



Universität Hamburg
DER FORSCHUNG | DER LEHRE | DER BILDUNG

FAKULTÄT
FÜR WIRTSCHAFTS- UND
SOZIALWISSENSCHAFTEN

Universität Hamburg
Fakultät für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften
Fachbereich Sozialökonomie
M.Sc. Interdisziplinäre Public und Nonprofit Studien
Prof. Dr. Silke Boenigk

PRAKTIKUMSBERICHT



SPD-Landesverband Niedersachsen
Berichteter Tätigkeitszeitraum: 01. April 2021 – 31. Oktober 2021

Vorgelegt von
Anna Alena Kaspar
(Matrikelnummer: 6864272)

Abgabedatum: 15. Dezember 2021

Inhaltsverzeichnis

1. Partei und Organisationsstruktur	1
1.1 Die Sozialdemokratische Partei Deutschlands	1
1.2 Organisationsstruktur der SPD	1
1.3 Der Landesverband Niedersachsen	2
2. Tätigkeitsfelder und Aufgabenbereiche	3
2.1 Büro des Landesvorsitzenden Stephan Weil	3
2.2 Mitarbeit im Dialogteam	5
2.3 Arbeitsalltag und Zusammenarbeit	5
3. Reflexion	6
3.1 Tätigkeit als anwendungsorientierte Ergänzung zum Masterprogramm.....	6
3.2 Berufliche Orientierung.....	7
3.3 Praxisorientierte Fragestellungen an Wissenschaft und Forschung.....	7
Literatur.....	10

1. Partei und Organisationsstruktur

1.1 Die Sozialdemokratische Partei Deutschlands

Mit der Gründung des Allgemeinen Deutschen Arbeitervereins (ADAV) im Jahr 1863 entstand die erste eigenständige Arbeiter:innenpartei, welche zugleich den Auftakt zahlreicher sozialdemokratischer Parteien markiert (Reschke et. al, 2013, S. 15). 1869 folgte die Gründung der Sozialdemokratischen Arbeiterpartei (SADP), die sich mit dem ADAV 1875 zur Sozialistischen Arbeiterpartei Deutschlands (SAP) zusammenschloss. 1890 benannte sich die Partei in die Sozialdemokratische Partei Deutschlands (SPD) um und trägt seitdem ihren heutigen Namen.

Die Französische Revolution im Jahr 1848 übte starken Einfluss auf die Arbeiter:innenbewegung in Deutschland aus. Nicht zufällig waren es die Werte Freiheit, Gleichheit und Brüderlichkeit, die das Traditionsbanner der SPD – die alte Fahne des ADAV – zierten. Aus ihnen gingen die späteren und bis heute geltenden Grundwerte der Sozialdemokratie hervor: Freiheit, Gerechtigkeit und Solidarität.

Es fällt schwer, eine kurze, prägnante und möglichst praxisnahe Formulierung der Ziele der heutigen SPD – ausgehend von eben jenen Grundwerten – zu formulieren. Abstrakt formuliert kann jedoch festgehalten werden, dass es der SPD damals wie heute darum ging, „neben den rechtlichen auch die materiellen Voraussetzungen der Freiheit, neben der Gleichheit des Rechts auch die Gleichheit der Teilhabe und der Lebenschancen, also soziale Gerechtigkeit, zu erkämpfen“ (SPD-Parteivorstand, 2007, S. 15). Weiter heißt es im Hamburger Grundsatzprogramm von 2007, dass die Sozialdemokratie „eine Ordnung von Wirtschaft, Staat und Gesellschaft, in der die bürgerlichen, politischen, sozialen und wirtschaftlichen Grundrechte für alle Menschen garantiert sind“ verlange, um „alle[n] Menschen ein Leben ohne Ausbeutung, Unterdrückung und Gewalt, also in sozialer und menschlicher Sicherheit“ zu ermöglichen (SPD-Parteivorstand, 2007, S. 16).

