

BlueOcean

Semantic Web Solutions

**“Das Internet weiss alles” –
Die Anti-Minarett-Initiative
im Spiegel der Internet-Foren Diskussion**

Dezember 2009

Diese Studie ist das Gemeinschaftswerk von 2 Semantic Web Unternehmen

Blue Ocean SWS GmbH – Zürich-Rorbas

Hat die Studie initiiert und sämtliche Analysen durchgeführt.

VICO Research & Consulting – Stuttgart-Leinfelden

Betreibt seit Jahren ein systematisches Monitoring von über 1500 deutschsprachigen Foren und hat diese nach den Beiträgen zur Minarett-Diskussion durchforstet.

Anlass für die Studie über die Anti-Minarett-Initiative im Spiegel der Internet-Foren-Diskussion

- Das Ergebnis der Abstimmung zur Anti-Minarett-Initiative hat die Meinungsforscher, die Medien und das politische Establishment überrascht.
- Ein kurzer Blick in die Forenlandschaft genügte um zu sehen, dass das Thema schon vor dem 29.11. heiss diskutiert wurde – darum haben wir uns nach der Abstimmung entschlossen, diese Retro-Analyse durchzuführen.
- Es ist bekannt, dass Meinungsumfragen bei Reiz- und Schamthemen versagen (z.B. Themen im Bereich von Rassismus, Glauben, Geld, Sex etc.) (vgl. Prof. Silvano Moeckli, NZZ, 12.12.2009)
- **Die Frage liegt auf der Hand: Sind die Meinungsäusserungen in den Foren „echter“ – kommen sie dem Abstimmungsergebnis näher als die der klassische Meinungsforschung?**

Fragestellungen für die Studie

Welches Meinungsbild ergibt die Analyse sämtlicher Internet-Foren-Beiträge in der Zeit vor der Abstimmung (vom 1.1. – 28.11.2009)

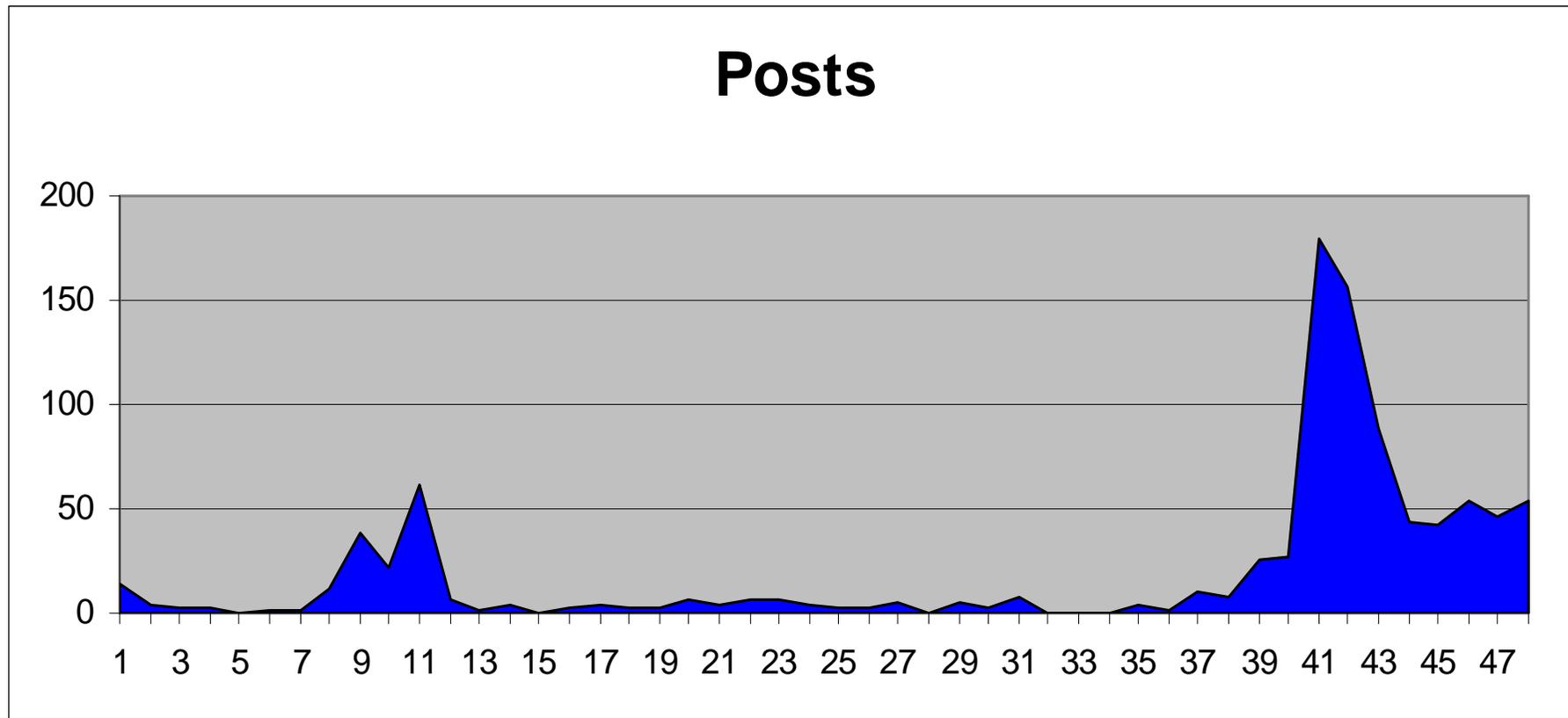
- Wie wird die Initiative in den deutschsprachigen Internet Foren durch Schweizer diskutiert?
- Wie hätte man das Abstimmungsergebnis prognostiziert, wenn man nur auf Internet-Foren-Analysen abgestützt hätte?
- Lassen sich die Beiträge klar in „pro/contra Initiative“ kategorisieren?
- Lassen sich die Beiträge zur CH-Anti-Minarett-Initiative von der allgemeinen Minarett-Diskussion abgrenzen?
- In welchen Foren wird die Minarett-Diskussion geführt – ist das ein Thema, das im Internet vielfältig diskutiert wird oder wird es nur von Polit-Sektierern behandelt?

