

Abstract: Seit der Bundestagswahl 2009 werden soziale Netzwerke – und vor allem Facebook – von Parteien und Politikern zunehmend genutzt. Bisher konnte durch deren Verwendung noch kein positiver Effekt auf die politische Partizipation der Bürger festgestellt werden. Auch fehlen Studien zu den Voraussetzungen, die Social Media-Auftritte erfüllen müssen, damit überhaupt ein gewünschter Effekt eintreten kann.

Im Mittelpunkt der Arbeit stehen daher zwei Fragen:

- 1) Welche Anforderungen stellen Menschen an den Facebook-Auftritt von Parteien?
- 2) Erfüllen die Facebook-Auftritte von Parteien diese Anforderungen?

Um diese Fragen zu beantworten, wurde in einem ersten Schritt eine (nicht repräsentative) Online-Befragung durchgeführt. Abgefragt wurden die Erwartungen von 114 Bürgern an die formale, inhaltliche und interaktive Gestaltung von Parteien-Seiten. In einem zweiten Schritt wurden die Facebook-Seiten der baden-württembergischen Landesverbände Bündnis 90/Die Grünen, CDU, FDP und SPD auf Seiten- und auf Beitragsebene inhaltsanalytisch untersucht. Das Codebuch der Inhaltsanalyse enthielt unter anderem Merkmale, die sich aus der Befragung der 114 Bürger ergeben haben.

Es zeigt sich, dass die Parteien-Auftritte den Erwartungen der Befragten an die formale Gestaltung entsprechen. Hinsichtlich der inhaltlichen und der interaktiven Gestaltung werden sie den Anforderungen der Befragten hingegen nicht gerecht. Entgegen den Erwartungen der Befragten bieten die Parteien auf ihren Facebook-Seiten zu wenige *grundsätzliche* Informationen über sich an. Auch die von den Parteien gesetzten Themenschwerpunkte entsprechen nicht den Anforderungen der Befragten. Und obwohl den Befragten eine Interaktionsbereitschaft der Parteien auf deren Facebook-Auftritten wichtig ist, findet auf den Seiten keine nennenswerte Interaktion zwischen Parteien und Fans oder zwischen den Fans untereinander statt.

Art der Arbeit: Bachelor-Arbeit

Verfasserin: Isabell Rabe

E-Mail: isa.rabe@outlook.de