1.2 Organisationsstruktur der SPD

Die rund 400.000 Mitglieder der SPD sind auf unterster Ebene in ca. 12.500 Ortsvereinen organisiert. Die Zugehörigkeit zum Ortsverein wird durch den Wohnort des Mitglieds bestimmt

(Organisationsstatut der SPD, 2019, § 2, Abs. 5). Die nächsthöhere Ebene bilden die Unterbezirke, die in der Regel dem Zuschnitt der kommunalen Gebietskörperschaft entsprechen. In kreisfreien Städten entspricht der SPD-Unterbezirk meist dem Zuschnitt des Stadtgebietes, in Landkreisen hingegen dem der kreisangehörigen Gemeinden. Die Unterbezirke sind in Bezirken organisiert, wobei die Bezirke – mit zwei Ausnahmen – der Gebietskörperschaft der Bundesländer entsprechen und daher Landesverbände heißen. In der SPD existieren 20 Bezirke und 16 Landesverbände, da der Landesverband Niedersachsen vier Bezirke und der Landesverband Hessen zwei Bezirke umfasst.

1.3 Der Landesverband Niedersachsen

Der Landesverband Niedersachsen ist einer der 16 Landesverbände der SPD und umfasst vier Bezirke: Braunschweig, Hannover, Nord-Niedersachsen und Weser-Ems. Die Organe des Landesverbandes sind der Landesparteitag, der Landesparteirat sowie der Landesvorstand (Satzung und Wahlordnung des SPD-Landesverbandes Niedersachsen, 2021, § 3). Der Landesparteitag stellt das oberste Organ des Landesverbandes da. Dieser setzt sich aus den in den Bezirken gewählten 200 Delegierten und den Landesvorstandsmitgliedern zusammen (Satzung und Wahlordnung des SPD-Landesverbandes Niedersachsen, 2021, § 4, Abs. 2). Auf ihm wird über inhaltliche Anträge beraten und entschieden sowie die Wahl des Landesvorstands durchgeführt. Der Landesparteirat ist hingegen für alle politischen und organisatorischen Fragen zuständig und setzt sich aus stimmberechtigten, das heißt delegierten und beratenden Mitglieder zusammen (Satzung und Wahlordnung des SPD-Landesverbandes Niedersachsen, 2021, § 8, Abs. 1 und 2). Der Landesvorstand hat die Aufgabe der satzungsgemäßen Leitung des Landesverbandes (Satzung und Wahlordnung des SPD-Landesverbandes Niedersachsen, 2021, § 6, Abs. 4a) sowie Vertretung und Koordinierung der politischen und organisatorischen Tätigkeiten der SPD in Niedersachsen (Satzung und Wahlordnung des SPD-Landesverbandes Niedersachsen, 2021, § 6, Abs. 4b). Dazu gehört die Wahrnehmung der landespolitischen Aufgaben der SPD in Niedersachsen sowie die Zusammenarbeit mit den sozialdemokratischen Kommunalvertretungen, Bürgermeister:innen, Oberbürgermeister:innen und Landrät:innen (Satzung und Wahlordnung des SPD-Landesverbandes Niedersachsen, 2021, § 2, Abs. 2). Der Landesvorstand wird aktuell durch den Landesvorsitzenden Stephan Weil, seinen fünf Stellvertreter:innen, die Generalsekretärin Hanna Naber, den Schatzmeister Uli Watermann, die Beisitzer:innen und den Landesgeschäftsführer Axel Rienhoff sowie die Stellvertretende Landesgeschäftsführerin

Beata Krahl vertreten (vgl. Satzung und Wahlordnung des SPD-Landesverbandes Niedersachsen, 2021, §6, Abs. 1 und SPD-Landesverband Niedersachsen 2021).

Der Landesverband hat seinen Sitz in Hannover (Satzung und Wahlordnung des SPD-Landesverbandes Niedersachsen, 2021, § 1, Abs. 2) und ist durch die Landesgeschäftsstelle im Kurt-Schumacher-Haus in der Odeonstr. 15/16 in 30159 Hannover vertreten. Das Team des Landesverbandes gliedert sich in die Bereiche Geschäftsführung, Vorstandssekretariat und Gremienarbeit, Landesbüro, Büro des Landesvorsitzenden, Pressestelle und Online-Kommunikation, Veranstaltungsorganisation, politische Bildung, Arbeitsgemeinschaft der Jungsozialist:innen in der SPD (Jusos), Sozialdemokratische Gemeinschaft für Kommunalpolitik im Bund (SGK) und das Kampagnen-Team für den kommenden Landtagswahlkampf 2022. Letzteres wird neben den bereits erwähnten Bereichen durch die Bereiche Strategie und Programm, Analyse und Forschung, Einkauf- und Mediaplanung sowie die Kandidierenden-Betreuung ergänzt.

