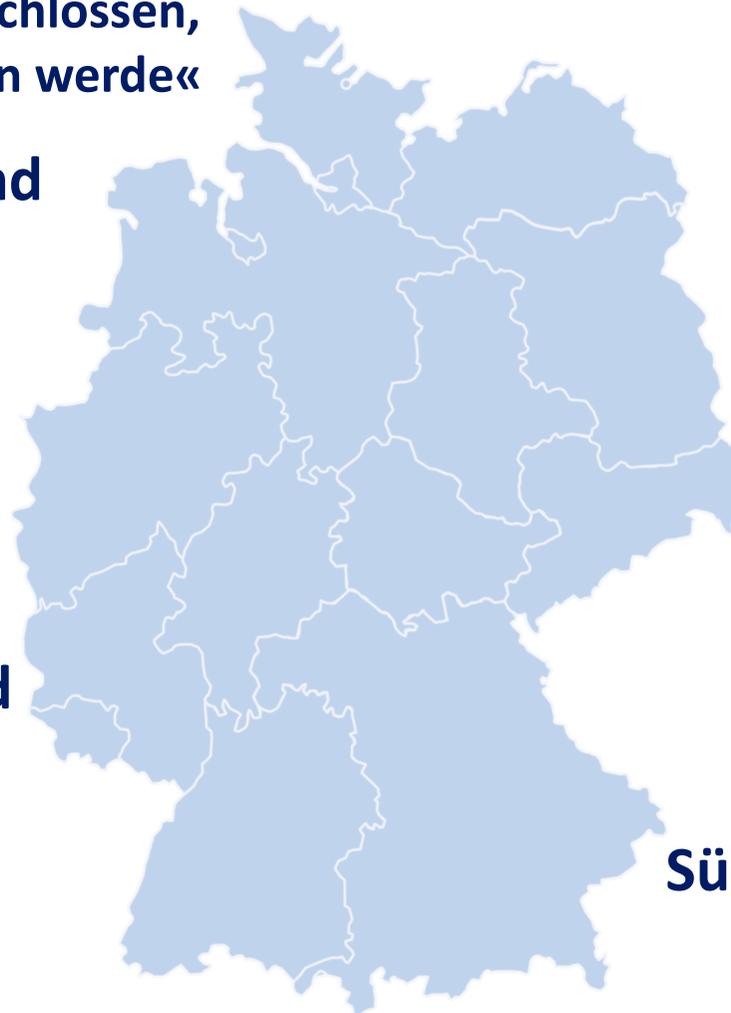
Ostdeutschland

Westdeutschland

11,6 %

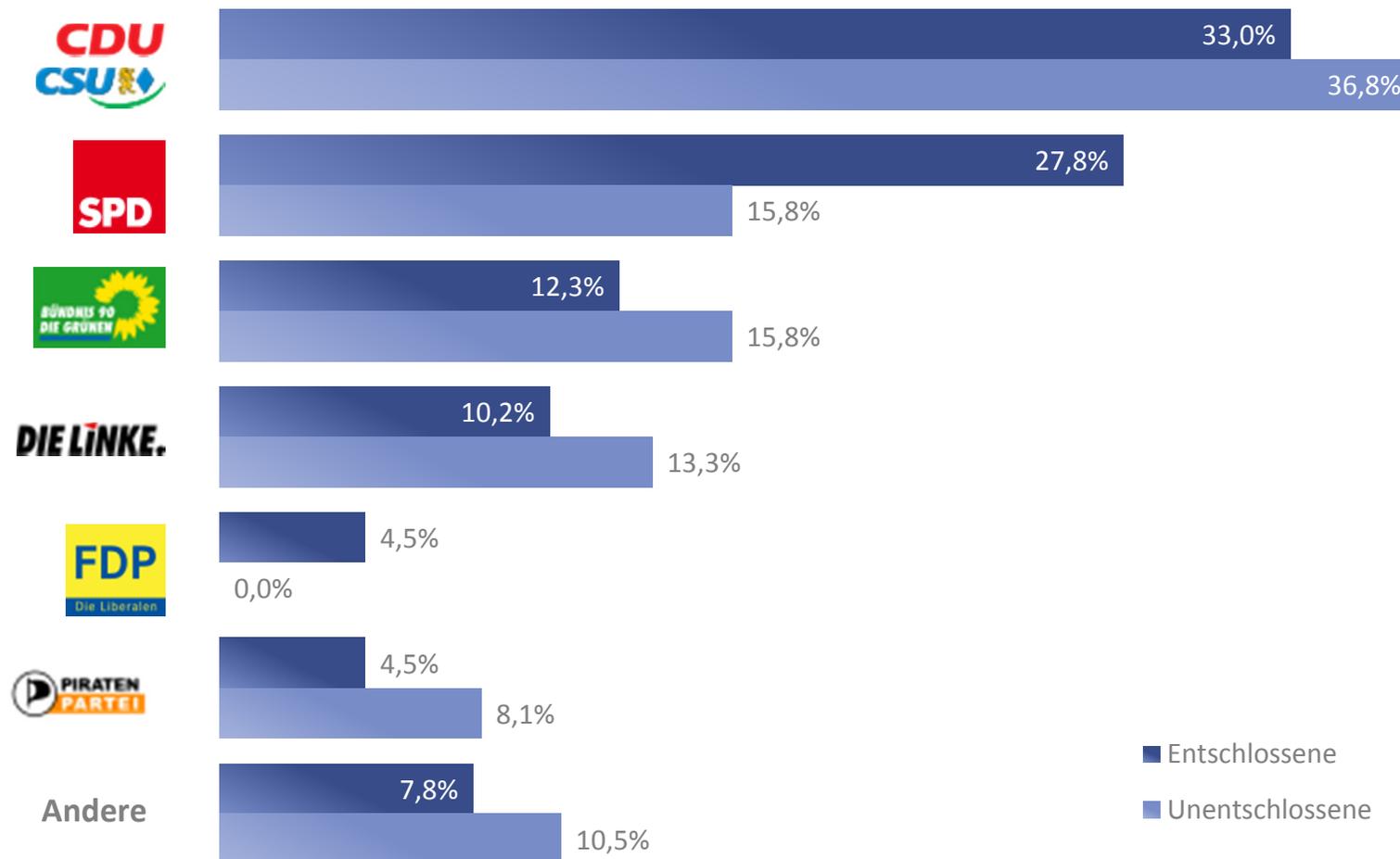
8,9 %

Süddeutschland



Die CDU/CSU steht bei Internet-Nutzern zur Zeit am höchsten im Kurs

Parteipräferenzen der Internet-Nutzer im Sommer vor der Wahl



Frage: »Welche Partei werden Sie bei der kommenden Bundestagswahl im Herbst 2013 voraussichtlich wählen?«
 »Weiß (noch) nicht« und »Keine, ich werde nicht zur Wahl gehen« herausgerechnet

