

Wie verändern sich Wahlkämpfe in der Online-Welt?

Thesen zum strukturellen Wandel der politischen Kommunikation

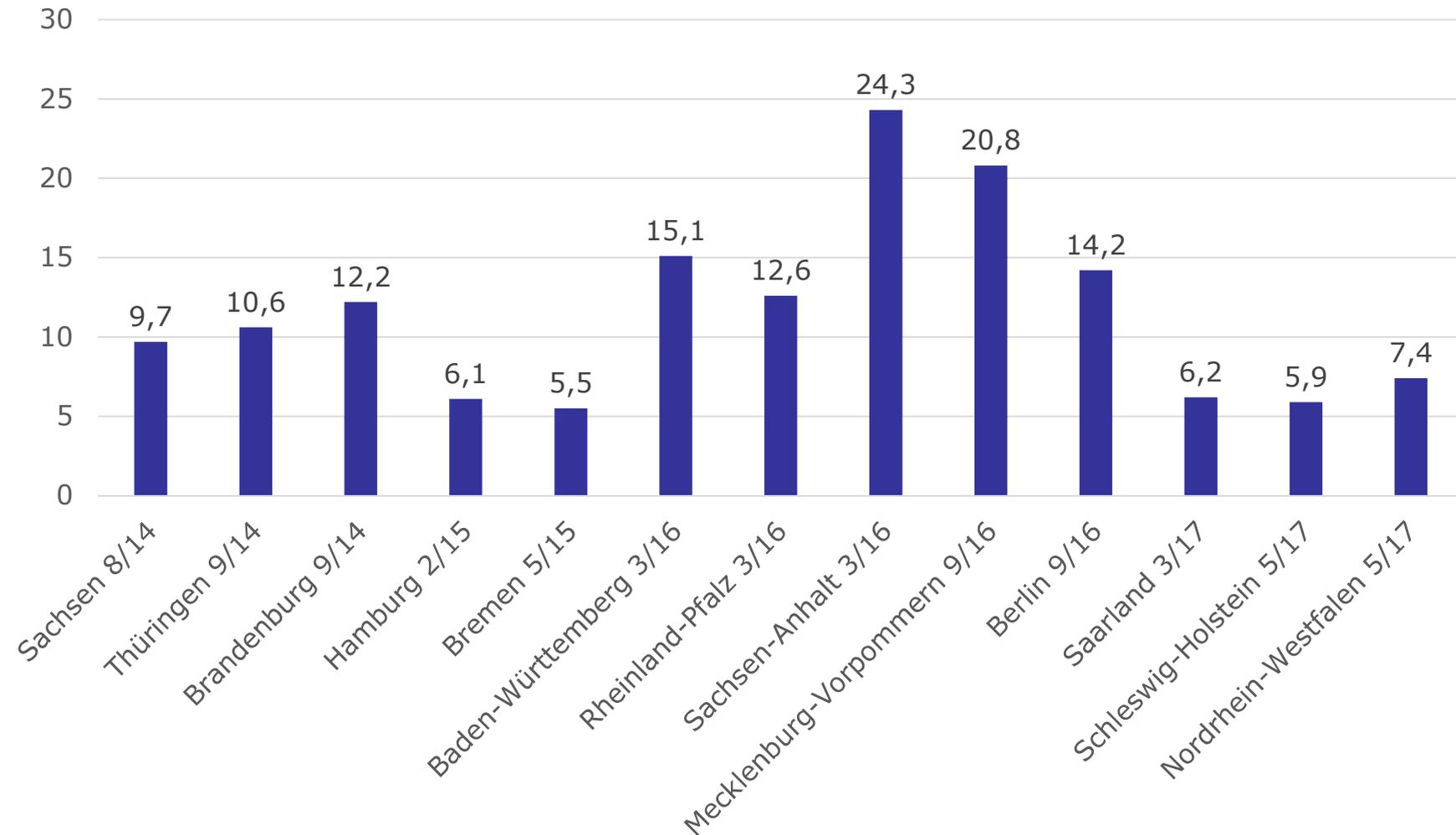
Vortrag bei den *Südwestdeutschen Medientagen 2017*

„Medien und Politik in Zeiten des Wahlkampfes“

in Neustadt am 09.06.2017

AfD: Aus dem Stand in die Parlamente

Landtagswahlergebnisse der AfD in %



Wie verändern sich Wahlkämpfe in der Online-Welt?