2. Tätigkeitsfelder und Aufgabenbereiche

Meine Tätigkeitsfelder beim SPD-Landesverband Niedersachsen waren in zwei Aufgabenbereiche gegliedert. Von April bis September 2021 arbeitete ich im Büro des Landesvorsitzenden Stephan Weil, seit September 2021 koordiniere ich das Dialogteam und bin für die Bürger:innenkommunikation im kommenden Landtagswahlkampf 2022 mitverantwortlich. Im Folgenden sind daher beide Tätigkeitsbereiche getrennt voneinander beschrieben.

2.1 Büro des Landesvorsitzenden Stephan Weil

Im Büro des Landesvorsitzenden Stephan Weil, der zugleich das Amt des niedersächsischen Ministerpräsidenten bekleidet und Mitglied des niedersächsischen Landtages ist, arbeitete ich mit dem Büroleiter sowie den Kolleg:innen aus dem Wahlkreisbüro zusammen. Meine Aufgaben umfassten hauptsächlich die Terminvorbereitung und -begleitung sowie die Online-Kommunikation. Die Terminvorbereitung beinhaltet das Zusammentragen relevanter Informationen für die Termine, welche Stephan Weil in seiner Funktion als SPD-Landesvorsitzender wahrnimmt. Auf inhaltlicher Ebene ist dies beispielsweise die Recherche von politischen Problematiken vor Ort – organisatorisch sind hingegen zum Beispiel ausreichende Parkmöglichkeiten für das Sicherheitspersonal sicherzustellen. Die Terminvorbereitung ist durch eine enge

Zusammenarbeit mit den SPD-Mitgliedern vor Ort geprägt, welche sowohl Terminvorschläge als auch Terminablaufpläne entwerfen und mit dem Büro des Landesvorsitzenden diesbezüglich Rücksprache halten. Während der Terminbegleitung achtete ich auf die zeitliche Einhaltung der jeweiligen Termine oder disponierte diese bei eventuellen Verspätungen oder Ähnlichem um. Insbesondere die Zusammenarbeit mit den politischen Vertreter:innen, beispielsweise den Landtags- oder/und Bundestagsabgeordneten der jeweils besuchten Wahlkreise, war bei der Terminbegleitung wichtig. Denn diese sind vor Ort sehr gut vernetzt und können daher meist problemlos auf etwaige Termenschwierigkeiten reagieren. Auch war ich während der Termine Ansprechperson für Pressevertreter:innen und fertigte Bild-, Video- und/oder Tonmaterial für die weitere Verwendung auf Social-Media-Kanälen an.

Neben der eben beschriebenen Terminvorbereitung und -begleitung war ein großer Teil meines Aufgabenbereiches die Online-Kommunikation. Stephan Weil verfügt über diverse Social-Media-Kanäle, die von seinem Büro betreut werden. Einen neuen Instagram-Account launchten wir im Mai dieses Jahres – zum Landesparteitag der niedersächsischen SPD. Sowohl bei Instagram als auch bei Facebook verantworteten wir das Community-Management, welches zum Beispiel die Durchsetzung der Diskussionsregeln (Netiquette) unter Beiträgen beinhaltete. Darüber hinaus ist das Beantworten von Bürger:innenanfragen fester Bestandteil der Bürger:innenkommunikation. Insbesondere die Corona-Pandemie hat auf diversen Social-Media-Kanälen, als auch auf klassischen Kommunikationswegen wie E-Mail, Brief, Telefon oder Fax, zu einem enormen Anstieg der täglichen Anfragen geführt. Viele Bürger:innen wandten sich mit ihren Sorgen und Nöten an Stephan Weil oder äußerten Fragen zu den aktuellen Corona-Verordnungen des Landes Niedersachsen. Selbstverständlich sind bei uns auch Anfragen zu anderen politischen Themen eingegangen, so zum Beispiel auch über Abgeordnetenwatch – eine Internetplattform, die die Möglichkeit bietet, Abgeordnete öffentlich zu befragen.

