

Die Autoren

Donna Brazile, Vorsitzende des „Democratic Party’s Voting Rights Institute“ (VRI), einem Institut der Demokratischen Partei, das sich mit dem Wahlrecht in den USA beschäftigt. Sie war Wahlkampfmanagerin des Präsidentschaftswahlkampfes 2000 Gore-Lieberman, ist ein langjähriges Mitglied der Parteizentrale der Demokraten, dem Democratic National Committee (DNC), und eine erfahrene politische Strategin.

Andreas Dörner, PD Dr. phil., geb. 1960, Studium der Sozialwissenschaften und Germanistik; von 1989 bis 1994 wissenschaftlicher Mitarbeiter am Lehrstuhl für Politikwissenschaft (Prof. Rohe) an der Universität GH Essen; Promotion 1994; seit 1994 wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Politikwissenschaft der Otto-von-Guericke-Universität Magdeburg; Habilitation 1999; in den Jahren 2000–2001 Vertretung des Lehrstuhls für Politikwissenschaft an der Bergischen Universität GH Wuppertal. Arbeitsschwerpunkte: Politische Theorie, Politische Kultur- und Kommunikationsforschung, Vergleichende Politikwissenschaft mit dem Schwerpunkt Angelsächsische Länder. Buchveröffentlichungen u. a.: Literatursoziologie. Literatur, Gesellschaft, Politische Kultur, Opladen: Westdeutscher Verlag 1994 (Mit L. Vogt), Sprache des Parlaments und Semiotik der Demokratie. Studien zur politischen Kommunikation in der Moderne, Berlin–New York: de Gruyter 1995 (hrsg. mit L. Vogt), Politischer Mythos und symbolische Politik. Sinnstiftung durch symbolische Formen am Beispiel des Hermannsmythos, Opladen: Westdeutscher Verlag 1995 (Taschenbuchausgabe Reinbek: Rowohlt 1996); Politische Kultur und Medienunterhaltung. Zur Inszenierung politischer Identitäten in der amerikanischen Film- und Fernsehwelt, Konstanz: UVK 2000; Politainment. Politik in der medialen Erlebnisgesellschaft, Frankfurt/M.: Suhrkamp 2001; Wahl-Kämpfe. Betrachtungen über ein demokratisches Ritual, Frankfurt/M.: Suhrkamp 2002 (hrsg. mit L. Vogt).

Ludgera Vogt, Dr. phil., geb. 1962, Studium der Sozialwissenschaften, Pädagogik, Germanistik und Kunstpädagogik an der Universität Essen; zur Zeit wissenschaftliche Assistentin am Institut für Soziologie der Universität Regensburg. Arbeitsschwerpunkte: Soziologische Theorie, Politische Soziologie, Kultursoziologie, Soziale Ungleichheit und Bürgergesellschaft. Buchveröffentlichungen: Literatursoziologie. Literatur, Gesellschaft, Politische Kultur, Opladen: Westdeutscher Verlag 1994 (mit A. Dörner); Ehre – archaische Momente in der Moderne, Frankfurt/M.: Suhrkamp 1994 (hrsg. mit A. Zingerle); Sprache des Parlaments und Semiotik der Demokratie, Berlin/New York: de Gruyter 1995 (hrsg. mit A. Dörner); Zur Logik der Ehre in der Gegenwartsgesellschaft. Differenzierung – Macht – Integration, Frankfurt/M.: Suhrkamp 1997; Hauptwerke der

Soziologie, Stuttgart: Kröner 2000 (hrsg. mit D. Kaesler); Identitäten in der modernen Welt, Wiesbaden: Westdeutscher Verlag 2000 (hrsg. mit R. Hettlage); Wahl-Kämpfe. Betrachtungen über ein demokratisches Ritual, Frankfurt/M.: Suhrkamp 2002.

Mark J. Penn, Präsident der US-amerikanischen Politikberatungsfirma Penn, Schoen und Berland, die vom Time Magazine als „Masters of Message“ betitelt wurde. Vor allem durch seine Rolle als Meinungsforscher und politischer Berater Bill Clintons in der Wiederwahlkampagne 1996 wurde er bekannt. Ein paar Jahre später glänzte er als Chefstrategie der erfolgreichen Senatskampagne von Hillary Clinton. Zudem verfügt er über internationale Kampagnenerfahrung.

