

# Inhalt

<i>Christina Holtz-Bacha</i> Massenmedien und Europawahlen: low key campaigns – low key response.....	7
<i>Marion Dillenburger, Christina Holtz-Bacha &amp; Eva-Maria Lessinger</i> It's Yourope! Die Plakatkampagnen der Parteien im Europawahlkampf 2004.....	35
<i>Frank Esser, Christina Holtz-Bacha &amp; Eva-Maria Lessinger</i> Sparsam in jeder Hinsicht. Die Fernsehwerbung der Parteien im Europawahlkampf 2004.....	65
<i>Sandra Lieske</i> Die Anzeigenkampagne zur Europawahl 2004.....	90
<i>Eva Johanna Schweitzer</i> Der Einsatz des Internets im Europawahlkampf. Ergebnisse einer Inhalts- und Strukturanalyse nationaler Partei- und Kampagnen- Websites zur Europawahl 2004.....	123
<i>Jürgen Wilke &amp; Carsten Reinemann</i> Auch in der Presse immer eine Nebenwahl? Die Berichterstattung über die Europawahlen 1979-2004 und die Bundestagswahlen 1980-2002 im Vergleich.....	153

<i>Anne Wiorkowski &amp; Christina Holtz-Bacha</i> Und es lohnt sich doch. Personalisierungsstrategien im Europawahlkampf .....	174
<i>Silke Nehlig</i> Berichterstattung über den Europawahlkampf 2004 im deutsch-englischen Vergleich.....	197
<i>Lynda Lee Kaid, Monica Postelnicu, Kristen Landreville, Andrew Paul Williams, Camilla Hostrup-Larsen, Sarah Urriste, Juliana Fernandes, Hyun-Jung Yun &amp; Drew Bagley</i> Kampagnen im neuen Europa: Die Darstellung der Europawahl 2004 in den Medien .....	228
<i>Reimar Zeh &amp; Christina Holtz-Bacha</i> Die Europawahl in den Hauptabendnachrichten des Fernsehens.....	252
<i>Daniel Schneider &amp; Patrick Rössler</i> Der unentschlossene Europawähler. Die Bedeutung von Mediennutzung und Erwartungen an den Wahlausgang für Unentschlossenheit oder Unsicherheit im individuellen Wahlentscheidungsprozess.....	270
Autorinnen und Autoren.....	307