

Wintersemester 2026/2027 – 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	13. Oktober 2026 von 19 bis 21 Uhr (Zoom-Meeting)
Sitzungstermine	06. November 2026 von 10 bis 17 Uhr (Gebäude LK, Raum LK 063) 07. November 2026 von 10 bis 17 Uhr (Gebäude LK, Raum LK 053) 11. Dezember 2026 von 10 bis 17 Uhr (Gebäude LK, Raum LK 053) 12. Dezember 2026 von 10 bis 17 Uhr (Gebäude LK, Raum LK 053)
Prüfungstermine	Termine folgen im Laufe des Semesters.
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 unentschuldigt 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 interaktiv-partizipativ jeweils eine Seminarsitzung zu einem inhaltlichen Themenslot von 60 bis 75 Minuten Länge. Deren 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 thematischen Sitzung einfügen. Ebenso erwünscht sind die direkte Ansprache sowie der aktive Einbezug des Publikums im Rahmen der Sitzungsgestaltung.

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	Ob Donald Tusk, Giorgia Meloni oder Friedrich Merz: In modernen Demokratien sind Wahlen der zentrale Wettbewerb um politische Macht. Parteien und Kandidierende müssen sich regelmäßig behaupten, um Mandate und Einfluss zu sichern oder neu zu gewinnen. Wahlen sind dabei für viele Bürgerinnen und Bürger die wichtigste oder einzige Form aktiver politischer Beteiligung – zugleich stellen sie die grundlegende Quelle politischer Legitimität dar. Entsprechend wird Wahlkampfführung immer professioneller: Sichtbar etwa in Botschaften, Inszenierungen oder Social-Media-Kommunikation, aber ebenso in strategischen Prozessen im Hintergrund – von der Analyse der Wählerschaft über die Planung von Kampagnenphasen bis zur datenbasierten Steuerung von Mobilisierungsbemühungen. Im Zentrum dieses Blockseminars stehen Wahlen, Wahlentscheidungen und Wahlkampfstrategien. Zunächst betrachten wir, wie unterschiedliche Wahlsysteme politische Konkurrenz, Parteienstrategien und letztlich Wahlergebnisse prägen. Anschließend analysieren wir, wie Menschen zu ihren Entscheidungen gelangen – anhand klassischer sozialstruktureller, rationaler und sozialpsychologischer Ansätze sowie aktueller Erkenntnisse aus der politischen Kognitionsforschung. Darauf aufbauend widmen wir uns dem strategischen Management von Wahlkampagnen: Wie lassen sich Chancen und Risiken politischer Ausgangslagen identifizieren? Wie werden Kernbotschaften entwickelt? Welche Zielgruppen sind prioritär? Und wie werden Ressourcen entlang einer Kampagnenstrategie sinnvoll eingesetzt? Dazu untersuchen wir bewährte und neuere Instrumente der Wahlkampfführung – einschließlich datengetriebener Planung, evidenzbasierter Mobilisierung, digitaler Kommunikation, KI-gestützter Tools, Kurzvideoformaten, Influencer-Kooperationen sowie vernetzter Online-Offline-Strategien. Entscheidende Leitlinie ist dabei stets die Frage: Was wirkt für wen – zu welchem Zeitpunkt – und mit welchem Aufwand? Das Seminar ist interaktiv angelegt und lebt von der Mitarbeit der Studierenden, insbesondere bei der Gestaltung einzelner Sitzungen. Die mündliche Prüfung erfolgt als „Pitch-Präsentation“. Die Themen für die Sitzungsgestaltungen wird im Rahmen der obligatorischen Vorbesprechung verteilt.
Literatur	Die Pflichtliteratur für die Blocktermine wird größtenteils online über einen Moodle-Semesterapparat bereitgestellt. Der Zugangsschlüssel für die virtuelle Lernumgebung lautet XXXXXXXXXXXX

13. Oktober 2026 – Vorbesprechung: Seminarkonzept und Referatsverteilung

19.00 Uhr bis 21.00 Uhr Einführung ins Seminarkonzept und Verteilung der Referate
Seminarorganisation und Prüfungsleistung

06. November 2026 – Block 1: Wahlen, Wahlsysteme und Wahlrecht

10.15 Uhr bis 11.30 Uhr Begrüßung und Vorstellungsrunde
Kennenlernen der Teilnehmer

11.45 Uhr bis 13.00 Uhr Grundfunktionen, Prinzipien und der Wert der Wahl
Perspektiven auf Wahlen in der Demokratie

Mittagspause

14.00 Uhr bis 15.15 Uhr Wahl ist nicht gleich Wahl
Wahlsysteme und Wahltypen

15.30 Uhr bis 16.45 Uhr Personalisierte Verhältniswahl und ihre Auswirkungen
Wahlrecht der Bundesrepublik

07. November 2026 – Block 2: Wahlverhalten und Entscheidungsfindung

10.15 Uhr bis 10.45 Uhr Check-in mit Recap
Rückblick und Klärung offener Fragen

10.45 Uhr bis 11.50 Uhr Alles eine Frage der Sozialstruktur
Soziologische Ansätze der Wahlforschung

12.05 Uhr bis 13.10 Uhr Die Wahl mal ganz rational betrachtet
Ökonomischer Ansatz der Wahlforschung

Mittagspause

14.10 Uhr bis 15.15 Uhr Entscheidend sind Partei, Programm und Kandidat
Der sozialpsychologische Ansatz der Wahlforschung

