

# Inhalt

<b>Verzeichnis der Abbildungen</b> .....	<b>8</b>
<b>Verzeichnis der Tabellen</b> .....	<b>10</b>
<b>Vorwort</b> .....	<b>15</b>
<b>1. Einleitung</b> .....	<b>17</b>
<b>2. Politik – Massenmedien – Öffentlichkeit</b> .....	<b>29</b>
2.1 <i>Politik und politische Öffentlichkeit</i> .....	30
2.2 <i>Politikherstellung, Politikdarstellung und         Politikvermittlung im Wandel</i> .....	38
2.3 <i>Paradigmen politischer Kommunikation –         zum Verhältnis von Politik und Massenmedien</i> .....	46
2.4 <i>„Amerikanisierung“ oder Modernisierung der         politischen Kommunikation?</i> .....	55
<b>3. Politisches Marketing – Politikvermittlung – politische     Öffentlichkeitsarbeit</b> .....	<b>65</b>
3.1 <i>Politisches Marketing und Politikvermittlung</i> .....	65
3.1.1 <i>Demokratie und Wettbewerb</i> .....	65
3.1.2 <i>Konzepte des strategischen Marketings –                 Grenzen des politischen Marketings</i> .....	69
3.2 <i>Zum Verhältnis von politischer Öffentlichkeitsarbeit         und Journalismus</i> .....	88
3.2.1 <i>Gesellschaftsorientierte und organisationsbezogene                 Annäherungen an Öffentlichkeitsarbeit</i> .....	88
3.2.2 <i>Politische PR und Journalismus –                 zwischen Determination und Intereffikation</i> .....	97

<b>4. Politikvermittlungsexperten in der Arena politischer Öffentlichkeit .....</b>	<b>106</b>
4.1 <i>Zur Definition und Systematisierung von Politikvermittlungsexperten .....</i>	<i>107</i>
4.2 <i>Politikvermittlungsexperten unter professionalisierungstheoretischer Perspektive.....</i>	<i>125</i>
4.3 <i>Interaktionen auf der Vorder- und Hinterbühne politischer Öffentlichkeit.....</i>	<i>131</i>
4.4 <i>Zusammenfassung: Politikvermittlungsexperten im politisch-medialen Interaktionsraum .....</i>	<i>142</i>
<b>5. Forschungsdesign und methodisches Vorgehen.....</b>	<b>147</b>
5.1 <i>Erkenntnisinteresse und Forschungsfragen.....</i>	<i>147</i>
5.2 <i>Untersuchungsdesign.....</i>	<i>150</i>
5.2.1 <i>Methodischer Ansatz .....</i>	<i>150</i>
5.2.2 <i>Datenerhebung.....</i>	<i>153</i>
5.2.2.1 <i>Leitfadeninterview .....</i>	<i>153</i>
5.2.2.2 <i>Elitenauswahl und Stichprobenzusammensetzung.....</i>	<i>161</i>
5.2.3 <i>Datenauswertung .....</i>	<i>172</i>
5.2.3.1 <i>Von der Textanalyse zur hermeneutisch-klassifikatorischen Inhaltsanalyse.....</i>	<i>172</i>
5.2.3.2 <i>Struktur und Anlage des Kategoriensystems .....</i>	<i>178</i>
5.2.3.3 <i>Auswertungsstrategie und Darstellung der Befunde.....</i>	<i>182</i>
<b>6. Empirische Befunde zu Wahrnehmungen und Selbstwahrnehmungen von Politikvermittlungsexperten .....</b>	<b>185</b>
6.1 <i>Aufgaben, Ziele, Normen und Rollen von Politikvermittlungsexperten ....</i>	<i>191</i>
6.1.1 <i>Aufgaben der Politikvermittlung .....</i>	<i>191</i>
6.1.2 <i>Ziele der Politikvermittlung.....</i>	<i>199</i>
6.1.3 <i>Normen der Politikvermittlung.....</i>	<i>208</i>
6.1.4 <i>Rollen der Politikvermittlungsexperten .....</i>	<i>215</i>

---

6.2 Das alltägliche Beziehungsgeflecht – zwischen Kooperation und Konflikt .....	219
6.2.1 Politikvermittlungsexperten und Politiker .....	220
6.2.2 Politikvermittlungsexperten unter sich .....	227
6.2.3 Politikvermittlungsexperten und Journalisten.....	232
6.2.4 Konflikte im politisch-medialen Beziehungsgeflecht.....	241
6.3 Selbstpositionierungen und Abgrenzungen.....	246
6.4 Zur Beobachtung und Beeinflussung der öffentlichen Meinung .....	255
6.4.1 Die Beobachtung des Publikums politischer Öffentlichkeit ..	256
6.4.2 Strategien und Kanäle des Themenmanagements.....	262
6.4.3 Strategien und Kanäle des Image Buildings .....	277
6.5 Strukturen der politischen Kommunikation .....	287
6.5.1 Das Verhältnis von Politikherstellung, Politikvermittlung und Politikdarstellung .....	288
6.5.2 Zur Professionalisierung der Politikvermittlung .....	300
6.6 „Alles nur Theater“? .....	312
6.6.1 „Vorhang auf!“ – Beobachtungen zur Inszenierung des Politischen .....	314
6.6.2 Zur Selbstinszenierung von Politikvermittlungsexperten .....	324
<b>7. Zusammenfassung und Ausblick .....</b>	<b>331</b>
<b>Literaturverzeichnis.....</b>	<b>347</b>
<b>Anhang 1: Organigramme.....</b>	<b>371</b>
<b>Anhang 2: Interviewleitfaden.....</b>	<b>375</b>
<b>Anhang 3: Interviewpartner.....</b>	<b>376</b>
<b>Anhang 4: Kategoriensystem zur qualitativen Inhaltsanalyse mittels         ATLAS.ti .....</b>	<b>381</b>
<b>Anhang 5: Tabellen und Abbildungen.....</b>	<b>406</b>