

# Dr. Simon Kruschinski

---

Postdoctoral Researcher | Department of Communication | Political Communication

Johannes Gutenberg-University Mainz | Jakob-Welder-Weg 12 | 55128 Mainz | Germany

✉ [simon.kruschinski@uni-mainz.de](mailto:simon.kruschinski@uni-mainz.de) | ☎ +49 6131 39-29413 | 🌐 [simonkruschinski.de](http://simonkruschinski.de)

---

## Work Experience (Academia)

**Johannes Gutenberg-University Mainz, Department of Communication**

since 2023

Postdoctoral Researcher | Research Associate

Principal Investigator of the project “Political Online-Microtargeting in the 2024 European election: Attitudes, knowledge, participation, privacy” funded by the German Research Foundation together with the Media Psychology Lab of the Department of Communication at University of Hohenheim.

The project investigates the perception and effects of online political microtargeting of German political parties in the 2024 European election using qualitative, tracking, survey, and experimental methods.

Researcher in the project “Consensus and polarization during the COVID-19 pandemic” funded by The German Federal Ministry of Education and Research together with the Ubiquitous Knowledge Processing Lab of the Computer Science Department at TU Darmstadt.

The project is researching the dynamics of opinion formation and polarization on Twitter using NLP methods and time series analytics.

Teaching: Undergraduate and graduate classes on political campaigning, political behaviors, and quantitative research methods

**Johannes Gutenberg-University Mainz, Department of Communication**

2015 - 2023

PhD Student | Research Associate

**Cumulative Dissertation:** summa cum laude

My dissertation comprises six papers which focus on the use and effects of political microtargeting in European elections. In particular, the papers show how parties in Europe use data, technology, and analytics to inform, persuade, or mobilize voters with Facebook advertising and door-to-door canvassing.

Teaching: Undergraduate classes on political campaigning, political behaviors, and quantitative research methods

**University of Hohenheim, Department of Media Psychology**

04/2022 - 09/2022

Research Project Member in the project „Gender Citation Diversity“ funded by The German Federal Ministry of Education and Research. The project is researching the diversity of visibility and citations in academic papers, conferences and social media.

**Johannes Gutenberg-University Mainz, Department of Communication**

2017 - 2019

Research Project Member in the project funded by Johannes Gutenberg-University's Research Platform „Media convergence“. The project is researching the influence of social bots and fake news on the 2017 federal elections: A "Big Data" analysis of political discussions on Facebook.

## **Work Experience (Outside Academia)**

### **Sc synergy GmbH | Mainz**

08/2013 - 02/2017

Freelancer in Media Management

I worked in marketing and media planning. My job included making and running media campaigns, updating media products, and creating marketing materials. I've also built and taken care of the company's website.

### **miBaby GmbH | Munich**

06/2014 - 05/2016

Freelancer in Media Management

I worked in marketing and media planning. Part of my job was creating and running media campaigns, including managing an online campaign called "Spielend Lernen". I oversaw the "Spielend Lernen" editorial team, and was in charge of planning, running, and evaluating the email and social media marketing

## **Internships (Outside Academia)**

### **Hanne + Maack Kommunikation GmbH | Berlin**

03/2013 - 05/2013

Intern Media Planning / Management

I supported the strategic consulting and media relations and helped develop media strategies and political messages. Further, I helped create communication concepts and plans and was monitoring and writing press releases.

### **miBaby GmbH | Munich**

06/2011 - 06/2012

Intern Media Planning / Management

I supported the establishment of an online desk and the development of editorial work processes. Further, I developed a public relations and investor strategy and created a press lists and PR materials

### **ZDF | New York**

01/2012 - 02/2012

Intern journalist

Topics: International politics (UN), culture, lifestyle. Media monitoring, topic research and creation of TV reports and online articles

### **ZDF | Berlin**

04/2011 - 05/2011

Intern journalist

Topics: politics, culture, NGOs. Media monitoring, topic research and creation of TV reports and online articles

### **RTL | Cologne**

08/2010 - 09/2010

Intern journalist

Topics: politics, culture, NGOs. Media monitoring, topic research and co-creation of TV reports

## Education

**Johannes Gutenberg-University Mainz, Department of Communication** 2015-2022

Degree: Dr. Phil. (Doctor of Philosophy)

Cumulative Dissertation: The use and effects of political microtargeting in European elections

**University of Erfurt, Department of Communication** 10/2013 - 06/2015

Degree: Master of Arts, Political Communication

Masterthesis: "An empirical analysis of door-to-door campaigning in Germany using the example of the 2014 Thuringian federal state election.

**Johannes Gutenberg-University Mainz, Department of Political Science** 04/2009 - 10/2013

Degree: Bachelor of Arts, Political Science

**University of Memphis, USA, Department of Political Science** 08/2011 - 12/2011

Semester abroad

## Third-party funding activities

**DFG, German Research Foundation (2023-2026; PN 519731504)** 500.000 EUR

(funded, with Sabine Trepte and Marcus Maurer)

Online Political Microtargeting in the Context of the European Election 2024: Attitudes, Knowledge, Participation, and Privacy

**Otto Brenner Foundation (2023-2024)** 15.000 EUR

(funded, with Pablo Jost)

Use and effects of generative artificial intelligence in political campaigns.

**Mercator Foundation (2023-2024)** 65.000 EUR

(funded, with Marcus Maurer)

The Quality of German public broadcasting

**German Federal Ministry of Education and Research (2023-2026; 01UO2229A)** 277.000 EUR

(funded, with Marcus Maurer, Iryna Gurevich)

KoPoCoV. Consensus and polarization during the COVID-19 pandemic. An automated analysis of opinion dynamics on Twitter.

**Interdisciplinary Public Policy of Johannes Gutenberg-University of Mainz (2021-2022)** 5.000 EUR  
(funded, with Marcus Maurer)

Digital Pandemic Campaigning (DiPaCa). A content analysis on political actors' use of Facebook posts and advertisements during the 2021 German Federal Election.

**Bavarian Digital Transformation Institute/Rudolf-Augstein-Foundation (2020-2023)** 40.000 EUR

(funded, with Marcus Maurer, Carsten Reinemann)

Digitization as a Driver of the Pandemic? Media Crisis Communication under the Conditions of Digital Publics during the Corona Crisis 2020/2021

**Mercator Foundation (2020-2021)** 45.000 EUR

(funded, with Marcus Maurer)

Five years of reporting on the "refugee crisis" in the German news media

**Campaigning for Strasbourg (CamforS) (2018-2021)** 30.000 EUR

(funded, with Jörg Haßler)

A cross-national comparison of how political actors use social media to inform, interact with, and mobilize voters, and which target audiences they address during the European Election Campaign 2019

**Johannes Gutenberg-University Research Platform „Mediaconvergence“ (2017-2019)** 90.000 EUR  
(funded, with Marcus Maurer, Birgit Stark, Christian Schemer)

The influence of social bots and fake news on the 2017 federal elections: A "Big Data" analysis of political discussions on Facebook.