Rahmenbedingungen für die Studie

In den deutschsprachigen Foren wurden rund 1'000 Beiträge in 124 verschiedenen Foren zwischen dem 1.1. und 28.11. publiziert

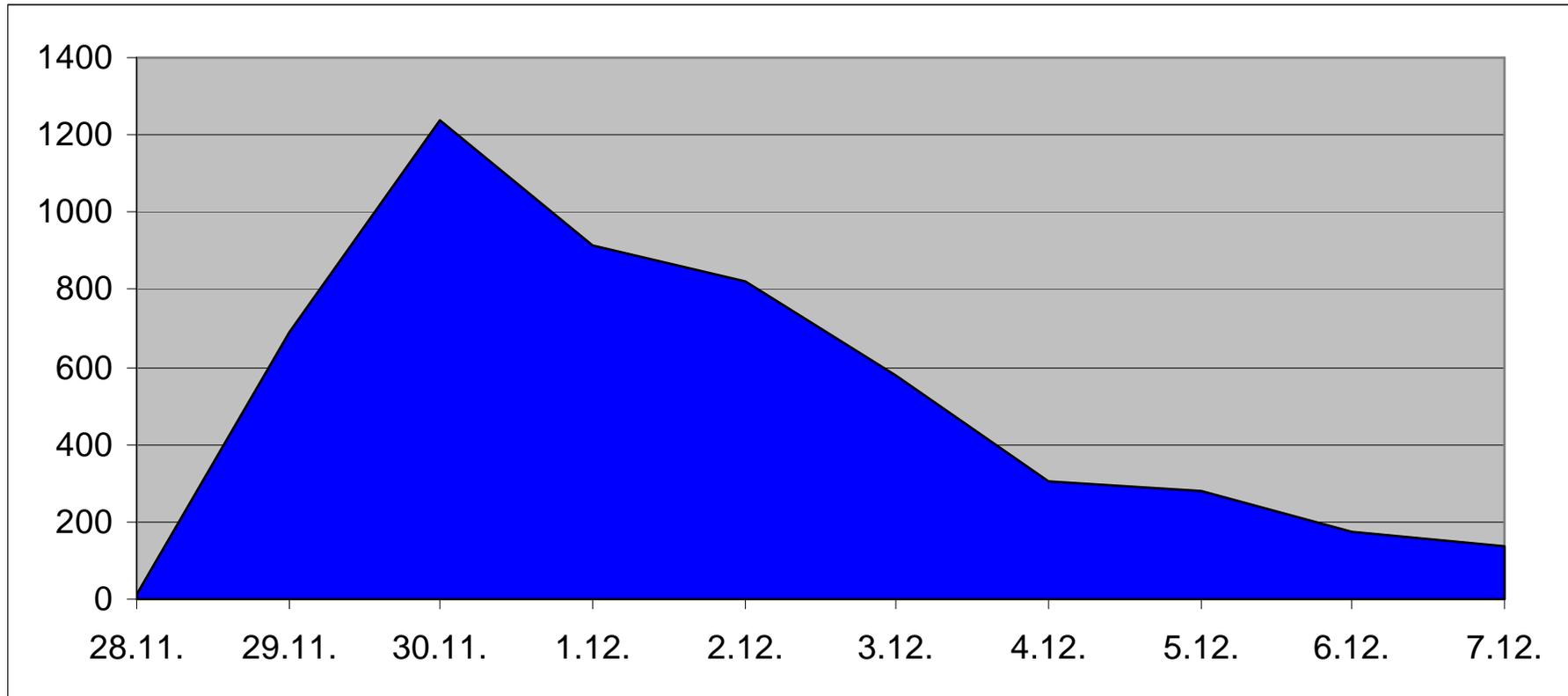
- VICO monitort seit mehr als 2 Jahren praktisch alle deutschsprachigen, relevanten Foren
- Es wurden über 100 Mio. Dokumente aus 1'500 deutschsprachigen Foren analysiert
- Seit dem 1.1.2009 wurden rund 1'000 Beiträge zur Minarett-Verbotsinitiative in den Foren gefunden
- Nach der Abstimmung – zwischen dem 29.11. und dem 7.12. – wurden dort mehr als 5'000 Dokumente publiziert
- In Anbetracht der Dringlichkeit und der Anforderung an die Genauigkeit wurde die qualitative Analyse (pro & contra-Zuordnung) „von Hand“ (d.h. durch das Lesen und der Beurteilung sämtlicher 1'000 Beiträge) realisiert.