15.30 Uhr bis 16.40 Uhr Hirn einschalten bei der Wahlentscheidung
Politische Kognitionsforschung

11. Dezember 2026 – Block 3: Strategische Wahlkampf- und Kampagnenführung

10.15 Uhr bis 10.45 Uhr	Check-in mit Recap <i>Rückblick und Klärung offener Fragen</i>
10.45 Uhr bis 11.50 Uhr	Politik als Kampagne – Kampagne als Politik <i>Strategische Kampagnenführung</i>
12.05 Uhr bis 13.10 Uhr	Nichts geht über die Botschaft <i>Themen und Inhalte im Wahlkampf</i>

Mittagspause

14.10 Uhr bis 15.15 Uhr	Wer zählt gewinnt <i>Datenbasierte Wahlkampfplanung</i>
15.30 Uhr bis 16.40 Uhr	Letztlich geht´s immer ums Mobilisieren <i>Wahlbeteiligung und Wahlausgang</i>

12. Dezember 2026 – Block 4: Werkzeugkasten des Kampagnenmanagements

10.15 Uhr bis 10.45 Uhr	Check-in mit Recap <i>Rückblick und Klärung offener Fragen</i>
10.45 Uhr bis 11.50 Uhr	Zentralisiert, professionalisiert, gewonnen <i>Schröders Kampa 98</i>
12.05 Uhr bis 13.10 Uhr	Auf die Straße, fertig, los <i>Wirksamer Einsatz von Offline-Maßnahmen</i>

Mittagspause

14.10 Uhr bis 15.15 Uhr	Feeding the Funnel <i>Wähler online an die Wahlurne bringen</i>
15.25 Uhr bis 16.35 Uhr	TikTok, Influencer-Collabs, Messenger-Mobilisierung und KI <i>Wahlkampf im Innovationsmodus</i>
16.35 Uhr bis 17.00 Uhr	Seminarrückblick und Ausblick auf die Modulprüfung <i>Feedback- und Abschlussrunde</i>

13. Oktober 2026 – Vorbesprechung: Seminarkonzept und Referatsverteilung

19.00 Uhr bis 21.00 Uhr Einführung ins Seminarkonzept und Verteilung der Vortragsthemen
(120 Min.) *Seminarorganisation und Prüfungsleistung*

Inhalte der Sitzung:

Begrüßung und Einführung in das Seminar. Vorstellung der Ziele, Themen und Arbeitsweise sowie Überblick über den Ablauf der vier Blockveranstaltungen. Hinweise zum Semesterapparat, zur Literatur und zur Modulabschlussprüfung. Verteilung der Vortragsthemen.

06. November 2026 – Block 1: Wahlen, Wahlsysteme und Wahlrecht

10.15 Uhr bis 11.30 Uhr Begrüßung und Vorstellungsrunde
(75 Min.) *Kennenlernen der Teilnehmer*

Inhalte der Sitzung:

Interaktiver Einstieg in das Seminar und gegenseitiges Kennenlernen der Teilnehmer. Austausch über persönliche Hintergründe, Erwartungen und bisherige Erfahrungen im Zusammenhang mit Wahlen und Wahlkämpfen.

11.45 Uhr bis 13.00 Uhr Grundfunktionen, Prinzipien und der Wert der Wahl
(75 Min.) *Perspektiven auf Wahlen in der Demokratie*

Inhalte der Sitzung:

Einführung in Begriff, Grundfunktionen und normative Bedeutung demokratischer Wahlen. Diskussion unterschiedlicher theoretischer Perspektiven auf den Wert von Wahlen für Legitimation, Partizipation und Repräsentation in modernen Demokratien.

Leitfragen:

- Welche Grundfunktionen erfüllen Wahlen in einer Demokratie?
- Welche Prinzipien kennzeichnen demokratische Wahlen?
- Was bedeutet es, wenn Demokratietheorien Wahlen als notwendige, aber nicht hinreichende Bedingung begreifen?

Pflichtliteratur:

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

Zusatzliteratur für Sitzungsgestaltung:

Schäfer, Armin & Zürn, Michael (2021): Die demokratische Regression. Die politischen Ursachen des autoritären Populismus (Kapitel 2), Berlin, S. 24-58

14.00 Uhr bis 15.15 Uhr Wahl ist nicht gleich Wahl
(75 Min.) *Wahlsysteme und Wahltypen*

Inhalte der Sitzung:

Unterschiede zwischen Mehrheits- und Verhältniswahlsystemen. Bedeutung des Wahlsystems als zentrale „Spielregel des politischen

Wettbewerbs“. Darstellung der Folgen unterschiedlicher Wahlsysteme in unterschiedlichen Ländern für Strategie, Kommunikation und Organisation von Wahlkämpfen.

Leitfragen:

- Welche zentralen Typen von Wahlsystemen gibt es – und wodurch unterscheiden sie sich in ihrer Funktionslogik und Wirkung?
- Wie prägen unterschiedliche Wahlsysteme die Parteienlandschaften und den politischen Wettbewerb in verschiedenen Ländern? (Deutschland bitte außen vor lassen; siehe nächstes Thema)
- Was bedeuten Unterschiede im Wahlsystem für die strategische Planung und Organisation eines Wahlkampfes?
- Warum muss ein Wahlkampfteam das Wahlsystem genau kennen, um im Wahlkampf erfolgreich zu sein?