Basis: Wähler und Unentschlossene

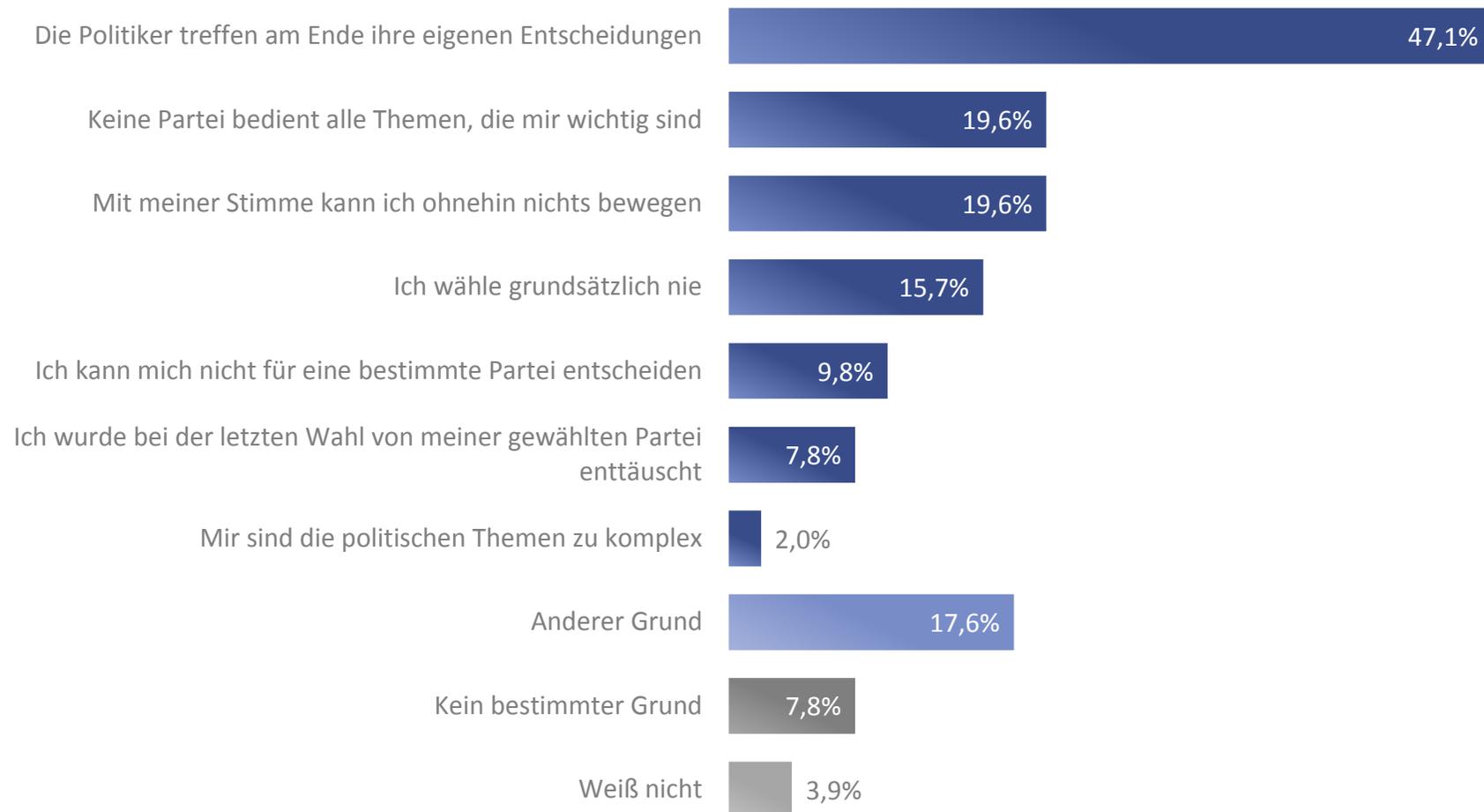
Etwas mehr Nichtwähler in den alten als in den neuen Bundesländern

Landkarte der Nichtwähler: Ost-West-Vergleich

»Ich werde auf keinen Fall zur Wahl gehen «



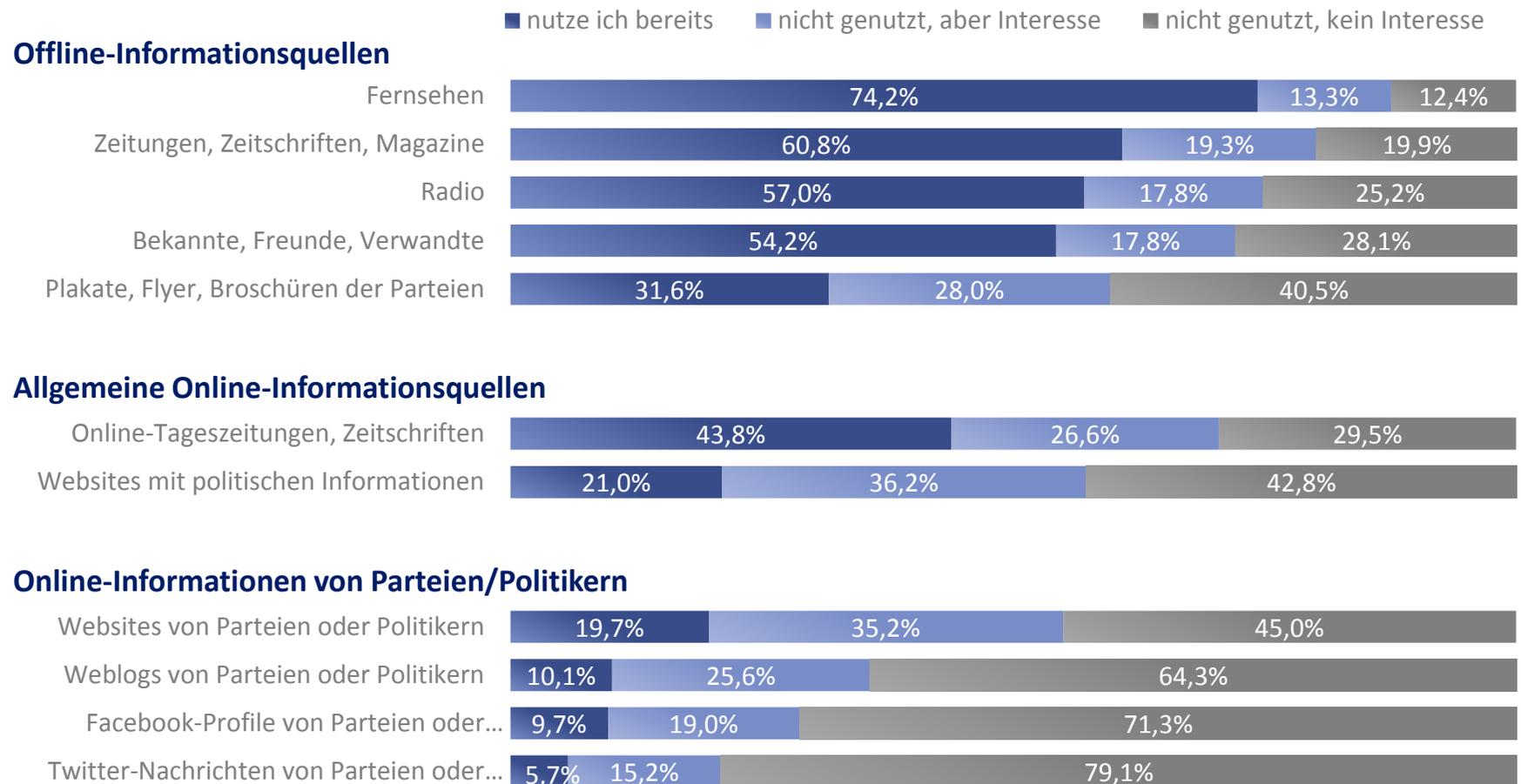
Viele Nichtwähler kritisieren das eigenmächtige Handeln der Politiker Gründe, nicht zur Bundestagswahl zu gehen



