

Wintersemester 2019/2020 – Blockseminar

Wahlen, Wahlkampf und der Wähler: Kampagnenführung zwischen Wissenschaft und Praxis

Zielgruppe	Das Seminar richtet sich an Studierende im dritten und fünften Fachsemester des Bachelor-Programms „Politikwissenschaft“ und wird im Rahmen von Aufbaumodul II („Politische Kräftefelder, organisierte Interessen, Parteien und Wahlen“) sowie des Wahlpflichtmoduls angeboten. Kenntnisse in den Methoden der empirischen Sozialforschung sowie ein Grundverständnis der statistischen Datenanalyse sind wünschenswert.
Vorbesprechung	31. Oktober 2019 von 10 bis 12 Uhr (Raum SG U113)
Sitzungstermine	6. Dezember 2019 von 10 bis 17 Uhr (Raum SG 158) 7. Dezember 2019 von 10 bis 17 Uhr (Raum LK 062) 10. Januar 2020 von 10 bis 17 Uhr (Raum SG U113) 11. Januar 2020 von 10 bis 17 Uhr (Raum LK 062)
Prüfungstermine	6. und 7. Februar 2020 (Termine werden individuell vergeben)
Teilnahme	Zur Seminarteilnahme berechtigt sind ausschließlich Studierende, die sich während der Belegungsfrist über das LSF angemeldet haben und zugelassen wurden. Zugelassene Studierende, die der ersten Seminarsitzung unentschuldig fern bleiben, verlieren ihre Zulassung zu Gunsten jener Studierenden, die sich auf der Warteliste befinden und bei der ersten Seminarsitzung anwesend sind.
Voraussetzungen	Die Teilnahme an der obligatorischen Vorbesprechung sowie allen vier Blockterminen wird ebenso erwartet, wie die kontinuierliche Beteiligung und aktive Mitarbeit im Seminar. Vorausgesetzt wird weiterhin die Lektüre der für die Blocksitzungen vorgesehenen, prüfungsrelevanten Pflichtliteratur. Die Lektüre etwaiger Zusatzliteratur ist erwünscht und wird empfohlen.
Studienleistung	In Kleingruppen gestalten die Studierenden im Rahmen interaktiv-partizipativer Referate jeweils einen inhaltlichen Themenslot von 60 bis 75 Minuten Länge. Dessen Konzeption bereiten sie selbstständig vor. Interaktive und diskursive Elemente, wie z.B. die Arbeit in Kleingruppen, Diskussionen, kleine Rollenspiele oder illustrierende Praxisbeispiele, die von den Referenten eigenständig gestaltet werden, sind dabei ausdrücklich erwünscht. Sie sollten sich an passenden Stellen (nicht nur am Ende!) in die Gesamtgestaltung des Vortrags bzw. Themenslots einfügen. Ebenso erwünscht sind die direkte Ansprache sowie der aktive Einbezug des Publikums in die Vorträge.

