

Dr. Simon Luebke

simon.luebke@ifkw.lmu.de

Last update: March 2025

PUBLICATIONS

Dissertation

Luebke, S. M. (2022). *Authenticity in Political Communication: Conceptualization, Measurement, and Examination of a Popular Concept*. Dissertation, Friedrich Schiller University Jena.

<https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:gbv:27-dbt-20221110-131122-006>

Journal articles

Luebke, S. M. & Steffan, D. (2025). Who Values Political Authenticity? The Antecedents and Electoral Consequences of Voters' Preference for Authentic Politicians. *Polity*, 57(2), 1-22.

<https://doi.org/10.1086/734727>

Stein, H., **Luebke, S. M.**, Engelmann, I. (2025). The Impact of Politicians' Populist Performance on Perceived Political Authenticity. *Polity*, 57(2), 1-24. <https://doi.org/10.1086/734726>

Luebke, S. M. & Steffan, D. (2023). Pathway to authenticity? The influence of politicians' gender and multimodal self-presentation in social media on perceived authenticity. *New Media & Society*. Online first: <https://doi.org/10.1177/14614448231208920>

Schmiege, J., Engelmann, I., & **Lübke, S.** (2023). Populistisch und verschwörungstheoretisch? Die Darstellung der Covid-19-Pandemie in rechtsalternativen Online-Medien. *Publizistik*, 68(4), 433-457. <https://doi.org/10.1007/s11616-023-00819-2>

Luebke, S. M. & Engelmann, I. (2023). Perceiving politicians as true to themselves: Development and validation of the Perceived Political Authenticity Scale. *PLoS ONE*, 18(5), e0285344. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0285344>

Luebke, S. M. & Engelmann, I. (2022). Do we know politicians' true selves from the media? Exploring the relationship between political media exposure and perceived political authenticity. *Social Media & Society*, 8(1), 1-11. <https://doi.org/10.1177/20563051221077030>

Engelmann, I., **Luebke, S. M.**, & Kessler, S. H. (2021). Effects of news factors on users' news attention and selective exposure on a news aggregator website. *Journalism Studies*, 22(6), 780-798. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2021.1889395>

- Luebke, S. M.** (2021). Political authenticity: Conceptualization of a popular term. *The International Journal of Press/Politics*, 26(3), 635-653.
<https://doi.org/10.1177/1940161220948013>
- Lübke, S.** & Dogruel, L. (2018). Erfolgsfaktoren von YouTube-Kanälen - Die Perspektive der Multi-Channel-Netzwerke. *MedienWirtschaft*, 15(1), 12-19. <https://doi.org/10.15358/1613-0669-2018-1-12>

Book chapters

- Luebke, S. M.** (forthcoming). Authenticity. In A. Nai, M. Grömping, & D. Wirz (eds.), *Encyclopedia of Political Communication*. Edward Elgar Publishing Edward Elgar Publishing.
- Engelmann, I. & **Lübke, S.** (2022). Framing und Journalismus. In M. Löffelholz & L. Rothenberger (eds.), *Handbuch Journalismustheorien* [2. Überarbeitete Auflage]. Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-32153-6_34-1
- Goldhammer, K., Birkel, M., & **Lübke, S.** (2022). Radio. In J. Krone, & T. Pellegrini (eds.), *Handbook of Media and Communication Economics*. Wiesbaden: Springer VS. https://doi.org/10.1007/978-3-658-09632-8_34-1
- Goldhammer, K., Birkel, M., & **Lübke, S.** (2016). Hörfunk. In J. Krone, & T. Pellegrini (Hrsg.), *Handbuch Medienökonomie*. Wiesbaden: Springer VS. https://doi.org/10.1007/978-3-658-34048-3_34-2
- Lübke, S.**, Gräßer, D., & Dogruel, L. (2015). Medienwahl als medienökonomisches Problem. Eine Analyse zum Einfluss visueller Stimuli auf die Auswahlentscheidung auf Video-on-Demand-Plattformen. In S. Pagel (Hrsg.), *Schnittstellen (in) der Medienökonomie*. Baden-Baden: Nomos, S. 323-338. <https://doi.org/10.5771/9783845264868-321>

TALKS

Conference talks (peer reviewed)

- Luebke, S. M.**, Ozornina, N., Haim, M., & Haßler, J. (2025). *The Rise of Climate Change Skepticism in Germany: Analyzing the Climate Communication of the Right-Wing Populist Party Alternative for Germany*. Paper accepted for the International Communication Association (ICA) Conference, June 12–16, Denver.

