

# Inhalt

Intermediäre Akteure und Medien. Eine Einleitung in Begriffe, Konzepte und die Systematik des Sammelbandes.	13
<i>Franziska Oehmer</i>	
<b>Teil I: Politische Interessenvermittlung von Medien im Wandel</b>	<b>25</b>
Gesellschaftlicher Wandel, Demokratie und Politikvermittlung – Entwicklungen und Perspektiven	27
<i>Ulrich Sarcinelli</i>	
Politische Interessensvermittlung im Medienwandel – Entwicklungen und Perspektiven	49
<i>Patrick Donges</i>	
<b>Teil II: Politische Interessenvermittlung von Parteien</b>	<b>65</b>
Politisch-mediales Kräftemessen. Einschätzungen von Partei- und Medieneliten in Deutschland, Österreich und der Schweiz	67
<i>Jens Tenscher &amp; Peter Maurer</i>	
Selektieren Medien Parlamentskandidaten? Medieneinfluss und Medienkompetenz bei innerparteilichen Nominierungen	94
<i>Benjamin Höhne</i>	
Neue Medien – neue Machtverhältnisse? Eine Fallstudie zum Einsatz von Online-Beteiligungsplattformen durch Parteien	115
<i>Katharina Hanel, Stefan Marschall &amp; Nadja Wilker</i>	

Systemische und organisationale Strukturen als Determinanten der Bedeutung der persönlichen Website: Ein Vergleich von Parteien im Schweizer Nationalratswahlkampf 2011 <i>Matthias Brändli &amp; Christian Wassmer</i>	141
<b>Teil III: Politische Interessenvermittlung von Verbänden</b>	171
Verbände und Massenmedien oder die Varieties of Medialisation <i>Sigrid Koch-Baumgarten</i>	173
Making it to the News. Interest Groups in the Danish Media <i>Anne Skorkjær Binderkrantz &amp; Peter Munk Christiansen</i>	201
(Opportune) Interessen in den Medien. Eine Analyse der medialen Resonanz deutscher Verbände <i>Franziska Oehmer</i>	220
Mediatisierte Verbandskommunikation? Empirische Befunde am Fallbeispiel der Interessengruppen für erneuerbare Energien <i>Alexandra Seibt</i>	243
Entmassenmedialisierung intermedialer Organisationen. Eine Untersuchung am Beispiel deutscher Verbände <i>Olaf Haffjann &amp; Jeannette Gusko</i>	267
Die Kommunikation politischer Interessengruppen in Deutschland und der Schweiz: Adressaten, Ziele und Instrumente im Vergleich <i>Matthias Brändli, Patrick Donges &amp; Erik Jentges</i>	292
Erwartungen und Ansprüche von Nutzern an den Auftritt intermedialer Organisationen in sozialen Onlinenetzwerken. Eine Studie am Beispiel der facebook-Seiten von NGOs <i>Anne Schulze &amp; Joachim Preusse</i>	314

<b>Teil IV: Politische Interessenvermittlung von sozialen Bewegungen</b>	335
<b>Public Space, Media and Protest Movements</b>	337
<i>Olivier Fillieule</i>	
<b>Regionaler Protest und Massenmedien: Die Bedeutung von Massenmedien aus der Sicht von Bürgerinitiativen</b>	358
<i>Marco Bräuer &amp; Jens Wolling</i>	
<b>Soziale Bewegungen online – mediale Kommunikation, Mobilisierung und Proteste im Netz</b>	378
<i>Kathrin Voss</i>	
<b>Reintermediation durch Social-Web? Eine Analyse von Social-Web-Projekten im Bereich des politischen Konsums</b>	399
<i>Mundo Yang &amp; Sigrid Baringhorst</i>	
<b>Building a Better Boomerang? Human Rights NGOs and the New Media</b>	424
<i>A. Trevor Thrall, Dominik Stecula &amp; Rossella Moyer</i>	
<b>Autorenverzeichnis</b>	441