Pflichtliteratur:

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

Zusatzliteratur für Sitzungsgestaltung:

Bogaaards, Matthijs (2016): Wahlsysteme in der Vergleichenden Politikwissenschaft, in: Lauth, Hans-Joachim, Kneuter, Marianne & Pickel, Gert [Hrsg.]: Handbuch Vergleichende Politikwissenschaft, Wiesbaden, S. 415-426

Themengruppe für Sitzungsgestaltung:

NN

15.30 Uhr bis 16.45 Uhr
(75 Min.)

Personalisierte Verhältniswahl und ihre Auswirkungen
Wahlrecht der Bundesrepublik

Inhalte der Sitzung:

Funktionsweise und Ausgestaltung des personalisierten Verhältniswahlsystems in Deutschland nach der Wahlrechtsreform von 2023. Strategische Folgen für Parteien und Kandidaten in der Wahlkampf-führung auf verschiedenen Ebenen. Innerparteiliche Auswahlprozesse und Erfolgsfaktoren bei der Kandidatenaufstellung.

Leitfragen:

- Wie funktioniert das personalisierte Verhältniswahlsystem und welche zentralen Änderungen brachte die Wahlrechtsreform von 2023?
- Welche strategischen Folgen ergeben sich daraus für die Planung und Führung von Wahlkämpfen für Parteien und Kandidaten auf unterschiedlichen Ebenen (lokal, landesweit, bundesweit)?
- Welche unterschiedlichen Wirkungen hat das personalisierte Verhältniswahlsystem auf unterschiedliche Parteien und deren Kandidaten?
- Wie verlaufen parteiinterne Auswahlprozesse von Kandidaten ab? Wie unterscheiden sich Parteien hierbei und was entscheidet über den Erfolg von Kandidaten?

Pflichtliteratur:

Grotz, Florian & Schroeder, Wolfgang (2021): Das politische System der Bundesrepublik Deutschland (Kapitel 5), Wiesbaden, S. 107-138

Wagschal, Uwe & Jäckle, Sebastian (2025): Das paradoxe Wahlrecht: Unge-deckte Wahlkreise 2025 verfassungsrechtlich erlaubt – problematisch für die Demokratie, in: Zeitschrift für Parlamentsfragen, Nr. 56(1), S. 4-21

Zusatzliteratur für Sitzungsgestaltung:

Feigl, Florian (2024): Die Wahlrechtsreform der Ampelkoalition. Grünes Licht aus Karlsruhe?, in: Jura Studium & Examen, Nr. 1/2024, S. 1-7

Achtung: Artikel bezieht sich auf Stand der Wahlrechtsreform vor dem Urteil des Bundesverfassungsgerichts am 30. Juli 2024

Pyschny, Anastasia (2024): Wer ist entscheidend? Selektoren und ihre Handlungsweisen vor der Kandidatenaufstellung, in: Schüttemeyer, Suzanne S. et al. [Hrsg.]: Die Aufstellung der Kandidaten für den Deutschen Bundestag. Empirische Befunde zur personellen Qualität der parlamentarischen Demokratie, Baden-Baden, S. 191-217

Themengruppe für Sitzungsgestaltung:

NN

07. November 2026 – Block 2: Wahlverhalten und Entscheidungsfindung

10.15 Uhr bis 10.45 Uhr Check-in mit Recap
(30 Min.) *Rückblick und Klärung offener Fragen*

10.45 Uhr bis 11.50 Uhr Alles eine Frage der Sozialstruktur
(65 Min.) *Soziologische Ansätze der Wahlforschung*

Inhalte der Sitzung:

Soziologische Erklärungsansätze des Wahlverhaltens und ihre Bedeutung für die strategische Wahlkampfführung. Zusammenhang zwischen sozialstrukturellen Merkmalen und politischer Präferenzbildung sowie deren Nutzung für Zielgruppenanalyse, Ansprache und Mobilisierung im Wahlkampf.

Leitfragen:

- Welche Grundidee steht hinter soziologischen Erklärungen des Wahlverhaltens und welche sozialen Merkmale prägen politische Präferenzen besonders stark?
- Wie helfen mikro- und makrosoziologische Ansätze dabei, Zielgruppen und Wählersegmente im Wahlkampf zu identifizieren?
- Welche sozialen Bindungen, Konflikte und Cross-Pressures beeinflussen Wahlentscheidungen und wie lassen sich darauf Kommunikations- und Mobilisierungsstrategien ableiten?
- Wie können Parteien und Kampagnenmanager die Erkenntnisse der soziologischen Wahlforschung nutzen, um Wählergruppen gezielt anzusprechen und ihre Botschaften zu platzieren?

Pflichtliteratur:

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

Themengruppe für Sitzungsgestaltung:

NN

12.05 Uhr bis 13.10 Uhr Die Wahl mal ganz rational betrachtet
(65 Min.) *Ökonomischer Ansatz der Wahlforschung*

Inhalte der Sitzung:

Grundlagen der ökonomischen Theorie der Demokratie als Denkmodell strategischer Wahlkampfführung. Auseinandersetzung mit rationalen Entscheidungslogiken von Wählern und Parteien sowie deren Nutzen für Kampagnenplanung und Zielgruppenansprache im Wahlkampf.

Leitfragen:

- Wie erklärt die ökonomische Theorie der Demokratie das Verhalten von Wählern, Parteien und Politikern? Welche Grundannahmen liegen ihr zugrunde? Was bedeutet demnach Nutzen im Einzelfall?
- Wie können Wahlkampfmanager diese Logik nutzen, um Wählerentscheidungen als rationales Kosten-Nutzen-Kalkül zu verstehen und gezielt zu beeinflussen?
- Welche Rolle spielen Informationskosten, Ideologien und das „Paradox des Wählens“ für die strategische Kommunikation und Mobilisierung im Wahlkampf?