Prüfungsleistung	Mündliche Modulabschlussprüfung über die Inhalte des Seminars sowie die zugehörige Modul-Vorlesung („Grundlagen des Politikmanagements“). Die Modulinhalte werden verknüpfend abgefragt. Die Dauer der Prüfung beträgt 20 bis 30 Minuten.
Prüfungsanmeldung	Die Anmeldung zu Prüfungsleistungen ist ausschließlich im offiziellen Anmeldezeitraum und nur über die dafür vom Prüfungsamt vorgesehen Wege möglich. Das Prüfungsamt informiert über die Anmeldefristen.
Kurzbeschreibung	<p>Ob Angela Merkel, Emmanuel Macron oder Donald Trump: In modernen Demokratien müssen sich Spitzenpolitiker und Parteien regelmäßig bei Wahlen durchsetzen, um Ämter, Mandate und politischen Einfluss zu behalten – oder erstmals zu erlangen. Wahlen stellen dabei einerseits eine sehr einfache und allgemeine Form der politischen Teilhabe dar, die für einen Großteil der Bevölkerung zugleich jedoch oft die einzige Art der aktiven politischen Beteiligung bleibt. Andererseits sind sie die grundlegendste Quelle politischer Legitimität und damit – zumindest in Demokratien – das politische Verfahren schlechthin. Nicht zuletzt deshalb betreiben Parteien und Kandidaten im Rahmen immer aufwändigerer Wahlkampagnen einen immer größeren Aufwand, um Einfluss auf die Wahlentscheidung der Wählerinnen und Wähler zu nehmen. Dieser Aufwand spiegelt sich ganz offensichtlich in Plakaten, Reden, Fernsehspots und Onlinewerbung wieder, beinhaltet aber auch komplexe Aktivitäten im Hintergrund, etwa die statistische Analyse der Wählerschaft, die Kampagnenplanung oder die Anpassung von Botschaften und Inhalten.</p> <p>Wahlen, Wahlkämpfe und die Wahlentscheidung stehen im Mittelpunkt dieses Blockseminars. Es beginnt mit der Auseinandersetzung mit den allgemeinen Grundsätzen und Prinzipien von Wahlen sowie dem Wahlrecht in Deutschland. Anschließend richtet sich der Fokus auf die Frage, wie Wähler zu ihren Wahlentscheidungen kommen. Dabei wird sowohl auf klassische Modelle des Wahlverhaltens aus der Politikwissenschaft, als auch auf neuere Ansätze der politischen Psychologie zurückgegriffen. Abschließend geht es um das Führen von Wahlkämpfen bzw. das Management von Wahlkampagnen. Neben der Diskussion über klassische Formen der Kampagnenorganisation und herkömmliche Wahlkampfinstrumente, richtet sich der Blick dabei auch auf neuere Ansätze wie evidenzbasierte und experimentelle Wahlkampfführung, Microtargeting und Onlinekampagnen.</p> <p>Das Seminar wird in weiten Teilen interaktiv gestaltet. Es lebt von der aktiven Mitarbeit und Diskussionsbeteiligung der Studierenden. Die mündliche Prüfung findet in Form einer sogenannten „Pitch-Präsentation“ statt, die die Studierenden vor dem Prüfungstermin individuell oder in Gruppe vorbereiten können. Die Referatsthemen werden im Rahmen der obligatorischen Vorbesprechung verteilt.</p>
Literatur	Die Pflichtliteratur für die Blocktermine wird größtenteils online über einen Moodle-Semesterapparat bereitgestellt. Der Zugangsschlüssel für die virtuelle Lernumgebung lautet XXXXXXX

31. Oktober 2019 – Vorberechnung: Seminarconcept und Referatsverteilung

10.15 Uhr bis 11.45 Uhr Einführung ins Seminarconcept und Verteilung der Referate
Seminarorganisation und Prüfungsleistung

