

<b>Über Coronakratie und Transformation im Vorfeld der Zeitenwende – Die Bundestagswahl 2021 in der politikwissenschaftlichen Analyse ...</b>	<b>1</b>
Maximilian Schiffers, Sandra Plümer und Arno von Schuckmann	
<b>Teil I Wahlforschung .....</b>	<b>17</b>
<b>Die neue Unübersichtlichkeit in der Mitte .....</b>	<b>19</b>
Karl-Rudolf Korte	
<b>Die Bundestagswahl vom 26. September 2021 .....</b>	<b>37</b>
Bernhard Kornelius, Isabelle Rohr und Yvonne Schroth	
<b>Kür, Konzept, Kampagne – Die Kandidatinnen und Kandidaten für das Kanzleramt .....</b>	<b>67</b>
Moritz Küpper	
<b>Von einem, der auszog, Kanzler zu werden: Armin Laschet, die Union, ihre Wählerschaft und die Bundestagswahl 2021 .....</b>	<b>89</b>
Ulrich Rosar und Lena Masch	
<b>Wählen unter pandemischen Bedingungen .....</b>	<b>117</b>
Simone Tosson und Susanne Pickel	
<b>Wähler:innen im Krisenmodus? .....</b>	<b>141</b>
Theresia Smolka und Toralf Stark	
<b>Ungleiche Wahlbeteiligung in pandemischen Zeiten – Gibt es einen Corona-Effekt? .....</b>	<b>171</b>
Lukas Birkenmaier, Stefan Haußner und Michael Kaeding	
<b>Die unbeachtete Wahlrevolution .....</b>	<b>189</b>
Lukas Birkenmaier, Stefan Haußner und Michael Kaeding	
<b>Kommunikation und Komplexität politischer Informationssuche in der Pandemie .....</b>	<b>207</b>
L. Constantin Wurthmann und Stefan Marschall	
	<b>v</b>

<b>Teil II Parteienforschung</b>	<b>233</b>
<b>Parteienrecht bei der Bundestagswahl</b>	235
Heike Merten	
<b>Die Parteipositionen bei der Bundestagswahl 2021</b>	257
Uwe Wagschal und Thomas Waldvogel	
<b>Hauptsache Digitalisierung? Zur Positionierung der Parteien im Bereich Digitalpolitik im Vorfeld der Bundestagswahl 2021</b>	279
Anne Goldmann	
<b>Die Wahrnehmungsdifferenzen der Parteien zur Klima- und Umweltkrise im Kontext der Bundestagswahl 2021</b>	303
Julia Rakers, Philipp Richter und Arno von Schuckmann	
<b>Politik als Beruf</b>	317
Julia Schwanholz	
<b>Teil III Kommunikationsforschung</b>	<b>341</b>
<b>Der Bundestagswahlkampf 2021 – Pleiten, Pech und Pannen</b>	343
Mona Krewel	
<b>Politische Werbung</b>	367
Stephanie Geise	
<b>Formen des Informellen – die Hinterbühneninteraktion zwischen Politikern und Journalisten vor und nach der Bundestagswahl 2021</b>	399
Matthias Degen und Max Olgemöller	
<b>SEO im Wahlkampf</b>	427
Kay Hinz, Sebastian Sünkler und Dirk Lewandowski	
<b>Personalisierung und Emotionalisierung auf Social Media</b>	455
Stephanie Geise, Katharina Maubach und Alena Boettcher Eli	
<b>Vom Kanzlerduell zu den TV-Triellen</b>	479
Christoph Bieber	
<b>Der Dreikampf ums Kanzleramt</b>	493
Thomas Waldvogel, Uwe Wagschal, Samuel Weishaupt, Linus Feiten, Bernd Becker und Doğuhan Fidan	
<b>Desinformation, Hassrede und Fake News – Wie viel Negativität verbreiteten die Parteien im Wahlkampf auf Social Media?</b>	513
Daniel Ruttloff, Jessica Haak, Lea Groos, Marta Moch, Natalie Mittler, Tatevik Tophoven-Sedrakyan und Isabelle Borucki	

<b>Teil IV Regierungsforschung .....</b>	<b>555</b>
<b>Re(a)gieren im permanenten Krisenzustand .....</b>	<b>557</b>
Sonja Blum	
<b>Bilanz der Großen Koalition von 2018 bis 2021 .....</b>	<b>577</b>
Theres Matthieß und Robert Vehrkamp	
<b>Regierungsbildung und Regierungskoalition .....</b>	<b>597</b>
Eric Linhart	
<b>Der unerwartete Durchbruch einer Blockade. Policy-Stabilität und -Wandel im Querschnittsbereich der Lobbyregulierung im Vorfeld der Bundestagswahl 2021 .....</b>	<b>623</b>
Sandra Plümer und Maximilian Schiffers	