- Wie lassen sich auf Basis ökonomischer Wahlforschung unterschiedliche Parteistrategien entwickeln, um Stimmen zu maximieren und Wettbewerbsvorteile im Wahlkampf zu erzielen?

Pflichtliteratur:

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

Zusatzliteratur für Sitzungsgestaltung:

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

Themengruppe für Sitzungsgestaltung:

NN

14.10 Uhr bis 15.15 Uhr
(65 Min.)

Entscheidend sind Partei, Programm und Kandidat
Der sozialpsychologische Ansatz der Wahlforschung

Inhalte der Sitzung:

Der sozialpsychologische Ansatz als Verbindung langfristiger Einstellungen und kurzfristiger Einflüsse auf Wahlentscheidungen. Bedeutung von Parteiidentifikation, Themenorientierung und Kandidatenwahrnehmung für die strategische Planung, Kommunikation und Führung moderner Wahlkämpfe.

Leitfragen:

- Wie erklärt der sozialpsychologische Ansatz Wahlentscheidungen und welche Bedeutung haben langfristige (Parteiidentifikation) und kurzfristige Faktoren (Themen, Kandidaten)?
- Wie können Parteien und Wahlkampfmanager Parteiidentifikation, Themenorientierung und Kandidatenwahrnehmung gezielt beeinflussen, um Wähler zu mobilisieren oder zu binden?
- Unter welchen Bedingungen werden Themen wahlentscheidend und wie lassen sich diese strategische besetzen und kommunizieren?
- Welche Rolle spielt die Wahrnehmung von Kandidaten für Wahlentscheidungen und wie kann sie im Wahlkampf gezielt gestaltet werden?

Pflichtliteratur:

Schell, Toni Sebastian (2019): Personalisierungstrends der Wahlentscheidung. Spitzenkandidaten und Kontextbedingungen bei westdeutschen Landtagswahlen (Kapitel 2 – Der sozialpsychologische Ansatz zur Erklärung des Wahlverhaltens), Wiesbaden, S. 7-29

Zusatzliteratur für Sitzungsgestaltung:

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

Themengruppe für Sitzungsgestaltung:

NN

15.30 Uhr bis 16.40 Uhr
(70 Min.)

Hirn einschalten bei der Wahlentscheidung
Politische Kognitionsforschung

Inhalte der Sitzung:

Kognitive Grundlagen politischer Informationsverarbeitung und Entscheidungsfindung. Bedeutung begrenzter Rationalität, Heuristiken und selektiver Wahrnehmung für das Wahlverhalten. Ableitung

praktischer Konsequenzen für strategische Kommunikation, Botschaftsdesign und Kampagnenführung.

Leitfragen:

- Wie verarbeiten Wähler politische Informationen und welche Rolle spielen dabei automatische, heuristische und bewusste (systematische) Prozesse?
- Unter welchen Bedingungen verlassen sich Wähler stärker auf Heuristiken („Daumenregeln“) und welche typischen Hinweisreize (z.B. Partei, Kandidat, Sympathie, Quelle) sind dabei entscheidend?
- Wie lassen sich kognitive Mechanismen wie selektive Wahrnehmung und motivierte Informationsverarbeitung strategische für Kampagnenkommunikation nutzen?
- Welche praktischen Konsequenzen ergeben sich aus begrenzter Aufmerksamkeit und Informationsüberlastung der Wähler für die Gestaltung von Wahlwerbung, Botschaften und Medienstrategien?

Pflichtliteratur:

Jedinger, Alexander (2019): Kognitive Prozesse und Wählerverhalten, in: Faas, Thorsten, Gabriel, Oscar W. & Maier, Jürgen [Hrsg.]: Politikwissenschaftliche Einstellungs- und Verhaltensforschung. Handbuch für Wissenschaft und Studium, Baden-Baden, S. 527-553

Zusatzliteratur für Sitzungsgestaltung:

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

Themengruppe für Sitzungsgestaltung:

NN

11. Dezember 2026 – Block 3: Strategische Wahlkampf- und Kampagnenführung

10.15 Uhr bis 10.45 Uhr (30 Min.)	Check-in mit Recap <i>Rückblick und Klärung offener Fragen</i>
10.45 Uhr bis 11.50 Uhr (65 Min.)	Politik als Kampagne – Kampagne als Politik <i>Strategische Kampagnenplanung</i>

Inhalte der Sitzung:

Grundlagen strategischer Planung im Wahlkampf. Unterscheidung zwischen Strategie, Taktik und operativer Umsetzung. Anwendung des Campaign Strategy Canvas als Werkzeug zur systematischen Entwicklung von Zielen, Zielgruppen, Botschaften und Maßnahmen. Bedeutung von Kontext, Timing und Teamarbeit für eine erfolgreiche Kampagnenführung.