Über die eben beschriebenen Aufgaben hinaus, fielen auch unregelmäßig andere Tätigkeiten an, wie beispielsweise die Transkription der Rede von Stephan Weil für den niedersächsischen Landesparteitag. Die Besonderheit an dem Zeitpunkt meiner Mitarbeit im Büro des Landesvorsitzenden war der Bundestags- und Kommunalwahlkampf. Im Rahmen dessen begleiteten wir Stephan Weil selbstverständlich ebenfalls zu Wahlkampfveranstaltungen. So fiel auch ein Termin mit dem damaligen Bundeskanzlerkandidaten (und heutigem Bundeskanzler) Olaf Scholz

in Hannover an. Die Veranstaltungsplanung sowie -organisation verantworteten wir in Zusammenarbeit mit dem SPD-Unterbezirk Region Hannover.

2.2 Mitarbeit im Dialogteam

Nach der erfolgreichen Bundestagswahl in diesem Jahr wechselte ich den Aufgabenbereich und bin seither für die Koordinierung des Dialogteams verantwortlich. Das Dialogteam ist Teil des Kampagnen-Teams für den kommenden Landtagswahlkampf 2022 und ist im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit angesiedelt. Zu meinen Aufgaben gehören in erster Linie die Bürger:innenkommunikation via Social-Media, Mail, Brief, Telefon und Fax. Täglich erreichen den Landesverband viele Bürger:innenanfragen zu diversen politischen Bereichen. Um diese adäquat zu beantworten, ist oftmals eine ausführliche Recherche notwendig. Auch die Zusammenarbeit mit der SPD-Landtagsfraktion sowie der Pressestelle des Landesverbandes ist unabdingbar. Von Anfang September bis Ende November habe ich darüber hinaus in den Bereichen Online-Kommunikation und Community-Management unterstützt. Ich war unter anderem für die Erstellung von Social-Media-Content verantwortlich, wie beispielsweise einer Instagram-Strecke, bei der alle Bundestagsabgeordneten aus Niedersachsen vorgestellt werden. Dies beinhaltete sowohl die Zusammenarbeit mit einer Grafikagentur, um die Bilder der Abgeordneten einheitlich zu designen, als auch die mit den Büros der Bundestagsabgeordneten, um ausgewählte Zitate zu überarbeiten und am Ende eine Freigabe zu erhalten. Neben diesen Aufgaben ist ein weiterer Teil meiner Arbeit das Community-Management. Dabei ist es wichtig, dass unter den Beiträgen eine adäquate Interaktion sichergestellt wird. Regelmäßig findet auch die Facebook-Veranstaltung „Auf ein Wort mit...“ statt, bei der Bürger:innen ihre Fragen live den jeweiligen Politiker:innen stellen können. Da erfahrungsgemäß, aus Zeitgründen, nie alle Fragen bearbeitet werden können, ist es auch nach der Veranstaltung erforderlich, die übrigen Fragen in den Kommentaren zu beantworten. Während meiner Tätigkeit im Dialogteam arbeitete ich ebenfalls neue Kolleg:innen in die eben beschriebenen Stellenbereiche ein.

2.3 Arbeitsalltag und Zusammenarbeit

Ein klassischer Arbeitsalltag lässt sich weder für die Mitarbeit im Büro des Landesvorsitzenden noch für die Mitarbeit im Dialogteam beschreiben. Da der Politikbetrieb äußerst dynamisch und schwer vorhersehbar oder planbar ist, waren meine Arbeitstage stets abwechslungsreich.

Im Büro des Landesvorsitzenden war die Zusammenarbeit, neben der mit dem Büroleiter sowie dem Wahlkreisbüro, allerdings durch eine Besonderheit geprägt. Da Stephan Weil gleichzeitig das Amt des niedersächsischen Ministerpräsidenten bekleidet, war die Zusammenarbeit mit der niedersächsischen Staatskanzlei sowie den Sicherheitsbehörden unabdingbar. Dabei war für mich besonders die strikte Trennung zwischen der SPD als Partei und den durch Steuergelder finanzierten Institutionen wie die niedersächsische Staatskanzlei oder Ministerien lehrreich. So besitzt Stephan Weil jeweils einen Instagram- als auch Facebook-Account in seiner Funktion als Landesvorsitzender sowie in seiner Funktion als Ministerpräsident. Auch werden die Termine, die er als Ministerpräsident wahrnimmt, ausschließlich von den Kolleg:innen aus der Staatskanzlei begleitet, wohingegen die Termine, welche er als Landesvorsitzender wahrnimmt, ausschließlich von seinem Büro als Landesvorsitzender und Wahlkreisbüro begleitet werden.

