

Anonym

Der politische Wahlkampf in den sozialen Medien. Deutsche und US-amerikanische Strategien auf Facebook

Eine vergleichende Analyse

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 © 2019 GRIN Verlag
ISBN: 9783346265272

Dieses Buch bei GRIN:

<https://www.grin.com/document/933369>

Anonym

**Der politische Wahlkampf in den sozialen Medien.
Deutsche und US-amerikanische Strategien auf Facebook**

Eine vergleichende Analyse

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

Bachelorarbeit

im Zwei-Fächer-Bachelorstudiengang,

Fach Politikwissenschaft

der Philosophischen Fakultät

der Christian-Albrechts-Universität zu Kiel

Wahlkampf in den sozialen Medien

**Eine Analyse der deutschen und US-amerikanischen Wahlkampfstrategien
auf Facebook**

20. November 2019

Inhaltsverzeichnis

I. Einleitung	1
Methodik	4
II. Politische Systeme	5
1. Parteiensysteme	6
1.1 USA	8
1.2 Deutschland	10
2. Wahlsystem, -verhalten und Wähler	13
2.1 USA	15
2.2 Deutschland	20
III. Nutzung der sozialen Medien	25
1. E-Campaigning	26
1.1 Entwicklung von E-Campaigning in den USA.....	27
1.2 Entwicklung von E-Campaigning in Deutschland	30
1.3 Amerikanisierungstheorie der Wahlkämpfe.....	33
2. Stimmungswahlkämpfe	35
2.1 Personalisierung durch Targeting.....	35
2.2 Negative Campaigning.....	36
2.3 Fake news auf Facebook	39
IV. Digitaler Wahlkampf.....	40
1. Taktiken bei der US-Präsidentenwahl 2016	40
2. Partei-Strategien während der Bundestagswahl 2017	44
V. Fazit	49
VI. Literaturverzeichnis	51
VII. Anhang	65

I. Einleitung

Seit dem Obama-Effekt ist es unter Journalist*innen, politischen Berater*innen, sowie Beobachter*innen allgemeiner Konsens, dass die sozialen Medien ein wichtiger Bestandteil der Wahlkampagnen sind.¹ Durch die fortschreitende Modernisierung und Mediatisierung erlangten die sozialen Netzwerke und das Internet im Allgemeinen eine zunehmende Wichtigkeit im Alltag. Bei der amerikanischen Präsidentschaftswahl 2016 nutzte Donald Trump den Digitalwahlkampf mit einer bemerkenswert offensiven Strategie und entzog sich allen traditionellen politischen Sub-Systemen.² Auch in Deutschland zeigte sich, dass der Wahlkampf nicht nur mit altherwürdigen Methoden, wie dem Werben mit Wahlkampfplakaten oder dem Verteilen von Gratis-Kugelschreibern, geführt werden kann. Wer Wahlen gewinnen möchte, muss den Wahlkampf auch in den sozialen Medien führen. Nicht nur der Ausgang der Präsidentschaftswahl 2016 und der daraus resultierende Sieg Trumps, sondern auch die Bundestagswahl 2017 zeigten, dass die sozialen Netzwerke eine wichtige und zum Teil auch entscheidende Rolle für die Wahlausgänge spielten. Die stattfindenden Veränderungen der Kommunikation zwischen Bürger*innen, Politiker*innen und anderen Institutionen wurden unterschätzt.³ Im Zeitalter der digitalen Evolution findet das Thema über die Veränderungen der politischen Öffentlichkeit immer häufiger den Weg in die Literatur. In diversen Diskussionen wird angeführt, ob die Veränderungen ein Effekt der intensiven Nutzung des Internets und der Online-Kommunikation sind.⁴ Die Ausgänge der Präsidentschaftswahl 2016 und der Bundestagswahl 2017 machten deutlich, dass sich Verschiebungen auf dem Feld

¹ Vgl. Merz, Manuel/ Rhein, Stefan (Hrsg.): Wahlkampf im Internet, Handbuch für die politische Online Kampagne, Berlin 2009, S. 167.

² Vgl. Brühl, Jannis: Präsident Troll, in: Süddeutsche Zeitung, 9.11.2016 (<https://www.sueddeutsche.de/digital/us-wahl-2016-praesident-troll-1.3241266>) [zuletzt angerufen am 05.09.2019].

³ Vgl. Brühl, Jannis: Politik auf Facebook. Willkommen in der neuen Demokratie, in: Süddeutsche-Zeitung (<https://www.sueddeutsche.de/digital/politik-auf-facbook-willkommne-in-der-neuen-demokratie-1.3479531>) [zuletzt aufgerufen am 05.09.2019].

⁴ Emmer, Martin/ Wolling, Jens: Online-Kommunikation und politische Öffentlichkeit, in: Schweiger, Wolfgang/Beck, Klaus (Hrsg.): Handbuch Online-Kommunikation, Wiesbaden 2010, S. 36.