**Allensbach Foundation (2016-2017)** 30.000 EUR  
(funded, with Marcus Maurer)  
Accuracy and balance of media coverage: The depiction of the "refugee crisis" in the German and British media

**Academic Service**

**Mentor of female doctoral students in the program "To get her in academia"** since 2023  
Department of Communication, University of Mainz

**Participation in the commission for the W3-professorship of Computational** in 2019  
Department of Communication, University of Mainz

**Speaker of the junior political communication scientists' group** 2017 - 2021  
German Association for Communication (DGPUK)

**ERASMUS-coordinator of the Department of Communication, University of Mainz** 2017 - 2021  
**Ad-hoc reviewer for national and international journals and conferences** since 2016

**Awards and honors**

**Top Paper Award of the German Association for Communication (DGPUK)** 2020

**ICA Travel Grant for the 69<sup>th</sup> Conference of the International Communication Association** 2019

## **Publications**

### **Monographies**

Dommett, K., Kefford, G., & Kruschinski, S. (2023). *Data-Driven Campaigning in Political Parties: Five Advanced Democracies Compared*. Oxford University Press. ISBN: 9780197570234

### **Refereed Journal Articles (peer-reviewed)**

Dogruel, L., Kruschinski, S., Jost, P., & Jürgens., P. (accepted for publication). Distribution and Reception of Conspiracy Theories and Mobilization Calls on Telegram: Combining Evidence from a Content Analysis and Survey during the Pandemic. *Medien & Kommunikationswissenschaft*.

Bene, M. Magin, M., Haßler, J., Russmann, U., Lilleker, D., Kruschinski, S., Jackson, D., Fenoll, V., Farkas, X., Baranowski, P., & Balaban, D. (accepted for publication). Populism in context. A cross-country investigation of the Facebook usage of populist appeals during the 2019 European Parliament elections. *The International Journal of Press/Politics*. doi: 10.1177/19401612231196158

Maurer, M., Jost, P., Kruschinski, S., & Haßler, J. (2023). Inkonsistent einseitig. Die Medienberichterstattung über Geflüchtete, 2015-2020. *Publizistik*, 67(1). doi: 10.1007/s11616-022-00769-1

Jost, P., Kruschinski, S., Sülflow, M., Haßler, J., & Maurer, M. (2023). Invisible Transparency. How Different Types of Disclaimers on Facebook Affect Whether and How Digital Political Advertising is Perceived. *Policy & Internet* 15(2), 204-222. doi: 10.1002/poi.3.333

Kruschinski, S., Haßler, J., Jost, P., & Sülflow, M. (2022, online first). Posting or advertising? How Political Parties adapt their Messaging Strategies to Facebook's Organic and Paid Media Affordances. *Journal of Political Marketing*. doi: 10.1080/15377857.2022.2110352

Baranowski, P., Kruschinski, S., Rußmann, U., Haßler, J., Magin, M., Bene, M., Ceron, A., Jackson, D., & Lilleker, D. (2022, online first). Patterns of Negative Campaigning during the 2019 European Election: Political Parties' Facebook Posts and Users' Sharing Behaviour across Twelve Countries. *Journal of Information Technology & Politics*. doi: 10.1080/19331681.2022.2115598

Kefford, G., Dommett, K., Baldwin-Philippi, J., Bannerman, S., Dobber, T., Kruschinski, S., Kruikemeier, S., & Rzepecki, E. (2022, online first). Data-Driven Campaigning and Democratic Disruption: Evidence from Six Advanced Democracies. *Party Politics*. doi: 10.1177/13540688221084039

Wurst, A.-K., Fenoll, V., Haßler, J., Kruschinski, S., Magin, M., Russmann, U., & Schlosser, K. (2022). Missed opportunity to connect with European citizens? Europarties' communication on Facebook during the 2019 European election campaign. *Studies in Communication Sciences*, 22(1), 165–184. doi: 10.24434/j.scoms.2022.01.3053

Bene, M., Ceron, A., Fenoll, V., Haßler, J., Kruschinski, S., Larsson, A.O., Magin, M., Schlosser, K., & Wurst, A.-K. (2022). Keep Them Engaged! Investigating the Effects of Self-centered Social Media Communication Style on User Engagement in 12 European Countries. *Political Communication*, 39(4), 429-453. doi: 10.1080/10584609.2022.2042435

Bene, M., Magin, M., Jackson, D., Lilleker, D., Balaban, D., Baranowski, P., Haßler, J., Kruschinski, S., & Russmann, U. (2022). The Polyphonic Sounds of Europe: Users' engagement with parties' European-focused Facebook posts during the 2019 EP Election. *Politics and Governance* 10(1), 108-120. doi: 10.17645/pag.v10i1.4700

Kruschinski, S. & Bene, M. (2022). In Varietate Concordia?! Political Parties' Digital Political Marketing on Facebook across 28 Countries in the 2019 European Election Campaign. *European Union Politics* 23(1), 43–65. doi: 10.1177/14651165211040728

Maurer, M., Jost, P., Schäfer, M., Sülflow, M., & Kruschinski, S. (2022). How right-wing populists instrumentalize news media: Deliberate provocations, scandalizing media coverage, and public awareness for the Alternative for Germany (AfD). *The International Journal of Press/Politics*. doi: 10.1177/19401612211072692

Maurer, M., Haßler, J., Kruschinski, S., & Jost, P. (2022). Looking over the channel. The balance of media coverage about the “refugee crisis” in Germany and the UK. *Communications: The European Journal of Communication Research*, 47(2), 219–240. doi: 10.1515/commun-2020-0016

Haller, A. & Kruschinski, S. (2020). Politisches Microtargeting. Eine normative Analyse von datenbasierten Strategien der gezielten Wähler\_innenansprache [Political Microtargeting. A Normative Analysis of Data-Based Strategies of Voter Targeting]. *Communicatio Socialis*, 53(4), 519-530. doi: 10.5771/0010-3497-2020-4-519

Maurer, M., Jost, P., Haßler, J., & Kruschinski, S. (2019). Auf den Spuren der Lügenpresse. Zur Richtigkeit und Ausgewogenheit der Medienberichterstattung in der „Flüchtlingskrise“ [On the trail of the lying press. On the Accuracy and Balance of Media Coverage in the "Refugee Crisis"]. *Publizistik*, 64(1), 15-35. doi: 10.1007/s11616-018-00466-y

Kruschinski, S. & Haller, A. (2017). Restrictions on data-driven political micro-targeting in Germany. *Internet Policy Review*, 6(4). doi: 10.14763/2017.4.780

Kruschinski, S. & Haßler, J. (2017). Die Instrumentalisierung partizipativer Öffentlichkeit durch die AfD bei der rheinland-pfälzischen Landtagswahl 2016. *MedienJournal*, 41(2), 97-112. doi: 10.24989/medienjournal.v41i2.1474

Geise, S., Rössler, P., & Kruschinski, S. (2016). Automatisierte Analyse medialer Bildinhalte. Potenziale, Grenzen, methodisch-technischer Status Quo und zukünftige Herausforderungen – eine Bestandsaufnahme [Automated analysis of media image content. Potentials, Limits, Methodological-Technical Status Quo and Future Challenges]. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 64(2), 244-269. doi: 10.5771/1615-634X-2016-2-244

### **Journal Articles (without peer-review)**

Maurer, M., Reinemann, C., & Kruschinski, S. (2022). Medien über die Corona-Pandemie. Eine empirische Analyse. *Journal für politische Bildung* 3/2022. doi: 10.46499/1930.2469

Maurer, M., Jost, P., Haßler, J. & Kruschinski, S. (2019). Nicht falsch, aber einseitig. Die Medienberichterstattung über die sogenannte Flüchtlingskrise. *Kommunikationsmanager*, 1 - 2019, 56-59.

