

Social-Media-Plattformen dienen als beliebtes Instrument für politische Partizipation und die Durchführung politischer Kampagnen. Politische Akteure stellen ihre Wahlaktivitäten, politische Ankündigungen und alle Arten von Öffentlichkeitswirksamen Aktionen zunehmend durch Social-Media-Konten dar. Die sozialen Medien werden als die einflussreichste Internetressource charakterisiert; sie unterscheiden sich jedoch erheblich in der Art ihrer Wirkung und dem Grad ihres Einflusses auf die breite Öffentlichkeit. In den jüngsten Untersuchungen von Lutz, C., & Hoffmann, C. P. (2019) wurde Instagram in die Liste der 5 wichtigsten sozialen Plattformen aufgenommen. Der Beitrag untersucht die folgenden Fragestellungen:

- Welche Faktoren beeinflussen den Erfolg einer politischen Partei in einem sozialen Netzwerk?
- Welche Parteien können am meisten von den von Instagram bereitgestellten neuen Medieninstrumenten profitieren?
- Gibt es einen Zusammenhang zwischen dem Erfolg eines politischen Akteurs (einer politischen Partei oder eines Kandidaten) auf Instagram und den Ergebnissen der Wahlen zum Europäischen Parlament 2019?

Als theoretischen Analyserahmen verwendet der Beitrag Forschungsarbeiten im Bereich der politischen Online-Kommunikation mit einem spezifischen Fokus auf Wahlen. In diesen Arbeiten wurden drei Hauptkonzepte identifiziert: 1. Politischer Ausdruck. 2. Politisches Lernen. 3. Politische Beteiligung.

Es gibt bereits eine Vielzahl von Studien über die Rolle der sozialen Medien während des Wahlkampfs in europäischen Ländern, darunter auch in Deutschland (Valeriani, 2015; Gunn Sara Enli & Eli Skogerbø, 2013). Die meisten Studien konzentrieren sich dabei auf allgemeine Fragen, wie z.B. die Auswirkungen auf die politische Partizipation der Bürgerinnen und Bürger. Es gibt auch Studien zu spezifischen sozialen Netzwerken, ihrer Rolle und ihren potenziellen Auswirkungen auf das politische Umfeld oder bestimmte politische Ereignisse wie Wahlen (Kaczmarek, 2014). Einige Forscher konzentrieren sich auf bestimmte Politiker und ihre politische Aktivität in den sozialen Medien (Siri und Seßler, 2013; Thamm und Bleier, 2013). In den meisten Fällen stehen YouTube (Bachl, 2011), Facebook (Williams & Gulati, 2009) und Twitter im Mittelpunkt der Studie. Das Projekt „Politische Deliberation im Internet: Formen und Funktionen des digitalen Diskurses auf der Basis des Microblogging-Systems Twitter“ beobachtet mehrere Regional- und Landtagswahlen und analysiert den Einfluss von Twitter auf politische Debatten in Deutschland (Thimm, Einspänner & Dang-Anh, 2012). Das GESIS-Projekt „Social Media Monitoring der Kampagnen zur Bundestagswahl 2013 auf Facebook und Twitter“ hat ebenfalls

Daten dieser beiden Social-Media-Plattformen, die als die beliebtesten in Deutschland gelten, gesammelt und analysiert. Andere soziale Netzwerke werden weniger häufig analysiert. Für den Beitrag werden Untersuchung wurden die Statistiken über die politische Aktivität von 5 großen Parteien (CDU, SPD, AfD, FDP, Die Linke, Die Grünen) auf Instagram und ihre Ergebnisse zur EU-Wahl 2019 in Deutschland analysiert.