

Inhalt

Grassroots-Campaigning: Mobilisierung von oben und unten – Einleitung	7
<i>Rudolf Speth</i>	
Organisationen in der Mitgliederkrise oder Mitglieder in der Organisationskrise?	27
<i>Bernhard Weßels</i>	
Verbände und Grassroots-Campaigning	43
<i>Rudolf Speth</i>	
Unternehmen und Grassroots-Lobbying	61
<i>Marco Althaus</i>	
Organizing: Die Mobilisierung der Basis bei den Gewerkschaften	91
<i>Samuel Greef</i>	
Grassroots Campaigning und die Wiederentdeckung der Parteimitglieder	113
<i>Arijana Neumann</i>	
Obamas Wahlkampf und der Einsatz von Grassroots-Campaigning	129
<i>Margit Baake</i>	
Soziale Bewegungen als Basismobilisierung Zum Verhältnis von Basis und Führungspersonal in den Ansätzen der Bewegungsforschung	141
<i>Jochen Roose</i>	
Die Graswurzel-Aktivitäten der CDU	159
<i>Stefan Hennewig</i>	
Vorwärts zu den Wurzeln! Grünes Grassroots Campaigning im Bundestagswahlkampf 2009	171
<i>Robert Heinrich</i>	

Grassroots-Campaigning im Internet	183
<i>Kathrin Voss</i>	
Graswurzelkommunikation im Kontext politischer Interessenvertretung	201
<i>Anna Irmisch</i>	
Campact & Co – Wie Hybridorganisationen das Grassrootscampaigning verändern	213
<i>Kathrin Voss</i>	
Konzepte und Instrumente des Dialog-Marketings	225
<i>Ralf T. Kreuzer</i>	
The Ficha Limpa-Campaign in Brazil	259
<i>Caroline d'Essen</i>	
Die Kunstrasen-Guerilla – Wenn Grasroots-Campaigning nur vorgetäuscht ist	273
<i>Christian Fuchs</i>	
Verzeichnis der Autorinnen und Autoren	281