

Mag. Stefan Lehrner MA

Campaigning 2.0 – Wie Parteien Social Media im Wahlkampf nützen

In modernen Demokratien sind Wahlen stets besondere Ereignisse, strukturieren sie doch die politische Debatte, erlauben den Wählerinnen und Wählern ihre Repräsentantinnen und Repräsentanten auszuwählen, verteilen politische Macht und beeinflussen damit die zukünftige Politik. Der Aufmerksamkeitswettbewerb verselbständigt sich mehr und mehr gegenüber dem politischen Entscheidungshandeln. Politische Kommunikation mutiert zu „einem zentralen strategischen Spiel“ (Münch 1995: 83) und fordert aktive Persuasionsarbeit von den an den Wahlen teilnehmenden Parteien. Diese Überzeugungsarbeit – folgt man Praprotnik (Praprotnik et al, 2019) - wird immer häufiger in die Sozialen Medien verlagert: In Ihrem Aufsatz „Soziale Medien als politischer Informationskanal“ haben Praprotnik et al. gezeigt, dass gerade die Nutzerinnen und Nutzer von politischen Informationen in sozialen Netzwerken eher wenig Vertrauen in traditionell Medien haben. Praprotnik (Praprotnik et al., 2019) und Sartori (1997, S. 122) sind der Meinung, dass Wahlen jener Moment sind, in dem die Wähler tatsächlich regieren. Wahlen sind somit geeignet die politische Geschichte eines Landes zu gestalten. Das gilt besonders für Wahlen auf nationaler Ebene, wie es in Österreich zum Beispiel die Nationalratswahlen sind. Den Nationalratswahlen 2019 wird hierbei eine außergewöhnliche Stellung in der Geschichte der Nationalratswahlen zuteil, sind sie doch die Ersten, die mit einem Misstrauensantrag eingeleitet wurden.

Diese Dissertation beschäftigt sich am Beispiel der Nationalratswahlen 2019 mit der Frage „Wie Parteien soziale Medien im Wahlkampf nützen?“ Um diese Frage beantworten zu können, soll nun untersucht werden, wie die Parteien bzw. deren Spitzenkandidatinnen oder Spitzenkandidaten Web 2.0 für die Kommunikation mit den Wählerinnen und Wählern verwenden. Der Untersuchungszeitraum ist von Anfang August 2019 bis zum 29. September 2019. Untersucht werden Postings, Videos und Tweets auf Twitter, Instagram und Facebook sowie die A1 Plakatierung in Wien von allen Parteien die in der Legislaturperiode 26 im Nationalrat vertreten waren, sowie „Die Grünen“.