Doug Schoen, Dr. phil., Miteigentümer von Penn, Schoen und Berland, war 1996 vom amerikanischen Verband der Politikberater zum Meinungsforscher des Jahres gewählt worden. Auch er war an der Seite seines Partners Mark J. Penn maßgeblich in die strategische Ausrichtung der Clinton Kampagne involviert. Seine Erfahrung als politischer Berater konnte er in zahlreichen internationalen Kampagnen beweisen, unter anderem in Griechenland, der Türkei, Israel, auf den Philippinen und in der Dominikanischen Republik.

David M. Farrell, Prof. Dr. phil., geb. 1960, Inhaber des Jean Monnet Chair in European Politics an der University of Manchester. Er studierte Politikwissenschaft an der National University of Ireland, Dublin, und am European University Institute, Florenz. Seine Forschungsschwerpunkte: Europäisches Parlament, Wahlsysteme, Parteien und Wahlkampf; Mitbegründer und -herausgeber der Zeitschrift Party Politics. Veröffentlichungen u. a.: Do Political Campaigns Matter? Campaign Effects in Elections and Referendums, London/New York: Routledge 2002 (Hrsg. gemeinsam mit Rüdiger Schmitt-Beck); Political Parties in Democratic States, Oxford: Oxford University Press 2002 (im Erscheinen; Hrsg. gemeinsam mit Ian Holliday und Paul Webb); Electoral Systems: A Comparative Introduction, London/New York: Palgrave 2001; Party Discipline and Parliamentary Government, Columbus/OH: Ohio State University Press 1999 (Hrsg. mit Shaun Bowler und Richard S. Katz); Comparing Electoral Systems, Herts.: Prentice Hall 1997; Electoral Strategies and Political Marketing, London/New York: Palgrave 1992 (Hrsg. mit Shaun Bowler).

Philip Gould, Studium an der London School of Economics und der Sussex University. Er war 1997 am legendären Wahlsieg der Labour Partei als Meinungsforscher und strategischer Berater Tony Blairs beteiligt. Während dieser Zeit führte er über 300 Fokus-Gruppen Befragungen durch. Er veröffentlichte ein Buch über die Modernisierung der Labour Partei und zahlreiche weitere Artikel.

Stanley B. Greenberg, Vorsitzender der Greenberg Quinlan Research Inc., Studium an der Miami und Harvard University. 1980 gründete er seine Firma - nach seiner Lehrtätigkeit an der Yale University. Dort erhielt er auch seinen Ph. D. Greenberg war Umfragespezialist und Strategieberater in zahlreichen internationalen Wahlkämpfen, tätig unter anderem in den Kampagnen von Bill Clinton, Al Gore, Tony Blair, Nelson Mandela, Ehud Barak und Gerhard Schröder.

Anna Greenberg, Vizepräsidentin der Greenberg Quinlan Research, Inc., studierte an der Cornell University und der University of Chicago. Sie unterrichtete an der John F. Kennedy School of Government der Harvard University zu den Themen: öffentliche Meinung, Umfragen und deren Methodik. Bei GQR war sie Beraterin zahlreicher Themen- und Personenkampagnen.

Detmar Karpinski, geb. 1959, begann seine Karriere 1977 mit einer Ausbildung zum Werbekaufmann in Düsseldorf bei Troost Campbell Ewald. Nach Stationen als Texter und anschließend als Creative Director bei Scholz & Friends und Baader, Lang, Behnken in Hamburg wechselte er 1990 als Geschäftsführer Creation zu BBDO nach Düsseldorf. Seit 1992 ist Detmar Karpinski Gesellschafter und Geschäftsführer Creation Text KNSK Werbeagentur GmbH in Hamburg. ADC-Mitglied seit 1985.

Olaf Uthmann, geb. 1973, Studium der Fächer Politikwissenschaft, Geschichte und Angewandte Kulturwissenschaften in Münster. Ende 2000 Examenabschluss mit dem Thema: SPD als Marke. Strategische Markenpositionierung im Prozess der Politikvermittlung. Seit Anfang 2001 als Kundenberater für die Hamburger KNSK Werbeagentur GmbH tätig und seit Oktober 2001 Mitarbeit in der Wahlkampfzentrale der SPD als Kundenberater von KNSK.