### **Book Chapters (peer-reviewed)**

Lilleker, D., Bene, M., Balaban, D., Fenoll, V., & Kruschinski, S. (2021). Populism, Its Prevalence, and Its Negative Influence on Democratic Institutions. In D. Palau-Sampio, G. López-García, & L. Iannelli (Eds.), *Contemporary Politics, Communication, and the Impact on Democracy* (pp. 153-170). IGI Global. doi: 10.4018/978-1-7998-8057-8.ch009

Kruschinski, S., Jürgens, P., Stark, B., Maurer, M. & Schemer, C. (2019). In Search of the Known Unknowns – The Methodological Challenges in Developing a Heuristic Multi-Feature Framework for Detecting Social Bot Behavior on Facebook. In P. Müller, S. Geiss, C. Schemer, T.K. Naab & C. Peter (Hrsg.), *Methoden und Forschungslogik der Kommunikationswissenschaft, Bd. 15: Dynamische Prozesse der öffentlichen Kommunikation – Methodische Herausforderungen* (S. 103-146). Köln: Herbert von Halem Verlag. doi: 10.1453/heuristic-multi-feature-framework\_9783869624044

### **Book Chapters (without peer-review)**

Kruschinski, S., Deichmann, M., Haun, D., Steinfeltz, N.A.A., & Ullmann, A.S. (2023). Inhaltsleere oder informative TV-Formate?! Eine empirische Analyse zu den Themen und Kommunikationsstrategien der drei Spitzenkandidierenden bei den drei TV-Triellen 2021. In C. Holtz-Bacha (Hrsg.), *Die (Massen-)Medien im Wahlkampf. Die Bundestagswahl 2021* (S. 263-291). Wiesbaden: Springer VS. doi: 10.1007/978-3-658-38967-3\_10

Haller, A., Kruschinski, S., Günther, J., Michelberger, S., Uhlich, M., & Thoß, L. (2023). Willst du uns im Wahlkampf unterstützen? Bitte bestätige deine E-Mail-Adresse. Eine empirische Analyse zur Nutzung und den Zielen des E-Mail-Marketings der Parteien im Bundestagswahlkampf 2021. In M. Motzkau & M. Fuchs (Hrsg.), *Digitaler Wahlkampf bei der Bundestagswahl 2021* (S. 101-120). Wiesbaden: Springer VS. doi: 10.1007/978-3-658-39008-2\_7

Haller, A. & Kruschinski, S. (2021). Die Zukunft der Wahlkampagnen? Praxis, Einschränkungen und normative Beurteilung von Datenwahlkämpfen und Microtargeting [The future of election campaigns? Practice, Limitations and Normative Assessment of Data Election Campaigns and Microtargeting]. In: H. Hasenknopf, M. Hoffmann, & C. Zigel (Eds.), *ZukunftsDesign. Ein Studiengang der Regionalentwicklung* (S. 208-216). Coburg. <https://www.zukunftsdesign.net/ein-studiengang-der-regionalentwicklung/>

Bene, M., & Kruschinski, S. (2021). Political Advertising on Facebook. In J. Haßler, M. Magin, U. Russmann, & V. Fenoll (Eds.), *Campaigning on Facebook: Campaigning on Facebook in the 2019 European Parliament Election* (pp. 283-299). Cham: Palgrave Macmillan. doi: 10.1007/978-3-030-73851-8\_18

Schlosser, K., Wurst, A.-K., Haßler, J., & Kruschinski, S. (2021). European Issues, but National Campaigning of German Parties. In J. Haßler, M. Magin, U. Russmann, & V. Fenoll (Eds.), *Campaigning on Facebook: Campaigning on Facebook in the 2019 European Parliament Election* (pp. 103-117). Cham: Palgrave Macmillan. doi: 10.1007/978-3-030-73851-8\_7

Maurer, M. & Kruschinski, S. (2021). Rezeption und Wirkung des politischen Journalismus [Reception and effects of political journalism]. In M. Prinzing & R. Blum (Hrsg.), *Handbuch politischer Journalismus* (pp. 676-691). Köln: Herbert von Halem Verlag. <https://www.halem-verlag.de/handbuch-politischer-journalismus/>

Haßler, J., Magin, M., Russmann, U., Baranowski, P., Bene, M., Schlosser, K., Wurst, A.-K., Fenoll, V., Kruschinski, S., & Maurer, P. (2020). Reaching Out to the Europeans. Political Parties' Facebook Strategies of Issue Ownership and the Second-Order Character of European Election Campaigns. In C. Holtz-Bacha (Ed.), *Europawahlkampf 2019* (pp. 87-113). Wiesbaden: Springer VS. doi: 10.1007/978-3-658-31472-9\_3

Haßler, J. & Kruschinski, S. (2019). Vernetzte Kampagne?! Die Verbindung von Offline- und Online-Wahlkampf im Wahljahr 2017 am Beispiel der Mobilisierungskampagnen von CDU und SPD [The connection between offline and online campaigning in the 2017 election year using the example of the mobilization campaigns of the CDU and SPD]. In C. Holtz-Bacha (Hrsg.), *Die Massenmedien im Wahlkampf. Die Bundestagswahl 2017*. (S. 73-95). Wiesbaden: Springer VS. doi: 10.1007/978-3-658-24824-6\_4

Kruschinski, S. & Haller, A. (2018). Back to the roots?! Der datengestützte Tür-zu-Tür-Wahlkampf in politischen Wahlkampagnen [The data-driven door-to-door campaign in political campaigns]. In M. Oswald & M. Johann (Hrsg.), *Strategische Politische Kommunikation im digitalen Wandel. Interdisziplinäre Perspektiven auf ein dynamisches Forschungsfeld* (S. 289-317). Wiesbaden: Springer VS. doi: 10.1007/978-3-658-20860-8\_13

Kruschinski, S. (2017). Der datengestützte Tür-zu-Tür-Wahlkampf bei der Bundestagswahl 2017. Mit Daten, Technologien und Wahlkampfhelfern im direkten Wählerkontakt [The data-driven door-to-door campaign in political election campaigns. aThe data-driven door-to-door campaign in the 2017 federal election. Using data, technologies and campaign assistants in direct voter contact]. In M. Voigt, R. Gülden-zopf & J. Böttger (Hrsg.), *Wahlanalyse 2017. Strategien. Kampagne. Bedeutung* (S. 102-110). Berlin: epubli. <https://www.wahlanalyse2017.de/>

## Articles in encyclopedias/handbooks

Kruschinski, S. (forthcoming). Canvassing. In A. Nai. (Hrsg.), *Encyclopedia of Political Communication*. Edward Elgar Publishing.

Dommett, K., & Kruschinski, S. (forthcoming). Data-Driven Campaigning. In F. Trevisan et al. (Hrsg.), Routledge Handbook of Political Campaigning. Routledge.

## Reviews and Book Reviews

Kruschinski, S. (forthcoming). Löffler, Natascha: Datenbasierte Kommunikation von Parteien und Vertrauen. Theoretische Einordnung und empirische Erfassung auf der Meso- und Mikro-Ebene. *Publizistik*. doi: 10.1007/s11616-023-00798-4

## Policy Reports

Maurer, M., Reinemann, C., & Kruschinski, S. (2021). Einseitig, unkritisch, regierungsnah? Eine empirische Studie zur Qualität der journalistischen Berichterstattung über die Corona-Pandemie. Rudolf Augstein Stiftung. (Download)

Maurer, M., Jost, P., Kruschinski, S., & Haßler, J. (2021). Fünf Jahre Medienberichterstattung über Flucht und Migration. Stiftung Mercator. (Download) DOI: 10.13140/RG.2.2.30003.96807

## Presentations

### Conference presentations (Peer-reviewed)

#### 2023

Barclay, A., Kruschinski, S., Dommett, K., & Kefford, G. (2023). Mapping Public Attitudes Towards Data-Driven Campaigning and its regulation in five advanced democracies. Panelvortrag auf der 17. General Conference des European Consortium for Political Research (ECPR) vom 04.-08. September 2023 in Prag, Tschechien.

