

# Politisches Googeln

Nutzung und Inhalte der Suchmaschine Google während des  
Bundestagswahlkampfes 2017

---

Dr. Julian Unkel  
Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung  
Ludwig-Maximilians-Universität München

Mittwoch, 17. Juli 2019

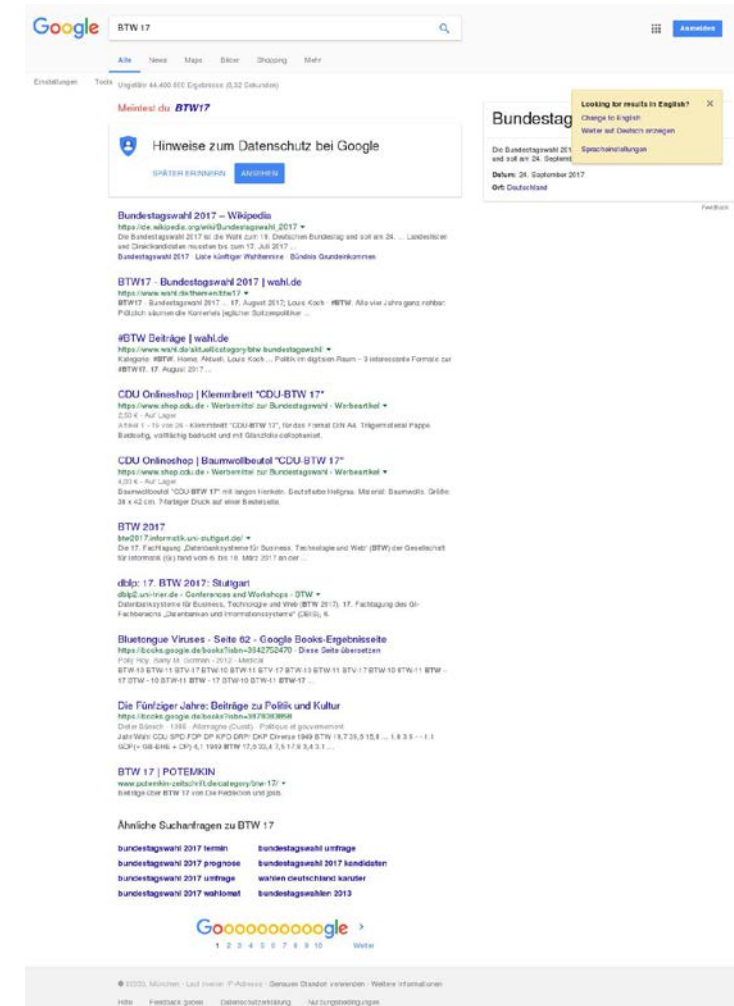


# Suchmaschinen als Quelle politischer Informationen

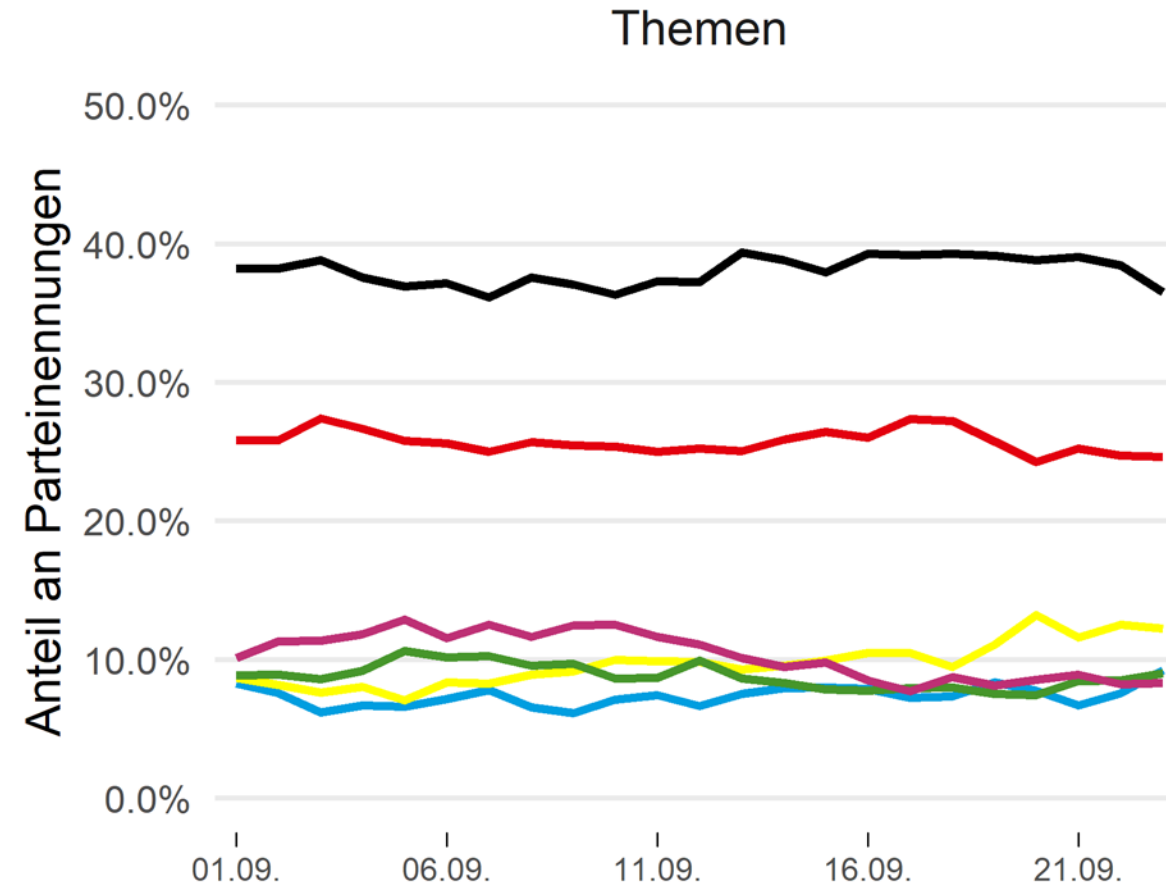
- Zunehmende Bedeutung von Suchmaschinen für die politische Information und Meinungsbildung
- Befürchtung zunehmender Informationskontrolle und algorithmischer Verzerrungen durch Suchmaschinen
  
- Welche Informationen suchen Bürgerinnen mit Suchmaschinen im Vorfeld von Wahlen?
- Auf welche Inhalte stoßen sie dabei?
  - Welche Parteien werden wo und wie genannt?
  - Von welchen Informationsquellen stammen die Informationen?

