

Sophia Dreßler

(Digitaler) Wahlkampf. Gedruckte Wahlwerbung und andere Wahlmedien im Vergleich

Eine Analyse von 1990 bis 2017

Bachelorarbeit

BEI GRIN MACHT SICH IHR WISSEN BEZAHLT



- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit, Bachelor- und Masterarbeit
- Ihr eigenes eBook und Buch - weltweit in allen wichtigen Shops
- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei www.GRIN.com hochladen
und kostenlos publizieren



Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Impressum:

Copyright © 2018 GRIN Verlag
ISBN: 9783346136824

Dieses Buch bei GRIN:

<https://www.grin.com/document/538007>

Sophia Dreßler

(Digitaler) Wahlkampf. Gedruckte Wahlwerbung und andere Wahlmedien im Vergleich

Eine Analyse von 1990 bis 2017

GRIN - Your knowledge has value

Der GRIN Verlag publiziert seit 1998 wissenschaftliche Arbeiten von Studenten, Hochschullehrern und anderen Akademikern als eBook und gedrucktes Buch. Die Verlagswebsite www.grin.com ist die ideale Plattform zur Veröffentlichung von Hausarbeiten, Abschlussarbeiten, wissenschaftlichen Aufsätzen, Dissertationen und Fachbüchern.

Besuchen Sie uns im Internet:

<http://www.grin.com/>

<http://www.facebook.com/grincom>

http://www.twitter.com/grin_com

Sophia Dreßler

„Gedruckte Wahlwerbung in Bezug auf
andere Wahlmedien und ihre
Entwicklung im Wahlkampf

—

Eine Analyse von 1990 bis 2017”

“Printed advertisement and other media and their development in
the German federal elections

-

An Analysis from 1990 to 2017”

Abgabe: 15.03.2018

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis.....	4
Abkürzungsverzeichnis.....	5
Zusammenfassung.....	6
Summary.....	6
1. Einstieg: Wahlwerbung zur Bundestagswahl 2017	7
2. Historische Entwicklung der Wahlkampagnen hinsichtlich der Anteile von Print und Digital an Parteikampagnen	9
2.1 Die erste Wahl im wiedervereinigten Deutschland im Jahre 1990.....	9
2.1.1 Plakatwerbung und ihre Bedeutung für die Wahl 1990	9
2.1.2 Wahlwerbung im öffentlich-rechtlichen Fernsehen 1990	10
2.2 Das „Superwahljahr“ 1994 und seine Probleme im Wahlkampf	10
2.2.1 Plakatwerbung	11
2.2.2 Die Fernsehspots der Parteien	11
2.3 Wahlkampagnen der Parteien im Jahr 1998	12
2.3.1 Plakatwerbung	12
2.3.2 Fernsehspots zur Bundestagswahl 1998	12
2.3.3 Der Beginn des Online-Wahlkampfes.....	13
2.3.4 Zusammenfassung	14
2.4 Wahlwerbung zur Bundestagswahl 2002 – ein Wahlkampf mit Hindernissen....	14
2.4.1 Plakatwerbung - Medienplakate für den Journalismus	15
2.4.2 Fernsehduelle im Wahlkampf – die neuen Parteispots?	17
2.4.3 Online-Wahlkampf der Parteien im Jahre 2002	18
2.4.4 politische Berichterstattung zur Bundestagswahl 2002 im Radio	18
2.4.5 Zusammenfassung	20
2.5 Die Überraschungswahl 2005 und ihre Wahlkampagnen.....	20
2.5.1 Plakatwahlkampf 2005.....	21
2.5.2 persönlicher Wahlkampf: Kundgebungen.....	22
2.5.3 Online Wahlkampf	23
2.5.4 Fernsehwahlwerbung 2005, Berichterstattung & das TV-Duell	24
2.5.5 Zusammenfassung	27
2.6 Die Fernsehwahlwerbung in Konkurrenz zum Internet – das Wahljahr 2009.....	27
2.6.1 Plakatwerbung	27

2.6.2 Online-Wahlwerbung.....	29
2.6.3 Politainment: Die neue Form der Wahlwerbung im Fernsehen	31
2.6.4 Zusammenfassung	33
2.7 Die Bundestagswahl 2013.....	33
2.7.1 Plakatwerbung zur Bundestagswahl 2013	34
2.7.2 Die Fernsehspots der Parteien 2013	36
2.7.3 Die vier großen Kommunikationsplattformen in der Online-Wahlwerbung 2013.....	37
2.7.4 Zusammenfassung	39
2.8 Fazit	39
3. Digitalisierung im Wahlkampf: Eine Analyse zur Bundestagswahl 2017.....	41
3.1 Print im Wahlkampf 2017	41
3.2 Fernsehwerbung im digitalen Zeitalter.....	44
3.3 Kombination von Print und Digital am Beispiel der CDU	45
3.3.1 Connect17 als Folgeprojekt zum datengestützten Wahlkampf.....	46
3.4 Social-Media-Kanäle und deren Bedeutung für den Wahlkampf	48
3.4.1 Instagram und Facebook als Einflussfaktoren.....	50
3.5 Fazit	50
4. Umfrage zu den Informationskanälen zur vergangenen Bundestagswahl 2017	52
4.1 Motivation	52
4.2 Fragebogengestaltung	52
4.3 Auswertung des Fragebogens.....	55
4.4 Fazit der Umfrage.....	67
5. Ausblick für die gedruckte Wahlwerbung der kommenden Bundestagswahlen.....	68
Anhang.....	70
I. Danksagung	70
II. Literaturverzeichnis.....	71
III. Internetquellen.....	74
IV. Abbildungsquellen.....	76
V. Tabellenverzeichnis.....	78

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Genutzte Wahlkampfmedien

Abbildung 2: Beiträge mit Wahlbezug

Abbildung 3: Budget der Parteien zur Bundestagswahl 2017

Abbildung 4: Plakate nach Auflage (ohne Landes- und Ortsverbände)

Abbildung 5: Screenshots der Merkel-App

Abbildung 6: connect17

Abbildung 7: Durchschnittliche Nutzungsdauer von sozialen Medien weltweit

Abbildung 8: Geschlecht der Befragten

Abbildung 9: Alter der Befragten

Abbildung 10: Postleitzahlbereiche der Teilnehmer

Abbildung 11: Schulabschluss der Teilnehmer

Abbildung 12: Besitz und Nutzung von privaten Endgeräten

Abbildung 13: Informationen zu den Parteien und deren Wahlprogramm

Abbildung 14: Wahlbeteiligung bei den Bundestagswahlen 1949 bis 2017

Abbildung 15: Informationsquellen

Abbildung 16: Gründe für die Informationsquellen

Abbildung 17: größte Informationsvermittlung durch die Art der Wahlwerbung

Abbildung 18: Glaubwürdigkeit

Abbildung 19: Partei mit der meisten Wahlwerbung