

Inhaltsverzeichnis

Teil I Wahlkampf im Wandel

1	Einleitung	3
1.1	Erkenntnisinteresse und methodisches Vorgehen	4
2	Wahlkämpfe	7
2.1	Wahlkampf in der Multioptionsgesellschaft	8
2.2	Begriffsdefinition: Wahlkampfkommunikation	9
2.3	Wahlkampfkommunikation im Modell	10
2.3.1	Der Wettbewerb um die Aufmerksamkeit	12
2.3.2	...und der Wettbewerb um Vertrauen	13
2.4	Zusammenfassung	14
3	2021 Einflussfaktoren	17
3.1	Politik und digitale Medien	17
3.1.1	Wahlkampf und digitale Medien	20
3.1.2	Öffentlichkeitsstrukturen in der Digitalisierung	22
3.2	„Wie erreiche ich..“	25
3.2.1	„...die richtigen Menschen“ oder Daten in der Politik	27
3.2.2	Timing: „zur richtigen Zeit“	33
3.2.3	Vertrauen in digitale Medien: „so dass sie mir vertrauen“	33
3.3	Politische Organisation im Wandel	38
3.4	Zusammenfassung	41
4	Fazit	45

Teil II Gestaltung und Engagement

5	Einleitung Teil II	51
5.1	Rollenverständnis	52
5.2	Kontext Wahlkreis	53
5.2.1	Wahlbezirk 75 Berlin Mitte	53
5.2.2	Demographie Berlin Mitte	54
5.2.3	Der „rote“ Bezirk	55
5.2.4	Die Bundestagswahl 2021	56
6	Die Kampagne – Reflexionen aus dem Wahlkampf	59
6.1	Kommunikation von Innen nach Außen	60
7	Die Kandidatin	63
7.1	Wer ist Hanna Steinmüller?	63
7.1.1	Interview Hanna Steinmüller	64
7.2	Reflexion Führungsstil Hanna Steinmüller	67
8	Die Kampagne Teil II	69
8.1	Organisationsstruktur der Kampagne	69
8.2	Vermittelte Kampagne mit einem Fokus auf digitale Kanäle	71
8.3	Unvermittelte Kampagne: Berlin Mitte ist Grün	74
8.4	Strategischer Retrospektive-Workshop und zukünftige Möglichkeitenräume	75
9	Fazit	79
9.1	Strategische Möglichkeitenräume der Gegenwart in der Praxis	79
9.2	Schlusswort	80

Teil III Essay

10	Warum gute Politik liebevoll ist. Über Verantwortung und Führung in Wahlkampagnen.	85
	Literaturverzeichnis	91