
Inhaltsverzeichnis

Bundestagswahlkampf 2013: Der Kandidat, der sich nicht inszenieren lassen wollte	1
Christina Holtz-Bacha	
Wahlkampf mit Kacheln, sponsored ads und Käseglocke: Der Einsatz des Internet im Bundestagswahlkampf 2013	13
Nicole Podschuweit und Jörg Haßler	
Der Wahlkampf im Internet: Eine Analyse deutscher Parteiwebsites zur Bundestagswahl 2013	41
Marie-Therese Stärk	
Die Königin, der Rausschmeißer und die Gemeine Filzlaus: Die Wahlspots der Parteien im Bundestagswahlkampf 2013	71
Christina Holtz-Bacha und Eva-Maria Lessinger	
Wahlplakate treffen jeden: Die Plakatkampagnen der Parteien im Bundestagswahlkampf 2013	91
Eva-Maria Lessinger, Christina Holtz-Bacha und Willi Cornel	
„Frau Bundeskanzlerin, der Herausforderer ist in einer gewissen Dysbalance...“: Eine dialoganalytische Untersuchung des TV-Duells im Bundestagswahlkampf 2013	121
Christoph Tapper und Thorsten Quandt	
Langweilig? Wieso langweilig?: Die Presseberichterstattung zur Bundestagswahl 2013 im Langzeitvergleich	145
Melanie Leidecker und Jürgen Wilke	

Fernsehnachrichten über Kanzlerkandidaten. Die Trends seit 1990	173
Reimar Zeh und Winfried Schulz	
Politik und Wählerschaft unter Beobachtung: Die Rolle von Umfragen im Wahlkampf	189
Christina Holtz-Bacha	
Personalisierung und genderspezifische Berichterstattung im Bundestagswahlkampf 2013 – ‚Ausnahmefall‘ Angela Merkel oder typisch Frau	217
Susanne Merkle	
Die „Mutter der Nation“ gegen den „Panzerkandidaten“ – Geschlechterbilder in der Berichterstattung der Printmedien zum Bundestagswahlkampf 2013	249
Dana Dülcke und Sascha K. Futh	
Post, reply, retweet – Einsatz und Resonanz von Twitter im Bundestagswahlkampf 2013	275
Andreas Dusch, Stefan Gerbig, Mario Lake, Sabrina Lorenz, Fabian Pfaffenberger und Urs Schulze	
Die Schweigespirale unter Bedingungen von Online-Kommunikation: Eine Untersuchung im Kontext der Bundestagswahl 2013	295
Christiane Eilders und Pablo Porten-Cheé	