Bo Krogvig, Partner und Senior Berater bei Norna Kommunikation AB, einer schwedischen Beratungsagentur, die sich auf Kommunikation, Strategie und Kampagnen spezialisiert hat. Norna und seine Mitarbeiter haben mehr als 30 Jahre Erfahrung in gesellschaftlichen Kommunikationsprozessen. Krogvig war zwischen 1984 und 1994 Leiter für Information und Kampagnen bei der sozialdemokratischen Partei in Schweden. In mehr als 35 Ländern war er Politikberater auf allen Kontinenten – außer Australien und der Antarktis. Er hat mehr als zehn Premier- und Ministerpräsidenten und mehr als fünfzehn Oppositionsführer in Strategie und Kommunikation beraten. Zwischen 1995 und 1997 war er Präsident der „International Association of Political Consultants (IAPC)“.

Michael Kronacher, geb. 1954, ist Mitinhaber der Odeon Zwo Werbeagentur mit Sitz in Berlin und Hannover. Die auf institutionelle Kommunikation spezialisierte Agentur hat die Kampagnen für Gerhard Schröder seit dessen

Anfängen in der Landespolitik betreut. Der Autor berät u. a. den niedersächsischen Ministerpräsidenten Gabriel, den ver.di-Vorsitzenden Bsirske und den Bundeskanzler im Bundestagswahlkampf 2002.

Matthias Machnig, geb. 1960, Bundesgeschäftsführer der SPD, Staatssekretär a. D., wichtigste Publikationen u. a. *Der rasende Tanker: Analysen und Konzepte zur Modernisierung der sozialdemokratischen Organisation*, (Hrsg.) zusammen mit Hans-Peter Bartels, 2001; *Sicherheit im Wandel*, (Hrsg.) zusammen mit Franz Müntefering.

Jennifer Laszlo Mizrahi, Präsidentin und Gründerin der US-amerikanischen Politikberatungsfirma Laszlo Associates Inc., die Bill Clinton, Al Gore, Dutzende US-Senatoren und über 160 Kongressabgeordnete beraten hat. Zudem konnte sie in zahlreichen Themenkampagnen für unterschiedliche Verbände, darunter American Cancer Society, Ford Foundation und National Education Association, ihre Kommunikationserfahrung einbringen.

Dick Morris, geb. 1948, Wahlkampfberater von Bill Clinton, Veröffentlichungen u. a. *Behind the Oval Office: Getting reelected against all Odds*, 1998; *The new Prince: Machiavelli updated for the 21st. Century*, 1999; *Power Plays: Win or Lose – How History's great political Leaders play the game*, 2002.

Albrecht Müller, Diplom-Volkswirt, 1968 Ghostwriter von Bundeswirtschaftsminister Karl Schiller und damit im Kontakt zum Wahlkampf 1969. Ab 1970 war er Leiter der Abteilung Öffentlichkeitsarbeit der SPD und verantwortlich für den Wahlkampf 1972; Anschließend Leiter der Planungsabteilung im Bundeskanzleramt. 1987 bis 1994 war er Mitglied des Bundestages. Heute ist Müller freiberuflich als Autor, Unternehmens- und Politikberater tätig. Zudem ist er Autor einer Studie zur Bundestagswahl 1998: „Von der Parteiendemokratie zur Mediendemokratie“.

Peter Radunski, geb. 1939, Studium der Rechtswissenschaften, Geschichte, Romanistik, und Politische Wissenschaft in Berlin, Bonn und Straßburg. In seinen zahlreichen Funktionen, unter anderem als Leiter des Referats für politische Grundsatzfragen im CDU Landesverband Hessen, Leiter der Öffentlichkeitsarbeit der Bundesgeschäftsstelle und späterer Bundesgeschäftsführer der CDU, wirkte er in zahlreichen Landes-, Bundes- und Europawahlkämpfen mit. Gastprofessuren und Lehraufträge am Otto-Suhr-Institut, der Susquehanna University in Pennsylvania (USA) und an der Universität Innsbruck. 1991 bis 1999 war Radunski Senator für Wissenschaft, Forschung und Kultur des Landes Berlin. Seit April 2000 ist er Senior Consultant bei Publicis Berlin.

