

## Presse-Information

### Wahlkampf auf Social Media: Negative Emotionen werden befeuert

#### BrandTrust und Symanto analysieren Social Media Aktivitäten der Parteien sowie 120.000 Posts von X-Nutzern zu Wahlkampfthemen

**Nürnberg, 19. Februar 2025: Social Media spielen im Wahlkampf eine bedeutende Rolle. Wie kommunizieren die Parteien auf Instagram, TikTok und Youtube? Und mit welchen Emotionen kommunizieren Menschen über Parteien auf der Plattform X? Diese Fragen sind die Säulen der aktuellen Studie der Unternehmensberatung BrandTrust und Symanto, Pionier in der KI-gestützten Textanalyse, der Psychologie und Emotionsanalyse miteinander verbindet. Im Fokus der Untersuchung stehen nicht die Zahl der Follower, sondern Inhalte und Tonalität der Kommunikation.**

#### Auf X dominieren negative Emotionen

126.000 Posts von Usern auf der Plattform X wurden untersucht, um zu ermitteln, welche Gefühle Parteien (AfD, BSW, CDU, CSU, Die Grünen, Die Linke, FDP, SPD) bei den Nutzern, also den potenziellen Wählerinnen und Wählern, auslösen. Das Ergebnis: über alle Parteien hinweg sind Frustration (29 %), Wut (27 %) und Sarkasmus (24 %) die am meisten hervorgerufenen Emotionen. Euphorie und Solidarität sind nahezu nicht wahrnehmbar (unter 1 %). In der Kommunikation über AfD und BSW zeigt die Untersuchung die höchsten Werte in Sachen Misstrauen (17 bzw. 15 %), Sarkasmus kommt in 31 % der Postings über die CSU zum Ausdruck.

#### Kaum Einzigartigkeit: emotional-appellierend ist fast jede Partei

Die Analyse einer KI, die Psychologie, Emotion und Kommunikationsstile erkennt, zeigt, dass die untersuchten Parteien durchgängig emotional appellierend kommunizieren. Sachlich-informativ sind am häufigsten die Posts der FDP (40 %), kämpferisch-polarisierend ist jeder zweite Social Media Beitrag der AfD. Am stärksten volksnah bewertet die Analyse die Posts der Grünen (20 %).

#### SPD auf Social Media völlig unprofilier

Während CDU, CSU, FDP, AfD und BSW ihre Botschaften in den analysierten Posts auf wenige Themen zuspitzen, agiert die SPD völlig unfokussiert: zu über 100 verschiedene Themen wurden Botschaften auf den Social Media Kanälen verbreitet. „Vielfalt ist der Feind der Klarheit. Und Klarheit ist die Voraussetzung für ein scharfes Profil“, kommentiert Jürgen Gietl, Managing Partner der Unternehmensberatung BrandTrust.

#### Kein Zusammenhang mit Plakatwerbung

Nur wenige Parteien greifen die pointierten Aussagen ihrer Wahlplakate in ihrer Social Media Kommunikation auf (Grüne: Zuversicht, FDP: alles lässt sich ändern, SPD: Stabile Renten, Mit Sicherheit mehr Netto, CDU: Stolz und Fleiß). Einzig BSW und AfD nehmen sowohl auf Social Media als auch in der Außenwerbung ähnliche Themen in den Fokus.

„Mangelnder Fokus und damit verschwendete Energie“ attestiert Markenexperte Jürgen Gietl den meisten Parteien in ihrer Social Media Kommunikation. Um ein klares Bild und Identifikationspunkte zu erzeugen, müssen alle Botschaften über verschiedene Kanäle hinweg eine starke inhaltliche Gemeinsamkeit aufweisen. „Nur so kann sich ein scharfes Profil bilden,“; so der Markenexperte weiter. Und er zieht dabei eine Parallele zur Konsumgüterindustrie: „Es geht um den Aufbau und die Pflege von Vertrauen. Dieses ist die Grundlage für eine Entscheidung ein Produkt zu kaufen – oder eine Partei zu wählen“.

## **Studiendesign**

### **Die Kanäle der Parteien**

Analysiert durch Natural Language Processing (NLP) wurden 4170 Posts auf den offiziellen Kanälen der Parteien AfD, BSW, CDU, CSU, die Grünen, die Linke, FDP, SPD. Für die Analyse der Tonalität wurde Symanto Psychology AI genutzt, eine Sprach-KI, die neben Themen und Sentiment auch Psychologie, Emotion und Kommunikationsstile in mehr als 50 Sprachen erkennt.

### **Die Meinungen der User auf der Plattform X**

Von oben beschriebener KI wurden 126.000 Posts ausgewertet, die von Nutzern (nicht von Parteien) auf der Plattform X abgesetzt wurden im Zeitraum vom 1. Oktober 2024 bis 10. Februar 2025.

## **Über BrandTrust**

BrandTrust ist die führende Unternehmensberatung für wirksame Marken im deutschsprachigen Raum. In 12 Industry Competence Centern begleiten die Beraterteams die marktführenden Klienten bei der Entwicklung und Umsetzung von regionalen und globalen Markenstrategien mit dem Ziel, die Profitabilität und das Wachstum ihrer Marken systematisch und zukunftsorientiert zu erhöhen. Viele der Kunden sind Unternehmen aus Fortune 500, DAX 30, M-DAX, ATX und SMI in Deutschland, Österreich, der Schweiz und Norditalien. BrandTrust ist weltweit tätig, in Nürnberg und Wien ansässig und hat darüber hinaus Büros und Repräsentanzen in München, Zürich und Ljubljana. <http://www.brand-trust.de>

## **Über Symanto**

Symanto, ist ein Pionier in der KI-gestützten Textanalyse, der Psychologie und Emotionsanalyse miteinander verbindet. Schon seit mehr als 15 Jahren entwickelt das Nürnberger Unternehmen Künstliche Intelligenz für Spracherkennung. Durch die Entschlüsselung von sprachlichen Nuancen deckt Symanto zugrunde liegende Emotionen und Motivationen auf und liefert Unternehmen umsetzbare Erkenntnisse für eine tiefere Verbindung zum Publikum. Symanto wandelt Sprache in ein umfassendes Verständnis von Stimmung und Trends um und ermöglicht so optimierte Strategien und verbesserte Kundenerlebnisse. Zu den Kunden zählen z.B. globale Unternehmensberater, Harman (JBL), Daiichi, etc. [www.symanto.com](http://www.symanto.com)

## **Pressekontakt:**

Birgit Heinhöfer, [info@pr-heinhoefer.de](mailto:info@pr-heinhoefer.de), Tel. 0911 300 349 30