Frage: »Sie haben angegeben, dass Sie nicht zur Bundestagswahl 2013 gehen werden.
Welche Gründe sind dafür ausschlaggebend?«, Mehrfachnennungen möglich, Auswahl, »Nicht-Wahlberechtigte« herausgerechnet

Klassische »Offline«-Medien dienen am häufigsten zur Wahlinformation

Genutzte Informationsquellen zur Bundestagswahl 2013





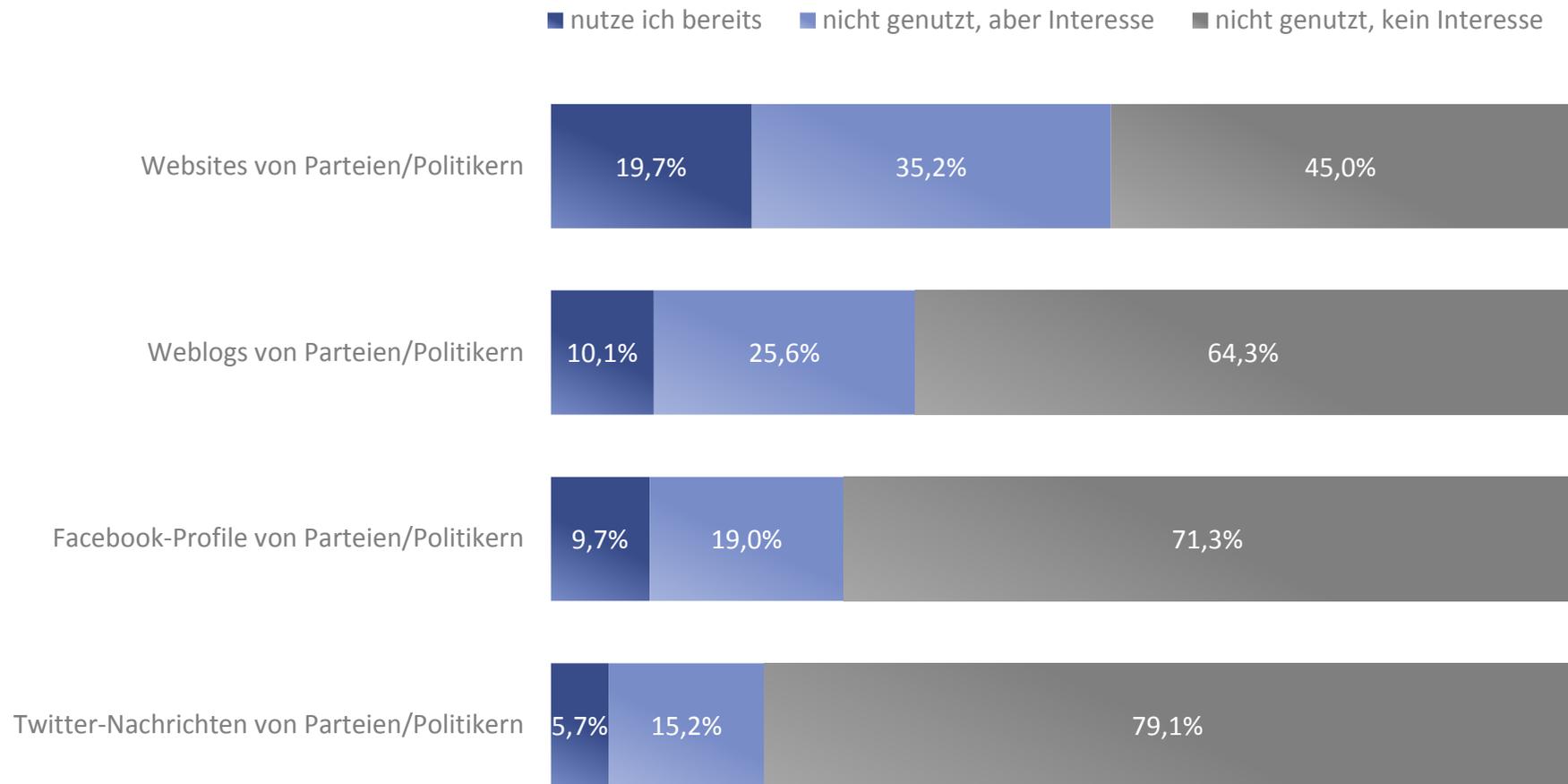
Fittkau & Maaß Consulting

Internet Consulting & Research Services

Die Rolle von Social Media bei der Bundestagswahl 2013

Jeder 10. Online-Nutzer besucht Facebook-Profilе von Parteien/Politikern

Genutzte Online-Informationenquellen zur Bundestagswahl 2013



Frage: »Welche Informationsquellen nutzen Sie bzw. werden Sie nutzen, um sich über die anstehende Bundestagswahl zu informieren?«

Im Westen spielt Social Media bei Wahlinformationen die größere Rolle

Landkarte der Online-Informierer: Ost-West-Vergleich

Nutzung zur Info über die Bundestagswahl:

Websites

von Parteien/Politikern

Weblogs

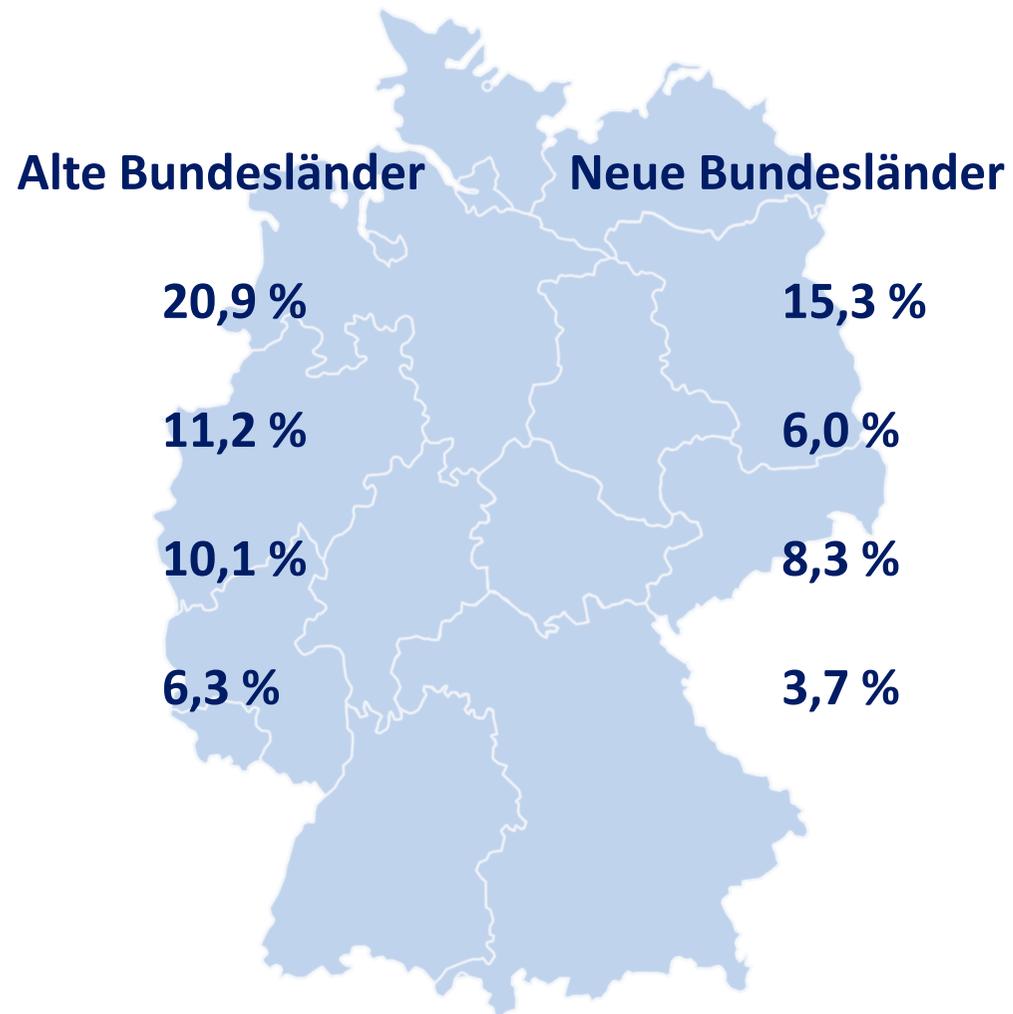
von Parteien/Politikern

Facebook-Profile

von Parteien/Politikern

Twitter-Nachrichten

von Parteien/Politikern



Frage: »Welche Informationsquellen nutzen Sie bzw. werden Sie nutzen, um sich über die anstehende Bundestagswahl zu informieren?«

Basis: Wähler und Unentschlossene

Unentschlossene Wähler sind über Online-Kanäle schwer zu erreichen

Genutzte Online-Informationsquellen zur Bundestagswahl 2013

Nutzung zur Info über die Bundestagswahl:

Websites

von Parteien/Politikern

Weblogs

von Parteien/Politikern

Facebook-Profile

von Parteien/Politikern

Twitter-Nachrichten

von Parteien/Politikern

Entschlossene

24,6 %

13,5 %

12,2 %

7,5 %

Unentschlossene

12,0 %

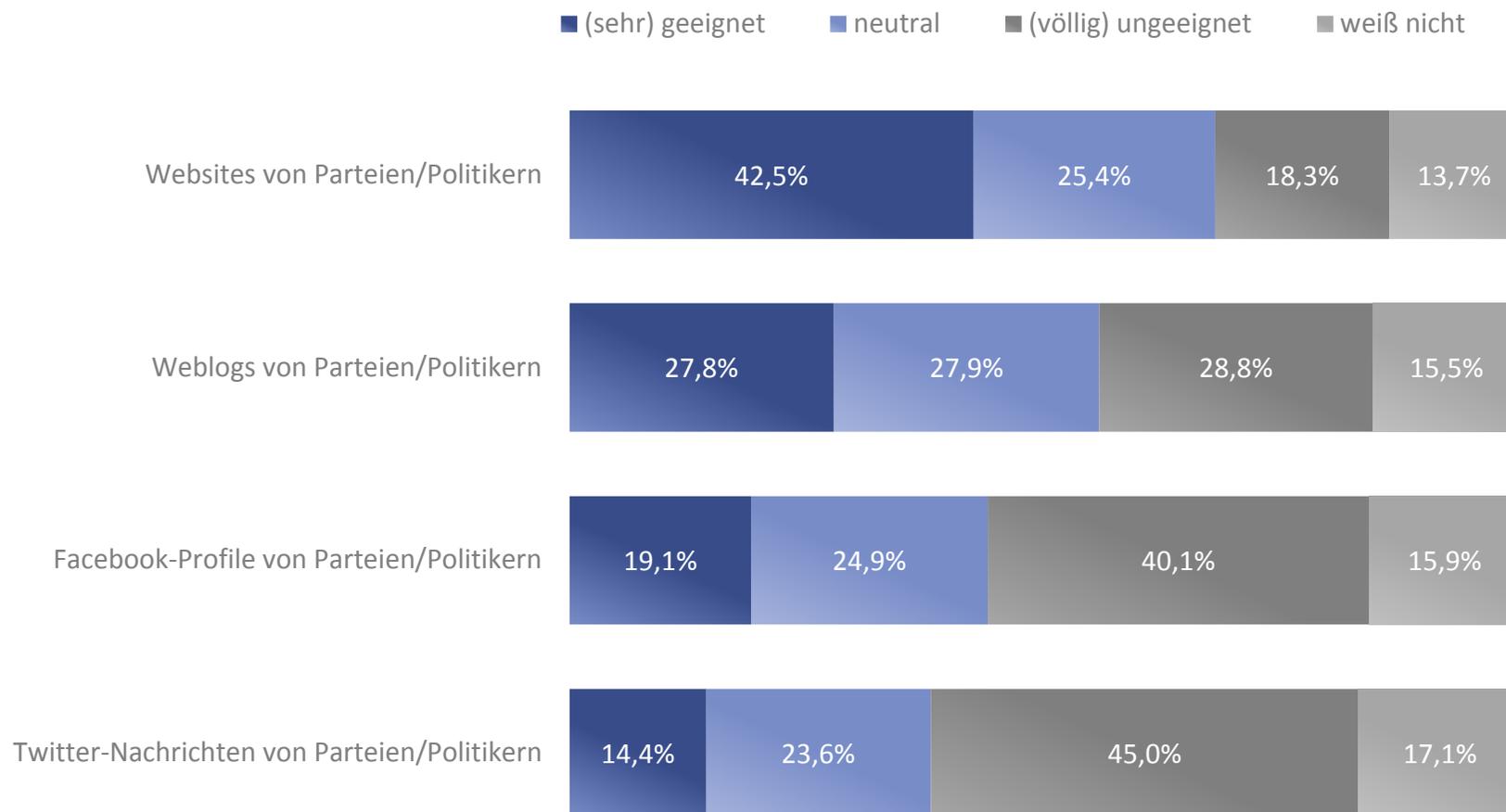
7,6 %

9,8 %

4,5 %

Viele Nutzer halten Social Media von Parteien/Politikern für ungeeignet

Eignung verschiedener Online-Kanäle für Partei-/Politikerinformationen



Frage: »Mittlerweile sind viele Parteien und Politiker mit Auftritten im Internet vertreten [...]. Wie gut sind die folgenden Online-Kanäle Ihrer Meinung nach hierfür geeignet?«