Online-Medien der politischen Kommunikation

Online-Medien der politischen Kommunikation



E-Mail

Online-Medien der politischen Kommunikation



Messengerdienste

Online-Medien der politischen Kommunikation



Microblogging- Dienste

Online-Medien der politischen Kommunikation



Soziale Netzmedien

Online-Medien der politischen Kommunikation



WIKIPEDIA

Wikis

Online-Medien der politischen Kommunikation



WIKIPEDIA

Suchmaschinen



Online-Medien der politischen Kommunikation



WIKIPEDIA

Google

Wahl-O-Mat®

Datenbankangebote

Online-Medien der politischen Kommunikation



WIKIPEDIA

Online- Tageszeitungen

Google

Wahl-O-Mat®

Süddeutsche Zeitung
SZ.de Zeitung Magazin

Online-Medien der politischen Kommunikation



WIKIPEDIA

Online- Zeitschriften

Google

Wahl-O-Mat®

Süddeutsche Zeitung
SZ.de Zeitung Magazin

SPIEGEL ONLINE

Online-Medien der politischen Kommunikation



WIKIPEDIA

Google

Wahl-O-Mat®

Süddeutsche Zeitung
SZ.de Zeitung Magazin



SPIEGEL ONLINE

Online-Medien der politischen Kommunikation



WIKIPEDIA



Websites etablierter Organisationen

Süddeutsche Zeitung
SZ.de Zeitung Magazin



Online-Medien der politischen Kommunikation



WIKIPEDIA

Google

Wahl-O-Mat®

Websites nicht-etablierter Organisationen

Süddeutsche Zeitung
SZ.de Zeitung Magazin



CDU



SPIEGEL ONLINE

Online-Medien der politischen Kommunikation



WIKIPEDIA

Intranets



CDU



SPIEGEL ONLINE

Süddeutsche Zeitung
SZ.de Zeitung Magazin

Online-Medien der politischen Kommunikation



WIKIPEDIA



Dienstleister für Personal und Weiterbildung



Phänomene | Leitfrage | **Online-Medien** | Struktureller Wandel
| Politische Folgen | Fazit



Online-Medien der politischen Kommunikation



WIKIPEDIA

Google

Wahl-O-Mat®

campact!
DEMOKRATIE IN AKTION **de**

Kampagnen- Websites

politik &
kommunikation



CDU



SPIEGEL ONLINE

Süddeutsche Zeitung
SZ.de Zeitung Magazin

Heinrich Heine
HEINRICH HEINE
UNIVERSITÄT DÜSSELDORF

Phänomene | Leitfrage | **Online-Medien** | Struktureller Wandel
| Politische Folgen | Fazit

fgpk.de

Online-Medien der politischen Kommunikation



ruhrbarone

campact!
DEMOKRATIE IN AKTION de

politik &
kommunikation

Politische Blogs



WIKIPEDIA

Google

Wahl-O-Mat®



CDU



SPIEGEL ONLINE

Süddeutsche Zeitung
SZ.de Zeitung Magazin

Heinrich Heine
UNIVERSITÄT DÜSSELDORF

Phänomene | Leitfrage | **Online-Medien** | Struktureller Wandel
| Politische Folgen | Fazit

fgpk.de

Online-Medien der politischen Kommunikation



POWER OF POLITICS

ruhrbarone

campact!
DEMOKRATIE IN AKTION de

politik &
kommunikation

Online-Spiele mit Politikbezug



WIKIPEDIA

Google

Wahl-O-Mat®



CDU



SPIEGEL ONLINE

Süddeutsche Zeitung
SZ.de Zeitung Magazin

Heinrich Heine
UNIVERSITÄT DÜSSELDORF

Phänomene | Leitfrage | **Online-Medien** | Struktureller Wandel
| Politische Folgen | Fazit

fgpk.de

Online-Medien der politischen Kommunikation



WIKIPEDIA



Newsletter von Think Tanks



Online-Medien der politischen Kommunikation



Datenarchive



Online-Medien der politischen Kommunikation



iCloud

...