Während meiner Mitarbeit im Dialogteam bestand eine enge Zusammenarbeit mit dem Geschäftsführer, der Stellvertretenden Geschäftsführerin und insbesondere mit den Kolleg:innen aus dem Bereich der Öffentlichkeitsarbeit. Gemeinsam stimmten wir uns über die Themensetzung sowie das Community-Management auf Social-Media-Kanälen ab.

Lobend erwähnen möchte ich an dieser Stelle das betriebliche Gesundheitsmanagement, welches der SPD-Landesverband in diesem Jahr implementiert hat. Im Oktober dieses Jahres wurde ein Teambuilding-Event für alle Kolleg:innen des Landesverbandes angeboten, welches in der Zusammenarbeit mit der Krankenkasse DAK-Gesundheit und der Firma Motio entstand und begleitet wurde. Darauf folgende Angebote waren bisher beispielsweise eine ergonomische Arbeitsplatzbegehung sowie ein Workshop zu Mikropausen. Für die kommenden Monate sind noch etwaige andere Veranstaltungen geplant. Mit diesem Angebot nimmt der Landesverband seine Fürsorgepflicht gegenüber seinen Arbeitnehmer:innen als Arbeitgeber vorbildhaft wahr.

3. Reflexion

3.1 Tätigkeit als anwendungsorientierte Ergänzung zum Masterprogramm

Insgesamt bewerte ich die Tätigkeit als sehr geeignet für eine anwendungsorientierte Ergänzung zum Studienprogramm des „Interdisziplinären Public-und Nonprofit Studien“ (Puno)-Masters. Da ich bei meinen bisherigen beruflichen Erfahrungen vorrangig im Nonprofit-Sektor tätig war,

eröffnete mir die Tätigkeit beim SPD-Landesverband Niedersachsen einen spannenden Einblick in den Public-Bereich. Dabei war insbesondere während meiner Tätigkeit im Büro von Stephan Weil die Besonderheit, sowohl eine Partei als solche, als auch eine Schnittstelle zur öffentlichen Verwaltung – der niedersächsischen Staatskanzlei – kennenzulernen. Anmerken möchte ich an dieser Stelle, dass ich eine Öffnung von politikwissenschaftlichen Modulen für den Puno-Master als sinnvoll erachte. Insbesondere das Parteienrecht, welches sich sicherlich gut in die rechtswissenschaftlichen Lehrveranstaltungen integrieren ließe, wäre eine spannende Ergänzung zu den bisherigen Studieninhalten.

Im beruflichen Alltag stellten sich mir immer wieder Fragen, denen ich mich vorher im Rahmen des Masterprogramms angenähert hatte. Beispielsweise das Thema Freiwilligenmanagement, welches in der Nonprofit Management-Vorlesung Gegenstand war. Im Büro des Landesvorsitzenden hatten wir regelmäßig engen Kontakt mit den SPD-Mitgliedern aus den ansässigen Ortsvereinen, die sich zum Großteil ehrenamtlich für die Partei engagieren. Die Schwierigkeit, Anforderungen zu äußern und dabei dennoch zu berücksichtigen, dass es sich um ein Ehrenamt oder freiwilliges Engagement handelt, habe ich nun auch abseits der Theorie kennengelernt und konnte somit jenes vorab erworbene theoretische Wissen noch einmal reflektieren.