Basis: Internet-Nutzer gesamt

Unentschlossene bewerten politische Online-Kommunikation eher kritisch

Eignung verschiedener Online-Kanäle für Partei-/Politikerinformationen

Eignung zur Info über die Bundestagswahl:

Websites

von Parteien/Politikern

Weblogs

von Parteien/Politikern

Facebook-Profile

von Parteien/Politikern

Twitter-Nachrichten

von Parteien/Politikern

Entschlossene

45,7 %

32,3 %

21,0 %

15,7 %

Unentschlossene

29,3 %

21,8 %

18,8 %

13,5 %

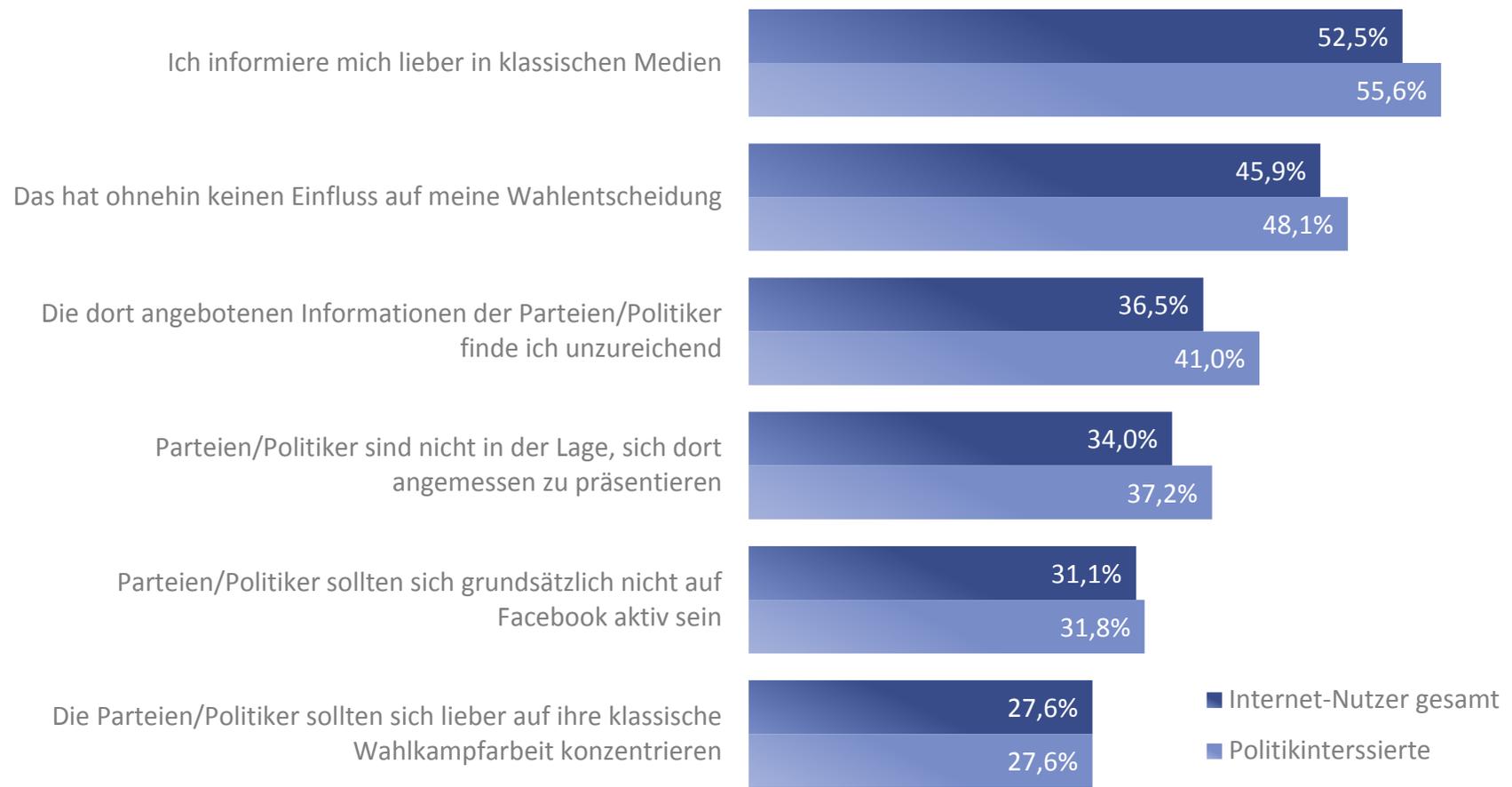
Frage: »Mittlerweile sind viele Parteien und Politiker mit Auftritten im Internet vertreten [...].

Wie gut sind die folgenden Online-Kanäle Ihrer Meinung nach hierfür geeignet?«; Nennungen »sehr geeignet« und »geeignet«

Basis: Internet-Nutzer gesamt

Wer Facebook als Infokanal ablehnt, informiert sich bevorzugt »klassisch«

Kritiker: Weshalb Nutzer Facebook-Profilen für ungeeignet für Politik-Infos halten



Frage: »Sie haben angegeben, dass Sie Facebook-Profilen von Parteien/Politikern für ungeeignet halten, um über deren politische Programme oder Aktivitäten zu informieren Welche Gründe sind dafür ausschlaggebend?«, Mehrfachnennungen möglich, Auswahl

Basis: Befragte, die Facebook-Profilen für ungeeignet halten

Wer Facebook als Infokanal schätzt, bewertet Informationstiefe positiv

Befürworter: Weshalb Nutzer Facebook-Profile für geeignet für Politik-Infos halten

