



<b>Arbeitsauftrag</b>	<p>SuS informieren sich über den US-Wahlkampf 2008 und 2012 im Netz / auf Social Media.</p> <p>SuS besprechen in Gruppen Fragen rund um den Wahlkampf im Netz, sowohl in den USA, als auch in der Schweiz.</p> <p>SuS präsentieren ihre Erkenntnisse und Resultate.</p>
<b>Ziel</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• SuS setzen sich aktiv mit dem Wahlkampf im Netz auseinander und bilden sich eine eigene Meinung dazu.</li><li>• SuS erkennen, dass politische Werbung im Netz ein immer wichtigerer Einflussfaktor im Wahlkampf sein kann.</li></ul>
<b>Material</b>	<p>AB „Warum Barack Obama die Wahlen gewonnen hat“</p> <p>Laptop / Tablet / PC für Internetrecherche</p>
<b>Sozialform</b>	<p>GA (3 – 4 SuS pro Gruppe)</p>
<b>Zeit</b>	<p>90`</p>

## Zusätzliche Informationen:

- Handelsblatt Online: Warum die US-Wahl auch im Web 2.0 gewonnen wurde  
<https://www.handelsblatt.com/politik/international/twitter-und-co-warum-die-us-wahl-auch-im-web-2-0-gewonnen-wurde/7357492.html?ticket=ST-67077315-9PRbdDcsFnBqmsug9gOG-ap1>
- Politik-Digital, US-Wahlkampf : Obama hat im Social Web die Nase vorn  
<https://politik-digital.de/news/us-wahlkampf-obama-hat-im-social-web-die-nase-vorn-122327/>
- Wikipedia: Präsidentschaftswahl in den Vereinigten Staaten 2008  
[https://de.wikipedia.org/wiki/Pr%C3%A4sidentschaftswahl\\_in\\_den\\_Vereinigten\\_Staaten\\_2008](https://de.wikipedia.org/wiki/Pr%C3%A4sidentschaftswahl_in_den_Vereinigten_Staaten_2008)



## Warum Barack Obama die Wahlen gewonnen hat

Im Wahlkampf um die Präsidentschaft der USA im Jahre 2008 kam den sozialen Netzwerken erstmals eine hohe Bedeutung zu.

Insbesondere der spätere Sieger, Barack Obama, wusste Social Media gezielt einzusetzen, um Wählerinnen und Wähler zu animieren und für sich zu gewinnen.

### US-Wahlkampf: Obama hat im Social Web die Nase vorn.

<https://politik-digital.de/news/us-wahlkampf-obama-hat-im-social-web-die-nase-vorn-122327/>



**Lesen Sie den obenstehenden Artikel zum US-Wahlkampf 2008 und 2012 im Netz.**

### Diskutieren Sie in der Gruppe folgende Fragen:



- 🗨️ Haben Sie ebenfalls schon politische Werbung in Ihren sozialen Netzwerken angetroffen?  
➔ Notieren Sie, wenn möglich, zwei bis drei Beispiele an die Sie sich erinnern und wie Sie diese empfunden haben.
- 🗨️ Wie muss das Profil einer Politikerin, eines Politikers in den sozialen Medien aufgebaut sein, damit es Sie persönlich anspricht?  
➔ Finden Sie ein positives und negatives Beispiel für solche Profile (aus der Schweiz oder von ausländischen Politikern).
- 🗨️ Welche Art von Posts muss eine Politikerin, ein Politiker formulieren, damit Sie diese ansprechen und allenfalls sogar zur Wahl animieren?  
➔ Finden Sie ansprechende Posts aus dem Wahlkampf 2019 in den National- und Ständerat in der Schweiz.
- 🗨️ Bringen Aktivitäten auf Social Media JungwählerInnen dazu, vermehrt an die Urne zu gehen?  
➔ Erstellen Sie eine Liste mit Gründen, welche junge Menschen von Abstimmungen und Wahlen fernhalten und solche, welche zur Teilnahme an diesen motivieren.
- 🗨️ Seit 2019 ist politische Werbung auf Twitter verboten. Sind Sie mit diesem Schritt einverstanden, finden Sie ihn sinnvoll?  
➔ Versuchen Sie zur Veranschaulichung Ihrer Antwort alte Tweets mit politischer Werbung zu finden.

**Im Anschluss an die Diskussion soll jede Gruppe ihre Resultate anschaulich (mit konkreten Beispielen) präsentieren.**



**Lösungsvorschläge**

Bei den Diskussionsfragen sind jeweils individuelle Lösungen der SuS möglich. Wichtig ist der Hinweis, dass die SuS ihre Meinungen und Aussagen mit konkreten Beispielen aus dem Netz belegen sollen. Es können innerhalb einer Gruppe auch unterschiedliche Meinungen bestehen, die Gruppe muss sich nicht auf einen gemeinsamen Nenner kommen. Spannend sind hier die Begründungen der Meinungsunterschiede.