Der zeitliche Verlauf der Anti-Minarett-Initiative in den deutschsprachigen Foren (Teil 1)



In den Wochen 1 - 48 (bis zum 28.11.2009) wurden rund 1'000 Beiträge in 124 verschiedenen Foren publiziert

Der zeitliche Verlauf der Anti-Minarett-Initiative in den deutschsprachigen Foren (Teil 2)

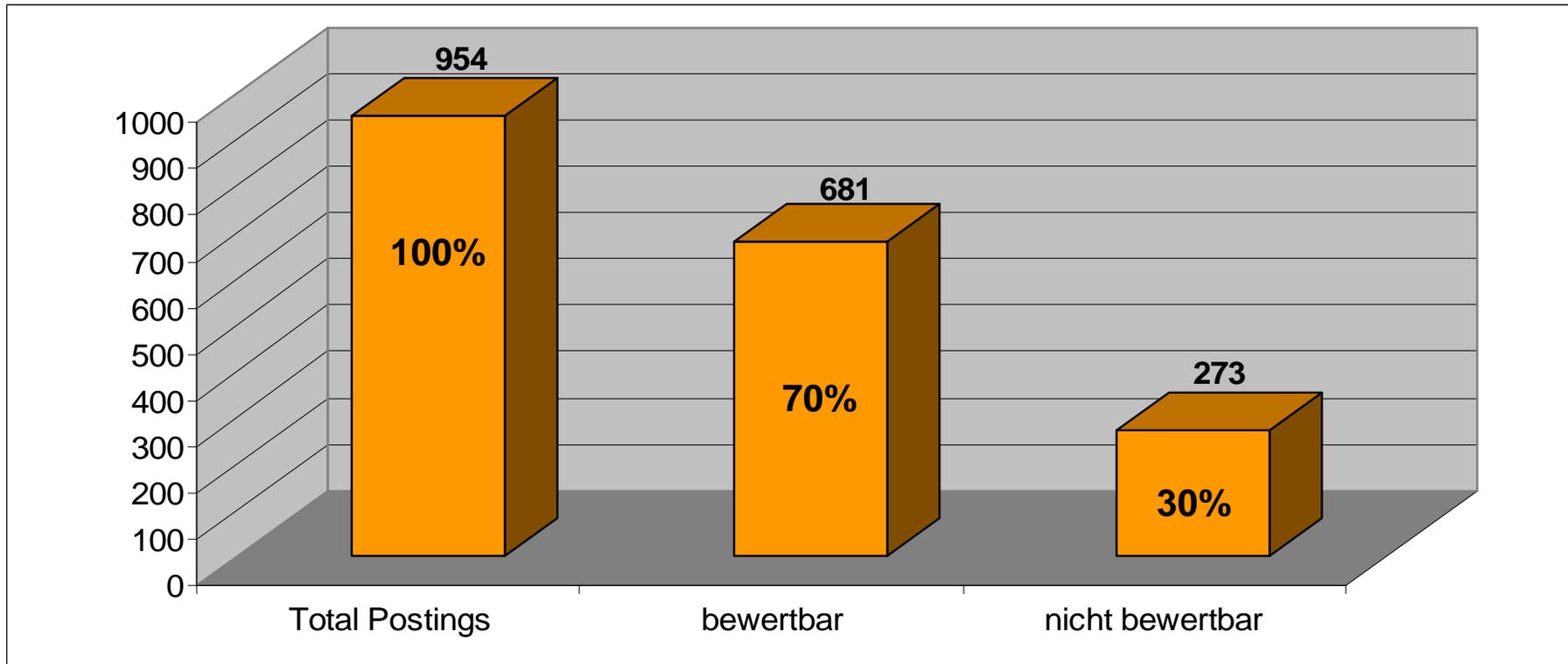


© by Blue Ocean sws GmbH

Zwischen dem 29.11. und dem 7.12. wurden rund 5'000 Beiträge in 124 verschiedenen Foren publiziert