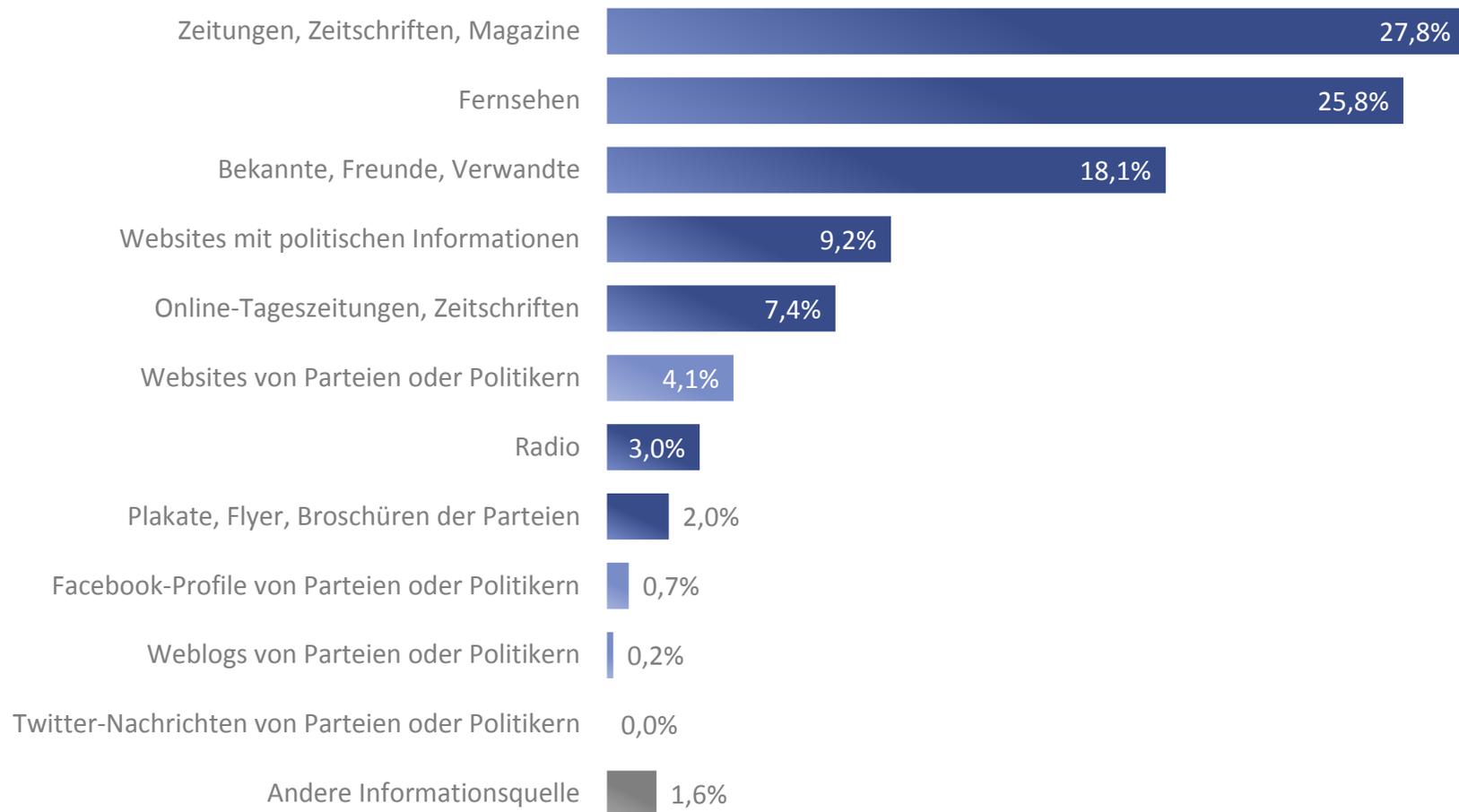


Frage: »Sie haben angegeben, dass Sie Facebook-Profile von Parteien/Politikern für geeignet halten, um über deren politische Programme oder Aktivitäten zu informieren Welche Gründe sind dafür ausschlaggebend?«, Mehrfachnennungen möglich, Auswahl

Basis: Befragte, die Facebook-Profile für geeignet halten

Den klassischen Medien schenken Online-Nutzer das größte Vertrauen

Ranking der Politik-Infoquellen, denen Internet-Nutzer am meisten vertrauen



Frage: »Welcher der unten genannten Informationsquellen schenken Sie das meiste Vertrauen, um Ihre persönliche Meinung für Ihre Wahlentscheidung zu bilden?«

Basis: Befragte, die die jeweilige Informationsquelle nutzen bzw. Nutzungsinteresse haben



Fittkau & Maaß Consulting

Internet Consulting & Research Services

Nutzerprofile und -verhalten

Mehr als jeder zweite Internet-Nutzer interessiert sich für Politik Lifestyle und Konsumverhalten

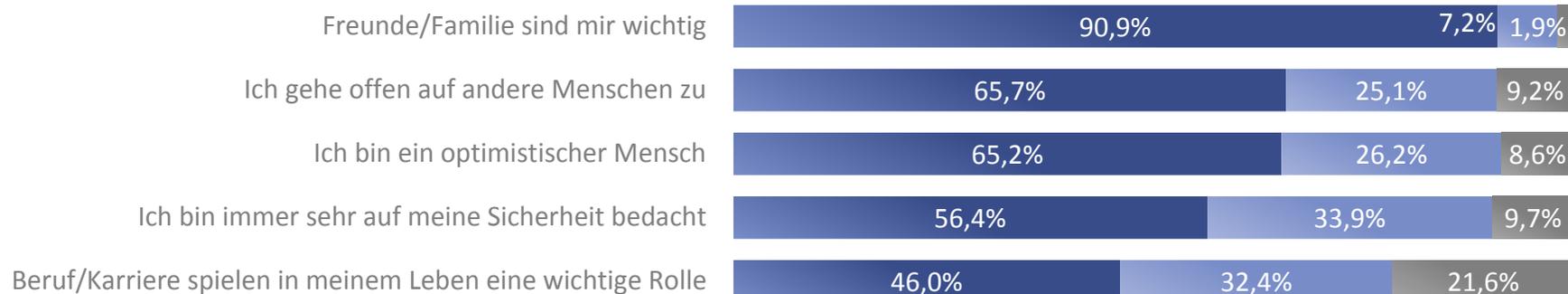
Politikaffinität



Einkaufsverhalten



Lebensstil



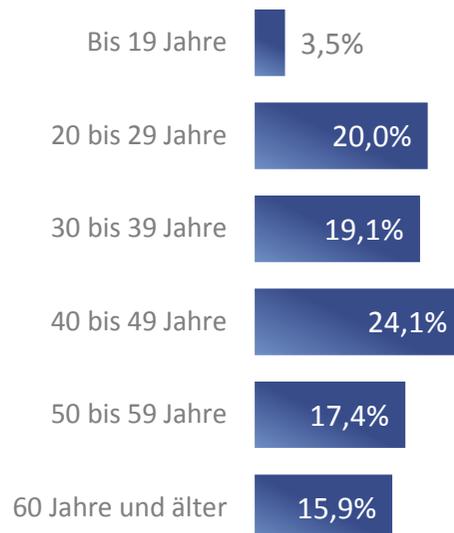
Demographie der deutschen Internet-Nutzer im Überblick