- Luebke, S. M.,** Ozornina, N., Haim, M., & Haßler, J. (2025). *Fragmentation of Digital Climate Change Discourse? Comparative Analysis of German Stakeholders' Communication on Four Social Media Platforms*. Paper accepted for the International Communication Association (ICA) Conference, June 12–16, Denver.
- Lübke, S.,** Ozornina, N., Haim, M., & Haßler, J. (2025). *Der deutsche Klimawandeldiskurs im Plattformvergleich. Eine Inhaltsanalyse der Klimakommunikation auf Instagram, Facebook, TikTok und YouTube*. Paper presented at the Annual Conference of the German Communication Association (DGPuK), March 19–21, Berlin.
- Lübke, S.,** Ozornina, N., Haim, M., & Haßler, J. (2025). *Institutionalisierte Klimawandelskepsis: Eine Analyse der Klimakommunikation der AfD in sozialen Medien*. Paper presented at the Annual Conference of the German Communication Association (DGPuK), March 19–21, Berlin.
- Lübke, S. & Steffan D.** (2025). *Authentizität als Wert in der Politik. Ursachen und Folgen der individuellen Präferenz für authentische Politiker:innen in Deutschland*. Paper presented at the Annual Conference of the German Communication Association (DGPuK), March 19–21, Berlin.
- Lübke, S.,** Dupeire, P., Röckert, M.; Stach, J., Engelmann, I. (2025). *Vote for Us, We Are Authentic! The Role of Political Authenticity in the Election Campaigns of Lead Candidates in Germany*. Paper accepted at the Annual Conference of the Communication and Politics Division of the German Communication Association (DGPuK), February 26–28, Innsbruck.
- Luebke, S. M. & Steffan, D.** (2024). *The antecedents and electoral consequences of voters' preference for authentic politicians*. Paper presented at the European Communication Research and Education Association (ECREA) Conference, September 24–27, Ljubljana.
- Luebke, S. M.,** Ozornina, N., Haim, M., & Haßler, J. (2024). *The use of humor styles in memes on climate change*. Paper presented at the European Communication Research and Education Association (ECREA) Conference, September 24–27, Ljubljana.
- Ozornina, N., **Lübke, S.,** Haim, M. (2024). *Mehr als die Summe seiner Teile. Herausforderungen und Ansätze der automatisierten Analyse multimodaler Social-Media-Inhalte*. Paper presented at the Annual Conference of the Methods Division of the German Communication Association (DGPuK), September 18–20, Hamburg.
- Lübke, S.** (2024). *Humor in der Klimakrise: Wie Memes den politischen Klimadiskurs beeinflussen*. Paper presented at re:publica24, May 27–29, Berlin.
- Lübke, S.,** Haim, M., & Haßler, J. (2024). *Klimakommunikation multimodal. Die Rolle und Wirkung Politischer Internet Memes im Klimadiskurs*. Paper presented at the Annual Conference of the Communication and Politics Division of the German Communication Association (DGPuK), February 7–9, Bern.

- Stein, H., Engelmann, I., & **Luebke, S. M.** (2023). *The Impact of Politicians' Populist Performance on Perceived Political Authenticity*. Paper presented at the International Journal of Press/Politics Conference, October 12–13, Edinburgh.
- Luebke, S. M.** & Steffan, D. (2023). *Gender, modality, and perceived political authenticity in social media: Evidence from an online survey experiment*. Paper presented at the ECREA Political Communication Section Conference, August 31–September 1, Berlin.
- Luebke, S. M.** (2023). *Performed Political Authenticity in Germany*. Paper presented at the International Communication Association (ICA) Conference, May 25–29, Toronto.
- Lübke, S.** & Steffan, D. (2023). *Geschlecht, Modalität und Authentizität in sozialen Medien: Ein Experiment zum Einfluss der Selbstdarstellung von Politiker:innen auf ihre wahrgenommene Authentizität*. Paper presented at the Annual Conference of the German Communication Association (DGPUK), May 18–20, Bremen.
- Schmiege, J., Engelmann, I., & **Lübke, S.** (2023). *Populistisch und verschwörungsideologisch? Die Konstruktion der Covid-19-Pandemie in alternativen Online-Medien*. Paper presented at the Annual Conference of the German Communication Association (DGPUK), May 18–20, Bremen.
- Luebke, S.** & Azevedo, F. (2023). *What makes us perceive politicians as (more) authentic? Exploring predictors of perceived political authenticity in the United States and Brazil*. Paper presented at the Society for Personality and Social Psychology (SPSP) Preconference on "Authenticity", February 22.
- Engelmann, I., **Luebke, S.**, & Marzinkowski, H. (2022). *Mediendiskurse und politische Legitimität. Ein Modell zu Effekten von Diskursarenen und Diskursmerkmalen auf die wahrgenommene politische Unterstützung und Legitimität*. Paper presented at the Annual Conference of the Communication and Politics Division of the German Communication Association (DGPUK), September 28–30, Trier.
- Luebke, S.** & Engelmann, I. (2022). *Media Exposure and Perceived Political Authenticity*. Paper presented at the Annual Conference of the International Communication Association (ICA), May 26–30, Paris.
- Engelmann, I., **Luebke, S.**, & Marzinkowski, H. (2022). *Political Media Discourses and their Effects on Users' Political Support*. Paper presented at the Annual Conference of the International Communication Association (ICA), May 26–30, Paris.
- Luebke S.** & Engelmann, I. (2021). *Toward a New Measure of Perceived Political Authenticity*. Paper presented at the Annual Conference of the International Communication Association (ICA), May 27–31.