BlueOcean⁷

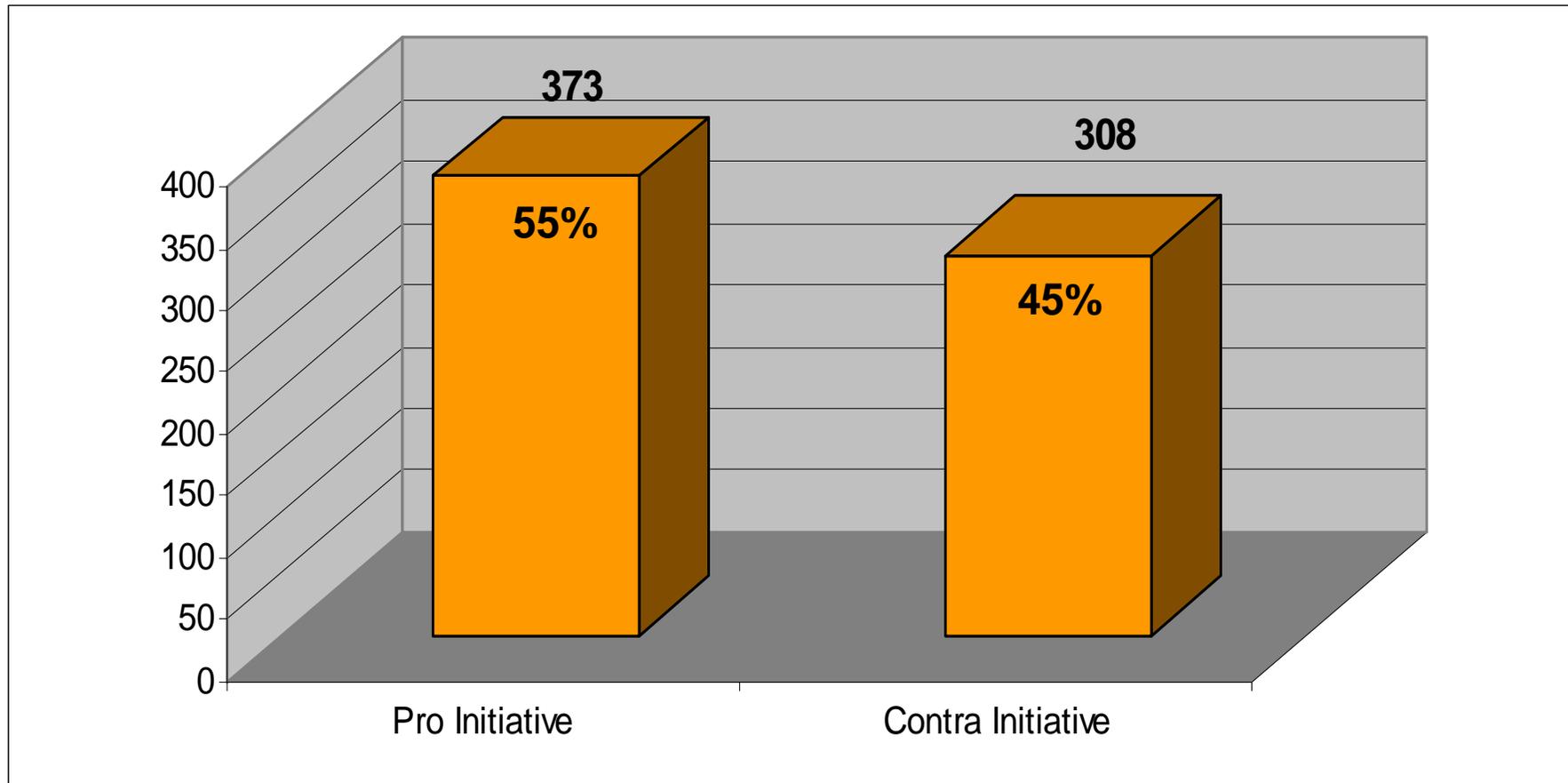
Von den analysierten 954 Dokumenten können 70% auf ihre politische Aussage bewertet werden