3.2 Berufliche Orientierung

Nachdem ich mich bis 2020 überwiegend gesellschaftspolitisch engagiert habe, bin ich im November letzten Jahres Mitglied der SPD geworden, um parteipolitisch aktiv zu werden. Dabei habe ich mich zunächst auf die ehrenamtliche Arbeit in meinem Ortsverein und der ansässigen Juso-AG konzentriert. Die Möglichkeit, mit der Stelle beim Landesverband auch die SPD als Arbeitgeberin und Organisation kennenzulernen, empfinde ich als sehr bereichernd. Durch mein vielfältiges Engagement sowie meine beruflichen Erfahrungen im Nonprofit-Sektor, hatte ich bereits die Möglichkeit, verschiedene Institutionen und Arbeitgeber:innen kennenzulernen. Meine Sicht auf die Branche konnte ich nun durch einen Einblick in den Public-Bereich erweitern und kann mir auch eine weitere Beschäftigung in ihm gut vorstellen.

3.3 Praxisorientierte Fragestellungen an Wissenschaft und Forschung

Es sind sicherlich einige praxisorientierte Fragestellungen an Wissenschaft und Forschung abzuleiten. Auf eine möchte ich an dieser Stelle etwas genauer eingehen. Insbesondere in dem

Aufgabenbereich der Online-Kommunikation und mit Blick auf die Frage, welcher Content an welche Zielgruppen ausgespielt wird, stellte sich mir die Frage nach Chancen und Risiken der politischen Kommunikation im Zeitalter von Social-Media. Hierbei finde ich insbesondere die Praxis des Microtargetings spannend, welche zunehmend auch von deutschen Parteien genutzt wird. Neben all den Vorteilen, die diese Kommunikationsstrategie sicherlich bietet, stellt sich jedoch auch die Frage nach potenziellen Gefahren für den demokratischen Willensbildungsprozess. Zuiderveen Borgesius et. al (2018) weisen neben möglichen datenschutzrechtlichen Problematiken auf die Gefahr einer möglichen Manipulation und Exklusion bestimmter Wähler:innengruppen hin. Microtargeting macht es Parteien möglich, politische Inhalte gezielt an unterschiedliche Wähler:innengruppen auszuspielen, welche sich zwar, genau genommen, nicht gänzlich widersprechen, jedoch nur einen bestimmten Ausschnitt der politischen Positionierung wiedergeben und somit bei Wählenden ein unvollständiges Bild von politischer Zielsetzung entstehen lassen können:

Ads targeted at jobless people say that the politician will increase the amount of money people on welfare receive every month. To people whose profile suggests that they mainly care about paying less tax, the politician targets ads that say the politician will limit the maximum welfare period to one year. Hence, without technically lying, the politician could say something different to each individual [...]. (Zuiderveen Borgesius et al., 2018, S. 88)

Darüber hinaus kann Microtargeting auch dazu führen, dass bestimmte Wähler:innengruppen gar nicht angesprochen werden, da sie als uninteressant eingestuft werden. Dies ist beispielsweise der Fall, wenn davon ausgegangen wird, dass die Personengruppen nicht wählen werden, in einem Wahlkreis leben, der ohnehin als sicher gewonnen eingeschätzt wird oder ihre Alters- und/oder Spracheinstellungen als unattraktiv eingestuft werden (beispielsweise zu jung oder ggf. keine deutsche Staatsangehörigkeit und somit kein Wahlrecht). Zuiderveen Borgesius et. al (2018) schlussfolgern: „As a consequence, these citizens are not exposed to the campaign. Therefore, certain groups may be underrepresented in a democracy“ (S. 88). Daraus ableiten lassen sich verschiedene Risiken für den demokratischen Willensbildungsprozess innerhalb einer Gesellschaft, wie beispielsweise die Schwierigkeit zu erkennen, welche politischen Inhalte von einer Partei priorisiert werden (vgl. Zuiderveen Borgesius et al., 2018, S. 87). Da die Kommunikation via Microtargeting zielgruppenspezifische Ansprachen enthält und ausschließlich

diesen vorbehalten ist, fällt es nicht nur den angesprochenen Wähler:innengruppen schwer aus der sogenannten „Filterblase“ auszubrechen, sondern kann auch für die Berichterstattung und den öffentlichen Diskurs zum Problem werden: „[...] Die allgemeine politische Öffentlichkeit zersplittert, und es wird schwieriger, über Wahlkämpfe zu berichten – weil es kaum Einblick in die relevanten Datenberge gibt“ (Warda, 2021).

