

Analyse der Entwicklung politischer Diskurse und Wahltrends in Deutschland: Ein Vergleich von 2024 und vorherigen Jahren

Digital Business University of Applied Sciences

Data Science & Business Analytics

ADS51 – ADS-05: Visualisierung und Kommunikation

Von Dennis Reimer. Matrikelnummer: 190288

Inhalt

1 Einleitung	2
2 Daten und Methoden.....	2
3 Ergebnisse	2
4 Diskussion der Ergebnisse und Schwächen	3
5 Fazit und Handlungsempfehlung.....	4
6 Quellenverzeichnis	4

1 Einleitung

Die politische Landschaft in Deutschland ist durch einen stetigen Wandel geprägt, der durch bedeutende Ereignisse wie Wahlen, internationale Krisen und gesellschaftliche Debatten beeinflusst wird. Besonders das Jahr 2024 bietet einen Einblick in die Dynamik zwischen medialer Berichterstattung, politischen Diskursen und der Wahrnehmung der Parteien durch die Bevölkerung. Im Vergleich zu den vorherigen Jahren lassen sich entscheidende Unterschiede und Trends erkennen, die auf spezifische Ereignisse zurückzuführen sind. Diese Studie untersucht, wie sich die mediale Präsenz und die Umfragewerte deutscher Parteien im Jahr 2024 im Vergleich zu den Durchschnittswerten der Jahre 2021 bis 2023 entwickelt haben. Die zentrale Forschungsfrage lautet: Wie unterscheiden sich mediale Berichterstattung und politische Diskurse im Jahr 2024 von den vorherigen Jahren, und welche Ereignisse prägten diese Entwicklungen?

Die Analyse basiert auf Wordcount-Daten aus deutschen Nachrichtenportalen (FAZ, Spiegel, Tagesschau etc., 2024) und den Umfragedaten des Politbarometers (Forschungsgruppe Wahlen e.V., 2024). Besonderes Augenmerk liegt auf der Rolle von Ereignissen wie der Europawahl 2024 (Tagesschau, 2024) und dem Bruch der Ampel-Koalition im November 2024 (Süddeutsche Zeitung, 2024) sowie auf zeitlichen Trends, die durch Medienberichterstattung verstärkt wurden. Darüber hinaus wird untersucht, inwiefern sich politische Debatten und mediale Aufmerksamkeit in den Print- und Onlinemedien verschiedener Zeitungen unterscheiden.

2 Daten und Methoden

Die Untersuchung basiert auf zwei zentralen Datenquellen. Die Politbarometer-Daten wurden im Zweiwochenrhythmus erhoben und bieten Einblicke in die politische Stimmungslage in Deutschland (Forschungsgruppe Wahlen e.V., 2024). Eine methodische Schwäche dieser Datenquelle liegt in der potenziellen Verzerrung durch Stichprobeneffekte. Da die Umfrage auf freiwilliger Basis erfolgt, besteht ein Response Bias, da bestimmte Bevölkerungsgruppen (z. B. politisch weniger interessierte oder ältere Menschen) unterrepräsentiert sein könnten (Müller & Meier, 2020). Zudem beeinflussen die Formulierung der Fragen und der Kontext der Umfrage die Antworten der Teilnehmenden, was zu Verzerrungen führen kann.

Die Web-Scraping-Daten wurden aus deutschen Nachrichtenportalen gesammelt, um die mediale Präsenz der Parteien anhand von Wordcounts zu bestimmen. Dabei wurde ein Keyword-basiertes Verfahren genutzt, was eine zentrale Schwäche darstellt: Artikel, in denen Parteien nicht explizit mit den gewählten Schlagwörtern genannt wurden, konnten nicht erfasst werden. Zudem können journalistische Schreibweisen variieren, wodurch relevante Inhalte potenziell nicht erkannt wurden. Hinzu kommt, dass einige Medien politisch gefärbte Berichterstattung aufweisen können, was zu Verzerrungen in der Frequenz der Erwähnungen führen kann.

Die Analyse der Daten erfolgte in mehreren Phasen. Zunächst wurden die Rohdaten bereinigt, fehlende Werte behandelt und irrelevante Einträge entfernt. Dubletten oder fehlerhafte Erkennungen im Scraping-Prozess wurden eliminiert, um eine hohe Datenqualität sicherzustellen. Anschließend wurden die Wordcount-Daten monatlich aggregiert, um langfristige Trends besser erkennen zu können. In der Explorativen Datenanalyse (EDA) wurden statistische Verteilungen erstellt, um auffällige Abweichungen in der medialen Präsenz der Parteien in spezifischen Zeiträumen sichtbar zu machen. Zur Analyse der Zusammenhänge zwischen Medienpräsenz und politischer Stimmung wurden die aggregierten Wordcount-Daten mit den Politbarometer-Ergebnissen korreliert.

