

# Inhaltsverzeichnis

## Teil I Wahlkampf im Wandel

<b>1</b>	<b>Einleitung</b>	3
1.1	Erkenntnisinteresse und methodisches Vorgehen	4
<b>2</b>	<b>Wahlkämpfe</b>	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
<b>3</b>	<b>2021 Einflussfaktoren</b>	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
<b>4</b>	<b>Fazit</b>	45

**Teil II Gestaltung und Engagement**

<b>5 Einleitung Teil II</b> .....	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
<b>6 Die Kampagne – Reflexionen aus dem Wahlkampf</b> .....	59
6.1 Kommunikation von Innen nach Außen .....	60
<b>7 Die Kandidatin</b> .....	63
7.1 Wer ist Hanna Steinmüller? .....	63
7.1.1 Interview Hanna Steinmüller .....	64
7.2 Reflexion Führungsstil Hanna Steinmüller .....	67
<b>8 Die Kampagne Teil II</b> .....	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 Möglichkeitsräume .....	75
<b>9 Fazit</b> .....	79
9.1 Strategische Möglichkeitsräume der Gegenwart in der Praxis .....	79
9.2 Schlusswort .....	80
<b>Teil III Essay</b>	
<b>10 Warum gute Politik liebenvoll ist. Über Verantwortung und     Führung in Wahlkampagnen.</b> .....	85
<b>Literaturverzeichnis</b> .....	91