



© APA/Georg Hochmuth

Wahlkampfarena Social Media

Ohne geht es nicht mehr: Social Media rückt bei den Parteispitzen immer mehr in den Fokus des Wahlkampfs.

••• Von Laura Schott

Die Menschen sollten wissen, wer versucht, ihre Wahl zu beeinflussen“: Während Facebook kürzlich verkündete, seine Transparenz in Sachen Wahlwerbung vor der US-Präsidentenwahl 2020 verstärken und strengere Regeln im Autorisierungsprozess für

US-Werbekunden durchsetzen zu wollen, wird in Österreich vor der Nationalratswahl bereits kräftig die Werbetrommel in den sozialen Netzwerken gerührt. Neben bezahlten Anzeigen sind es vor allem die Profile der Parteien und Kandidaten, die die Wähler erreichen und Werbewirkung erzielen. Wer hier wirbt, ist ganz klar: die Spitzenkandidaten selbst, für – selbstredend – sich selbst.

Welcher der sechs Spitzenkandidaten dabei aktuell besonders erfolgreich ist, hat das Markt- und Medienforschungsunternehmen BuzzValue kürzlich analysiert. Das Ergebnis: Im August dominierte Pamela Rendi-Wagner das Geschehen auf den Plattformen Facebook, Twitter, Instagram und YouTube mit großem Abstand – und zwar nicht nur in puncto Interaktio-

nen, sondern auch, wenn es um die Werbeausgaben auf den genannten Plattformen geht.

Rendi-Wagner an der Spitze
Über 479.500 Interaktionen mit Usern und damit potenziellen Wählern konnte Pamela Rendi-Wagner im August auf Facebook, Twitter, Instagram und YouTube verzeichnen. Und das bei „nur“ 138.500 Followern. Eine ver-