
Inhalt

11 **Einleitung**

Hans-Jürgen Beerfeltz

I. Dialogmarketing und Politik – eine Übersicht

19 **Politische Kommunikation auf dem Weg in das Dialogzeitalter**

Kerstin Plehwe

31 **Rahmenbedingungen für den Einsatz des Dialogmarketings zur Wahlwerbung**

Dr. Stefan Engels

II. Instrumente des Dialogmarketing – ein Praxisleitfaden

47 **Das Mailing als Instrument des politischen Dialogmarketings**

Andreas Scherfke

83 **E-Mail-Marketing**

Dr. Torsten Schwarz

127 **Voter Relationship Management: Der digitale Wahlkampf**

Kai Uwe Bünting/Tobias Stock

141 **Telemarketing und Mehrwertdienst als Marketinginstrument im Wahlkampf**

Patrick Tapp/Edith Herrmann

III. Internationale Fallbeispiele – was Deutschland lernen kann

- 169 **Die Bedeutung des Mailings im britischen Wahlkampf 2005**
Peter Radunski
- 181 **Im Dialog mit dem Wähler – Campaigning American Style 2004**
Ralf Güldenzipf/Mario Voigt
- 205 **Nur noch 72 Stunden: „Get Out the Vote!”**
Rudolf Hetzel/Manuel Lianos
- 227 **Quellen**
- 233 **Service**
- 243 **Autoren**
- 249 **Register**
-