- Lübke, S.** (2021). *Are Politicians True to Themselves? Dimensions and Operationalization of Perceived Political Authenticity*. Paper presented at the Three-Country Conference on Communication Science (DACH21), April 7–9.
- Lübke, S.** & Engelmann, I. (2021). *Wann halten wir PolitikerInnen für authentisch? Entwicklung und Validierung einer neuen Skala für wahrgenommene politische Authentizität*. Paper presented at the Annual Conference of the Communication and Politics Division of the German Communication Association (DGPUK), February 12.
- Lübke, S.** (2021). *Wahrgenommene politische Authentizität: Skalenentwicklung und -validierung*. Paper presented at the Annual Conference of the Media Reception and Effects Division of the German Communication Association (DGPUK), January 27–29.
- Lübke, S.** (2020). *Authentizität in der politischen Kommunikation*. Paper presented at the NapoKo colloquium, November 26–27.
- Lübke, S.** (2020). *Politische Authentizität: Konzeptualisierung eines populären Begriffs*. Paper presented at the Annual Conference of the German Communication Association (DGPUK), March 10–12, Munich.
- Engelmann, I., Kessler, S. & **Luebke, S.** (2019). *The Role of News Cues for News Attention and News Clicking on a News Aggregator Website*. Paper presented at the Annual Conference of the International Communication Association (ICA), May 24–28, Washington, D.C.
- Wagener, S., **Lübke, S.**, & Engelmann, I. (2019). *Mediale Konstruktionen des Ukraine-Konflikts. Eine Analyse des journalistischen Framings in der Deutschen Welle und in Sputnik Deutschland*. Paper presented at the Annual Conference of the German Communication Association (DGPUK), May 9–11, Münster.
- Engelmann, I., Kessler, S. & **Lübke, S.** (2018). *Kriterien der Nachrichtenauswahl auf einer News Aggregator Website*. Paper presented at the Annual Conference of the German Communication Association (DGPUK), May 9–11, Mannheim.
- Lübke, S.** & Dogruel, L. (2017). *Vom einmaligen Klick-Hit zum langfristigen Erfolg - Erfolgsfaktoren von YouTube-Kanälen aus Anbieterperspektive*. Paper presented at Annual Conference of the Media Economics Division of the German Communication Association (DGPUK), October 26–28, St. Pölten.
- Lübke, S.**, Gräßer, D., & Dogruel, L. (2014). *Medienwahlentscheidungen als medienökonomisches Problem. Eine Analyse zum Einfluss visueller Stimuli auf die Zahlungsbereitschaft auf Online-Filmplattformen*. Paper presented at the Annual Conference of the Media Economics Division of the German Communication Association (DGPUK), November 13–15, Mainz.

Invited talks and panel discussions

Dunkel, G.; Georgi, O., **Lübke, S.** & Polenz, R. (2025). *Von Wutreden und Mutreden: Wer spricht die Sprache der Wähler?* Panel discussion hosted by the Association of German Speech Writers (VRdS). February 18. Landesvertretung Nordrhein-Westfalen, Berlin.

Lübke, S. (2024). *Wählt mich, ich bin authentisch! Einblicke in die aktuelle Forschung zu Authentizität in der politischen Kommunikation.* Invited guest lecture at the Free University Berlin, December 12, Berlin.

Luebke, S. M. (2024). *(News) Media and Climate Change.* Workshop at the LMU Munich Climate School, October 11, Munich.

Ozornina, N. & **Luebke, S. M.** (2024). *Collecting and Analyzing Social Media Data for Interdisciplinary Research.* Invited talk at the MaiNLP research lab, April 30, Munich.

Luebke, S. M., Ozornina, N., Haim, M. & Haßler, J. (2024). *KLIMA-MEMES and the challenges in interdisciplinary research projects.* Invited talk at the University Vienna, February 16, Vienna.

Lübke, S. & Haßler, J. (2024). *Memes im Klimawandeldiskurs. Einblicke in die Analyse zur COP28.* Invited guest lecture at University of Augsburg, January 25, Augsburg.

Lübke, S. (2024). *Authentizität in der politischen Kommunikation.* Invited guest lecture at the Free University Berlin, January 11, Berlin.