Andrea Römmele, geb. 1967, PD Dr. phil., ist wissenschaftliche Mitarbeiterin am Mannheimer Zentrum für Europäische Sozialforschung (MZES) der Universität Mannheim. Sie studierte in Heidelberg, Berkeley, Berlin. Promotion 1994, Habilitation 2001. Forschungsinteressen: politische Kommunikation, Wahlkampfkommunikation sowie vergleichende Parteienforschung. Wichtigste Publikationen: Unternehmensspenden in der Wahlkampf- und Parteienfinanzierung. Die USA, Kanada, die Bundesrepublik, Deutschland und Großbritannien im internationalen Vergleich. Baden-Baden: Nomos, 1995; Public Information Campaigns and Opinion Research. A Handbook for the Student and Practitioner. London: Sage 2001 (zusammen mit Hans-Dieter Klingemann); Direkte Kommunikation zwischen Parteien und Wähler. Professionalisierte Wahlkampftechnologien im internationalen Vergleich. Opladen: Westdeutscher Verlag (im Erscheinen).

Ulrich Sarcinelli, Prof. Dr., geb. 1946, Professor für Politikwissenschaft an der Universität Koblenz-Landau, Campus Landau, Leiter des Frank-Loeb-Instituts Landau an der Universität, 2002 Gastprofessor an der Universität Zürich. Publikationen u. a.: Öffentlichkeitsarbeit der Parlamente. Baden-Baden 1994; (Hrsg. zusammen mit O. Jarren und U. Saxer): Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft. Ein Handbuch mit Lexikonteil. Opladen/Wiesbaden 1998; (Hrsg.) Politikvermittlung und Demokratie in der Mediengesellschaft. Beiträge zur politischen Kommunikationskultur (Bd. 352 der Schriftenreihe der Bundeszentrale für politische Bildung). Bonn/Opladen/Wiesbaden 1998; (Hrsg. zusammen mit J. Falter u. a.) Politische Kultur in Rheinland-Pfalz. Mainz 2000, Mediendemokratie im Medienland: Inszenierungen und Themensetzungsstrategien im Spannungsfeld von Medien und Parteiliten am Beispiel der nordrhein-westfälischen Landtagswahl 2000 (Hrsg. zusammen mit Heribert Schatz).

Alexander Geisler, geb. 1975, cand. M. A., wissenschaftliche Hilfskraft im Projekt „Mediendemokratie im Medienland?“ am Institut für Politikwissenschaft der Universität Koblenz-Landau, Campus Landau.

Rüdiger Schmitt-Beck, PD Dr. phil., geb. 1956, wissenschaftlicher Leiter am Zentrum für Umfragen, Methoden und Analysen (ZUMA), Mannheim, derzeit Gastprofessor an der Universität Zürich. Studium der Soziologie, Politikwissenschaft und Psychologie in Mannheim, wissenschaftliche Tätigkeiten an den Universitäten Mannheim und Heidelberg. Seine Forschungsinteressen: Politische Kommunikation, Wählerverhalten, politische Partizipation und soziale Bewegungen, politische Kultur im internationalen Vergleich. Veröffentlichungen u. a.: Do Political Campaigns Matter? Campaign Effects in Elections and Referendums, London/New York: Routledge 2002 (Hrsg. gemeinsam mit David M. Farrell); Politische Kommunikation und Wählerverhalten. Ein internationaler Vergleich, Wiesbaden: Westdeutscher Verlag 2000; Die Friedensbewegung in der Bundesrepublik Deutschland, Opladen: Westdeutscher Verlag 1990.

Frank Stauss, geb. 1965, Dipl. Politologe, geschäftsführender Gesellschafter und Kreativchef der Düsseldorfer Werbeagentur BUTTER. Studium der Politischen Wissenschaft in Heidelberg, Washington (GWU) und Berlin (OSI), war 1990–91 Fulbright-Stipendiat in den USA und 1992 Staff Assistant der Clinton/Gore-Kampagne. Seit dem Berufseinstieg bei der US-Agentur DMB & B ist er als Werbetexter für klassische Markenartikel, aber auch immer wieder im Bereich der politischen Kommunikation auf Bundes- und Landesebene tätig. Zuletzt war er mit der werblichen Betreuung der Kampagne von Klaus Wowereit und der Berliner SPD im Herbst 2001 beauftragt.