

- 08 Ulrich Sarcinelli  
Politische Kommunikation.  
Zwischen wissenschaftlichem Interesse und Politikum.
- 18 Matthias Machnig  
Politische Kommunikation unter Modernisierungsdruck.  
Medien- und Gesellschaftswandel verlangen auch neue  
Medienstrategien der politischen Akteure.

### **Symbolische Politik**

- 28 Tissy Bruns  
Risiken und Nebenwirkungen politischer Inszenierung.
- 38 Stefan Kapferer  
Einmal Inszenierung und zurück?  
Zur Professionalisierung der politischen Kommunikation.
- 48 Christian Schicha  
Die Bühnen unterhaltsamer Politikvermittlung.  
Politische Inszenierungen am Beispiel der öffentlichen Auftritte  
von George W. Bush.
- 60 Manuel Fröhlich  
Die Sprache des Wahlkampfes.  
Argumentationsmuster und Strategien.

### **Politische Metakommunikation**

- 72 Christian Mihr  
In aller Medien Munde.  
Aktuelle Beobachtungen der PR-Journalismus-Beziehung in  
der deutschen Politik.
- 84 Jörg-Uwe Nieland | Christine Kugler  
Die neuen Helden?  
Zum Medienerfolg der Kampagnenführer im Bundestagswahlkampf 2002.

### **Politikberatung**

- 98 Hans-Jürgen Arlt  
Interessenvermittlung unter Bedingungen von Komplexität und Eigensinn.
- 110 Rainer Pörtner  
Lobbying in der Berliner Republik.  
Anmerkungen zu einer umstrittenen Beziehungskultur.
- 118 Peter Radunski | Axel Wallrabenstein  
Die Zukunft des Political Consultings.  
Politische Berater in Deutschland.

## **Politische Werbung**

- 126 Eva-Maria Lessinger  
1:30 – Politische Kultur fast forward.  
Parteienspots im Fernsehen 1957–2002.
- 142 Harald Zulauf  
Mehr als Werbung: Politik-PR in der Praxis.  
Strategien-Instrumente-Ergebnisse.
- 156 Nico-Alexander Jahn | Christian Neuner-Duttenhofer  
Politik interessant vermitteln.  
Zum Erfolg der Jungwählerkampagne ›die WAHL-GANG‹.

## **Internet**

- 168 Armin Glatzmeier  
Kommunikationspotenziale des Internet.  
Zur wirksamen Integration von Online-Strategien in die Wahlkampagne.
- 184 Dietrich Boelter | Vito Cecere | Britta Schemel  
Die Online-Kampagne der SPD im Wahlkampf 2002.
- 194 Stefan Hennewig  
Vom Traum der Internet-Agora zur Realität der Online-Kampagne.  
Thesen zu Zukunftstrends von Online-Kampagnen.

## **Demoskopie**

- 204 Alexander Gallus  
Sankt Gallus langer Marsch.  
Fünf Thesen zu den politischen Wirkungen der Demoskopie.
- 214 Bernhard Kornelius  
Meinungsforschung und Meinungsmacher.  
Zur Rezeption von Umfragen im Bundestagswahljahr 2002.
- 228 Frank Donovanitz  
Fahrlässig bis Embeded.  
Zum Verhältnis von Journalisten und Demoskopen in Deutschland.

## **Ausblick**

- 236 Sebastian Götte | Selina Recke | Anne Schmidt | Christian Prüfer | Anne Kerzel  
Die Trends sind erkannt – aber die Zukunft bleibt spannend.
- 268 Thesen zur Zukunft der politischen Kommunikation.  
Beiträge der Teilnehmer des FORUM.MEDIEN.POLITIK
- 270 Zu den Autoren