6. Dezember 2019 – Block 1: Wahlen, Wahlsysteme und Wahlrecht

10.15 Uhr bis 11.15 Uhr Begrüßung und Vorstellungsrunde
Kennenlernen der Teilnehmer

11.30 Uhr bis 12.30 Uhr Grundfunktionen, Prinzipien und der Wert der Wahl
Perspektiven auf Wahlen in der Demokratie

Mittagspause

13.30 Uhr bis 14.45 Uhr Wahl ist nicht gleich Wahl
Wahlsysteme und Wahltypen

15.00 Uhr bis 16.15 Uhr Personalisierte Verhältniswahl und ihre Auswirkungen
Wahlrecht der Bundesrepublik

7. Dezember 2019 – Block 2: Wahlverhalten und Entscheidungsfindung

10.15 Uhr bis 11.15 Uhr Alles eine Frage der Sozialstruktur
Soziologische Ansätze der Wahlforschung

11.25 Uhr bis 12.30 Uhr Die Wahl mal ganz rational betrachtet
Ökonomischer Ansatz der Wahlforschung

Mittagspause

13.30 Uhr bis 14.30 Uhr Entscheidend sind Partei, Programm und Kandidat
Der Ann-Arbor-Ansatz der Wahlforschung

14.40 Uhr bis 15.40 Uhr Wahlentscheidung nach Überlegung oder Gefühl?
Psychologische Perspektiven auf Wahlverhalten

15.50 Uhr bis 16.45 Uhr Hirn einschalten bei der Wahlentscheidung
Politische Kognitionsforschung

10. Januar 2020 – Block 3: Wahlkampf- und Kampagnenführung

10.15 Uhr bis 11.15 Uhr Politik als Kampagne – Kampagne als Politik
Strategische Kampagnenführung

11.25 Uhr bis 12.30 Uhr Wahlgebiet, Wählerschaft und Zielgruppen
Demographie und Targeting

Mittagspause

13.30 Uhr bis 14.30 Uhr Nichts geht über die Botschaft
Themen und Inhalte im Wahlkampf

14.40 Uhr bis 15.40 Uhr Letztlich geht´s immer ums Mobilisieren
Wahlbeteiligung und Wahlausgang

15.50 Uhr bis 16.45 Uhr Zentralisiert, professionalisiert, gewonnen
Schröders Kampa 98

11. Januar 2020 – Block 4: Werkzeugkasten des Kampagnenmanagements

10.15 Uhr bis 11.15 Uhr Kampagnenführung mit Bild, BamS und Glotze
Wahlkampf in der Mediendemokratie

11.25 Uhr bis 12.30 Uhr Wähler kann man übrigens auch ansprechen
Instrumente effektiven Direktmarketings

Mittagspause

13.30 Uhr bis 14.30 Uhr Und dann kam diese Digitalisierung
Wahlkampfführung im Netz

14.40 Uhr bis 15.40 Uhr Big Data, Gamification und Campaign-Apps
Aktuellste Kampagnentrends

15.50 Uhr bis 16.45 Uhr Seminarrückblick und Ausblick auf die Modulprüfung
Feedback- und Abschlussrunde

31. Oktober 2019 – Vorberechnung: Seminarconcept und Referatsverteilung

10.15 Uhr bis 11.45 Uhr Einführung ins Seminarconcept und Verteilung der Referate
Seminarorganisation und Prüfungsleistung

Inhalte der Sitzung:

Begrüßung der Seminarteilnehmer. Überblick über die im Rahmen der Blockveranstaltungen zu behandelnden Themen. Allgemeine Hinweise zum Seminarablauf. Zugang zu Semesterapparat und Literatur. Ausblick auf die Modulabschlussprüfung.

6. Dezember 2019 – Block 1: Wahlen, Wahlsysteme und Wahlrecht

10.15 Uhr bis 11.15 Uhr Begrüßung und Vorstellungsrunde
Kennenlernen der Teilnehmer

Inhalte der Sitzung:

Begrüßung der Seminarteilnehmer. Vorstellung des Dozenten und Einblick in dessen Wahlkampf Erfahrung. Gegenseitige Vorstellung der Seminarteilnehmer mit Fokus auf deren bisherige Erfahrungen im Zusammenhang mit Wahlen und Wahlkämpfen.

11.30 Uhr bis 12.30 Uhr Grundfunktionen, Prinzipien und der Wert der Wahl
Perspektiven auf Wahlen in der Demokratie

Inhalte der Sitzung:

Über den Begriff, die Grundfunktionen und die Bedeutung von Wahlen in der Demokratie. Gruppenarbeit zu unterschiedlichen philosophischen und normativen Perspektiven auf den Wert demokratischer Wahlen.

Pflichtliteratur:

Schmitt, Annette (2014): Die Rolle von Wahlen in der Demokratie, in: Falter, Jürgen & Schoen, Harald [Hrsg.]: Handbuch Wahlforschung, Wiesbaden, S. 3-35

13.30 Uhr bis 14.45 Uhr Wahl ist nicht gleich Wahl
Wahlsysteme und Wahltypen

Inhalte der Sitzung:

Überblick über unterschiedliche Systeme und Typen der Wahl. Gegenüberstellung von Mehrheitswahl und Verhältniswahl sowie ihrer jeweiligen politischen Auswirkungen. Ausarbeitung begründbarer Kriterien für die Bewertung von Wahlsystemen.

Pflichtliteratur:

Nohlen, Dieter (2014): Wahlrecht und Parteiensystem (Kapitel 5), Opladen, S. 141-194

Zusatzliteratur für Referat:

Weißbach, Kristina & Korte, Karl-Rudolf (2006): Wahlsysteme und Wahltypen. Wahlen als Qualitätskennzeichen einer Demokratie, in: Derichs, Claudia & Heberer, Thomas [Hrsg.]: Wahlsysteme und Wahltypen. Politische Systeme und regionale Kontexte im Vergleich, Wiesbaden, S. 26-48

Referatsgruppe: N.N.