Luebke, S. M. & Haßler, J. (2023). *(News) Media and Climate Change.* Workshop at the LMU Munich Climate School, October 11, Munich.

Lübke, S. (2018). *Frames in der politischen Kommunikation. Perspektiven, Methoden, Befunde (Teil 1).* Talk at Netzwerktagung Deutsch des Niedersächsischen Landesinstituts für schulische Qualitätsentwicklung (NLQ), November 30, Bad Salzdetfurth.

Lübke, S. (2018). *Frames in der politischen Kommunikation. Beispiele aus aktuellen politischen Diskursen (Teil 2).* Talk at der Netzwerktagung Deutsch des Niedersächsischen Landesinstituts für schulische Qualitätsentwicklung (NLQ), November 30, Bad Salzdetfurth.

MEDIA APPEARANCES

Pehlke, Q. (2025). Analyse zur Bundestagswahl. So nutzen die Spitzenkandidaten TikTok, X, Instagram und Co. WDR, 17.02.2025. <https://reportage.wdr.de/wie-spitzenkandidaten-im-wahlkampf-auf-social-media-kommunizieren>

Landhofer, N. (2025). Wird die Wahl auf Instagram entscheiden? BR24 Medien, 26.01.2025. <https://www.br.de/mediathek/podcast/br24-medien/wird-die-wahl-auf-instagram-entschieden/2102415>

- Fischer, J. A. (2025). "Es ist nicht gang und gäbe, sich so zu zeigen". Interview t-online, 25.01.2025. https://www.t-online.de/nachrichten/deutschland/bundestagswahl/id_100582316/wahlkampf-scholz-habeck-oder-merz-wer-praesentiert-sich-am-besten-.html
- Ruppert, J. (2024). Ampel vs. Ampel vs. Union: Nur noch Streit in der Politik? Bayerischer Rundfunk, 15.11.2024. <https://www.br.de/nachrichten/deutschland-welt/ampel-vs-ampel-vs-union-nurnoch-streit-in-der-politik,UU0JJJeJ>
- Sonntag, S. & Wilczynski-Bartels, M. (2024). Ampel-Memes: Humor in Krisenzeiten. WDR5 Töne, Texte, Bilder, 09.11.2024. <https://www1.wdr.de/radio/wdr5/sendungen/toene-texte-bilder/index.html>
- Schwyzer, A. (2024). Mit Humor durch die Krise: Die politische Lage in Memes. NDR Kultur, 07.11.2024. <https://www.ndr.de/kultur/Mit-Humor-durch-die-Krise-Die-politische-Lage-in-Memes,memes106.html>
- Tromballa, D. (2024). Mit Likes zur Macht? Die Rolle von TikTok und Co bei Wahlen. Bayerischer Rundfunk, 02.11.2024. <https://www.br.de/nachrichten/wissen/die-rolle-von-tiktok-und-co-bei-wahlen-mit-likes-zur-macht,USUbl2q>
- Erb, S., Salem S., Schmitt, J., Verschwele, L., & Weinmann L. (2024). Propaganda vom Fließband. Einblicke in Russlands hybride Kriegsstrategie. Süddeutsche Zeitung, 16.09.2024. <https://www.sueddeutsche.de/projekte/artikel/politik/russland-propaganda-desinformation-social-design-agency-ilja-gambaschidse-sofia-sacharowa-facebook-telegram-memes-karikaturen-putin-ukraine-krieg-in-der-ukraine-e843184/?reduced=true>
- Rummel, M. (2023). #climatechange – Beeinflussen Internetmemes die Klimapolitik? bidt, 04.10.2023, <https://www.bidt.digital/climatechange-beeinflussen-internet-memes-die-klimapolitik/>
- Stark, T. (2023). Kaum Experimente. Fast alle setzen auf Bewährtes beim Plakatieren. Bayerische Staatszeitung, 08.09.2023, <https://www.bayerische-staatszeitung.de/staatszeitung/politik/detailansicht-politik/artikel/kaum-experimente.html#topPosition>
- Brestrich, J. (2023). Selbstinszenierung in der Politik. ARD mittagsmagazin, 08.08.2023, <https://www.daserste.de/information/politik-weltgeschehen/mittagsmagazin/videos/selbstinszenierung-in-der-politik100.html>
- Ried, J. (2023). Sind diese Regensburger Wahlplakate Stimmenbringer? Mittelbayerische, 03.08.2023, <https://www.mittelbayerische.de/lokales/stadt-regensburg/sind-diese-regensburger-wahlplakate-stimmenbringer-13821032>

Lüngen, B. (2023). Zwischen Solidarität und Abneigung – Was bewegt Streik in Deutschland?
M94.5. <https://www.m945.de/zwischen-solidaritaet-und-abneigung-was-bewegt-streik-in-deutschland/>