Leitfragen:

- Was bedeutet strategisches Denken im Wahlkampf und wie unterscheidet sich Strategie von Taktik sowie operativer Planung?
- Wie kann der Campaign Strategy Canvas genutzt werden, um zentrale strategische Entscheidungen zu Zielgruppen, Botschaften, Kanälen und Ressourcen systematisch zu planen?
- Welche Schlüsselfaktoren bestimmen den Erfolg einer Wahlkampfstrategie? Wie lassen sie sich in einen Kampagnenplan mit Zielen, Zeitplan und Verantwortlichkeiten übersetzen?
- Wie beeinflussen Kontext, Wettbewerb und Parteiidentität die strategische Ausrichtung einer Kampagne?
- Wie lässt sich strategische Planung im Team umsetzen und welche Rolle spielen Kommunikation, Rollenverteilung und Führung im Kampagnenprozess?

Pflichtliteratur:

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

Greiner, Ramona (2023): Moderner Wahlkampf. Ihr Werkzeugkoffer für agile Kampagnen und starke politische Kommunikation (Kapitel 4 – Planung und Strategie), Wiesbaden, S. 83-117

Zusatzliteratur für Sitzungsgestaltung:

Greiner, Ramona (2023): Moderner Wahlkampf. Ihr Werkzeugkoffer für agile Kampagnen und starke politische Kommunikation (Kapitel 3 – Team), Wiesbaden, S. 49-82

Moeckli, Silvano (2017): So funktioniert Wahlkampf (Kapitel 3 – Wahlkampfstrategie), Konstanz und München, 37-53

Themengruppe für Sitzungsgestaltung:

NN

12.05 Uhr bis 13.10 Uhr (65 Min.)	Nichts geht über die Botschaft <i>Themen und Inhalte im Wahlkampf</i>
--------------------------------------	--

Inhalte der Sitzung:

Strategische Entwicklung von Imagelinie und Angriffslinie als Kerninstrumente politischer Positionierung im Wahlkampf. Auswahl und Zuspitzung von Themen in Übereinstimmung mit der Identität von Partei und Kandidat. Anwendung der Message Box zur Schärfung

zentraler Aussagen sowie zur Abwehr gegnerischer Angriffe. Bedeutung konsistenter Themenführung und gezielter Abgrenzung gegenüber Mitbewerbern für den Aufbau eines klaren Profils.

Leitfragen:

- Wie entsteht eine überzeugende politische Positionierung? Welche Rolle spielen dabei Themenwahl, Zielgruppen und Glaubwürdigkeit?
- Wie lassen sich Imagelinie und Angriffslinie im Wahlkampf strategisch entwickeln und miteinander verzahnen, um für Kandidaten und/oder Parteien ein konsistentes Profil zu schaffen?
- Nach welchen Kriterien sollten Themen und Botschaften ausgewählt werden, damit sie zur Identität der Partei und zu den Erwartungen der Wähler passen?
- Wie kann die Message Box als Werkzeug genutzt werden, um zentrale Aussagen zu schärfen und negative Angriffe gezielt zu kontern?
- Unter welchen Bedingungen können negative Botschaften im Wahlkampf strategisch sinnvoll sein und wo liegen ihre Risiken?

Pflichtliteratur:

Möckli, Silvano (2017): So funktioniert Wahlkampf (Kapitel 5 – Themen im Wahlkampf), Konstanz und München, S. 79-95

Feltus, William J., Goldstein, Kenneth M. & Dallek, Matthew (2019): Inside Campaigns. Elections through the Eyes of Political Professionals (Kapitel 6 – Producer and Stage Manager. Creating and Presenting the Campaign's Message), Thousand Oaks (CA), S. 1-44

Zusatzliteratur für Sitzungsgestaltung:

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

Green, Donald P. & Gerber, Alan S. (2024): Get out the Vote. How to Increase Voter Turnout (Kapitel 11 – Strategies for Effective Messaging), Washington DC, S. 151-166

Themengruppe für Sitzungsgestaltung:

NN

14.10 Uhr bis 15.15 Uhr
(65 Min.)

Wer zählt gewinnt
Datenbasierte Wahlkampfplanung

Inhalte der Sitzung:

Bedeutung datenbasierter Entscheidungen für die strategische Wahlkampfplanung. Nutzung von demografischen, geografischen und umfragebasierten Informationen zur Analyse von Wahlgebieten und Wählerstrukturen. Chancen und Grenzen datengetriebener Kampagnen im Vergleich zu erfahrungs- oder intuitionsbasierten Ansätzen. Übertragbarkeit auf den deutschen Kontext.

Leitfragen:

- Warum ist datenbasiertes Arbeiten im Wahlkampf unverzichtbar? Welche Risiken entstehen, wenn Kampagnen zu stark auf Bauchgefühl und Intuition statt empirischen Daten beruhen?
- Welche Daten sind für die strategische Wahlkampfplanung entscheidend? Wie lassen sich demographische, geographische und umfragebasierte Informationen sinnvoll kombinieren?

- Wie können auch kleine oder lokale Wahlkampfteams mit begrenzten Ressourcen datenorientiert arbeiten? Welche einfachen Instrumente oder Quellen stehen zur Verfügung?
- Wie werden Umfragen in Wahlkämpfen genutzt – als strategisches Analyseinstrument oder als kommunikatives Werkzeug? Welche Chancen und Gefahren birgt das für Kampagnenentscheidungen?
- Wie lassen sich datenbasierte Ansätze aus den USA auf deutsche Wahlkämpfe übertragen? Wo liegen Grenzen?

