

INHALT

Vorwort	3
I Zur kommunikativen Rolle von Kampagnenmanagern	7
II Übertragbarkeit und Erfolg des modernen amerikanischen Wahlkampfmanagements	21
III Political consultants in den USA	41
IV Österreichische Rahmenbedingungen für political consultants	65
V Empirische Untersuchung zur Rolle von political consultants in modernen politischen Kampagnen in Österreich	83
VI Die Praxis der „Spin Doktoren“	165
VII Schlussbemerkungen	243
Danksagung	257