

Wien Wahl 2025: Ludwig dominiert Medien, Nepp heftig kritisiert!

Analysen zeigen die Medienperformance von Spitzenkandidaten zur Wien-Wahl 2025. Ludwig dominiert, Social Media gewinnt an Bedeutung.

Wien, Österreich - Die Landtags- und Gemeinderatswahlen in Wien stehen vor der Tür und finden am Sonntag, den 22. April 2025, statt. Der Analysebericht des Brand Intelligence Unternehmens „Observer“ zur Medienperformance der acht Spitzenkandidaten zeigt interessante Ergebnisse über die Präsenz und Wahrnehmung der Kandidaten in Print- und Online-Medien. Die Analyse wurde im Zeitraum vom 21. März bis zum 21. April 2025 durchgeführt.

Michael Ludwig von der SPÖ führt die Rangliste mit einer beeindruckenden Medienpräsenz an. Er kann auf 1.090 Printbeiträge mit einer Gesamtauflage von rund 66 Millionen Exemplaren verweisen und zählt zudem 967 Online-Artikel mit einer Reichweite von etwa 1,3 Milliarden UserInnen. Ein Bericht auf orf.at hat sogar 9,6 Millionen Unique Clients erreicht. An zweiter Stelle liegt Dominik Nepp von der FPÖ, der auf 436 Printbeiträge und 719 Online-Beiträge kommt. Karl Mahrer von der ÖVP belegt mit insgesamt 857 Artikeln den dritten Platz.

Medienberichterstattung und Sentiment

Bettina Emmerling von den NEOS verzeichnete 748 Erwähnungen, während Barbara Urbanic von der KPÖ am wenigsten Beachtung fand und nur 145 Beiträge erreichte. Die Analyse zeigt auch interessante Unterschiede im Sentiment der

Berichterstattung. Selma Arapović von den NEOS hatte die positivste Wahrnehmung in Online-Artikeln, mit 26 Prozent positiver Berichterstattung, während Dominik Nepp mit 41 Prozent negativster Berichterstattung und nur 7 Prozent positiver Berichterstattung abschloss.

Die Social-Media-Performance der Kandidaten ist ebenfalls erwähnenswert. Heinz-Christian Strache vom Team HC war der aktivste auf Social Media mit 704 Postings, gefolgt von Michael Ludwig mit 170 und Judith Püringer mit 138 Postings. Alle KandidatInnen haben am häufigsten auf Facebook gepostet, während ihre Präsenz auf der Plattform X gering war. Barbara Urbanic beschränkte sich auf Instagram.

Soziale Medien im Wahlkampf

Im Kontext des bevorstehenden Wahlkampfs in Wien ist es wichtig, die Rolle der sozialen Medien zu betrachten. Eine Analyse des vergangenen Europawahlkampfs 2024 zeigt, dass soziale Medien als zentrale Informationsquelle für junge Wähler fungieren. Laut Universum ist der Einsatz von klassischen Wahlkampfmethoden nach wie vor von Bedeutung, doch die Leistungsfähigkeit in sozialen Netzwerk ist für Kandidaten und Parteien entscheidend geworden. Die Wahlbeteiligung in Deutschland lag 2024 bei 64,8%, was den höchsten Wert seit der Wiedervereinigung darstellt.

Die Mobilisierung junger Wählerschaft über Plattformen wie TikTok und Instagram war für viele Kandidaten von entscheidender Bedeutung. Zwar haben zwei Drittel der jungen Wahlberechtigten den Wunsch zu wählen, jedoch fühlten sie sich oft unzureichend informiert. Parteien nutzen kreative, virale Videos, um digitales Engagement zu fördern, wohingegen Plattformen wie X vor allem für prägnante Informationen und politische Debatten genutzt werden.

Die dort erzielten Interaktionen gelten als Indikator für den Kampagnenerfolg, wobei TikTok und YouTube herausragende

Interaktionsraten bieten. Es zeigt sich, dass die strategische Nutzung von sozialen Medien und ein authentischer, zielgruppengerechter Kommunikationsansatz entscheidend für den Wahlerfolg sind. Diese Erkenntnisse könnten auch für die anstehenden Wahlen in Wien von Bedeutung sein.

Der Wahlkampf der Spitzenkandidaten wird somit sowohl durch traditionelle Medien als auch durch die dynamischen sozialen Medien geprägt und könnte entscheidenden Einfluss auf die Wählerentscheidung haben.

Details	
Ort	Wien, Österreich
Quellen	<ul style="list-style-type: none">• medianet.at• www.universum.com

Besuchen Sie uns auf: die-nachrichten.at