# Methode: Agenten-basiertes Testverfahren

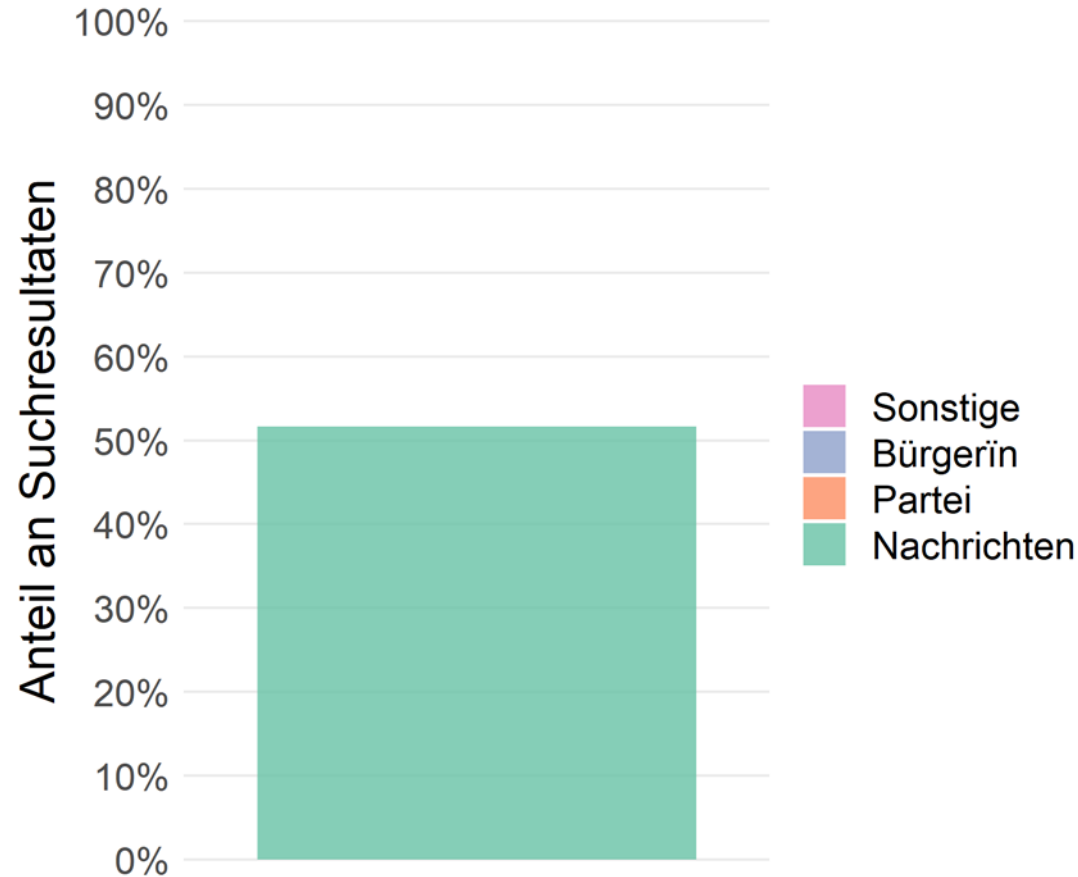
- Simulation menschlichen Suchverhaltens im Vorfeld der Bundestagswahl 2017
  - 111 Suchanfragen aus fünf Informationskategorien
  - Automatisierte Suchen und Speichern der Suchresultate durch 30 Agenten
  - Insgesamt 682.832 Suchresultate, davon 3.484 einzigartig
- Volltextsuche nach Parteien und Kandidatinnen in Suchanfragen
- Manuelle Kodierung aller 538 Informationsquellen
- Google Trends für alle Suchanfragen