WIKIPEDIA



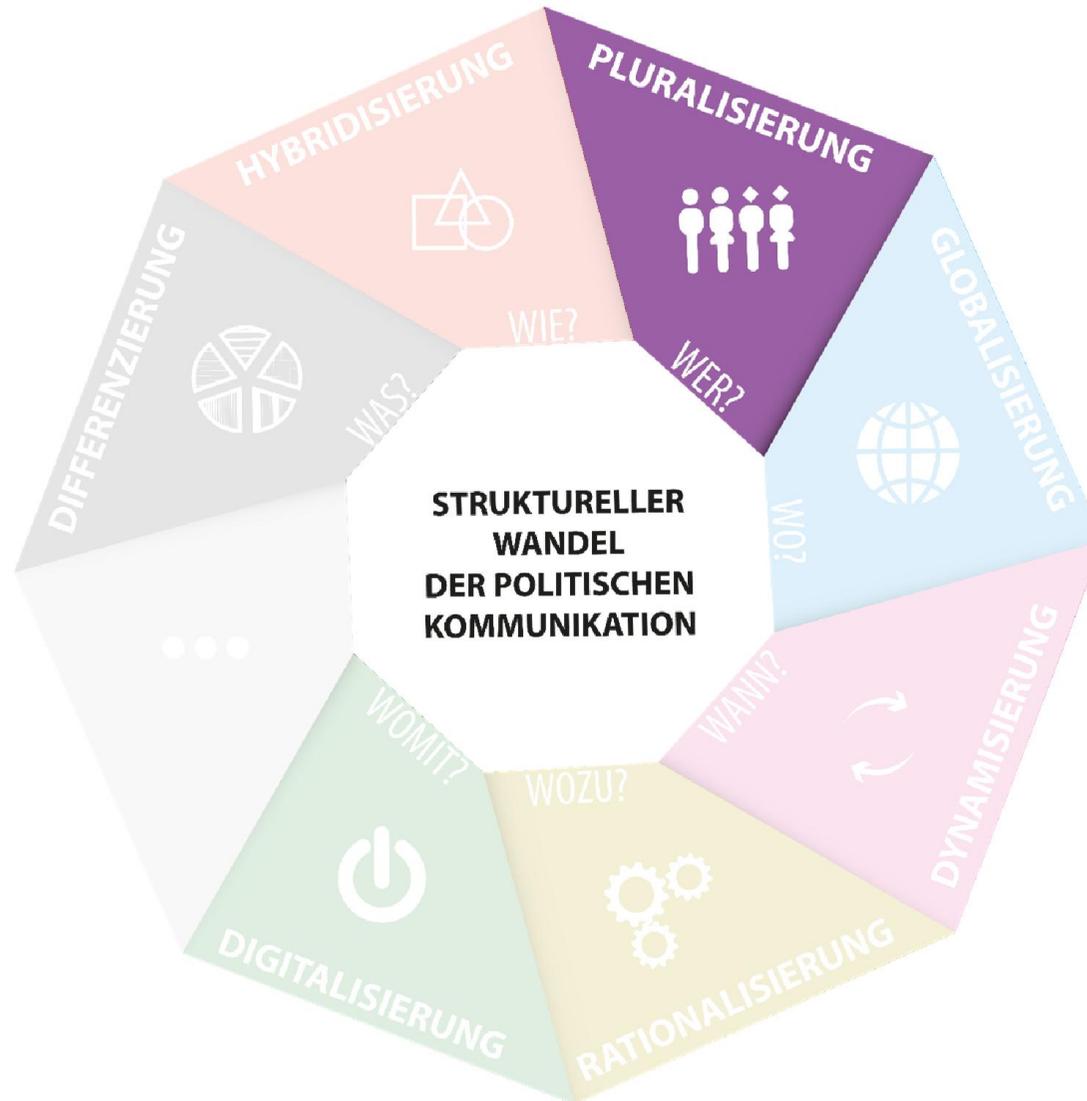
... und weitere Online-Medien



Tendenzen im Überblick



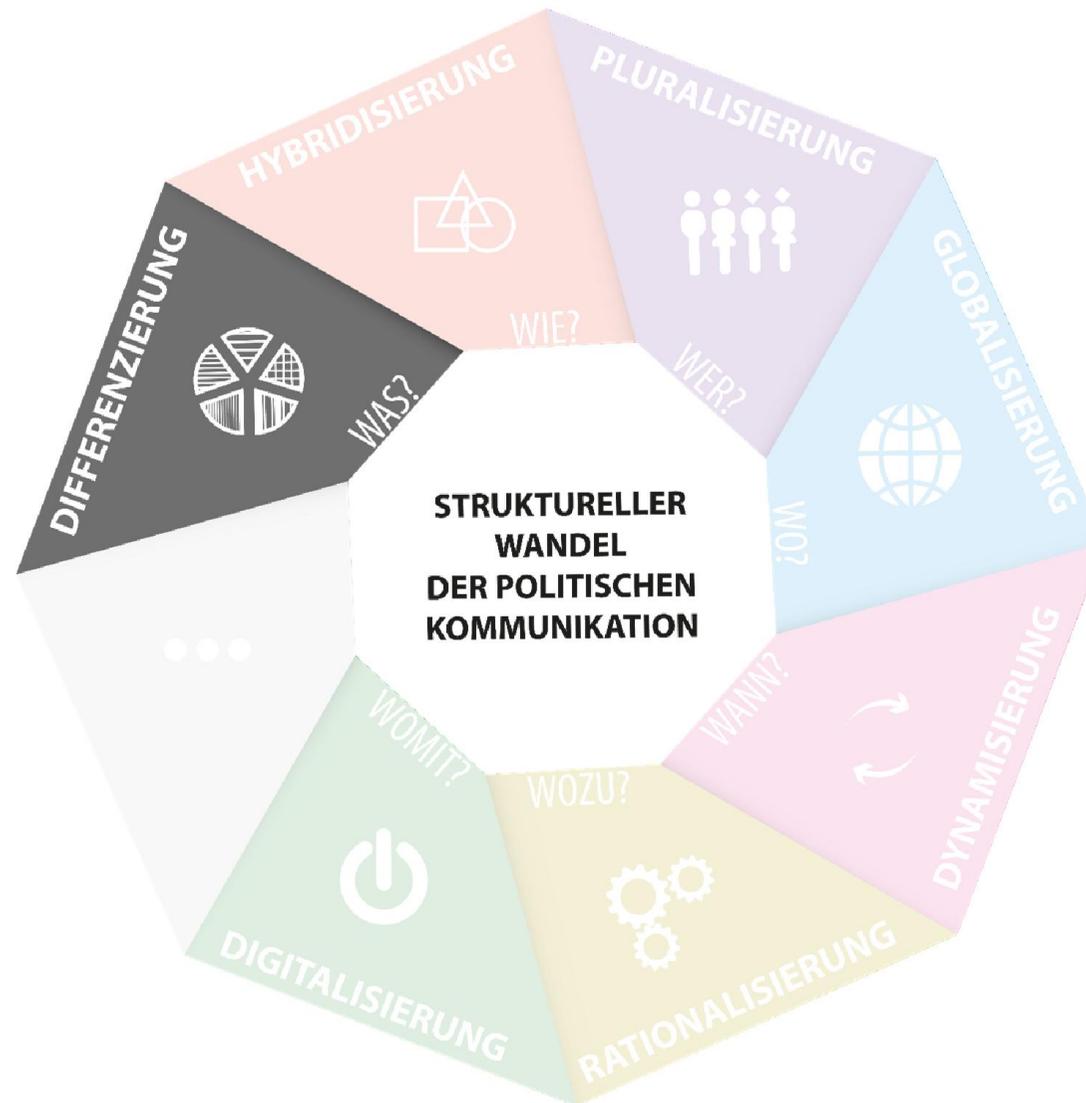
Wer kommuniziert mit wem? Pluralisierung der Akteure der Wahlkampfkommunikation



Wer kommuniziert mit wem? Pluralisierung der Akteure der Wahlkampfkommunikation

Wahlkämpfe werden pluraler: Die **Akteurskonstellationen** sind **unübersichtlich** geworden. Denn es beteiligen sich **mehr und stärker unterschiedliche Akteure**:
Bürgerinnen und Bürger unterschiedlicher Couleur, parteiunabhängige Organisationen, Gruppen innerhalb der Parteien, unabhängige Plattformen, Einzelkandidaten, Staaten, Bots. Daraus ergeben sich **heterogene und flexible Kommunikationsnetze**.