Neben den möglichen Auswirkungen auf Wähler:innengruppen und/oder die (öffentlichen) demokratischen Willensbildungsprozesse, kann der Einsatz von Microtargeting außerdem kostspielig werden:

[...] microtargeting require[s] political parties to develop know-how; to build and maintain voter records; to collect and analyse business intelligence; to design and manage campaigns; to use digital communication channels to target voters; and to integrate all those elements in a system that enables a minute-by-minute adjustment of campaigns. (Zuiderveen Borgesius et. al, 2018, S. 88)

In einer – für den deutschen Kontext – drastischen Zuspitzung formuliert, könne dies dazu führen, dass Wahlen zukünftig abhängig von dem finanziellen Budget einer Partei gewonnen werden (ebd.). Dabei ist jedoch darauf hinzuweisen, dass Microtargeting in Deutschland und Europa nicht in dem gleichen Ausmaß wie in den USA oder Großbritannien eingesetzt wird (vgl. Kusche, 2021, zitiert nach Warda, 2021 und Papakyriakopoulos, 2018).

Das Thema Microtargeting ist bereits Gegenstand von Wissenschaft und Forschung. Dennoch ist auffällig, dass in vielen wissenschaftlichen Publikationen Forschungsdesiderate formuliert werden. Nicht zuletzt hat auch die Landesanstalt für Medien NRW in ihrem Beitrag „Forschungsstand: Microtargeting in Deutschland und Europa“ etliche offene Fragen und Desiderate formuliert (vgl. Müller-Brehm, o.D.). Ob sich aus diesem praxisrelevanten Thema, auf welches ich im Rahmen meiner Tätigkeit beim SPD-Landesverband Niedersachsen stieß, zukünftig Möglichkeiten einer wissenschaftlichen Bearbeitung im Rahmen des Masterprogramms eröffnen, bleibt an dieser Stelle jedoch offen.

Literatur

- Dahm, J., Reschke, M. & Krell, C. (2013). *Geschichte der Sozialen Demokratie* (Friedrich-Ebert-Stiftung, Abteilung Politische Akademie, Hrsg.). Friedrich-Ebert-Stiftung.
- Müller-Brehm, J. (o.D.). *Forschungsstand: Microtargeting in Deutschland und Europa: Fehlende Transparenz und viele offene Fragen* (Landesanstalt für Medien NRW, Hrsg.). https://www.medienanstalt-nrw.de/fileadmin/user_upload/lfm-nrw/Foerderung/Forschung/Dateien_Forschung/Forschungsmonitoring_Microtargeting_Deutschland_Europa.pdf
- Organisationsstatut der Sozialdemokratischen Partei Deutschlands. (2019). https://www.spd.de/fileadmin/Dokumente/Parteorganisation/SPD_OrgaStatut_2020.pdf
- Papakyriakopoulos, O., Hegelich, S., Shahrezaye, M. & Serrano, J. C. M. (2018). Social media and microtargeting: Political data processing and the consequences for Germany. *Big Data & Society*, 5(2), 1–15. <https://doi.org/10.1177/2053951718811844>
- Satzung und Wahlordnung des Landesverbandes Niedersachsen der Sozialdemokratischen Partei Deutschlands. (2021). <https://www.spdnds.de/wp-content/uploads/sites/77/2021/09/Satzung-und-Wahlordnung-Stand-2021.05.29.pdf>
- SPD-Landesverband Niedersachsen. (2021). *Kontakt*. www.spdnds.de. <https://www.spdnds.de/kontakt-landesverband-spd-niedersachsen/>
- SPD-Parteivorstand (Hrsg.). (2007). *Hamburger Programm: Grundsatzprogramm der Sozialdemokratischen Partei Deutschlands*.
- Warda, J. (2021). *Ein Wahlversprechen nur für mich*. fluter.de. Abgerufen am 8. Dezember 2021, von <https://www.fluter.de/microtargeting-wahlkampf-gefahr>
- Zuiderveen Borgesius, F. J., Möller, J., Kruikemeier, S., Ó Fathaigh, R., Irion, K., Dobber, T., Bodo, B. & de Vreese, C. (2018). Online Political Microtargeting: Promises and Threats for Democracy. *Utrecht Law Review*, 14(1), 82–96. <https://doi.org/10.18352/ulr.420>