

Inhalt

| | |
|---|-----|
| Vorwort..... | 7 |
| <i>Nikolaus Jakob</i> | |
| Antike Traditionen im modernen Wahlkampf: Quintus T. Ciceros Denkschrift über die Konsulatsbewerbung | 9 |
| <i>Karsten Rudolf/Alexander Wicker</i> | |
| Politische Bildung und Wahlkampf: Der Bürger im Fadenkreuz der Kampagnenmacher..... | 25 |
| <i>Jürgen W. Falter/Andrea Römmele</i> | |
| Professionalisierung bundesdeutscher Wahlkämpfe, oder: Wie amerikanisch kann es werden? | 49 |
| <i>Sven Plan</i> | |
| Kampagnen: Gut geplant ist halb geschafft?..... | 65 |
| <i>Honza Griese</i> | |
| Von der Notwendigkeit des Wahlkampfmanagements | 81 |
| <i>Martin Gerster</i> | |
| Botschaften und Bilder: Messages und Images im Wahlkampf..... | 97 |
| <i>Marco Althaus</i> | |
| Kommunikationsmanagement im Wahlkampf: Spielregeln für Strategie und taktische Disziplin | 115 |
| <i>Jürgen Graner/Eva Stern</i> | |
| It's the Candidate, Stupid? Personalisierung der bundesdeutschen Wahlkämpfe..... | 145 |

| | |
|--|-----|
| <i>Harald Schoen</i> | |
| Wirkung von Wahlprognosen auf Wahlen | 171 |
| 3 | |
| <i>Alexander Geisler</i> | |
| Alte Gladiatoren, neue Arenen: | |
| Der Wahlkampf hält Einzug ins Internet..... | 193 |
| <i>Markus Klein</i> | |
| Die Verbundanalyse als Instrument zur | |
| zielgruppenspezifischen Optimierung von Wahlprogrammen | 215 |
| <i>Thomas Butter/Dion Fuchs/Katharina Srnka</i> | |
| Vom Wahlkampf zum POLIT-Marketing: | |
| Lehren aus verwandten Marketingbereichen | 231 |
| <i>Thomas Berg</i> | |
| Perspektiven für den Wahlkampf der Zukunft: | |
| Fächervielfalt – Was sagt die Wissenschaft dazu?..... | 259 |
| Autorenverzeichnis | 275 |