Ggf. kann die Gruppenarbeit und –präsentation auch bewertet werden.

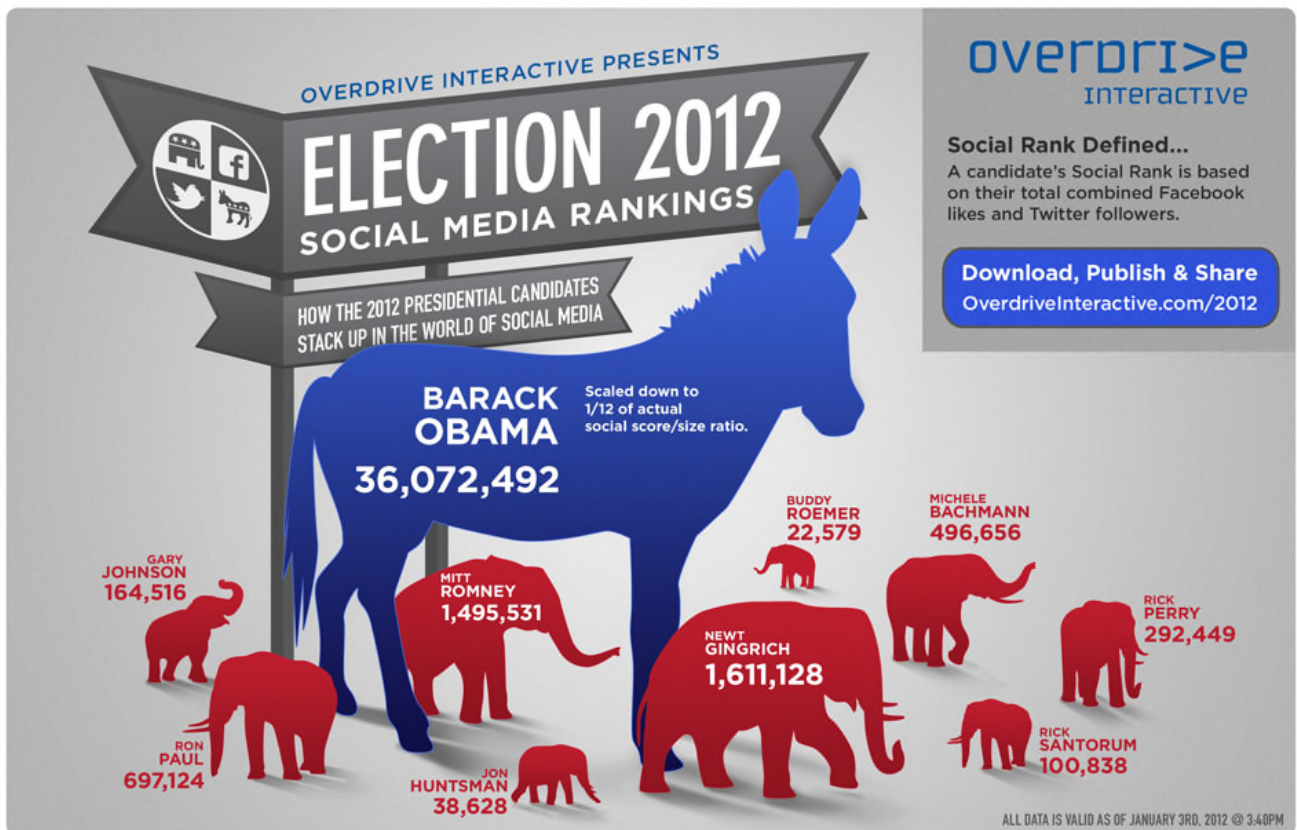
Mögliche Bewertungsaspekte sind:

Inhalte (Korrektheit, Begründungen, Tiefe)

Form (Formulierung, Ausführlichkeit, Stringenz)

Präsentation (Verständlichkeit, Anschaulichkeit, Logik, Auftreten, usw.)

**Übersichtsfolie Wahlen 2012, Social Media Ranking (Overdrive Interactive)**



BARACK OBAMA	NEWT GINGRICH	MITT ROMNEY	RON PAUL	MICHELE BACHMANN	RICK PERRY	GARY JOHNSON	RICK SANTORUM	JON HUNTSMAN	BUDDY ROEMER
likes: 24,341,245	likes: 225,041	likes: 1,271,480	likes: 680,333	likes: 460,286	likes: 180,269	likes: 146,808	likes: 43,757	likes: 30,926	likes: 10,942
followers: 11,731,247	followers: 1,386,087	followers: 224,051	followers: 16,791	followers: 36,370	followers: 112,180	followers: 17,708	followers: 57,081	followers: 7,702	followers: 11,637
social score: 36,072,492	social score: 1,611,128	social score: 1,495,531	social score: 697,124	social score: 496,653	social score: 292,449	social score: 164,516	social score: 100,838	social score: 38,628	social score: 22,579