# Ergebnisse: Parteienennungen nach Informationskategorien

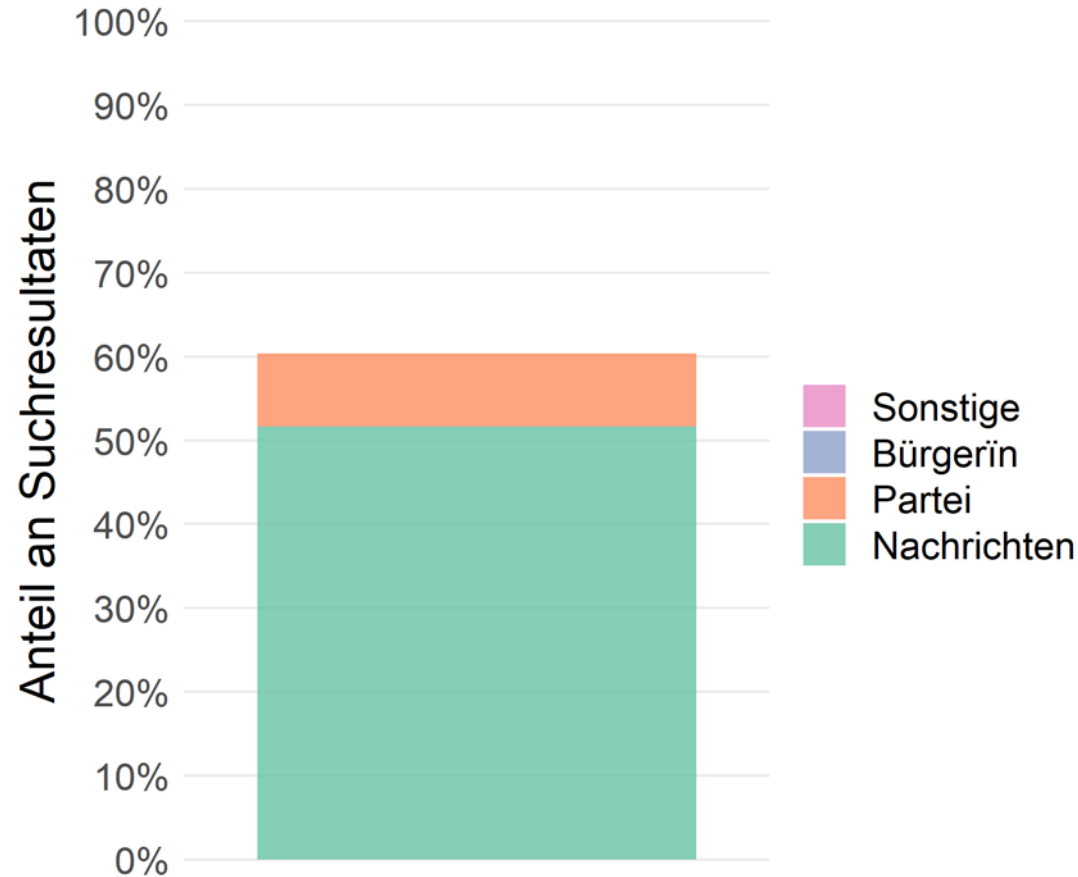


# Ergebnisse: Informationsquellen



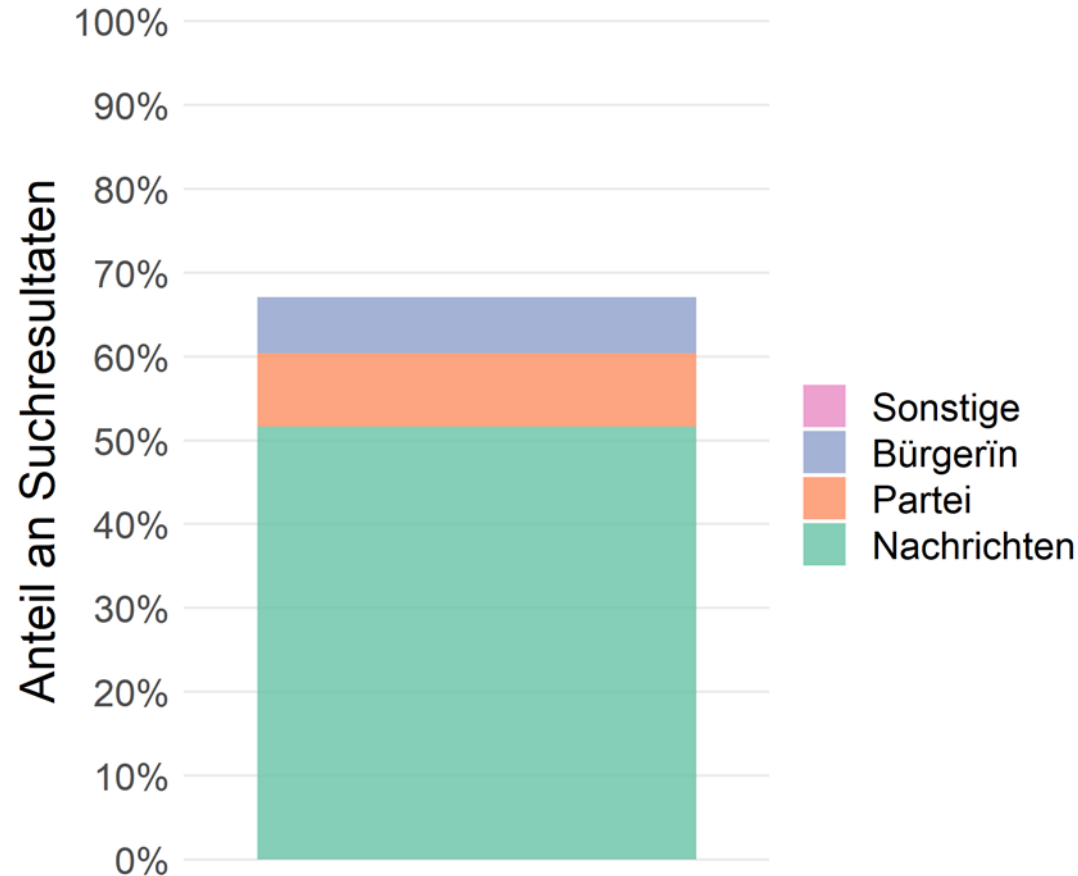
- Mehr als die Hälfte aller Informationsquellen sind Nachrichtenseiten