© by Blue Ocean s.w.s GmbH

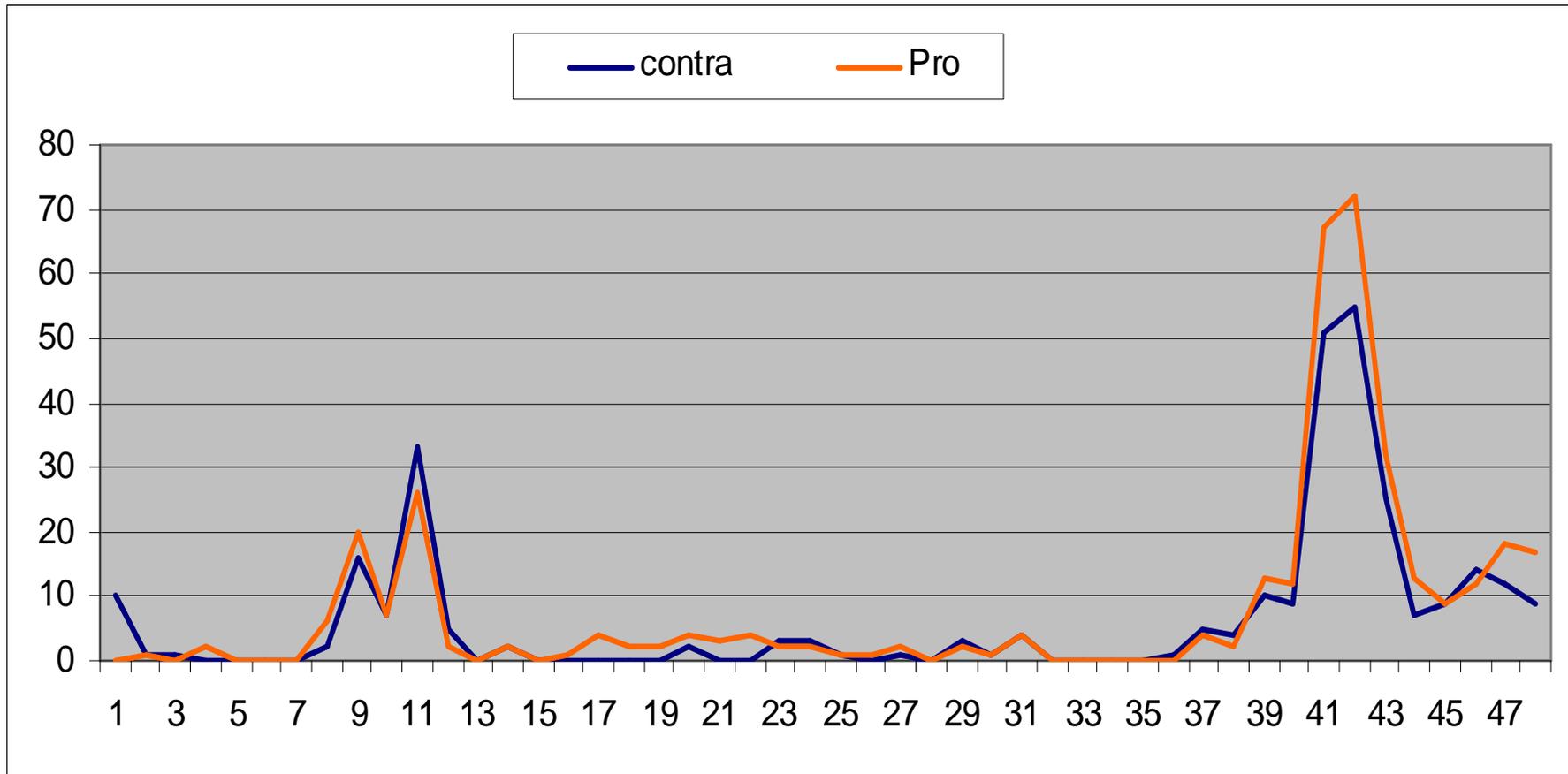
Rund 30% der Beiträge sind differenzierte Stellungnahmen zum Thema, ohne dass der Autor sich klar outet, ob er sich für oder gegen die Initiative ausspricht

Eine klare Mehrheit (55%) der publizierten Posts in der Periode 1.1. – 28.11. 2009 sprechen sich (z.T. trotz deutlicher Vorbehalte) für die Initiative aus