Pflichtliteratur:

Feltus, William J., Goldstein, Kenneth M. & Dallek, Matthew (2019): Inside Campaigns. Elections through the Eyes of Political Professionals (Kapitel 3 – Political Historian and Data Scientist. Charting a Path to Victory through Information and Analysis), Thousand Oaks (CA), S. 1-33

O'Day, Brian (2003): Political Campaign Planning Manual. A Step by Step Guide to Winning Elections, National Democratic Institute for International Affairs [Hrsg.], Marokko, S. 15-23

Zusatzliteratur für Sitzungsgestaltung:

Eisinger, Robert (2005): Polling and Research, in: Herrnson, Paul S. [Hrsg.]: Guide to Political Campaigns in America, Washington, S. 1-38

Green, Donald P. & Gerber, Alan S. (2024): Get out the Vote. How to Increase Voter Turnout (Kapitel 2 – Evidence versus Received Wisdom), Washington DC, S. 9-19

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

Themengruppe für Sitzungsgestaltung:

NN

15.30 Uhr bis 16.40 Uhr
(70 Min.)

Letztlich geht ´s immer ums Mobilisieren
Wahlbeteiligung und Wahlausgang

Inhalte der Sitzung:

Bedeutung gezielter Wählermobilisierung als strategischer Kern erfolgreicher Wahlkämpfe. Analyse der Faktoren, die Parteien befähigen ihre Anhängerschaft wirksam zu aktivieren. Diskussion sozialräumlicher Unterschiede in der Wahlbeteiligung und ihrer parteipolitischen Folgen. Ableitung praktischer Konsequenzen für Kampagnenplanung und Ressourceneinsatz in unterschiedlichen politischen Kontexten.

Leitfragen:

- Was ist Wählermobilisierung und warum ist sie für den Wahlerfolg oft wichtiger als die Überzeugung unentschlossener Wähler? Welche Konsequenzen ergeben sich daraus für die Planung und Steuerung von Wahlkämpfen?
- Welche Faktoren bestimmen, ob und wie Parteien ihre Anhängerschaft erfolgreich mobilisieren können? Welche Rolle spielen dabei Ressourcen, Organisation, Zielgruppenkenntnis und politische Wettbewerbslage?
- Wie beeinflussen sozialräumliche Unterschiede in der Wahlbeteiligung – etwa zwischen einkommensstarken und einkommensschwachen Stadtteilen – die Erfolgchancen einzelner Parteien?
- Welche Parteien profitieren stärker und welche weniger stark von niedriger oder ungleicher Wahlbeteiligung? Welche Parteien müssen sich deshalb stärker anstrengen ihre Wähler zu mobilisieren?

- Welche praktischen Konsequenzen ergeben sich aus diesen Erkenntnissen für die operative Wahlkampfführung?

Pflichtliteratur:

Green, Donald P. & Gerber, Alan S. (2024): Get out the Vote. How to Increase Voter Turnout (Kapitel 1 – Introduction: Why Voter Mobilization Matters), Washington DC, S. 1-8

Leighley, Jan E. & Matsubayashi, Tetsuya (2005): Voter Mobilization, in: Herrnson, Paul S. [Hrsg.]: Guide to Political Campaigns in America, Washington, S. 1-31

Zusatzliteratur für Sitzungsgestaltung:

Schäfer, Armin (2015): Der Verlust politischer Gleichheit. Warum die sinkende Wahlbeteiligung der Demokratie schadet (Kapitel 5 – Nichtwählerinnen und Nichtwähler in Deutschland), Frankfurt am Main, S. 91-120

Schäfer, Armin (2015): Der Verlust politischer Gleichheit. Warum die sinkende Wahlbeteiligung der Demokratie schadet (Kapitel 7 – Soziale Segregation, Wahlbeteiligung und Parteiergebnisse), Frankfurt am Main, S. 147-165

Themengruppe für Sitzungsgestaltung:

NN

12. Dezember 2026 – Block 4: Werkzeugkasten des Kampagnenmanagements

10.15 Uhr bis 10.45 Uhr (30 Min.)	Check-in mit Recap <i>Rückblick und Klärung offener Fragen</i>
10.45 Uhr bis 11.50 Uhr (65 Min.)	Zentralisiert, professionalisiert, gewonnen <i>Schöders Kampa 98</i>

Inhalte der Sitzung:

Die Kampa 98 als erste voll professionalisierte, strategisch zentral geführte Bundestagswahlkampagne. Analyse der frühen strategischen Vorbereitung, des eigenständigen Kampagnenmanagements unabhängig vom Parteiapparat sowie der arbeitsteiligen Organisation in einer Kampagnenzentrale. Untersuchung der Phaseneinteilung, des Timings und der orchestrierten Kandidateninszenierung. Ableitung zentraler Erkenntnisse für moderne Wahlkampfführung.

Leitfragen:

- Warum gilt die Kampa 98 als Wendepunkt der deutschen Wahlkampfführung? Welche Elemente von Professionalisierung, strategischer Planung und zentralisiertem Management lassen sich identifizieren?
- Wie wurde der Wahlkampf strategisch und organisatorisch vorbereitet? Welche Rolle spielte dabei die Trennung von Parteiapparat und Kampagne?
- Wie war die Kampagne strukturiert? Welche Phasen, Timings und Entscheidungswege prägten die operative Umsetzung?
- Wie inszenierte die SPD ihren Spitzenkandidaten und wie wurde die Inszenierung systematisch in die Gesamtstrategie eingebettet? Wie spielten Imageführung, Themenmanagement und Event-Politik zusammen?
- Welche Lessons Learned ergeben sich für heutige Wahlkämpfe?