Was wird kommuniziert? Differenzierung der Inhalte der Wahlkampfkommunikation



Was wird kommuniziert?

Differenzierung der Inhalte der Wahlkampfkommunikation

Wahlkämpfe werden inhaltlich differenzierter: Die Wählerinnen und Wähler erwarten **individuell auf sie zugeschnittene Botschaften**. Dabei erweitert sich das **Spektrum der Themen und Positionen**. Und auch die **Umgangsformen** divergieren stärker als früher – die Auseinandersetzung wird rauer.

Wo wird kommuniziert? Globalisierung der Räume der Wahlkampfkommunikation



Wo wird kommuniziert?

Globalisierung der Räume der Wahlkampfkommunikation

Wahlkämpfe werden globaler: In den jüngsten Wahlkampagnen zeigt sich deutlich, wie sehr die **nationalen staatlichen Grenzen** mittlerweile durch Kommunikationsströme **überwölbt** werden und wie sehr sich der **Horizont des Kommunizierens erweitert** hat.

Wann wird kommuniziert? Dynamisierung der Prozesse der Wahlkampfkommunikation



Wann wird kommuniziert? Dynamisierung der Prozesse der Wahlkampfkommunikation

Wahlkämpfe werden dynamischer: **Wähler** sind weniger gebunden, darum verändern sich ihre Stimmungen und Präferenzen öfter und schneller. **Parteien und Kandidaten** wechseln häufiger die Themen und Positionen. Das Risiko unvorhergesehener **Ereignisse** wächst. Wahlkämpfe werden **verdichtet** – Lücken ausgefüllt, Pausen vermieden. „Das ist der Rhythmus, wo jeder mit muss!“ (Lindenberg 1976).

Wie wird kommuniziert?

Hybridisierung der Modi der Wahlkampfkommunikation



Wie wird kommuniziert? Hybridisierung der Modi der Wahlkampfkommunikation

In Wahlkämpfen bildet sich ein Modus heraus, in dem **massenmediale, gruppeninterne und interpersonale Kommunikation** verwoben sind. In diesem **Hybrid-Modus** kommunizieren die Menschen – und darauf müssen sich Kampagnenplaner einstellen. Dadurch werden die **sozialen Netzmedien** zum **neuen Nadelöhr**, das politische Botschaften passieren müssen.

Wozu wird kommuniziert? Rationalisierung der Wahlkampfkommunikation



Wozu wird kommuniziert? Rationalisierung der Wahlkampfkommunikation

Wahlkämpfe werden effizienter: Es wachsen die Möglichkeiten, die **Wirkungen** der Kommunikationsaktivität zu **messen** und daraus Schlussfolgerungen zu ziehen. Dadurch kann das **Verhältnis von Aufwand und Ertrag optimiert** werden und Kommunikation kontrolliert werden.

Das bedeutet nicht, dass Wahlkämpfe heute mehr als früher den **Erwartungen an eine deliberative Öffentlichkeit** entsprechen.

Womit wird kommuniziert? Digitalisierung der Techniken der Wahlkampfkommunikation



Womit wird kommuniziert?