15.00 Uhr bis 16.15 Uhr Personalisierte Verhältniswahl und ihre Auswirkungen
Wahlrecht der Bundesrepublik

Inhalte der Sitzung:

Genese und Entwicklung der personalisierten Verhältniswahl als bundesrepublikanisches Zweistimmen-Wahlrecht. Einfluss des Wahlsystems auf das Parteiensystem. Sperrklausel, Überhang- und Ausgleichsmandate und Wahlverflechtungsfälle.

Pflichtliteratur:

Nohlen, Dieter (2014): Wahlrecht und Parteiensystem (Kapitel 8.4 und Kapitel 8.5), Opladen, S. 363- 402

Zusatzliteratur für Referat:

Florack, Martin & Hoffmann, Markus (2006): Die Bundesrepublik in der Wahlverflechtungsfälle. Wahlen im föderalen Politikgefüge, in: Derichs, Claudia & Heberer, Thomas [Hrsg.]: Wahlsysteme und Wahltypen. Politische Systeme und regionale Kontexte im Vergleich, Wiesbaden, S. 100-121

Referatsgruppe: N.N.

7. Dezember 2019 – Block 2: Wahlverhalten und Entscheidungsfindung

10.15 Uhr bis 11.15 Uhr Alles eine Frage der Sozialstruktur
Soziologische Ansätze der Wahlforschung

Inhalte der Sitzung:

Auseinandersetzung mit soziologischen Ansätzen der Wahlforschung, insbesondere mit dem mikro- sowie dem makrosoziologischen Ansatz und der Beziehung zwischen soziodemographischen Merkmalen und dem Wahlverhalten.

Pflichtliteratur:

Schoen, Harald (2014): Soziologische Ansätze in der empirischen Wahlforschung, in: Falter, Jürgen & Schoen, Harald [Hrsg.]: Handbuch Wahlforschung, Wiesbaden, S. 169-239

Referatsgruppe: N.N.

11.25 Uhr bis 12.30 Uhr Die Wahl mal ganz rational betrachtet
Ökonomischer Ansatz der Wahlforschung

Inhalte der Sitzung:

Überblick über Downs ökonomische Theorie der Demokratie. Anwendung seines Modells, Erweiterungen und ähnliche Konzeptionen. Probleme rationaler Ansätze bei der Erklärung menschlichen Verhaltens, insbesondere Wahlverhaltens.

Pflichtliteratur:

Sunken, Jochen & Schubert, Klaus (2018): Ökonomische Theorien der Politik (Kapitel 3 – Anthony Downs: Ökonomische Theorie der Demokratie), Wiesbaden, S. 55-88

Zusatzliteratur für Referat:

Arzheimer, Kai & Schmitt, Annette (2014): Der ökonomische Ansatz, in: Falter, Jürgen & Schoen, Harald [Hrsg.]: Handbuch Wahlforschung, Wiesbaden, S. 331-403

Referatsgruppe: N.N.

13.30 Uhr bis 14.30 Uhr Entscheidend sind Partei, Programm und Kandidat
Der Ann-Arbor-Ansatz der Wahlforschung

Inhalte der Sitzung:

Entstehung und Entwicklung des sozialpsychologisch orientierten Ann-Arbor-Ansatzes. Zentrale Erkenntnisse zu den drei Elementen Parteiidentifikation, Issue-Orientierung und Kandidatenorientierung sowie deren Zusammenspiel.

Pflichtliteratur:

Schoen, Harald & Weins, Cornelia (2014): Der sozialpsychologische Ansatz zur Erklärung von Wahlverhalten, in: Falter, Jürgen & Schoen, Harald [Hrsg.]: Handbuch Wahlforschung, Wiesbaden, S. 241-329

Referatsgruppe: N.N.

14.40 Uhr bis 15.40 Uhr Wahlentscheidung nach Überlegung oder Gefühl?
Psychologische Perspektiven auf Wahlverhalten

Inhalte der Sitzung:

Aktuelle Trends der psychologisch orientierten Wahlforschung. Einführung in das Verhältnis von Kognition und Wahlentscheidung sowie Affekt und Wahlentscheidung. Überblick über einflussreiche Forschungsergebnisse.