Gahn, C., & Kruschinski, S., & Haßler, J. (2023). Political Targeting on Social Media: A Study of Tailored Messages and Ad Success in the German 2021 General Election. Vortrag auf der ECREA Political Communication Section Conference am Weizenbaum Institute for the Networked Society and the Freie Universität Berlin, Deutschland.

Meltzer, C., Jost, P., Kruschinski, S., Schemer, C., & Maurer, M. (2023). The Impact of Media Contact with Refugee Women and Men in the News on Immigration-Related Attitudes and Emotions. Vortrag auf der ECREA Political Communication Section Conference am Weizenbaum Institute for the Networked Society and the Freie Universität Berlin, Deutschland.

Pohl, K., Haßler, J., Wurst, A.-K., Jost, P., Bene, M., & Kruschinski, S. (2023). The Potentially Dangerous Connection Between Populist Parties, Anti-Immigrant Rhetoric and Angry Reactions. Vortrag auf der ECREA Political Communication Section Conference am Weizenbaum Institute for the Networked Society and the Freie Universität Berlin, Deutschland.

Gahn, C., Kruschinski, S., & Haßler, J. (2023). Are highly tailored advertisements more successful in election campaigns? An empirical analysis of the content and impressions of parties' Instagram and Facebook Ads in the 2021 German election campaign. Vortrag auf der 13. Jahrestagung der European Political Science Association (EPSA) vom 22. bis 24. Juni 2023 in Glasgow, Schottland.

Kruschinski, S., Jost, P., & Maurer, M. (2023). *The effects of Door-to-Door Canvassing on voter turnout and vote intention. Evidence from a quasi-experiment with repeated measurements using mobile surveys.* Vortrag auf der 73. Jahrestagung der International Communication Association (ICA) vom 25. bis 29. Mai 2023 in Toronto, Kanada.

Kruschinski, S., Russmann, U., Haßler, J., Lilleker, D., Balaban, D.C., Baranowski, P., Ceron, A., Fenoll, V., & Jackson, D. (2023). *Divisive, negative, and populist digital advertising?! Comparing populist and mainstream parties' communication strategies in Facebook campaign messages in 10 European countries.*



Vortrag auf der 73. Jahrestagung der International Communication Association (ICA) vom 25. bis 29. Mai 2023 in Toronto, Kanada.

Braun, M., Heintz, L., Kruschinski, S., Trepte, S., & Scharkow, M. (2023). *Gender Diversity at Academic Conferences—The case of the International Communication Association (ICA)*.

Posterpräsentation auf der 73. Jahrestagung der International Communication Association (ICA) vom 25. bis 29. Mai 2023 in Toronto, Kanada.

Reinemann, C., Maurer, M., Kruschinski, S., & Jost, P. (2023). *Consonance or diversity in COVID-19 coverage? How German mainstream journalism and alternative media covered the pandemic 2020-2021*.

Vortrag auf der 73. Jahrestagung der International Communication Association (ICA) vom 25. bis 29. Mai 2023 in Toronto, Kanada.

Braun, M., Heintz, L., Kruschinski, S., Trepte, S., & Scharkow, M. (2023). Die Geschlechterdiversität auf wissenschaftlichen Konferenzen - Entwicklung und Einflussfaktoren am Beispiel der ICA-Konferenzen von 2005 bis 2022.

Vortrag auf der 68. Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPK) vom 18. bis 20. Mai 2023 in Bremen.

Gahn, C., Kruschinski, S., & Haßler, J. (2023). Political Targeting on Social Media: A Study of Tailored Messages and Ad Success in the German 2021 General Election.

Vortrag auf der Joint Sessions of Workshops des European Consortium for Political Research (ECPR) vom 25. bis 28. April 2023 am Sciences Po in Toulouse, Frankreich.

## 2022

Wurst, A.K., Kruschinski, S., Haßler, J., & Schlosser, K. (2022). *A consistent picture? Issue-based campaigning on Facebook in Germany*.

Vortrag auf der 9. Jahrestagung der European Communication Research and Education Association (ECREA) vom 19. bis 22. Oktober 2022 in Aarhus, Dänemark.

Haller, A., & Kruschinski, S. (2022). *How do campaign strategists perceive Facebook targeting? An empirical analysis of the relevance, implementation, and evaluation of Facebook targeting*.

Vortrag auf der Pre-Conference "Digital Campaigning Worldwide" im Vorfeld der 9. Jahrestagung der European Communication Research and Education Association (ECREA) am 19. Oktober 2022 in Aarhus, Dänemark.

Rußmann, U., Lilleker, D., Bene, M., Farkas, X., Haßler, J., Jackson, D., Kruschinski, S., Larsson, A. O., Magin, M., & Veneti, A. (2022). *Liking, sharing or commenting – how different imagery evoke different audience responses on Facebook during election campaigns*.

Vortrag auf der 9. Jahrestagung der European Communication Research and Education Association (ECREA) vom 19. bis 22. Oktober 2022 in Aarhus, Dänemark.

Bene, M., Magin, M., Hassler, J., Rußmann, U., Lilleker, D., Kruschinski, S., Jackson, D., Fenoll, V., Farkas, X., Baranowski, P., & Balaban, D. (2022). *Populism in context. A cross-country investigation of the Facebook usage of populist appeals during the 2019 European Parliament elections*.

Vortrag auf der Jahrestagung der Association of Internet Researchers (AoIR) vom 02. bis 05. November 2022 in Dublin, Irland.

Bene, M., Magin, M., Hassler, J., Rußmann, U., Lilleker, D., Kruschinski, S., Jackson, D., Fenoll, V., Farkas, X., Baranowski, P., & Balaban, D. (2022). *Populism in context. A cross-country investigation of the Facebook usage of populist appeals during the 2019 European Parliament elections*.

Vortrag auf der 72. Jahrestagung der International Communication Association (ICA) vom 26. bis 30. Mai 2022 in Paris, Frankreich.

Kruschinski, S., Haßler, J., Jost, P., & Sülflow, M. (2022). *To regulate or not to regulate?! The evaluation of regulatory measures for political targeting using empirical findings from German digital campaigning*.

Vortrag im DGPK-Panel "Political Targeting during the German Federal Election" auf der 72. Jahrestagung der International Communication Association (ICA) vom 26. bis 30. Mai 2022 in Paris, Frankreich.

Kefford, G., Dommett, K., & Kruschinski, S. (2022). Perspectives on Regulation & Data-Driven Campaigning: Evidence from Five Advanced Democracies.  
Vortrag bei der 72. Jahrestagung der Political Studies Association vom 11. - 13. April 2022 in York, UK.

## 2021

Baranowski, P., Kruschinski, S. & Rußmann, U. (2021). *Putting lipstick on a pig? Going negative in the 2019 European Election Campaign.*  
Vortrag im Panel "Campaigning on Facebook. Political Parties' Digital Communication Strategies in the 2019 European Elections" auf der 8. Jahrestagung der European Communication Research and Education Association (ECREA) vom 6. bis 9. September 2021 in Braga, Portugal.

