

Wahlkampfkommunikation

(Kaum) Veränderungen im digitalen Zeitalter?



Ort: Hotel Grauer Bär
Universitätsstraße 5-7 | AT-6020
Innsbruck
Institut für Medien, Gesellschaft und
Kommunikation
Universität Innsbruck
Raum EG 005 / 2

Donnerstag, 27.02.2025

8.30 – 9.00 Uhr: Eintreffen und Kaffee

9.00 - 9.15 Uhr: Begrüßung durch die Organisatorinnen

9.15 - 10.30 Uhr: Keynote Prof. Dr. Cristian Vaccari (University of Edinburgh)

10.30 – 10.45 Uhr: Kaffeepause

10.45 – 12.15 Uhr: Panel I | Visual Communication and Social Media

Chair: Viorela Dan (University of Innsbruck)

1. **Leuppert**, Robin; **Weinmann**, Carina; **Spreen**, Nico; **Huber**, Henrike; **Schäfer**, Moritz: *KI-generierte Wahlplakate: Effizientes Wahlkampfmittel oder Risiko für das Parteivertrauen?*
2. **Lübke**, Simon; **Dupeire**, Pascal; **Röckert**, Martin; **Stach**, Janine; **Engelmann**, Ines: *Vote for Us, We Are Authentic! The Role of Political Authenticity in the Election Campaigns of Lead Candidates in Germany*
3. **Rothut**, Sophia; **Lexhaller**, Sophie: *The soft touch of extremism? Gendered narratives, framing, and the role of women in the far right*
4. **Reiter**, Franz; **Rußmann**, Uta: *Personalized election campaigns? The personalization strategies of Austrian parties and top candidates in the 2024 National Council election campaign on Facebook and Instagram*
5. **Bösch**, Marcus: *AfD TikTok Guerrilla: Participatory propaganda in the platform era*

12.15 – 13.15 Uhr: Mittagessen | Restaurant Himal

13.15 – 14.45 Uhr: Panel II | Frames, Trends, Desinformation & öffentliche Meinung

Chair: Ulrike Klinger (University of Amsterdam)

1. **Spreen**, Nico; **Leuppert**, Robin: *Migration als Bedrohung? Ein Experiment zur Korrektur von Fehlwahrnehmungen über Zuwanderung*
2. **Leidecker-Sandmann**, Melanie; **Geise**, Stephanie; **Jürgen**, Wilke: *Wo sind die Trends? 72 Jahre Bundestagswahlkampfberichterstattung in der deutschen Presse*
3. **Pohle**, Henriette: *Verzerrte Repräsentation? Soziale Medien und die Meinungsklimawahrnehmung von Politiker*innen*
4. **Hohner**, Julian: *Doomscrolling in eine neue Ära politischer Inhalte? Eine systematische Untersuchung der politischen Kommunikation auf TikTok.*
5. **Wöhler**, Anja; **Stehr**, Paula: *Zwischen Sterbewunsch & Lebensschutz. Eine quantitative Untersuchung strategischer und medialer Frames in Bundestagsdebatten und Printberichterstattung zur Suizidhilfe*

14.45 – 15.15 Uhr: Kaffeepause

15.15 – 16.45 Uhr: Panel III | Politische Polarisierung, Cross-Cutting & interpersonale Kommunikation

Chair: Philipp Müller (Universität Mannheim)

1. **Hayek**, Lore: „Lügner“ und „Betrüger“? 79 Jahre negative campaigning auf Wahlplakaten in Österreich
2. **Zerback**, Thomas; **Ryffel**, Quirin: Politisches Cross-Cutting und affektive Polarisierung
3. **Schindler**, Johanna; **Haim**, Mario: Kontakt mit unterschiedlichen Meinungen und Polarisierung. Eine integrierte theoretische Konzeptualisierung und agentenbasierte Simulation
4. **Hammer**, Desiree: Eine Scoping Review zu Disagreement und Heterogeneity in politischen Alltagsgesprächen
5. **Jungblut**, Marc; **Meinert**, Anea; **Balluff**, Paul: Die Wirkung verantwortungsbewusster Terrorismusberichterstattung