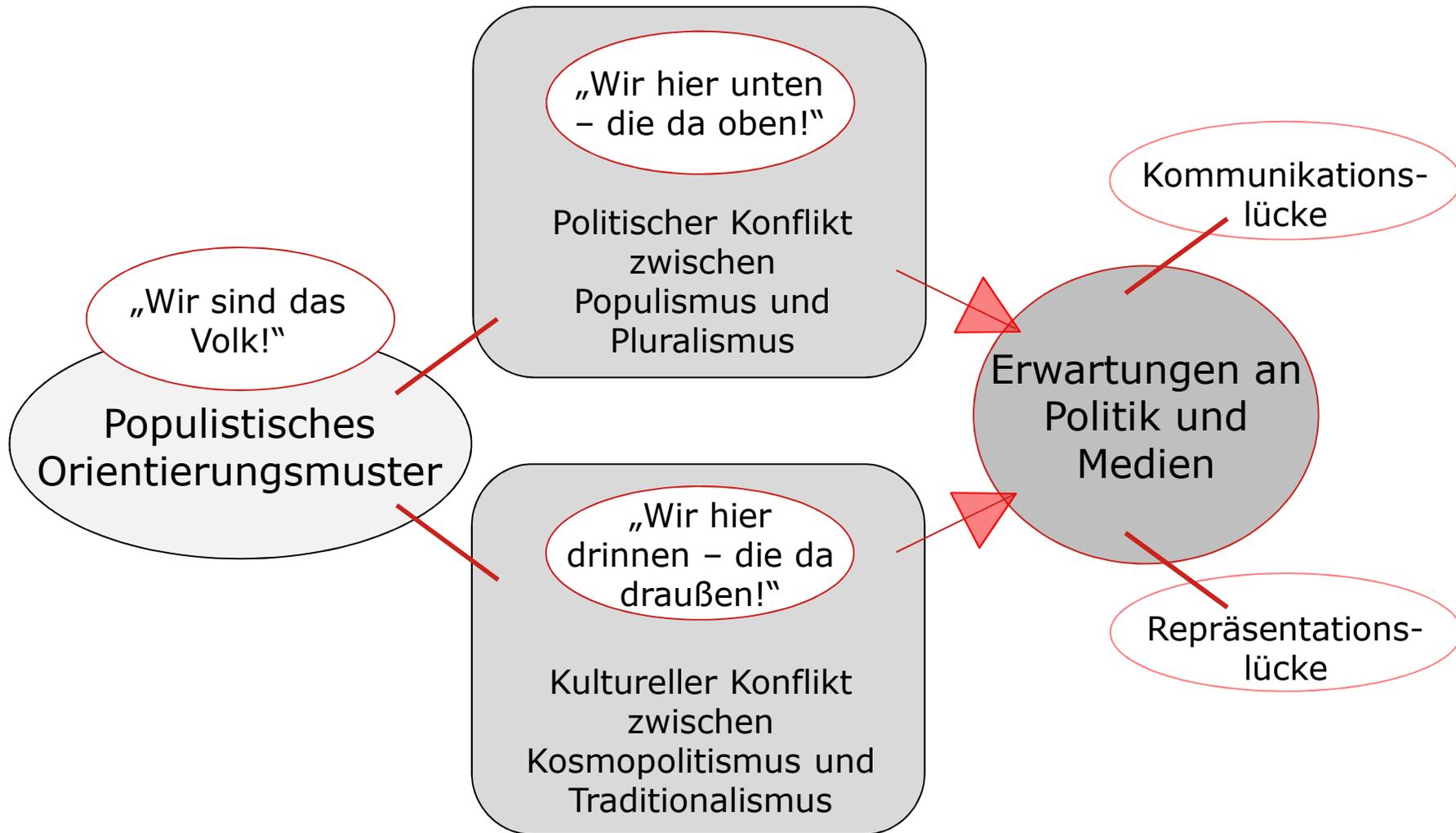
Digitalisierung der Techniken der Wahlkampfkommunikation

Wahlkämpfe werden digitaler: Mit den sozialen Netzmedien werden **digital basierte Informations- und Kommunikationstechniken allgegenwärtig**. Auch Wahlkampfkommunikation ist zunehmend digital kodiert und lässt sich deshalb **computerisieren, vernetzen und algorithmisieren**.

