

Inhalt

Vorwort	9
Einleitung	11
Datengrundlage und methodisches Vorgehen	21

Teil 1 Freiwilligkeit und Professionalität in kantonalen Wahlkämpfen

1	Formen von Freiwilligkeit in kantonalen Wahlkämpfen	33
1.1	Mitarbeit in der Wahlkampfleitung	33
1.2	Kandidatur	37
1.3	Umsetzung des Wahlkampfs „vor Ort“: Einsatz der Basis	43
1.4	Spenden, Infrastruktur, Dienstleistungen	52
2	Zusammenspiel von Freiwilligen und Profis	56
2.1	Für welche Aufgaben werden „Profis“ beauftragt?	56
2.2	Wer leistet professionelle Arbeit in Wahlkämpfen?	57
3	Gründe und Motivation für Aktivität und Nichtaktivität im Wahlkampf	59
3.1	Aus welchen Gründen engagieren sich die Parteimitglieder im Wahlkampf?	59
3.2	Welche Gründe sprechen gegen ein Engagement im Wahlkampf?	62
3.3	Unter welchen Umständen würden sich die Inaktiven doch engagieren?	64
4	Zufriedenheit mit der Beteiligung am Wahlkampf	66
5	Zwischenfazit: Freiwilligkeit in kantonalen Wahlkämpfen	71

Teil 2 Mitgliederkommunikation

6	Kommunikationsfunktionen	79
7	Kommunikationskanäle	81
7.1	Kommunikationsangebot der Parteien	81
7.2	Kommunikationsbedürfnisse der Anhänger	93
7.3	Gegenüberstellung von Angebot und Nachfrage	105
8	Welchen Beitrag leisten parteiinterne Wahlkampf- kommunikation und -organisation zur Mobilisierung der Mitglieder zum freiwilligen Einsatz im Wahlkampf?	109
8.1	Kommunikative Mobilisierung aus Sicht der Wahlkampfverantwortlichen	109
8.2	Kommunikative Mobilisierung aus Sicht der Parteimitglieder und Sympathisanten	110
8.3	Kommunikatives Mobilisierungspotential bei Nichtaktiven	114
8.4	Wahlkampforganisation und Aktivität der Parteianhänger	115

Teil 3 Fazit und Ausblick **119**

9	Zusammenfassung der Ergebnisse	121
10	Weiterführende Hypothesen	129
10.1	Professionalisierung – Arbeitsteilung zwischen traditionellen und neuen Akteuren	129
10.2	Innovationsfähigkeit – Der Umgang mit neuen Kommunikationsformen	132
10.3	Freiwilligenkultur(en) – Kantonal oder parteipolitisch geprägt?	136
11	Methodische Schlussfolgerungen und Ausblick	139
	Literatur	142

Anhang **145**

Interviewleitfaden	147
Fragebogen	151
Erhebungskriterien Web-Auftritt	163