Sülflow, M., Jost, P., Kruschinski, S. & Haßler, J. (2021). *Sponsoring political microtargeting's transparency?! How ad disclaimers affect the perception and evaluation of Facebook ads.*  
Vortrag auf der 8. Jahrestagung der European Communication Research and Education Association (ECREA) vom 6. bis 9. September 2021 in Braga, Portugal.

Lilleker, D., Haßler, J., Baranowski, P., Bene, M., Ceron, A., Fenoll, V., Jackson, D., Kruschinski, S. Larsson, A.O., Magin, M. Maurer, P., Russmann, U., Schlosser, K. & Veneti, A. (2021). *Populist election campaigning: assessing the spread and impact across 11 EU nations.*  
Vortrag auf der 26. Jahrestagung der International Political Science Association (IPSA) vom 10-14 Juli 2021 in Lissabon, Portugal.

Russmann, U., Magin, M., Haßler, J., Baranowski, P., Bene, M., Ceron, A., Farkas, X., Fenoll, V., Jackson, D., Kruschinski, S., Larsson, A. O., Lilleker, D., Maurer, P., Schlosser, K., Veneti, A., & Wurst, A.-K. (2021). *Populists' communication on Facebook during the 2019 EP Elections.*  
Vortrag auf dem Protogoras symposium "Europe facing populists in power: communication strategies and practices." vom 14. -15. Januar 2021 in Brüssel, Belgien.

## 2020

Bene, M., Ceron, A., Fenoll, V., Larsson, A. O., Kruschinski, S., Magin, M., Haßler, J., Schlosser, & Wurst, A.-K. (2020). *A Cross-country Investigation of User Engagement during the 2019 EP Election.*  
Virtueller Vortrag auf der 116. Jahrestagung der American Political Science Association (APSA) vom 10. - 13. September 2020 in San Francisco, USA.

Maurer, P., Magin, M. Bene, M., Kruschinski, S., Haßler, J., Schlosser, K. & Wurst, A.-K. (2020). *Engaging users through information or critique? "Likes" and "shares" for parties on Facebook during the 2019 European Election campaign.*  
Virtueller Vortrag auf der 3. Weizenbaum Conference "Democracy in Flux – Order, Dynamics and Voices in Digital Public Spheres" vom 19. bis 20. Oktober 2020 in Berlin, Deutschland.

Russmann, U., Baranowski, P., Kruschinski, S., Ceron, A., Jackson, D., Lilleker, D., Magin, M., & Marton, B. (2020). *European Patterns of Negative Campaigning? Going Negative in the 2019 European Election Campaign.*  
Virtueller Panelvortrag auf der 14. General Conference des European Consortium for Political Research (ECPR) vom 26.-28. August 2020 in Innsbruck, Österreich.

Sülflow, M., Jost, P., Kruschinski, S. & Haßler, J. (2020). *Zur Wahrnehmung und Wirkung von politischem Microtargeting auf Facebook. Ein Eye-Tracking-Experiment.*  
Vortrag auf der 65. Jahrestagung der DGPUK vom 10. bis 12. März 2020 in München.

Haßler, J., Kruschinski, S., Sülflow, M., & Jost, P. (2020). *(P)Reaching to the audience?! Eine empirische Analyse der Reichweite von Facebook-Posts im Wahlkampf mit Facebook-Insight-Daten.*  
Vortrag auf der 65. Jahrestagung der DGPUK vom 10. bis 12. März 2020 in München.

Haßler, J., Schlosser, K., Wurst, A.-K., Kruschinski, S. (2020). *Facebook als alternative Öffentlichkeit für Deutschland. Wie die AfD Facebook im Europawahlkampf nutzte.*  
Posterpräsentation auf gemeinsamen Jahrestagung 2020 der Fachgruppe „Kommunikation und Politik“

der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPK), des Arbeitskreises „Politik und Kommunikation“ der Deutschen Vereinigung für Politische Wissenschaft (DVPW) und der Fachgruppe „Politische Kommunikation“ der Schweizerischen Gesellschaft für Kommunikations- und Medienwissenschaft (SGKM) vom 05. bis 07. Februar 2020 in Mainz.

Kruschinski, S., Haßler, J., Bene, M., Baranowski, P., Ceron, A., Fenoll, V., Jackson, D., Larsson, A. O., Lilleker, D., Magin, M., Maurer, P., Russmann, U., Schlosser, K., Veneti, A., & Wurst, A.-K. (2020). *Really a European Populist Zeitgeist? How populists used Facebook posts and ads for campaigning across 11 countries in the European Election Campaign 2019.*

Vortrag auf dem Workshop "European Elections 2019" des "Amsterdam Centre for European Studies (ACES)" am 30. und 31. Januar 2020 in Amsterdam.

## 2019

Magin, M., Baranowski, P., Bene, M., Ceron, A., Fenoll, V., Haßler, J., Jackson, D., Kruschinski, S., Larsson, A. O., Lilleker, D., Maurer, P., Rußmann, U. & Schlosser, K., Veneti, A. & Wurst, A.-K. (2019). *How political parties tried to produce participation in the European Election Campaign 2019 – a comparative content analysis of parties' Facebook campaigns in 11 countries.* Workshop on The Production of Participation in the Digital World, Trondheim, 12. bis 13. Dezember 2019.

Haßler, J., Baranowski, P., Bene, M., Ceron, A., Fenoll, V., Jackson, D., Kruschinski, S., Larsson, A. O., Lilleker, D., Magin, M., Maurer, P., Rußmann, U., Schlosser, K. (2019). *Campaigning for Strasbourg (CamforS) – a Cross-National Comparison of Campaign Mobilization in Social Media.*

Vortrag auf der Konferenz "European Elections 2019: Populism & Euroscepticism" vom 20. bis 22. November 2019 in Valencia.

Kruschinski, S. & Haller, A. (2019). *Der Wille der Wählerdaten. Eine normative und demokratietheoretische Betrachtung von politischem Targeting.*

Vortrag auf der Bookmaking-Conference "Demokratie und Demokratietheorie im Spannungsfeld zwischen Digitalisierung und digitaler Transformation" vom 2. bis 3. September 2019 am Center for Advanced Internet Studies (CAIS) in Bochum.

Maurer, M., Kruschinski, S., Jost, P. & Haßler, J. (2019). *Wir können das nicht schaffen, müssen es aber trotzdem machen. Zur (In-)Konsistenz der Flüchtlingsberichterstattung in den deutschen Medien.*

Vortrag auf der Konferenz "Flucht, Migration und Integration in den Medien" vom 11. bis 13. Juli 2019 im Haus der Universität Düsseldorf in Düsseldorf.

Kruschinski, S. (2019). *Let the data speak for itself. The evolution, understanding, organization and conduct of political micro-targeting in Germany.*

Vortrag auf der Konferenz "'Scraping the Demos': Political Epistemologies of Big Data" der Research Group Quantification and Social Regulation (Weizenbaum Institute for the Networked Society) and DVPW Thematic Group "Internet and Politics. Electronic Governance" vom 8. bis 9. Juli 2019 am Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung in Berlin.