Tendenzen im Überblick



Politische Folgen des Wandels politischer Kommunikation



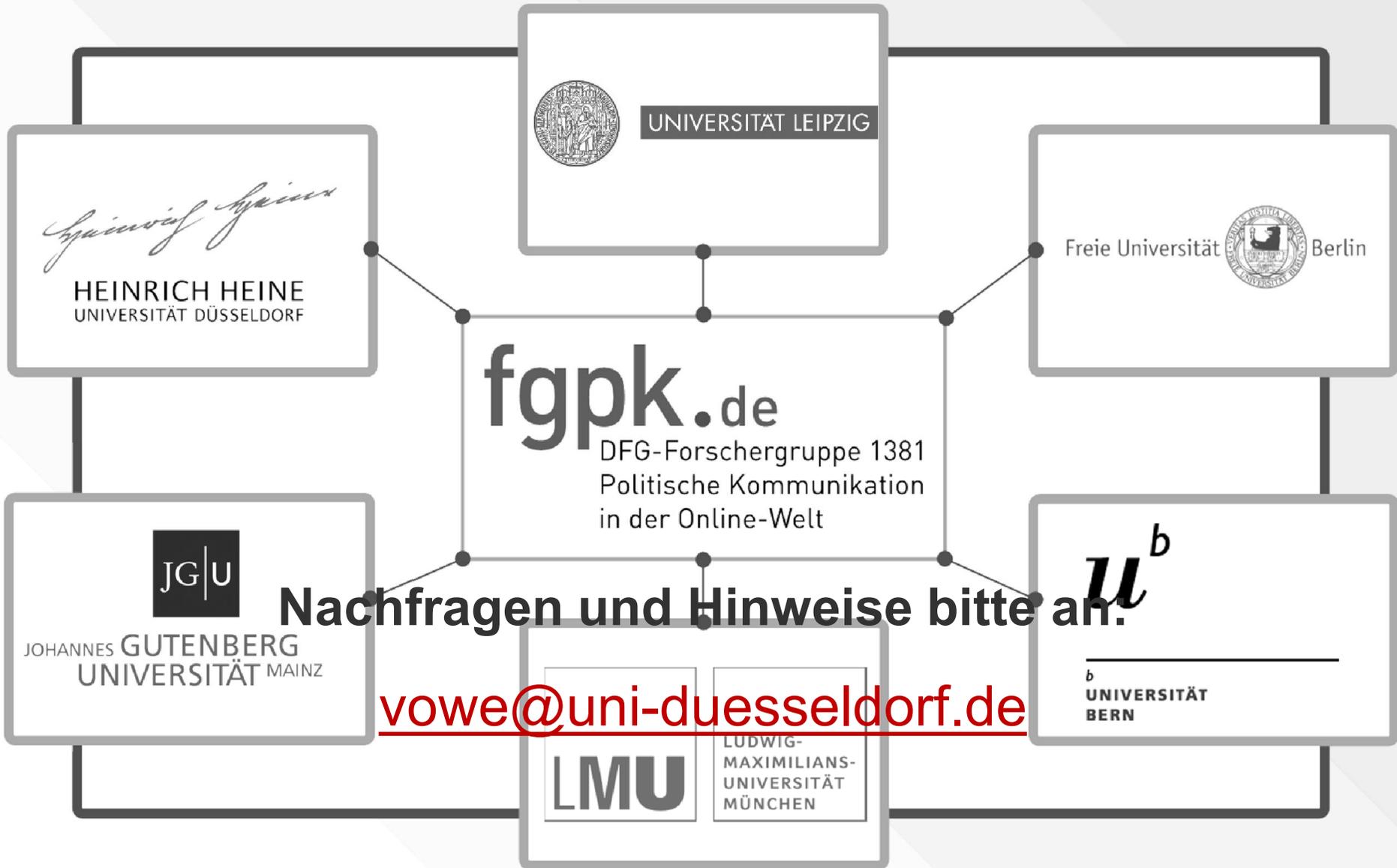
Wahlerfolge durch soziale Netzmedien

Kommunikation über soziale Netzmedien: notwendige, aber nicht hinreichende Bedingung für die Wahlerfolge der AfD

- Organisationsfunktion
- Informationsfunktion
- Publikationsfunktion
- Konfirmationsfunktion.

Wie verändern sich Wahlkämpfe in der Online-Welt?

- **Struktureller Wandel der Kommunikation:**
Wahlkämpfe werden pluraler, differenzierter, digitaler, globaler, hybrider, dynamischer und effizienter.
- **Politische Folgen:**
Struktureller Wandel der Wahlkampfkommunikation ist notwendige, aber nicht hinreichende Bedingung für den Aufstieg der AfD. Es verändern sich die Wahlentscheidungen und damit die Parteienkonstellation und das Entscheidungsgefüge.



Nachfragen und Hinweise bitte an:

vowe@uni-duesseldorf.de