Pressmeddelande 5 februari, 2018

**Ökat engagemang på Facebook viktigt inför valet**

**I januaris rapport av Det digitala valet ligger fokus på det engagemang riksdagspartierna skapar i sociala kanaler. När Facebook nu kommer att premiera dialog mellan användarna blir engagemanget i kommentarsfälten desto viktigare för att nå ut.**

För andra gången samarbetar Springtime med Notified för att syna den politiska diskussionen i sociala kanaler inför årets riksdagsval. Generellt kan man se att partierna måste bli bättre på att skapa engagerande innehåll för att fortsätta nå ut på Facebook.

Kristdemokraterna är det parti som har lyckats bäst vad gäller att skapa engagemang med sina Facebookinlägg. De har högst engagemangsgrad med 2,5 procent.

* Det är viktigare än någonsin att jobba med att engagera sina målgrupper på Facebook. Alla riksdagspartier kan bli bättre på att öka engagemangsgraden på deras Facebookinlägg, säger Karin Bäcklund, digital strateg på Springtime.

Om man ser till engagemang per gillare på Facebook ligger Kristdemokraterna också i topp. De är alltså det parti som har mest aktiva gillare av samtliga åtta riksdagspartier. Nästan 77 procent av KD:s följare på Facebook interagerar med partiets innehåll.

* Man ser att Kristdemokraterna, och även i viss mån de andra partierna, är väldigt duktiga på att engagera de redan frälsta, men sämre på att skapa ett engagemang hos den stora massan som nås av budskapen. De politiska partierna har en fördel eftersom de jobbar med frågor som engagerar. Lyckas de göra innehåll som skapar dialog i kommentarsfältet, kommer de att nå ut på Facebook eftersom det är den typen av interaktioner med innehåll som Facebook kommer att lyfta i våra flöden framöver, säger Karin Bäcklund.

Man har sen tidigare inte kunnat se några direkta kopplingar direkt mellan hur bra partierna är på att skapa engagemang i sociala medier och hur valresultatet gått. Samtidigt är de sociala kanalerna är viktigare än någonsin för att nå målgrupperna med budskapen.

**Socialdemokraterna når en miljard**

I januari har Socialdemokraterna flest följare i sociala medier (Facebook, Twitter och Instagram). Partiet har också störst räckvidd i de digitala kanalerna, med över en miljard i räckvidd under januari.

* Socialdemokraterna har ett försprång eftersom de har flest följare i de sociala kanalerna, men det är också viktigt att de lyckas bli bättre på att engagera sina följare för att behålla en del av det försprånget i valrörelsen, säger Karin Bäcklund.

**Positioneringarbete pågår**Januarismest engagerande uppdateringar på Facebook visar att flera riksdagspartier jobbar med att positionera sig inför valet. Socialdemokraterna, Moderaterna och Centerpartiet har precis presenterat sina valplattformar.

* Moderaterna positionerar sig i flyktingfrågan i relation till SD och för att återta väljare. Centerpartiet väljer två säkra kort – att lyfta fram sin populära partiledare Annie Lööf och att profilera sig som Sverigedemokraternas motpol. Vänsterpartiet plockar fram den gamla godingen sextimmars arbetsdag - en fråga som inte alls är på den politiska agendan men ett försök att profilera sig gentemot stora S från partiets ytterkantsposition, säger Lena Holmestig, seniorkonsult, Springtime.

***Om det digitala valet***

*Det digitala valet är resultatet av ett samarbete mellan Notified och Springtime. Rapporten syftar till att lyfta och* *syna den politiska diskussionen i sociala kanaler inför årets riksdagsval. Rapporten utgår från statistik hämtad från Notifieds omvärldsbevakningsverktyg och visar bland annat rikspartiernas följarantal, hur mycket partierna omnämns och hur mycket de når ut med sina budskap. Dessutom tittar vi på diskussionen under valtaggarna #val2018, #valet18 #valet2018 #valår #valår2018. Varje månad tar vi fram olika aspekter som vi tror är extra intressanta för läsarna.*

**För mer information, kontakta:**

Karin Bäcklund, digital strateg, Springtime, 070-875 46 77, [karin.backlund@springtime.nu](mailto:karin.backlund@springtime.nu)

Lena Holmestig, seniorkonsult Springtime, 070-664 02 96, [lena.holmestig@springtime.nu](mailto:lena.holmestig@springtime.nu)

Louise Svalqvist, 0733 186 980, [louise@notifed.com](mailto:louise@notifed.com)