Kruschinski, S. & Haßler, J. (2019). *Toward the digital movement party? How German parties use technological innovations for campaigning and how it shapes their organization.*

Vortrag auf dem Symposium "Social Movements and Parties in a Fractured Media Landscape" unter der Leitung des Journals 'Information, Communication & Society' (iCS) vom 1. bis 2. Juli 2019 am Centre on Social Movement Studies (Cosmos) des Institute of Humanities and Social Sciences of the Scuola Normale Superiore, Florenz.

Kruschinski, S. (2019). *Data, Technology and Volunteers: An empirical analysis of German parties' door-to-door canvassing organization.*

Vortrag auf der 69. Jahrestagung der International Communication Association (ICA) vom 24. bis 28. Mai 2019 in Washington, USA.

Kruschinski, S. & Voigt, M. (2019). *Data-Driven Campaigning in Germany: The evolution and conduct of data-driven canvassing and Facebook targeting in a parliamentary democracy with strict data protection laws.*

Vortrag im Rahmen der 47th ECPR Joint Sessions of Workshops "The New 'Data Science' of Election

Campaigning in Comparative Perspective" vom 8. bis 12. April 2019 an der Université catholique de Louvain, Mons, Belgium.

## 2018

Jürgens, P. & Kruschinski, S. (2018). *A Different Bot Hunt: Platform-Agnostic Bot Detection Using Approximative Clustering*.

Vortrag auf dem iCS Symposium on Challenges to Studying Disinformation vom 27. bis 28. Oktober 2018 in Kopenhagen, Dänemark.

Haller, A. & Kruschinski, S. (2018). *"Data!data!data! Campaigns can't make bricks without clay." A normative and democratic-theoretical evaluation of political micro-targeting*.

Vortrag auf der 7. Jahrestagung der European Communication Research and Education Association (ECREA) vom 31. Oktober bis 3. November 2018 in Lugano, Schweiz.

Kruschinski, S., Jürgens, P., Maurer, M., Schemer, C. & Stark, B. (2018). *A multi-feature framework for detecting Social Bots on Facebook*.

Vortrag auf der 68. Jahrestagung der International Communication Association (ICA) vom 24. bis 28. Mai 2018 in Prag, Tschechien.

Kruschinski, S. & Haller, A. (2018). *Data-Driven Discrimination? An empirical analysis of political micro-targeting's promises and concerns for political parties, the electorate and public discourse*.

Vortrag auf der "Internet, Policy & Politics Conference" des Oxford Internet Institute vom 20. bis 21. September 2018 am St Anne's College der University of Oxford.

Jost, P., Haßler, J., Kruschinski, S. & Maurer, M. (2018). *Looking over the canal. Comparing the objectivity of media coverage on the so-called refugee crisis in Germany and the UK*.

Vortrag auf der Preconference "Refugees, Religious Threats, and Political Radicalization: Theoretical and Empirical Perspectives" der Jahrestagung der International Communication Association (ICA) am 23. Mai 2018 in Prag.

Kruschinski, S. (2018). *Der datengestützte Tür-zu-Tür-Wahlkampf bei der Bundestagswahl 2017. Mit Daten, Technologien und Wahlkampfhelfern im direkten Wählerkontakt*.

Vortrag auf der gemeinsamen Tagung "Die Bundestagswahl 2017" der DVPW-Arbeitskreise „Politik und Kommunikation“ und „Wahlen und politische Einstellungen“ vom 24. bis 25. Mai 2018 in Berlin.

Jost, P., Haßler, J., Kruschinski, S. & Maurer, M. (2018). *Auf den Spuren der Lügenpresse. Zur Objektivität der Medienberichterstattung in der „Flüchtlingskrise“*.

Vortrag auf der Jahrestagung der 63. Jahrestagung der DGPK vom 09. bis 11. Mai 2018 in Mannheim.

Kruschinski, S. (2018). *Facts & Fiction: The Myth of German Microtargeting*.

Vortrag auf der re:publica 2018 "POP - Power of the People" vom 02. bis 04. Mai 2018 in Berlin.

## 2017

Kruschinski, S. & Haller, A. (2017). *"What is predictive modeling?!" - Potentials and limitations of data-driven political micro-targeting in Germany*.

Vortrag auf dem Amsterdam symposium on political micro-targeting des Instituut voor Informatierecht der Universität Amsterdam am 22.09.2017 in Amsterdam.

Kruschinski, S. & Jürgens, P. (2017). *Die Erforschung von politischen Diskussionsinhalten in algorithmischen Öffentlichkeiten - Methodische Herausforderungen und Lösungsvorschläge am Beispiel des Projekts „Der Einfluss von Social Bots und Fake News auf die Bundestagswahl 2017“*.

Workshop „Grenzen und Perspektiven der Methodenentwicklung in der Kommunikationswissenschaft“ im Vorfeld der Jahrestagung der DGPK-Fachgruppe Methoden am 20.09.2017 in Mainz.

Kruschinski, S. (2017). *To mobilize and/or persuade?! An empirical analysis of campaign initiated interpersonal political communication's effects on turnout, vote intention and vote choice*.

Vortrag auf der ICA Political Communication PhD Student PreConference 2017 am 25.05.2017 in San Diego.

## 2016

Kruschinski, S. (2016). *Door-to-door canvassing in the U.S. and Germany. An empirical comparison of canvassing in the U.S. and Germany using the example of the 2014 Thuringian and 2016 Rhineland-Palatinate federal state elections.*

Vortrag auf der 6. European Communication Conference der ECREA vom 09.-12. November 2016 in Prag.

Kruschinski, S. & Haßler, J. (2016). *Soziale Netzwerkeiten im Wahlkampf populistischer Parteien. Eine empirische Analyse am Beispiel des AfD-Landtagswahlkampfes in Rheinland-Pfalz 2016.*

Vortrag auf dem Dresdner Symposium "Digitale Revolution in der Demokratie" vom 08.-10. September 2016 in Dresden.

Kruschinski, S. (2016). *Porting the successful campaign?! An empirical comparison of door-to-door campaigning in the U.S. and Germany using the example of the 2014 Thuringian federal state election.*

Vortrag im Rahmen des Panels „New strategies and techniques to reach voters: insights from recent election campaigns“ auf der Jahrestagung der International Association for Media and Communication Research (IAMCR) vom 27. - 31. Juli 2016 in Leicester/United Kingdom.

Kruschinski, S. (2016). *Der postmoderne Haustürwahlkampf. Eine empirische Analyse am Beispiel des Haustürwahlkampfes der Thüringer Landtagswahl 2014.*

Vortrag auf dem 11. Düsseldorfer Forum Politische Kommunikation (DFPK) vom 14. -16. April 2016 in Düsseldorf.

Kruschinski, S. (2016). *Porting the successful campaign?! Eine empirische Analyse zur Diffusion von Wahlkampfinstrumenten am Beispiel des Haustürwahlkampfes der Thüringer Landtagswahl 2014.*

Short Presentation und Poster auf der 61. Jahrestagung der DGPK vom 30. März bis 01. April 2016 in Leipzig.

Kruschinski, S. (2016). *Beeinflusst Angst das politische Informationsverhalten und die politische Urteilsbildung? Eine empirische Analyse zum Affective Intelligence Modell am Beispiel der Landtagswahl 2011 in Baden-Württemberg.*

Vortrag auf der Jahrestagung der Fachgruppe Politische Kommunikation der DGPK vom 11.-14. Februar 2016 in München.