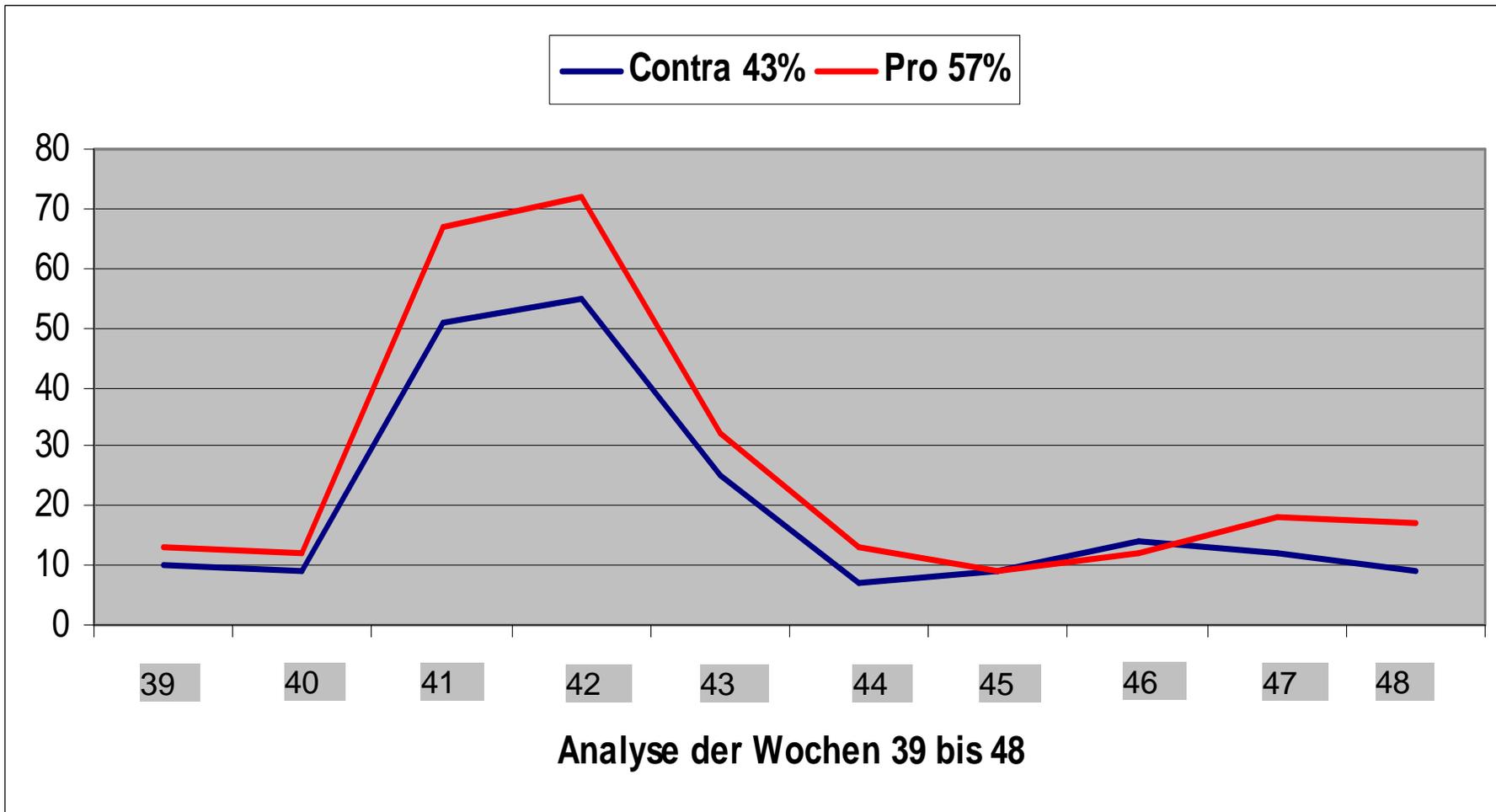


© by Blue Ocean svs GmbH

Die Verlaufsanalyse zeigt grössere Diskussionen im März und Mitte Oktober – die Pro-Seite dominiert erst ab Oktober



In der Periode 21.9. – 28.11. 2009 sprechen sich 57% der Beiträge für die Initiative aus



© by Blue Ocean svs GmbH

Ergebnisse der Analyse der Forendiskussionen rund um die Anti-Minarett-Initiative

- In den deutschsprachigen Foren findet bereits vor den Abstimmungen eine breite Diskussion statt, die dem deutschschweizerischen Abstimmungsergebnis relativ nahe kommt (55% statt 60% JA)
- Betrachtet man nur die Ergebnisse der letzten 10 Wochen so kommt das Ergebnis der Forenanalyse (57% JA) dem Abstimmungsergebnis noch etwas näher
- Die Diskussion ist auf viele Foren (124) verteilt, sodass unterschiedliche gesellschaftliche Gruppen daran teilnehmen und beobachtet werden können
- Das Monitoring sämtlicher relevanter Internet-Foren ist ein gutes Instrument um die unverfälschte Meinung der Bürger zu erfahren, auch im Bereich der Tabu- und Scham-themen
- Bei kritischen Themen (Scham- und Tabu-Themen) ist die passive Beobachtung der Diskussionen unabdingbar – die Internet-Foren bieten dafür die besten Voraussetzungen
- Die auf Foren basierte Internet-Analyse ist daher eine interessante, neue **zusätzliche** Methode, um das Meinungsbild zu erfahren – sie ergänzt bisherige Methoden der Meinungsforschung ideal.