17.00 Uhr – 18.00 Uhr: Fachgruppensitzung

Ab 18.00 Uhr: Gemeinsames Abendessen im Restaurant Woodfire

Freitag, 28.02.2025

8.45 - 9.15 Uhr: Eintreffen und Kaffee

9.15 - 10.30 Uhr: Panel IV | Wahlkampfkommunikation und strategische Themensetzung

Chair: Franz Reiter (Universität Innsbruck)

1. **Bühling**, Kilian; **Pfetsch**, Barbara; **Heft**, Annett; **Gong**, Baoning; **Thiele**, Daniel: Brandmauer gegen rechts? Negative campaigning etablierter Parteien auf Facebook und ihr Umgang mit rechtspopulistischen Herausforderern – Ein Deutsch-Österreichischer Vergleich
2. **Arendt**, Florian: Zur Veränderung der Wirkung von Wahlkampfkommunikation im digitalen Zeitalter aus der Perspektive einer Mikro-Makro Modellierung: Implikationen für die empirische Forschungspraxis
3. **Borchers**, Nils S.: Influencer*innen als Teil des Teams? Ein systematisierendes Mapping bisheriger Formen der Integration von Influencer*innen in die Wahlkampfkommunikation
4. **Haßler**, Jörg; **Wurst**, Anna-Katharina; **Kruschinski**, Simon: Alternative mit Substanz?! Eine Analyse der Wirksamkeit der Issue Stealing-Strategie in der digitalen Wahlkampfkommunikation
5. **Geise**, Stephanie; **Tekaas**, Meike: Selfies und Statements: Welche Strategien nutzen NRW-Politikerinnen und Politiker bei ihrer Personalisierung auf Instagram?

10.30 – 11.00 Uhr Postersession: Neue Strategien, Beteiligung, Extremismus, Vertrauen und Desinformation

Parallel: Kaffeepause

1. **Lock**, Irina; **Heß**, Djamila: Wie „nahe“ ist die AfD am Volk? Themenräume der AfD im Social Media-Landtagswahlkampf in Thüringen
2. **Zeitel-Bank**, Natascha; **Bank**, Jana: Der Vergleich populistischer Sprachstrategien auf der Plattform TikTok zwischen den Präsidentschaftskandidaten Javier Milei und Sergio Massa im argentinischen Wahlkampf 2023
3. **Polic-Tögel**, Simone: Bürger:innen als Akteur:innen politischer Kommunikation?
4. **Krzistetzk**o, Leonie; **Beckmann**, Kristina: Vertrauen, Erwartungen, Kritik: Wie sieht die Politik in Deutschland den Journalismus? Ergebnisse einer quantitativen Befragung
5. **Blaß**, Julia Sophie: Daten im Kontext von Misinformation: Eine Inhaltsanalyse auf der Basis von Faktenchecks deutschsprachiger Organisationen
6. **Maurer**, Peter; **Christ**, Katharina; **Burkhard**, Dettmar: Glauben nur Gleichgesinnte? Einflussfaktoren auf die Glaubwürdigkeit von Verschwörungstheorien auf YouTube im Zuge der Corona-Pandemie

11.00 – 12.30 Uhr: Panel V | Mediennutzung und politisches Verhalten

Chair: Anne Schulz (Universität Zürich)

1. **Dohle**, Marco; **Kelm**, Ole; **Scheipers**, Lasse: *Welchen Einfluss haben Mediennutzung und Kommunikationsaktivitäten auf alltäglichen politischen Konsum? Ergebnisse einer Tagebuchstudie*
2. **Pipal**, Christian: *Politisches Agenda-Setting auf verschiedenen Social Media Plattformen*
3. **Zons**, Gregor; **Kelm**, Ole; **Poguntke**, Thomas; **Rosar**, Ulrich: *Kandidaten- oder Wahlkreismerkmale? Wie individuelle und strukturelle Faktoren die Wirkung von Social-Media-Nutzung auf den Wahlerfolg von Direktkandidaten bei der Bundestagswahl 2021 moderieren*
4. **Stegmann**, Daniel; **Stark**, Birgit; **Schneiders**, Pascal: *Angeschlossen oder abgekoppelt? Die Anbindung der Bevölkerung an die politische Öffentlichkeit*
5. **Kobilke**, Lara; **Hajek**, Katharina V.: *Von Widerstand zu Teilhabe: Ein Neudenken von Reaktanz in politischen Kampagnen*

12.30 Uhr: Lunch to Go