## 2015

Kruschinski, S. (2015). *Porting the successful campaign?! An empirical analysis of door-to-door campaigning in Germany using the example of the 2014 Thuringian federal state election.*

Vortrag beim Workshop "Campaigning and voting in Europe: New challenges, new perspectives", 14.-16. Dezember 2015 in Paris.

Podschuweit, N., Roessing, T., Schmidt, D., Kruschinski, S. & Weber, W. (2015). *Political Campaigning in Social Network Sites: Do Campaign Aids Appear to be Opinion Leaders Online?*

Vortrag auf der 65. Jahrestagung der International Communication Association (ICA) vom 21.-25. Mai 2015 in Puerto Rico.

Bell, P., Geise, S., Kruschinski, S. & Rössler, P. (2015). *Automatisierte Analyse medialer Bildinhalte: Potentiale, Grenzen, methodisch-technischer Status Quo und zukünftige Herausforderungen.*

Preconference zur Jahrestagung Deutschen Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationswissenschaft (DGPK) vom 13.-15. Mai 2015 in Darmstadt.

## Organization of scientific meetings, workshops & preconferences

Jost, P., Kruschinski, S., Süßlow, M. & Maurer, M. (2020). Desinformation, Populismus, "Lügenpresse": Vertrauen und Glaubwürdigkeit in der politischen Kommunikation. Gemeinsame Jahrestagung 2020 der Fachgruppe „Kommunikation und Politik“ der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPK), des Arbeitskreises „Politik und Kommunikation“ der

Deutschen Vereinigung für Politische Wissenschaft (DVPW) und der Fachgruppe „Politische Kommunikation“ der Schweizerischen Gesellschaft für Kommunikations- und Medienwissenschaft (SGKM), 05.02.-07.02.2020, Johannes Gutenberg-Universität Mainz  
<https://polkomm2020.uni-mainz.de/>

Egelhofer, J. L., Riedl, A., Kruschinski, S., & Esau, K. (2019). Kolloquium des Nachwuchsnetzwerks Politische Kommunikation der DGPK. 27.-29.11.2019, Universität Wien und Österreichische Akademie der Wissenschaften.

<http://napoko.de/napoko-kolloquium-2019-in-wien/>

Kruschinski, S., Haßler, J. & Fitzpatrick, J. (2018). Kolloquium des Nachwuchsnetzwerks Politische Kommunikation der DGPK. 15.-17.09.2018, Johannes Gutenberg-Universität Mainz.

<http://napoko.de/napoko-kolloquium-podiumsdiskussion/>

## Invited Talks & podium discussions

Kruschinski, S., Jost, P., Dogruel, L., & Jürgens, P. (2023). Verbreitung und Rezeption von Verschwörungstheorien und Mobilisierungsaufrufen auf Telegram. Vortrag auf der Wissenschaftskonferenz 2023 des „Zentrums für Analyse und Forschung“ des Verfassungsschutzes zum Thema „Meinungsbildung 2.0 – Strategien im Ringen um Deutungshoheit im digitalen Zeitalter“ am 5. und 6. September 2023 in Berlin.

Kruschinski, S. (2023). Wie gelingt der Haustürwahlkampf? Digitaler Workshop für den Demoskopie Lunch von Civey am 30.06.2023.

Kruschinski, S. (2023). The promises and perils of Data-Driven Campaigning for representative democracy. Vortrag auf dem Workshop "As good as it gets? Promises and perils of representative democracy" des Mainzer Zentrum für empirische Demokratieforschung (MZfeD). 29.-30.03.2023, Johannes Gutenberg-Universität Mainz.

Kruschinski, S. (2023). Expertengespräch zum Forschungsprogramm "Empirische Sozialforschung in der Konrad-Adenauer-Stiftung".

Teilnahme am 16. Januar 2023 in der Akademie der Konrad-Adenauer-Stiftung Berlin.

Kruschinski, S. (2023). Chancen und Gefahren von politischem Microtargeting für Schülerinnen und Schüler.

Kurzinterview für die On-Demand-Fortbildungen Digitalisierung der "Stiftung Lernen durch Engagement".

Kruschinski, S. (2021). *Negative Campaigning: Was ist dran am "neuen" Trend?*

Vortrag bei der 19. Internationalen Konferenz für Politische Kommunikation vom 14.-15. November 2021 in der Akademie der Konrad-Adenauer-Stiftung Berlin.

Kruschinski, S. (2021). Der digitale Bundestagswahlkampf 2021 im Rückblick.

Digitale Vortrag und Diskussion im Rahmen des Webtalks "Demokratie im Gespräch" des Bayerischen Volkshochschulverbands e.V. und der Bayerischen Landeszentrale für politische Bildungsarbeit am 13. Oktober 2021.

Kruschinski, S. (2021). *Einsatz, Potenziale und Herausforderungen von Negative Campaigning in Deutschland.*

Digitaler Vortrag in der Reihe "Wissenschaft" der Kommunikationsagentur Ressourcenmangel am 17. Juni 2021.

Kruschinski, S. (2021). *Datengestütztes Politisches Targeting: Nutzung und Effekte am Beispiel von deutschen Wahlkampagnen.*

Digitaler Vortrag im Seminar "Steering Communication & Strategic Planning" am 07. Juni 2021 an der Quadriga Hochschule in Berlin.

Kruschinski, S. (2021). *Hacking the Electorate?! Mapping the use and effects of data-driven campaigning in Germany.*

Digitaler Vortrag bei der internationalen Vorlesungsreihe "CRiSS – Contemporary Research in Social Sciences" am 28. April 2021 an der Universität Mainz.

Kruschinski, S. (2019). *Strategien, Inhalt und Wirkung von Facebook-Targeting bei der Landtagswahl 2018 in Hessen*. Vortrag bei der Ringvorlesung "Digitale Kampagnen im Spannungsfeld zwischen Technologie und Demokratie" am 11. Dezember 2019 an der Universität Hamburg.

Kruschinski, S. & Jürgens, P. (2019). *Challenges and possibilities of political communication research in algorithmic public spheres using the example of social bots and microtargeting*.

Vortrag im Rahmen eines Forschungsaufenthaltes am Graduate Institute of Journalism der National Taiwan University vom 1. bis 7. Dezember 2019.

Kruschinski, S. (2019). *Hacking Politics: Wie Daten und Technologien die politische Kommunikation verändern*.

Vortrag auf dem Treffen des VDI Arbeitskreises "Internet-Sicherheit" am 06. November 2019 an der Johannes Gutenberg-Universität Mainz.

Kruschinski, S. (2019). *Zwischen ‚vernetzt‘ und ‚verstrickt‘ – regionale Kommunikation im web 4.0*.

Podiumsdiskussion auf dem SWR-Studioaktionstag "REGION TRIFFT SWR" am 30. Oktober 2019 im SWR Studio Kaiserslautern.

Kruschinski, S. (2019). *Viele Gesichter - wenige Inhalte. Zur Personalisierung im Wahlkampf*.

Podiumsdiskussion auf dem 45. OPEN OHR Festival am 09. Juni 2019 in Mainz.

Kruschinski, S. (2018). *Microtargeting im Bundestagswahlkampf 2017: Gezielter Wählerkontakt mit Daten und Technologien?!*

Vortrag bei der Ringvorlesung "Digitalisierung der Demokratie" am 28. November 2018 an der Universität Hamburg.

Kruschinski, S. (2018). „Fake News“ & alternative Fakten Desinformation in Zeiten Sozialer Medien.

Vortrag beim Treffen des Marketing Clubs Mainz-Wiesbaden e.V. am 12. November 2018 in der VRM Mainz.