Social Media – was ist das?



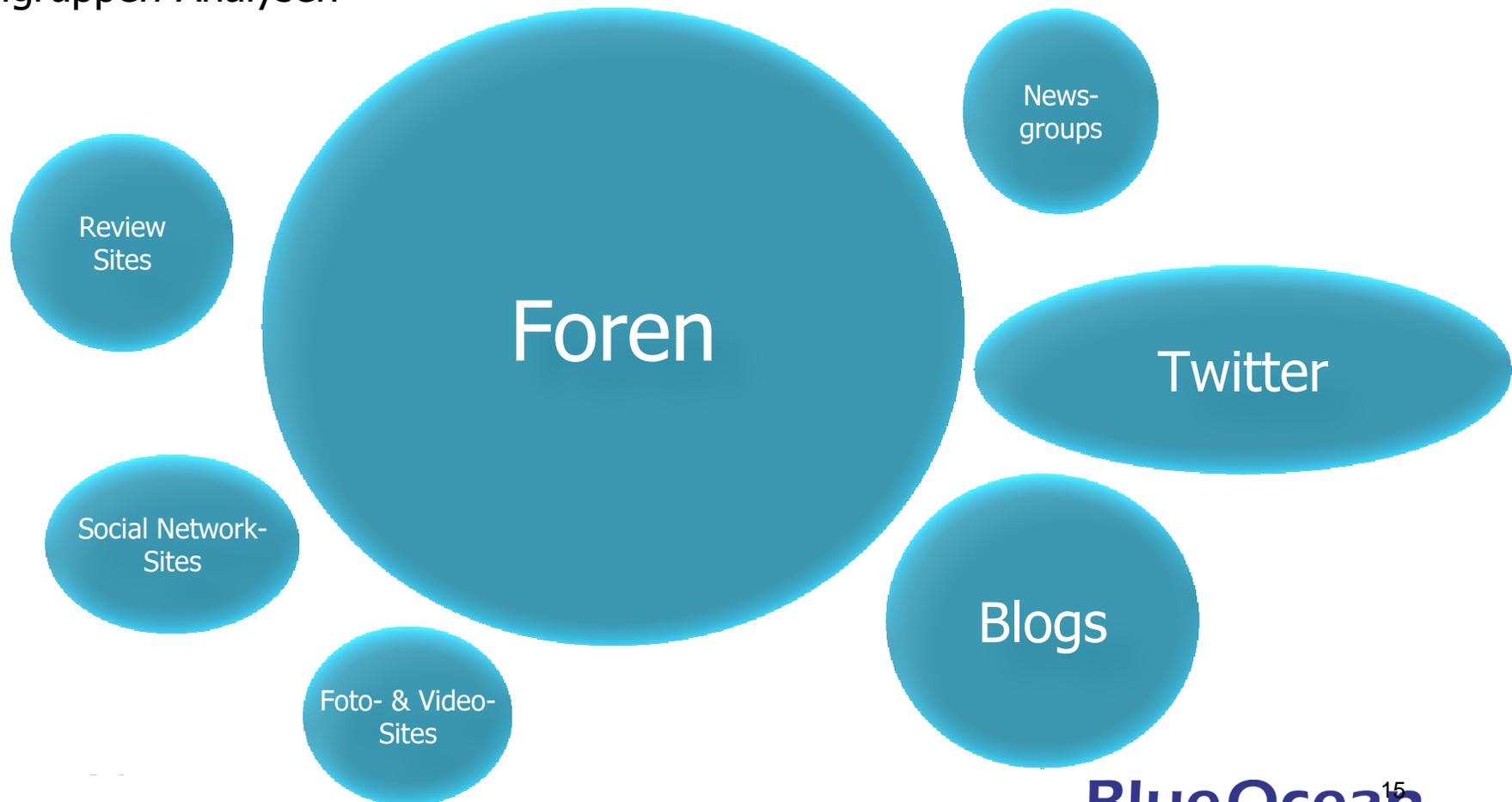
Social Media: Das methodisches Vorgehen bei der Analyse

- Seit Jahren wächst die Anzahl der Beiträge und Personen, die ihre Meinung und Ansicht im Internet veröffentlichen, sehr stark. **Blue Ocean** / VICO Research & Consulting aggregiert diese authentischen Äusserungen der Internetnutzer in Foren, Blogs, Twitter, YouTube, Bewertungsportalen sowie vielen anderen Social Media Quellen mit Hilfe einer eigens entwickelten Software.
- Mit Hilfe von hochentwickelten Text Mining Technologien werden relevante Informationen extrahiert und miteinander in Beziehung gesetzt. Somit ist es beispielsweise möglich, positive und negative Meinungsäusserungen zu Marken und Produkten, aber auch Kaufentscheidungen, Probleme und Themen und zu Trends automatisiert und täglich aktuell zu identifizieren.
- In weiteren Schritten werden die generierten Daten statistisch ausgewertet, um beispielsweise Meinungsmacher, Zielgruppen-Meinungen, Zeitverläufe oder Kommunikationsvolumen und -verteilung abzubilden.
- Ausgereifte Dashboards und Analysetools erlauben die quantitative aber auch qualitative Auswertung der Daten. Die Daten können mit Hilfe der Tools redaktionell nachbearbeitet werden.