Bildungsstand, Geschlechter- und Altersverteilung

Geschlecht



Alter



Ausbildungsabschluss



Frage 1: »Bitte geben Sie Ihr Geschlecht an.«

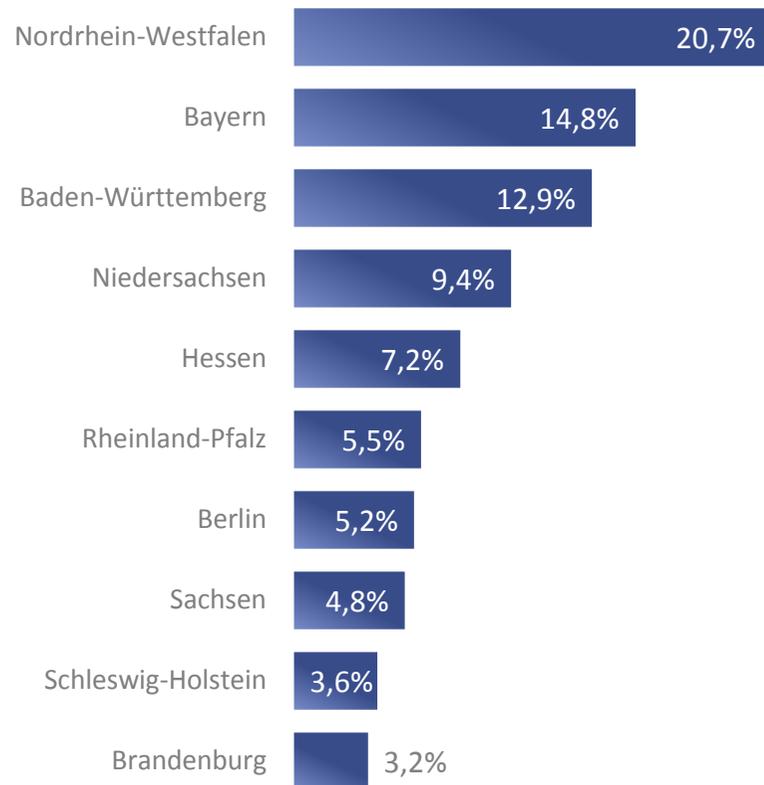
Frage 2: »Wie alt sind Sie?«

Frage 3: »Welchen höchsten Schul-/Bildungsabschluss haben Sie?«, Differenz zu 100 %: »weiß nicht«, «Anderer«

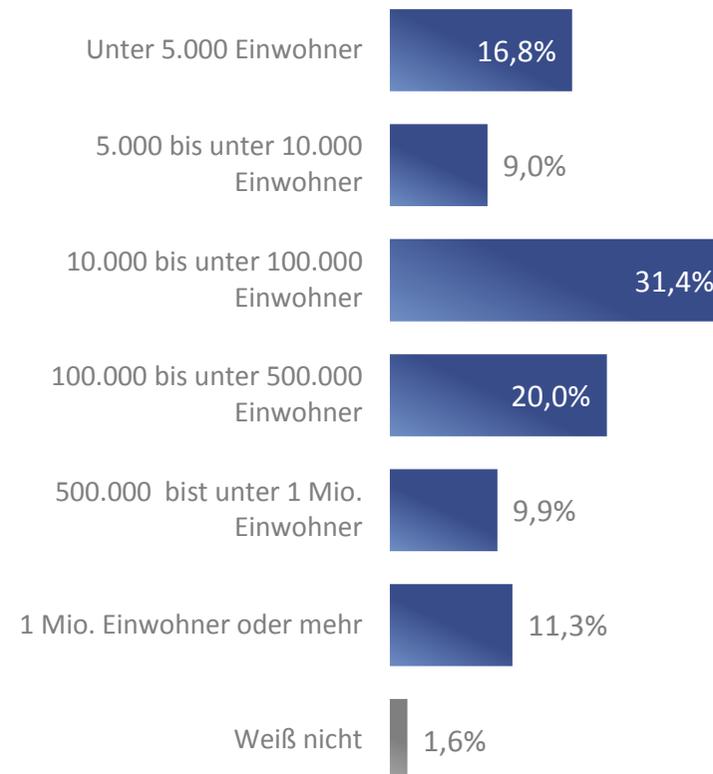
Private Wohnsitze der Internet-Nutzer

Bundesland und Wohnortgröße

Bundesland



Wohnortgröße



Frage 1: »In welchem Bundesland leben Sie?«, Auswahl (Top 10)

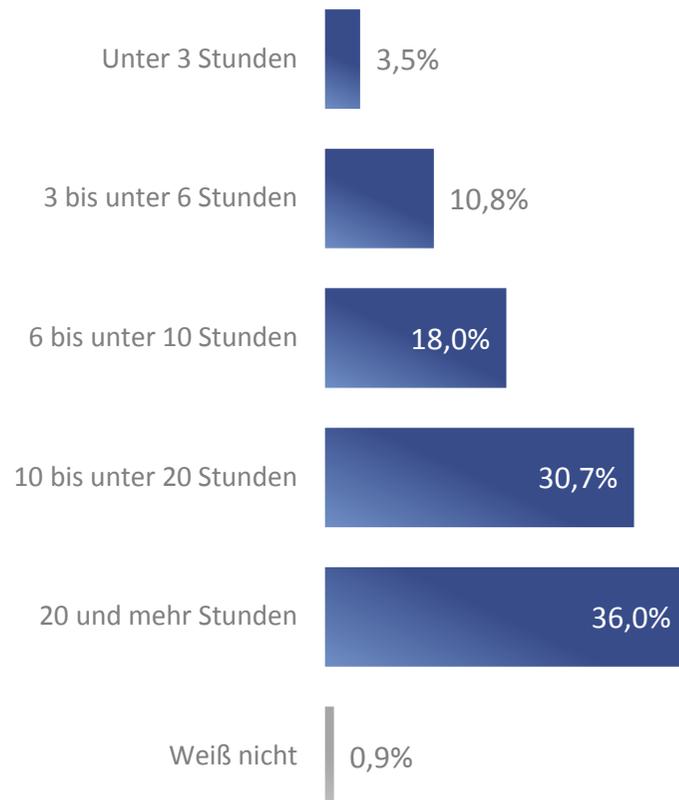
Frage 2: »Bitte geben Sie an, wie viele Einwohner der Ort bzw. die Stadt hat, in der Sie leben.«

Basis: Internet-Nutzer gesamt

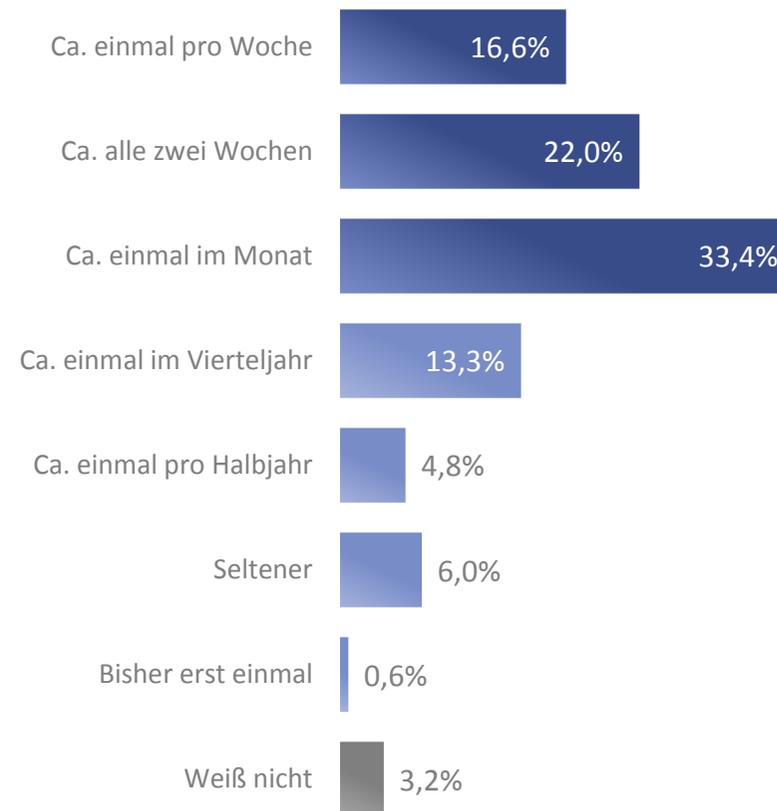
Das Internet wird aktiv genutzt – auch zum Einkaufen