Pflichtliteratur:

Steenbergen, Marco R. (2010): The New Psychology of Voting, in: Faas, Thorsten & Arzheimer, Kai & Roßteutscher, Sigrid [Hrsg.]: Information – Wahrnehmung – Emotion. Politische Psychologie in der Wahl- und Einstellungsforschung, Wiesbaden, S. 13-31

Zusatzliteratur für Referat:

Schumann, Siegfried (2014): Persönlichkeit und Wahlverhalten, in: Falter, Jürgen & Schoen, Harald [Hrsg.]: Handbuch Wahlforschung, Wiesbaden, S. 591-624

Referatsgruppe: N.N.

15.50 Uhr bis 16.45 Uhr Hirn einschalten bei der Wahlentscheidung
Politische Kognitionsforschung

Inhalte der Sitzung:

Überblick über Konzepte der polit-psychologischen Kognitionsforschung. Aufbau des Gedächtnisses als assoziative Wissensstruktur. Informationsverarbeitung- und Informationsintegration. Informationsauswahl, Entscheidungsregeln und Heuristiken.

Pflichtliteratur:

Meffert, Michael F. (2015): Informationsverarbeitung und Entscheidungsfindung, in: Zmerli, Sonja & Feldmann, Ofer [Hrsg.]: Politische Psychologie. Handbuch für Studium und Wissenschaft, Baden-Baden, S. 85-104

Zusatzliteratur für Referat:

Taber, Charles S. & Young, Everett (2013): Political Information Processing, in: Huddy, Leonie & Sears, David O. & Levy, Jack S. [Hrsg.]: The Oxford Handbook of Political Psychology. Second Edition, New York, S. 525-558

Redlawsk, David P. & Lau, Richard R. (2013): Behavioral Decision-Making, in: Huddy, Leonie & Sears, David O. & Levy, Jack S. [Hrsg.]: The Oxford Handbook of Political Psychology. Second Edition, New York, S. 130-164

Referatsgruppe: N.N.

10. Januar 2020 – Block 3: Wahlverhalten und Entscheidungsfindung

10.15 Uhr bis 11.15 Uhr Politik als Kampagne – Kampagne als Politik
Strategische Kampagnenplanung

Inhalte der Sitzung:

Notwendigkeit, Bestandteile und Entwicklung von Wahlkampfstrategien. Fünf Säulen der Wahlkampfstrategie. Kampagnenpläne als heuristisches Modell der Wahlkampfplanung und des Wahlkampfmanagements.

Pflichtliteratur:

Brockmann, Lorenz (2017): Wie man eine Wahl gewinnt. Leitfaden für einen erfolgreichen Wahlkampf (Kapitel 2 – Was ist eine Strategie?), Heidelberg, S. 31-39

Brockmann, Lorenz (2017): Wie man eine Wahl gewinnt. Leitfaden für einen erfolgreichen Wahlkampf (Kapitel 5 – Fünf Säulen der Wahlkampfstrategie), Heidelberg, S. 53-61

Shea, Daniel M. & Burton, Michael John (2006): Campaign Craft. The Strategies, Tactics, and Art of Political Campaign Management (Kapitel 2 – The Campaign Plan), Westport, S. 19-27

Zusatzliteratur für Referat:

Brockmann, Lorenz (2017): Wie man eine Wahl gewinnt. Leitfaden für einen erfolgreichen Wahlkampf (Kapitel 3-1 – Der Weg zur erfolgreichen Wahlkampfstrategie), Heidelberg, S. 41-43

Brockmann, Lorenz (2017): Wie man eine Wahl gewinnt. Leitfaden für einen erfolgreichen Wahlkampf (Kapitel 4 – Strategiebedarf), Heidelberg, S. 45-52

Shea, Daniel M. & Burton, Michael John (2006): Campaign Craft. The Strategies, Tactics, and Art of Political Campaign Management (Kapitel 8 – General Strategy), Westport, S. 121-132

Referatsgruppe: N.N.

11.25 Uhr bis 12.30 Uhr Wahlgebiet, Wählerschaft und Zielgruppen
Demographie und Targeting

Inhalte der Sitzung:

Bedeutung des Wahlgebiets, insbesondere seiner sozialstrukturellen und ökonomischen Struktur, sowie der Wählerschaft. Kriteriengeleitete Auswahl und Definition der Zielgruppe(n) sowie Methoden zu effizienter Planung der Wähleransprache.