Kruschinski, S. (2018). *Digitale Demos – Big Data in politischen Kampagnen*.

Diskutant bei abida-Gutachtertagung zum Gutachten „Die öffentliche Verhandlung von Big Data in politischen Kampagnen“ von Christian Pentzold und Lena Fölsche am 17. September 2018 am Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung in Berlin.

Kruschinski, S. & Jürgens, P. (2018). *Social Bots und Fake News in der Bundestagswahl 2017*.

Wissenschaftlicher Input beim Besuch des Bundespräsidenten Frank-Walter Steinmeier und der Ministerpräsidentin von Rheinland-Pfalz Malu Dreyer am Institut für Publizistik der Johannes Gutenberg-Universität Mainz (JGU) am 20. März 2018 in Mainz.

Kruschinski, S. & Jürgens, P. (2018). *Wahlkampf der Algorithmen?! Der Einfluss von Social Bots und Fake News auf die Bundestagswahl 2017*.

Vortrag im Rahmen des Lehrbeauftragten-Treffens der Johannes Gutenberg-Universität am 16. Januar 2018 in Mainz.

Kruschinski, S. (2017). *Fake News und Lügenpresse - Wir wollen diskutieren*.

Diskutant bei der Podiumsdiskussion der Johannes Gutenberg-Universität Mainz und Correctiv.org am 28. November 2017 im Kulturcafe in Mainz.

Kruschinski, S. (2017). *Mobilisierung im Jahr 2017: Tools und Strategien in den Kampagnen der Landtagswahlen und der Bundestagswahl*.

Vortrag bei der 15. Internationalen Konferenz für Politische Kommunikation vom 15.-16. Oktober 2017 in der Akademie der Konrad-Adenauer-Stiftung Berlin.

Kruschinski, S. & Hohmann, D. (2016). *Die amerikanischen Präsidentschaftswahlen 2016 - ein Erfahrungsbericht mit wissenschaftlichem Exkurs*.

Vortrag im Rahmen der Ringvorlesung Politikwissenschaft am 14.12.2016 an der Johannes Gutenberg-Universität Mainz.

Kruschinski, S. (2016). *High Tech und High Touch. Das Revival von Tür-zu-Tür!?*

Panel bei der 14. Internationalen Konferenz für Politische Kommunikation vom 9.-10. Oktober 2016 in der Akademie der Konrad-Adenauer-Stiftung Berlin.

## Lectures & workshops in adult education / in schools

Kruschinski, S. (2023). Posting und (Micro-)Targeting auf Facebook und Instagram bei der Landtagswahl 2023 in Bayern. Digitaler Vortrag im Rahmen der Webtalks „Digitaler Wahlkampf“ von der Bayerische Landeszentrale für politische Bildungsarbeit am 20.09.2023.

Kruschinski, S. (2023). Einsatz und Wirkungen von politischer Kommunikation auf Social Media. Workshop im Rahmen der Sommerakademie 2023 des Evangelischen Studienwerks Villigst am 28.08.2023 in Schwerte-Villigst.

Kruschinski, S. & Sülflow, M. (2021). "Digitaler Wahlkampf vs. politische Bildung". Strategien und Wirkmechanismen der Online-Aktivitäten der Parteien im Landtagswahlkampf. Leitung einer E-Session für Lehrerinnen und Lehrer für das pädagogische Landesinstitut Rheinland-Pfalz am 01.02.2021.

Kruschinski, S. (2020). We need to talk about digital journalism! Herausforderungen und Lösungsansätze für guten politischen Journalismus im digitalen Zeitalter. Leitung einer Session auf dem Barcamp zur politischen Kommunikation des Bundespresseamtes am 21.01.2020 im artloft in Berlin.

Kruschinski, S. (2019). *Hass, Populismus und Hetze?! Wie in sozialen Netzwerken politisch kommuniziert wird.* Vortrag beim Seminar „Die Macht der Worte – Wie Sprache politische Diskurse beeinflusst“ der Fridtjof-Nansen-Akademie und der Landeszentrale für politische Bildung Rheinland-Pfalz am 23. März 2019 im Fridtjof-Nansen-Haus in Ingelheim.

Kruschinski, S. (2019). *Bots & Trolls – Digitale transatlantische Herausforderungen.* Vortrag beim Jugendfachseminar "Rheinland-Pfalz, Deutschland und Amerika" der Atlantischen Akademie und der Hessischen Landeszentrale für politische Bildung am 01. März 2019 in der Jugendherberge Speyer.

Kruschinski, S. (2018). *A Social Generation?! Challenges in Digital Media and Politics in an era of algorithms* Vortrag beim Jugendfachseminar "Reinventing the American Dream?" der Atlantischen Akademie und der Hessischen Landeszentrale für politische Bildung am 24. November 2018 in der Jugendherberge Wiesbaden.

Kruschinski, S. (2018). *"Und das zur besten Sendezeit!" Medien und Rechtspopulismus - eine Hassliebe* Vortrag im Rahmen der Veranstaltungsreihe "Hamburg bekennt Farbe. Für Demokratie, Toleranz und Vielfalt" und im Namen der Rosa Luxemburg Stiftung Hamburg am 19. Juni 2018 in der Fabrique im Gängeviertel Hamburg.

Kruschinski, S. (2018). *Fake News, Microtargeting, Hate Speech: Lösungsansätze für politische Manipulation in sozialen Medien.* Vortrag im Namen des Arbeitsbereichs für politische Bildung des Allgemeinen Studierendenausschusses (AStA) am 12. Juni 2018 an der Johannes Gutenberg-Universität Mainz.

Kruschinski, S. (2018). *Algorithmen, die Stimmung machen. Der Einfluss von Social Bots auf jüngste Wahlen.* Vortrag im Rahmen des Bundestreffens Christlich Akademische Vereinigung (CAV) vom 31. Mai bis 3. Juni 2018 in Kaub.

Haßler, J. & Kruschinski, S. (2018). *Populismus im digitalen Zeitalter.* Vortrag im Rahmen der Veranstaltungsreihe "Digitalisierte Demokratie - Fluch oder Segen?" und im Namen des Vereins "Gegen Vergessen Für Demokratie e.V." am 15. Mai 2018 in Darmstadt.

Kruschinski, S. (2018). *Clickbait for Europe? - Wahlkampf im digitalen Zeitalter"* Workshop im Rahmen des DACH Seminars 2018 "Next Stop: Europawahl 2019 - Der Weg nach Europa 2.0" der Jungen Europäischen Förderalisten vom 27. bis 29. April 2018 in Bregenz, Österreich.

Kruschinski, S. (2017). *Verbreitung und Wirkung von Fake News im digitalen Zeitalter - und wie man sich davor schützen kann.* Vortrag für das Katholische Bildungswerk Mainz am 4. Oktober 2017 im Sankt Remigiusheim in Wöllstein.



Kruschinski, S. (2017). *Was ist wahr? Wie Fake News unsere Meinung beeinflussen (können)*.  
Vortrag der Veranstaltungsreihe Politik-Lokal der CDU Alzey am 17.08.2017.

Haßler, J. & Kruschinski, S. (2017). *Digitale Strategien von Populisten. Wie der politische Onlinediskurs instrumentalisiert wird*.  
Vortrag im Rahmen der Darmstädter Demokratiereihe 2017 und im Namen des Vereins "Gegen Vergessen Für Demokratie e.V." am 31. August 2017.