Pflichtliteratur:

Kellermann von Schele, Dorothee (2009): Erfolgsfaktor Kampagnenmanagement? Oppositionswahlkämpfe im Vergleich (Kapitel 4 – Kampa 98), Baden-Baden, S. 87-125

Zusatzliteratur für Sitzungsgestaltung:

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

Themengruppe für Sitzungsgestaltung:

NN

12.05 Uhr bis 13.10 Uhr (65 Min.)	Auf die Straße, fertig, los... <i>Wirksamer Einsatz von Offline-Maßnahmen</i>
--------------------------------------	--

Inhalte der Sitzung:

Überblick über klassische analoge Wahlkampfinstrumente und ihre strategische Nutzung im Wahlkampf. Kriteriengeleitete Auswahl und Planung von Maßnahmen unter Berücksichtigung von Reichweite, Zielgruppen, Timing und Ressourcen. Diskussion der Wirksamkeit verschiedener Instrumente anhand empirischer Befunde und Kosten-Nutzen-Abwägungen.

Leitfragen:

- Welche analogen Instrumente stehen Parteien im Wahlkampf zur Verfügung? Wie unterscheiden sie sich hinsichtlich Zielgruppenreichweite, Interaktionstiefe und Mobilisierungswirkung?
- Unter welchen Bedingungen lohnt sich der Einsatz welcher Maßnahmen besonders? Wie können Ressourcen, Teamkapazitäten und Wahlkreismerkmale diese Entscheidung beeinflussen?
- Wie lassen sich analoge Maßnahmen im Wahlkampf evaluieren? Welche Indikatoren eignen sich zur Kosten-Nutzen-Bewertung?
- Welche Rolle spielen Timing, lokale Sichtbarkeit und Wiederholungseffekte für den Erfolg analoger Instrumente – insbesondere in der heißen Phase kurz vor dem Wahltag?
- Wie können Parteien und Kandidaten analoge Maßnahmen mit bestehenden Strukturen, Unterstützernetzwerken und digitalen Kanälen verzahnen, um maximale Mobilisierungseffekte zu erzielen?

Pflichtliteratur:

Greiner, Ramona (2023): Moderner Wahlkampf. Ihr Werkzeugkoffer für agile Kampagnen und starke politische Kommunikation (Kapitel 7 – Analoger Wahlkampf), Wiesbaden, S. 247-286

Moeckli, Silvano (2017): So funktioniert Wahlkampf (Kapitel 6 – Instrumente im Wahlkampf), Konstanz und München, 97-126

Zusatzliteratur für Sitzungsgestaltung:

Green, Donald P. & Gerber, Alan S. (2024): Get out the Vote. How to Increase Voter Turnout (Kapitel 3 – Door-to-Door Canvassing), Washington DC, S. 21-40

Green, Donald P. & Gerber, Alan S. (2024): Get out the Vote. How to Increase Voter Turnout (Kapitel 4 – Leaflets and Signage), Washington DC, S. 41-54

Green, Donald P. & Gerber, Alan S. (2024): Get out the Vote. How to Increase Voter Turnout (Kapitel 5 – Direct Mail), Washington DC, S. 55-68

Green, Donald P. & Gerber, Alan S. (2024): Get out the Vote. How to Increase Voter Turnout (Kapitel 7 – Electronic Mail, Social Media and Text Messaging), Washington DC, S. 93-112

Green, Donald P. & Gerber, Alan S. (2024): Get out the Vote. How to Increase Voter Turnout (Kapitel 8 – Using Events to Draw Voters to the Polls), Washington DC, S. 113-122

Green, Donald P. & Gerber, Alan S. (2024): Get out the Vote. How to Increase Voter Turnout (Kapitel 12 – What Works, What Doesn't, and What's Next?), Washington DC, S. 167-188

Themengruppe für Sitzungsgestaltung:

NN

14.10 Uhr bis 15.15 Uhr
(65 Min.)

Feeding the Funnel

Wähler online an die Wahlurne bringen

Inhalte der Sitzung:

Überblick über digitale Wahlkampfinstrumente und ihre strategische Nutzung zur Stimmengewinnung. Bewertung verschiedener Kanäle im Hinblick auf Reichweite, Zielgruppenpassung, Ressourcen und Risiken. Messbarkeit und Optimierung digitaler Kommunikation sowie sinnvolle Verzahnung mit analogen Maßnahmen in unterschiedlichen Kampagnenphasen.

Leitfragen:

- Wie lassen sich digitale Wahlkampfinstrumente strategisch so einsetzen, dass sie zu Zielgruppen, Ressourcen und Kompetenzen des Kampagnenteams passen?
- Wie unterscheiden sich zentrale digitale Kanäle hinsichtlich Reichweite, Zielgruppengenauigkeit, Steuerbarkeit und Risiken? Was bedeutet das für ihre strategische Nutzung im Wahlkampf?
- Wie kann die Wirkung digitaler Maßnahmen gemessen und optimiert werden? Welche Daten, Tests und Indikatoren eignen sich zur Bewertung von Kosten, Nutzen und tatsächlichen Mobilisierungseffekten?
- Welche Befunde liefert empirische Forschung zur Effektivität digitaler Werbung (z.B. Social-Media-Ads) und wie lassen sich daraus Prioritäten für den Ressourceneinsatz ableiten?
- Wie können digitale und analoge Instrumente sinnvoll verzahnt werden, damit sie sich in verschiedenen Kampagnenphasen gegenseitig stärken

Pflichtliteratur:

Greiner, Ramona (2023): Moderner Wahlkampf. Ihr Werkzeugkoffer für agile Kampagnen und starke politische Kommunikation (Kapitel 6 – Digitaler Wahlkampf), Wiesbaden, S. 139-178

Moeckli, Silvano (2017): So funktioniert Wahlkampf (Kapitel 6 – Instrumente im Wahlkampf), Konstanz und München, S. 126-153

Zusatzliteratur für Sitzungsgestaltung:

Bär, Dominik, Pröllochs, Nicolas & Feuerriegel, Stefan (2025): The Role of Social Media Ads for Election Outcomes. Evidence from the 2021 German Election, in: PNAS Nexus, Nr. 4(3), S. 1-14

Greiner, Ramona (2023): Moderner Wahlkampf. Ihr Werkzeugkoffer für agile Kampagnen und starke politische Kommunikation (Kapitel 6 – Digitaler Wahlkampf), Wiesbaden, S. 178-245

Themengruppe für Sitzungsgestaltung:

NN

15.25 Uhr bis 16.35 Uhr
(70 Min.)

TikTok, Influencer-Collabs, Messenger-Mobilisierung und KI
Wahlkampf im Innovationsmodus

Inhalte der Sitzung:

Aktuelle Innovationen in Wahlkämpfen – von KI-Tools über Short-Form-Video bis zu Influencer-Collabs und Messenger-Mobilisierung. Diskussion ihrer strategischen Einsatzmöglichkeiten in unterschiedlichen Kampagnenphasen. Bewertung von Chancen und Risiken neuer Technologien sowie ihrer Wirkung auf politische Meinungsbildung. Ableitung praktischer Handlungsoptionen für Wahlkampfteams im Umgang mit Trends und Innovationen.

Leitfragen:

- Welche neuen Wahlkampfinstrumente prägen aktuell politische Kampagnen? Welche Ziele können damit besonders gut erreicht werden?
- Welche Rolle spielen KI-Tools, Short-Form-Video und Creator-Kooperationen für Reichweite, Relevanz und Engagement?
- Wie entscheiden Kampagnenteams sinnvoller Weise, welche digitalen Innovationen wirklich zu ihren Zielgruppen, Ressourcen und Kompetenzen passen? Was sind Risiken, wenn Parteien Trends unreflektiert imitieren?
- Wie lässt sich die Wirkung digitaler Maßnahmen messen und optimieren? Welche Daten, Tests und Indikatoren geben Hinweise auf tatsächliche Mobilisierung statt nur auf Aufmerksamkeit oder Klicks?

- Wie können Messenger-Dienste wie WhatsApp für direkte Mobilisierung und Community-Building genutzt werden? Welche rechtlichen, organisatorischen und technischen Grenzen sind dabei zu beachten?
- Wie gehen Kampagnen mit Desinformation und KI-verstärkter Manipulation um? Welche offensiven und defensiven Strategien können Wahlkampfteams praktisch implementieren?

Pflichtliteratur:

Foos, Florian (2024): The Use of AI by Election Campaigns, in: LSE Public Policy Review, Nr. 3(3), S. 1-7

Jost, Pablo, Fröhlich, Paulina & Weiser, Melanie (2025): POV Wahlkampf. Eine Analyse politischer Kurzvideos auf TikTok und Instagram im Bundestagswahlkampf 2025, Bertelsmann Stiftung & Das Progressive Zentrum [Hrsg.], Berlin

Mehner, Matthias (2021): WhatsApp statt Wahlkampfstand, in: Politik & Kommunikation, <https://www.politik-kommunikation.de/politik/whatsapp-statt-wahlkampfstand>

Wurthmann, Constantin & Sältzer, Marius (2025): Der digitale Bundestagswahlkampf 2025. Erste Einblicke (Kapitel 4 – Innovationen und Neuerungen im Bundestagswahlkampf 2025. Fallbeispiele), Konrad-Adenauer-Stiftung [Hrsg.], Berlin

Zusatzliteratur für Sitzungsgestaltung:

Hagemeyer, Lennart, Wagner, Magnus & Dobler, Nadja (2025): Emotionalisiert, zugespitzt, meinungsstark: Political Influencer zwischen Journalismus und Algorithmus. Analyse politischer Influencer-Kommunikation auf Instagram und TikTok, Landesanstalt für Medien NRW [Hrsg.], Düsseldorf

Munoz, Katja (2025): Systematische Manipulation sozialer Medien im Zeitalter der KI. Eine wachsende Bedrohung für die demokratische Meinungsbildung, in: Aus Politik und Zeitgeschichte, Nr. 6-7, S. 25-30

Weiser, Melanie, Fröhlich, Paulina, Jost, Pablo & Fecher, Hannah (2025): How to sell Democracy online (fast), Bertelsmann Stiftung & Das Progressive Zentrum [Hrsg.], Berlin

Themengruppe für Sitzungsgestaltung:

NN

16.35 Uhr bis 17.00 Uhr
(25 Min.)

Seminarrückblick und Ausblick auf die Modulprüfung
Feedback- und Abschlussrunde

Inhalte der Sitzung:

Seminarabschluss mit Feedbackrunde. Vorstellung der Prüfungsaufgaben und Erläuterung des Prüfungsablaufs. Vergabe der individuellen Prüfungsszenarien sowie Hinweise zu Bewertungsmaßstäben, Zeitplanung und Vorbereitung. Raum für Rückfragen zu Seminarinhalten, Prüfungsanforderungen und organisatorischen Details. Gemeinsamer Abschluss und Verabschiedung.