Pflichtliteratur:

Shea, Daniel M. & Burton, Michael John (2006): Campaign Craft. The Strategies, Tactics, and Art of Political Campaign Management (Kapitel 4 – Demographic Research), Westport, S. 47-57

Shea, Daniel M. & Burton, Michael John (2006): Campaign Craft. The Strategies, Tactics, and Art of Political Campaign Management (Kapitel 6 – Prior Electoral Targeting), Westport, S. 81-102

Referatsgruppe: N.N.

13.30 Uhr bis 14.30 Uhr Nichts geht über die Botschaft
Themen und Inhalte im Wahlkampf

Inhalte der Sitzung:

Profil, Profilentwicklung und Profilierung des Kandidaten. Die Messagebox als Instrument zur Planung und Evaluation von Positionierungen. Bedeutung von Themen und Programmpunkten für die Wahlkampfplanung. Reaktion auf Attacken des Gegners.

Pflichtliteratur:

Brockmann, Lorenz (2017): Wie man eine Wahl gewinnt. Leitfaden für einen erfolgreichen Wahlkampf (Kapitel 5 – Zweite Säule: Positionierung), Heidelberg, S. 121-141

Brockmann, Lorenz (2017): Wie man eine Wahl gewinnt. Leitfaden für einen erfolgreichen Wahlkampf (Kapitel 3 – Dritte Säule: Themen und Inhalte), Heidelberg, S. 143-155

Popkin, Samuel L. (2012): The Candidate. What it takes to win – and hold – the White House (Chapter 2), New York, S. 33-56

Zusatzliteratur für Referat:

Paasch-Colberg, Sünje (2017): Die Bedeutung politischer Themen im Wahlkampf. Mediale Thematisierungswirkungen im Bundestagswahlkampf 2009 (Kapitel 3.1 – Empirische Befunde: Issue-Voting in deutschen Wahlen), Wiesbaden, S. 145-164

Referatsgruppe: N.N.

14.40 Uhr bis 15.40 Uhr Letztlich geht ´s immer ums Mobilisieren
Wahlbeteiligung und Wahlausgang

Inhalte der Sitzung:

Bedeutung strategischer Mobilisierung und Demobilisierung der Wählerschaft. Grundprinzipien evidenzbasierter und experimenteller Wahlkampfforschung. Bedeutung der Wahlbeteiligung für Wahlergebnisse in Deutschland.

Pflichtliteratur:

Green, Donald P. & Gerber, Alan S. (2004): Get out the Vote. How to Increase Voter Turnout (Chapter 1), Washington D.C., S. 1-10

Schäfer, Armin (2015): Der Verlust politischer Gleichheit. Warum die sinkende Wahlbeteiligung der Demokratie schadet, Frankfurt am Main, S. 147-165

Zusatzliteratur für Referat:

Green, Donald P. & Gerber, Alan S. (2004): Get out the Vote. How to Increase Voter Turnout (Chapter 2), Washington D.C., S. 11-22

Referatsgruppe: N.N.

15.50 Uhr bis 16.45 Uhr Zentralisiert, professionalisiert, gewonnen
Schöders Kampa 98

Inhalte der Sitzung:

Die Kampa 98 als Fallstudie für einen professionalisierten Bundestagswahlkampf. Darstellung von Kampagnenvorbereitung, interne Kampagnenorganisation und operative Kampagnenumsetzung durch die SPD.

Pflichtliteratur:

Kellermann von Schele, Dorothee (2009): Erfolgsfaktor Kampagnenmanagement? Oppositionswahlkämpfe im Vergleich (Kapitel 4), Baden-Baden, S. 87-125

Zusatzliteratur für Referat:

Kamps, Klaus (2007): Politisches Kommunikationsmanagement. Grundlagen und Professionalisierung moderner Politikvermittlung (Kapitel 5.8), Wiesbaden, S. 225-233

Referatsgruppe: N.N.

