



Big Data als Wahlkampfinstrument

Medienethische Tagung und öffentliches Podiumsgespräch
mit Kampagnenberater Julius van de Laar

München, 25.1.2016 (HfPh) Big Data als Wahlkampfinstrument ist das Thema eines öffentlichen Podiumsgesprächs mit dem Strategie- und Kampagnenberater Julius van de Laar in München. Als hauptamtlicher Wahlkämpfer unterstützte er 2008 und 2012 Barack Obama und nutzt diese Erfahrungen heute als Berater für Unternehmen und politische Organisationen. An der Hochschule für Philosophie München (Kaulbachstraße 31) wird van de Laar im Gespräch mit Alexander Filipović, Inhaber des Stiftungslehrstuhls für Medienethik und Professor an der Hochschule, am 18. Februar 2016, 20.00 Uhr, zeigen, welche Rolle technische Innovation, Datenanalysen und integriertes Kampagnenmanagement bei der Mobilisierung von Menschen spielen können.

Die öffentliche Abendveranstaltung mit dem Titel „Wahlkampf, Propaganda, Big Data“ ist Teil der Jahrestagung des Netzwerks Medienethik, die in diesem Jahr „Die Macht der strategischen Kommunikation“ zum Thema hat. Am 18. und 19. Februar 2016 befassen sich Wissenschaftler und Medienpraktiker mit neuen Formen von Werbung, Public Relations und Propaganda. Unter den Referenten sind unter anderem der Publizist und SWR-Chefreporter Thomas Leif, der emeritierte Professor für Öffentlichkeitsarbeit/PR an der Universität Leipzig, Günter Bentele, und die Leiterin der Abteilung Presse und Kommunikation der Hertie School of Governance, Regine Kreitz.

Das Netzwerk Medienethik veranstaltet die Tagung in Kooperation mit der DGPuK-Fachgruppe Kommunikations- und Medienethik unter Beteiligung der DGPuK-Fachgruppe PR und Organisationskommunikation und in Zusammenarbeit mit der Akademie für Politische Bildung, Tutzing.