

Inhaltsverzeichnis

Geleitwort von Jean-Remy von Matt	7
Vorwort von Dr. Alexandra Borchardt	9
Überblick – Was können uns die Daten verraten?	13
Digitale Werbung im Kontext dieses Buches – persönliches Vorwort	15
Kapitel 1: Einleitung und Fragestellung	23
Kapitel 2: Gegenstand, Begriffe, Datenvalidität und methodische Vorgehensweise	29
Kapitel 3: Analyse	41
Kapitel 3.1: Analyse CDU	41
Kapitel 3.2: Analyse SPD	54
Kapitel 3.3: Analyse AFD	58
Kapitel 3.4: Analyse FDP	66
Kapitel 3.5: Analyse DIE LINKE	71
Kapitel 3.6: Analyse BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN	75
Kapitel 4: Diskussion	81
Kapitel 5: Ergebnisse, Limitationen und Ausblick	101
Exkurs: Fazit für die Praxis politischer Ads	107

Nachwort	123
Kleines Marketing- und Digitalglossar	129
Literaturverzeichnis	139
Anhang	153
AH 1: Analyse CSU	153
AH 2: E-Mail-Anfrage zum »Targetleaks«-Datensatz	158
AH 3: Ausgaben für FB/M-Ads laut FB/M-Werbebibliothek	159
Abbildungsverzeichnis	167