11. Januar 2020 – Block 4: Werkzeugkasten des Kampagnenmanagements

10.15 Uhr bis 11.15 Uhr Kampagnenführung mit Bild, BamS und Glotze
Wahlkampf in der Mediendemokratie

Inhalte der Sitzung:

Wahlkampf in Zeiten der Medialisierung. Bedeutung des Fernsehens. Konkurrenz um Medienpräsenz. Beeinflussung der Themengenda und des Kandidatenimages im Sinne der Kampagne. Einfluss von TV-Duellen auf den Wahlausgang.

Pflichtliteratur:

Maurer, Marcus & Reinemann, Carsten (2007): TV-Duelle als Instrumente der Wahlkampfkommunikation. Mythen und Fakten, in: Jakob, Nikolaus [Hrsg.]: Wahlkämpfe in Deutschland. Fallstudien zur Wahlkampfkommunikation 1912-2005, Wiesbaden, S. 317-331

Schulz, Winfried (2011): Politische Kommunikation. Theoretische Ansätze und Ergebnisse empirischer Forschung (Kapitel 6.4), Wiesbaden, S. 264-265

Zusatzliteratur für Referat:

Holtz-Bacha, Christina und Lessinger, Eva-Maria (2015): Die Königin, der Rausschmeißer und die Gemeine Filzlaus. Die Wahlspots der Parteien im Bundestagswahlkampf 2013, in: Holtz-Bacha, Christina [Hrsg.]: Die Massenmedien im Wahlkampf. Die Bundestagswahl 2013, Wiesbaden, S. 71-90

Holtz-Bacha, Christina (2015): Politik und Wählerschaft unter Beobachtung. Die Rolle von Umfragen im Wahlkampf, in: Holtz-Bacha, Christina [Hrsg.]: Die Massenmedien im Wahlkampf. Die Bundestagswahl 2013, Wiesbaden, S. 189-215

Referatsgruppe: N.N.

11.25 Uhr bis 12.30 Uhr Wähler kann man übrigens auch ansprechen
Instrumente effektiven Direktmarketings

Inhalte der Sitzung:

Überblick über evidenzbasierte us-amerikanische Wahlkampfmethoden zur direkten Wähleransprache. Darunter insbesondere Tür-zu-Tür-Canvassing, die Nutzung von Phone-Banking und Dialog-mailings in analoger und digitaler Form.

Pflichtliteratur:

Shea, Daniel M. & Burton, Michael John (2006): Campaign Craft. The Strategies, Tactics, and Art of Political Campaign Management (Kapitel 12 – Returning to the Grassroots), Westport, S. 181-196

Zusatzliteratur für Referat:

Green, Donald P. & Gerber, Alan S. (2004): Get out the Vote. How to Increase Voter Turnout (Chapter 3), Washington D.C., S. 23-41

Green, Donald P. & Gerber, Alan S. (2004): Get out the Vote. How to Increase Voter Turnout (Chapter 5), Washington D.C., S. 49-62

Green, Donald P. & Gerber, Alan S. (2004): Get out the Vote. How to Increase Voter Turnout (Chapter 6), Washington D.C., S. 63-80

Green, Donald P. & Gerber, Alan S. (2004): Get out the Vote. How to Increase Voter Turnout (Chapter 7), Washington D.C., S. 81-89

Referatsgruppe: N.N.

13.30 Uhr bis 14.30 Uhr Und dann kam diese Digitalisierung
Wahlkampfführung im Netz

Inhalte der Sitzung:

Digitalisierung von Wahlkampagnen in den Vereinigten Staaten und in Deutschland. Bedeutung des Internets auf organisatorischer, inhaltlicher und technischer Ebene. Befassung mit Partei-websites, Kampagnenplattformen und sozialen Netzwerken.

Pflichtliteratur:

Keim, Nina & Rosenthal, Adrian (2016): Memes, Big Data und Storytelling. Rückblick auf den digitalen US-Wahlkampf 2012, in: Bieber, Christoph & Kamps, Klaus [Hrsg.]: Die US-Präsidentschaftswahl 2012. Analysen der Politik- und Kommunikationswissenschaft, Wiesbaden, S. 307-330

Stier, Sebastian (2016): Strukturbedingungen im Online-Wahlkampf. USA und Deutschland im Vergleich, in: Bieber, Christoph & Kamps, Klaus [Hrsg.]: Die US-Präsidentschaftswahl 2012. Analysen der Politik- und Kommunikationswissenschaft, Wiesbaden, S. 363-382

Zusatzliteratur für Referat:

Stärk, Marie-Therese (2015): Der Wahlkampf im Internet. Eine Analyse deutscher Parteiwebsites zur Bundestagswahl 2013, in: Holtz-Bacha, Christina [Hrsg.]: Die Massenmedien im Wahlkampf. Die Bundestagswahl 2013, Wiesbaden, S. 41-70

Referatsgruppe: N.N.