Internet-Nutzungs- und Online-Einkaufsintensität

Internet-Nutzungsdauer pro Woche

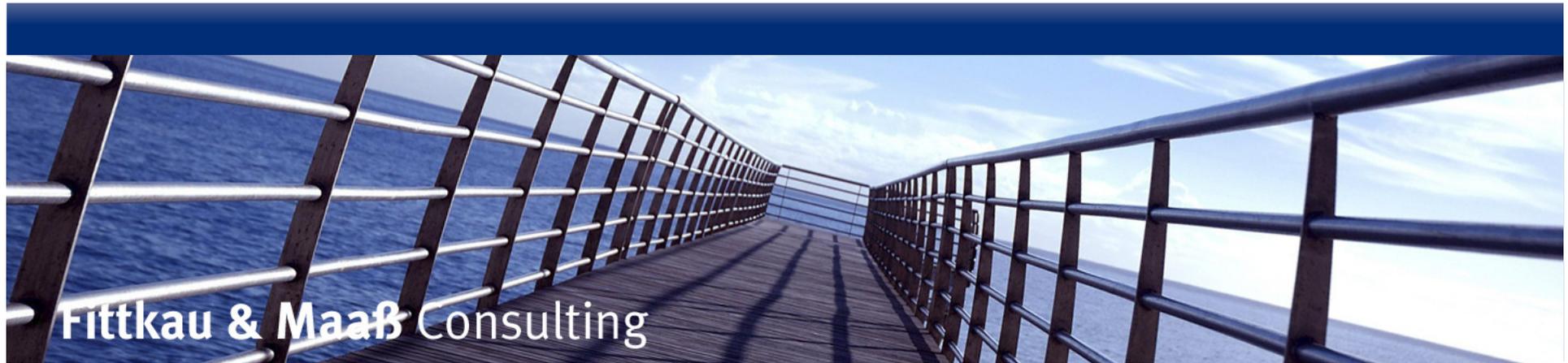


Online-Einkaufshäufigkeit



Frage 1: »Wie lange nutzen Sie das Internet in einer normalen Woche?«

Frage 2: »Und wie häufig kaufen Sie normalerweise im Internet ein?«



Fittkau & Maaß Consulting

Internet Consulting & Research Services

INTERNET WORLD Messe

Fittkau & Maaß Consulting

Informationen und Kontakt der Projektpartner

INTERNET WORLD Messe und Neue Mediengesellschaft Ulm mbH

Über die INTERNET WORLD Messe

- Bereits seit 1997 ist die INTERNET WORLD Messe die Veranstaltung für Internet-Professionals und Treffpunkt für Entscheider auf Anbieter- und Anwenderseite. Im Jahr 2014 wird die E-Commerce Messe INTERNET WORLD vom 25. bis 26. Februar auf dem Münchener Messegelände zum 18. Mal ihre Tore öffnen. Themenschwerpunkte sind Webshop-Software & -Technik, Payment & Logistik, Usability, Online Marketing, Social und Mobile Web.
- Die Messe wird begleitet von einem hochkarätigen Kongress unter dem Motto »Die Zukunft des E-Commerce«. Veranstalter der Messe ist die Fachzeitschrift INTERNET WORLD Business.



Über die Neue Mediengesellschaft Ulm mbH

- Die Neue Mediengesellschaft Ulm mbH - Kongresse & Messen gehört zur Verlagsgruppe Ebner Ulm. An den Standorten München und Zürich entstehen die Zeitschriften INTERNET WORLD Business, Telecom Handel, dotnetpro, web & mobile developer, PC Online u. a.
- Diese decken die gleichen Themen ab, wie sie seit vielen Jahren im Veranstaltungsbereich u. a. mit folgenden Kongressen bedient werden: INTERNET WORLD - Die E-Commerce Messe, Social Media Conference, Social Media Conference B2B, mobile business conference, Online Marketing Forum, Online B2B Conference, ecommerce conference, The Search Conference, online communication conference, DWX - DeveloperWeek, DDC - .NET Developer Conference, WDC - Web Developer Conference, MDC - Mobile Developer Conference und IPDC - iPhone Developer Conference.

Fittkau & Maaß Consulting

Internet-Pionier und Spezialist für Online Research

Über Fittkau & Maaß Consulting

- Fittkau & Maaß Consulting verfügt über langjährige Expertise in der technischen wie konzeptionellen Durchführung von Online-Studien. Die Forschungs- und Beratungs-Services sind gezielt auf digitale, interaktive Medien ausgerichtet.
- Internet-Studien wie die W3B-Studie sowie individuell konzipierte Forschungs- und Beratungsprojekte (u. a. Trend-, Wettbewerber- und Potentialanalysen, Zufriedenheitsstudien, Werbewirkungs-forschung, Website-Tests, Usability-Labs, Online-Panelbefragungen) unterstützen die Kunden von Fittkau & Maaß Consulting bei Planung, Konzeption, Monitoring, Optimierung und Vermarktung ihrer Online-Produkte und -Aktivitäten.

Referenzen

- Fittkau & Maaß Consulting arbeitet u. a. für Unternehmen aus den Bereichen Telekommunikation, Touristik, Medien, E-Commerce, Technik/Unterhaltungselektronik und FMCG.



Referenzen 2012/2013

Mehr Internet-Trends aus Nutzersicht

Auswahl aktueller W3B Reports im Überblick



W3B-Report
Bezahlen im Internet

<http://www.fittkaumaass.de>



W3B-Report
Nutzerverhalten im Internet

<http://www.fittkaumaass.de>



W3B-Report
Location Based Services

<http://www.fittkaumaass.de>



W3B-Report
Mobile Internet & Tablet PCs

<http://www.fittkaumaass.de>



W3B-Report
Mobile Commerce

<http://www.fittkaumaass.de>



W3B-Report
Lebensmittel im Internet

<http://www.fittkaumaass.de>

Studieninformation und -bestellung
www.fittkaumaass.de/reports
infos@fittkaumaass.de

Fittkau & Maaß Consulting

Internet Consulting & Research Services

Studie »Datenschutz im Internet«

Kontaktinformationen der Projektpartner

Neue Mediengesellschaft Ulm mbH

INTERNET WORLD Messe

Bayerstraße 16a

80335 München

Telefon 089–74117 0

Telefax 089–74117 101

newsletter@internetworld-messe.de

<http://www.internetworld-messe.de>

Nicole Rüdlin

nicole.ruedlin@nmg.de

Fittkau & Maaß Consulting GmbH

Internet Consulting & Research Services

Gänsemarkt 31

20354 Hamburg

Telefon 040–30100 770

Telefax 040–30100 777

infos@fittkaumaass.de

<http://www.fittkaumaass.de>

Susanne Fittkau

fittkau@fittkaumaass.de