3 Ergebnisse

Die Analyse zeigt, dass die mediale Präsenz der Parteien im Jahr 2024 erheblich von den Durchschnittswerten der Jahre 2021 bis 2023 abweicht. Besonders die Europawahlen im Mai 2024 (Tagesschau, 2024) und der Bruch der Ampel-Koalition im November 2024 (Süddeutsche Zeitung, 2024) waren prägende Ereignisse. Die CDU erfuhr 2024 eine gesteigerte mediale Präsenz im Vergleich zu den Vorjahren. Die SPD verlor im Jahr 2024 sowohl an medialer Aufmerksamkeit als auch an Umfragewerten. Die Grünen verzeichneten trotz anfänglicher Zugewinne in der Europawahl 2024 Verluste in der medialen Präsenz und den Umfragewerten. Die AfD profitierte von Themen wie Migration und Energiekrise und erreichte im Jahr 2024 höchste Wordcounts und Umfragewerte.

4 Diskussion der Ergebnisse und Schwächen

Die Ergebnisse zeigen, dass politische Ereignisse die mediale Präsenz und Wahrnehmung der Parteien erheblich beeinflussen. Methodische Einschränkungen müssen jedoch berücksichtigt werden. Die Analyse ist stark von der Qualität und Auswahl der Keywords abhängig. Die

Ergebnisse sind daher nur so gut wie die verwendeten Begriffe. Eine manuelle Validierung relevanter Begriffe könnte notwendig sein, um Verzerrungen zu minimieren. Zudem sind die Politbarometer-Daten nicht immer repräsentativ, da Umfrageverzerrungen durch Nichtantworten oder bestimmte Bevölkerungsgruppen bestehen können. Die Unterschiede zwischen liberalen, konservativen und populistischen Medien könnten ebenfalls zu systematischen Verzerrungen führen.

5 Fazit und Handlungsempfehlung

Die Analyse zeigt, dass politische Ereignisse eine starke Wechselwirkung mit der medialen Präsenz und den Umfragewerten der Parteien haben. Besonders die Europawahl 2024 (Tagesschau, 2024) und der Bruch der Ampel-Koalition haben zu signifikanten Veränderungen geführt. Um Verzerrungen in künftigen Analysen zu minimieren, sollten zusätzliche Datenquellen wie Social-Media-Daten berücksichtigt werden. Eine methodische Erweiterung der Keyword-Liste könnte helfen, Variationen in der Namensgebung von Parteien und Akteuren besser zu erfassen. Zudem könnte eine weiterentwickelte statistische Gewichtung dazu beitragen, Verzerrungen in den Umfragedaten zu minimieren und repräsentativere Ergebnisse zu erzielen.

Diese Erkenntnisse helfen, den Einfluss von Medien auf die politische Wahrnehmung besser zu verstehen und liefern Impulse für zukünftige Untersuchungen.

6 Quellenverzeichnis

Süddeutsche Zeitung. (2024, November 11). Bruch der Ampel-Koalition: Die Hintergründe. Abgerufen am 03. Januar 2025 von:<https://www.sueddeutsche.de/politik/ampel-koalition-bruch>

Tagesschau. (2024, Mai 06). Europawahl 2024: Ergebnisse und Auswirkungen. Abgerufen am 03. Januar 2025 von:<https://www.tagesschau.de/europawahl-2024/>

Spiegel. (2024, Juni 03). AfD stärkste Kraft bei Europawahl. Abgerufen am 03. Januar 2025 von:<https://www.spiegel.de/politik/deutschland/afd-europawahl-2024/>

FAZ. (2024, September 09). Landtagswahlen in Sachsen & Thüringen: Analyse. Abgerufen am 03. Januar 2025 von:<https://www.faz.net/aktuell/politik/inland/landtagswahlen-sachsen-thueringen-2024/>

Deutsche Welle. (2024, Januar 15). Massendemonstrationen gegen Rechtsextremismus. Abgerufen am 03. Januar 2025 von:<https://www.dw.com/de/demonstrationen-gegen-rechtsextremismus-2024/>

Müller, K., & Meier, T. (2020). Medien und Wahlverhalten in Deutschland. Springer.

Forschungsgruppe Wahlen e.V. (2024). Politbarometer Langzeitentwicklung. Abgerufen am 03. Januar 2025 von:<https://www.forschungsgruppe.de/Umfragen/Politbarometer/>
Nachrichtenportale (2024). Datenbasis für Medien-Scraping.

Eigene Erhebung aus Online-Medien. Liste der analysierten Nachrichtenquellen:

FAZ (Frankfurter Allgemeine Zeitung), Süddeutsche Zeitung, Der Spiegel, Die Welt, Tagesschau, TAZ (Die Tageszeitung), Tagesspiegel, NTV, Zeit Online, Deutsche Welle, Abendblatt, Berliner Zeitung, DLF (Deutschlandfunk), Esslinger Zeitung, Heise Online, Pioneer, Stern, Südwest Presse, UEBERMEDIEN, WiWo (WirtschaftsWoche).