14.40 Uhr bis 15.40 Uhr Big Data, Gamification und Campaign-Apps
Aktuellste Kampagnentrends

Inhalte der Sitzung:

Neueste Trends der digitalen Wahlkampfführung aus dem US-Präsidentschaftswahlkampf 2016 und der Bundestagswahl 2017. Insbesondere Microtargeting und Big Data, Gamification und Campaign-Apps. Kritische Diskussion der Entwicklungen.

Pflichtliteratur:

Dachwitz, Ingo (2017): Wahlkampf in der Grauzone. Die Parteien, das Microtargeting und die Transparenz, in: Netzpolitik.org, online abrufbar unter: <https://netzpolitik.org/2017/wahlkampf-in-der-grauzone-die-parteien-das-microtargeting-und-die-transparenz> (zuletzt abgerufen am 14. November 2017)

Doward, Jamie & Gibbs, Alice (2017): Did Cambridge Analytica influence the Brexit vote and the US election, in: The Guardian, online abrufbar unter: <https://www.theguardian.com/politics/2017/mar/04/nigel-oakes-cambridge-analytica-what-role-brexit-trump> (zuletzt abgerufen am 14. November 2017)

Gessat, Michael (2016): Und welchen Unsinn hat Trump noch mal verzapft, in: Spiegel Online, online abrufbar unter: <http://www.spiegel.de/netzwelt/apps/hillary-2016-app-ausprobiert-nur-fuer-ueberzeugte-clinton-fans-a-1104596.html> (zuletzt abgerufen am 14. November 2017)

Grassegger, Hannes & Krogerus, Mikael (2016): Ich habe nur gezeigt, dass es die Bombe gibt, in: Das Magazin, Nr. 48, S. 10-16

Trinkwalder, Andrea (2017): Präzisions-Wahlkampf. Wahlwerbung mit den Waffen der IT, in: c't Magazin, Nr. 19/2017, S. 106-111

Zusatzliteratur für Referat:

Beuth, Patrick (2017): Die Luftpumpen von Cambridge Analytica, in: Zeit Online, online abrufbar unter: <http://www.zeit.de/digital/internet/2017-03/us-wahl-cambridge-analytica-donald-trump-widerspruch> (zuletzt abgerufen am 14. November 2017)

Foxman, Maxwell & Forelle, Michelle (2014): Electing to Play. MTV's Fantasy Election and Changes in Political Engagement Through Gameplay, in: Games and Culture, Nr. 9(6)/2014, S. 454-467

Meedia.de (2017): Microtargeting. Wie Google und Facebook den Online-Wahlkampf beeinflussen, in: Meedia.de, online abrufbar unter: <http://meedia.de/2017/08/30/mikrotargeting-wie-google-und-facebook-den-online-wahlkampf-beeinflussen> (zuletzt abgerufen am 14. November 2017)

Voigt, Mario (2017): Wahlanalyse 2017. Wenn die Politik an der Haustür klingelt, in: Voigt, Mario [Hrsg.]: Mario Voigt Blog, online abrufbar unter: <http://blog.mario-voigt.com/wahlanalyse-2017-wenn-die-politik-an-der-haustuer-klingelt> (zuletzt abgerufen am 14. November 2017)

Referatsgruppe: N.N.

15.50 Uhr bis 16.45 Uhr Seminarrückblick und Ausblick auf die Modulprüfung
Feedback- und Abschlussrunde

Inhalte der Sitzung:

Abschließende Zusammenfassung der im Seminar erlernten und diskutierten Inhalte und Kampagnentrends. Einholen von Feedback zur Seminarkonzeption und den Inhalten. Vergabe der Prüfungsaufgaben und Klärung von Fragen zur Prüfung.