

# DIY Politikkampagne

Die Idee dieser Kleingruppe ist es etwas praktische Erfahrung mit Psychometrie und politischer Werbung zu sammeln. Hoffentlich hilft dieser Ansatz dabei Einsichten über sich selbst und in das Wirken politischer Werbung zu sammeln.

Ihr könntet Euch auf ein aktuelles politisches Thema einigen und überlegen, wie ihr unterschiedliche Zielgruppen anspricht. Versucht Euch nicht in den Einzelheiten der politischen Frage zu verlieren, sondern konzentriert Euch auf die Zielgruppenansprache. Überlegt welche klassischen Kriterien es bereits für die Definition von Zielgruppen gibt (z. B. Alter, Geschlecht, Wohnort) und welche durch OCEAN hinzukommen. Informiert Euch gerne frei oder ausgehend von den unten stehenden Anfangspunkten über mögliche Zielgruppen.

Nehmt Euch genug Zeit für eine abschließende gruppeninterne Diskussion und Auswertung.

Bereitet bitte einen kurzen Output vor, den ihr in knapp 5 Minuten den anderen Gruppen vorstellen könnt.

Anfangspunkte könnten außer einer Websuche auch die folgenden sein:

Facebook Seite für die Definition von Zielgruppen

<https://www.facebook.com/business/ads/ad-targeting>

Die Rolle des OCEAN-Tests in den US-Wahlen 2016 auf S.53–54 von

<https://tacticaltech.org/media/Personal-Data-Political-Persuasion-How-it-works.pdf>

Eine Sammlung von politischer Werbung aus den USA mit Zielgruppen

<https://projects.propublica.org/facebook-ads/>

Eine Sammlung von Google und Facebook zu politischer Werbung auf ihren Seiten

<https://transparencyreport.google.com/political-ads/region/DE>

<https://www.facebook.com/ads/archive/report/>