Die Foren – das Rückgrat der Social Media, stehen heute den Suchmaschinen nicht zur Verfügung

Die Foren sind die relevanteste Quellgruppe für die Social Media Analysis

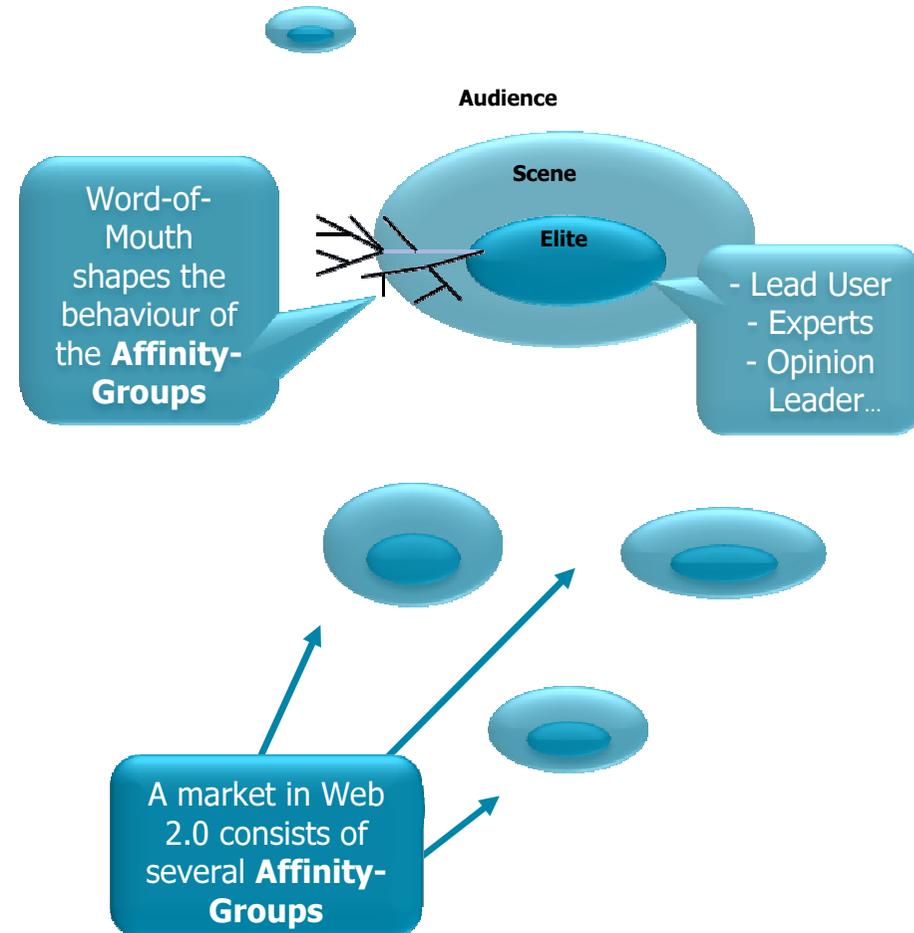
In Foren treffen sich Menschen mit einem bestimmten Interesse und erlauben so Zielgruppen-Analysen



Die Basis unserer Analysen: Affinity Groups

Affinity-Gruppen im Social Web

- Im Web 2.0 **segmentieren** sich die Konsumenten selbst durch ihre Haupt-Interessen in sogenannte **Affinity-Groups**. Diese Gruppen definieren und unterscheiden sich durch ihr gemeinsames Thema z.B. Ernährung, Kleinkindererziehung, Sportwagen" etc.
- Eine **Affinity-Group** besteht meist aus **verschiedenen Foren und Blogs** und ist charakterisiert durch eine typische Struktur (siehe Abbildung rechts).
- Wir von **Blue Ocean/VICO** verstehen die fundamentale **Struktur des Social Webs**; wir haben die **Technologie und die Instrumente um Social Media** zu erfassen. Dies ist die Basis für unsere Kompetenz in Markt- und Meinungsforschung sowie in der Marketingberatung.



© by Blue Ocean s.w.s GmbH

Ihr Kontakt

Blue Ocean SWS

Leo Keller

Weisshaldenstrasse 15

CH 8427 Rorbas

+41 44 865 65 11

+41 79 354 36 00

leo.keller@blueocean-sws.com