# Ergebnisse: Informationsquellen



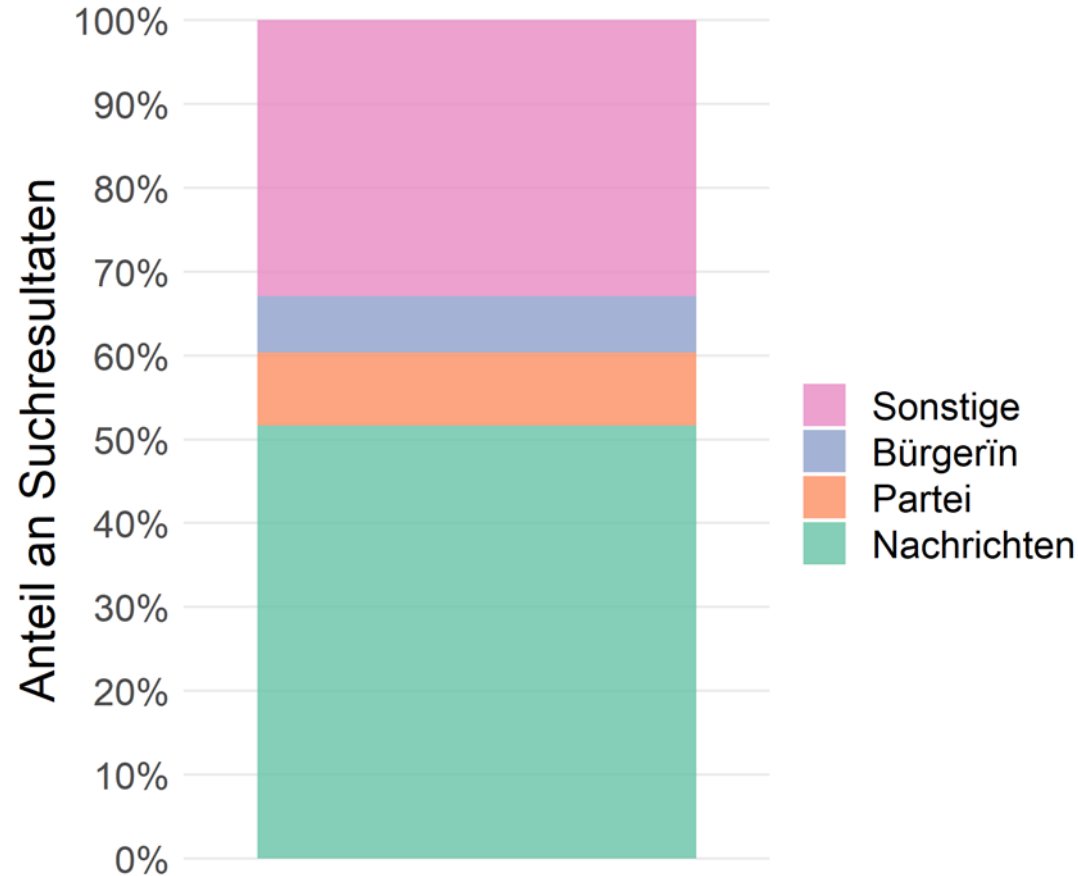
- Mehr als die Hälfte aller Informationsquellen sind Nachrichtenseiten
- Parteiseiten spielen untergeordnete Rolle

# Ergebnisse: Informationsquellen



- Mehr als die Hälfte aller Informationsquellen sind Nachrichtenseiten
- Parteiseiten spielen untergeordnete Rolle
- Informationen von Bürgerinnen mit vergleichbaren Anteilen

# Ergebnisse: Informationsquellen



- Mehr als die Hälfte aller Informationsquellen sind Nachrichtenseiten
- Parteiseiten spielen untergeordnete Rolle
- Informationen von Bürgerinnen mit vergleichbaren Anteilen
- Insgesamt hohe Quellendiversität



# Fazit

- Zusammensetzung der Suchresultate stark von Informationskategorien abhängig – sowohl Inhalte als auch Quellen
- Traditionelle Medienanbieter dominieren Informationsquellen
- Hohe Quellendiversität, die ebenfalls stark von den Informationskategorien abhängt

# VIELEN DANK FÜR DIE AUFMERKSAMKEIT!

Dr. Julian Unkel  
Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung  
Ludwig-Maximilians-Universität München

[unkel@ifkw.lmu.de](mailto:unkel@ifkw.lmu.de)