

1. Record Nr.	UNINA9910425154503321
Autore	Jakobs Simon, Dr.
Titolo	Die Neumitgliederwerbung von SPD und CDU im Vergleich : Strategielose Mitgliederpartei oder überfordertes Ehrenamt? // Simon Jakobs, Uwe Jun
Pubbl/distr/stampa	Leverkusen, : Verlag Barbara Budrich, 2020 2020, c2021
Edizione	[1st ed.]
Descrizione fisica	1 online resource (469 pages) : charts; digital file(s)
Collana	Parteien in Theorie und Empirie
Disciplina	324.243009
Soggetti	membership Mitgliederrekrutierung member recruitment Volksparteien Freiwilligenarbeit popular parties Partizipation volunteer work participation Strategie Mitgliederwerbung recruitment strategy Recruitmentforschung Recruitmentstrategien
Lingua di pubblicazione	Tedesco
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Nota di bibliografia	Includes bibliographical references.
Nota di contenuto	<p>Danksagung ..... 9</p> <p>Abkürzungsverzeichnis ..... 11</p> <p>Abbildungsverzeichnis ..... 13</p> <p>Tabellenverzeichnis</p>

.....	15	1
Einleitung .....		
19 1.1 Hinführung zum Thema .....	19	1.2 Aufbau und
Gliederung der Studie .....	27	2
Forschungsprozess und methodologische Anlage der Studie .....	31	
3 Politische Partizipation .....		
43 3.1 Begriff .....	43	
3.2 Ressourcenzentrierte Erklärungen von Partizipation – das SES-Modell.....		
46 3.3 Der Versuch eines Partizipationsmodells: Das Civic Voluntarism-Model .....	55	
3.4 Neuere Ansätze der Partizipationsforschung .....		
..... 61 3.5 Partizipation in Deutschland .....	67	4 Mitgliederparteien in
der Nachwuchskrise .....	75	4.1 Der Rückgang
der Parteimitgliedschaften .....	76	4.2
Gründe für den gesellschaftlichen Relevanzverlust der CDU/CSU und		
SPD .....	81	
4.3 Die Mitgliederpartei – Nutzen und Schaden von Parteimitgliedern .....	89	4.4 Anreize
zum Parteibeitritt .....	97	
4.4.1 Innerparteiliche Demokratie als Beitrittsanreiz .....	105	
4.4.2 Digitale Mitgliedschaft .....	112	
4.5 Hemmnisse zum Parteibeitritt .....		
..... 114 4.6 Das Aktivitätsniveau		
von Parteimitgliedern .....	117	4.7 Die andere
Seite – Prinzipiell parteibeitrittsbereite Bürger .....	120	5
Mitgliederrekrutierungsstrategien und die Rolle von		
Recruitern.....		
129 5.1 Herausforderungen, Handlungsmöglichkeiten und Arten		
strategischer Mitgliederwerbung .....		
129 5.2 Recruiter und ihre Arbeit .....	135	5.2.1 Motivation
und Motivierung .....	136	5.2.2 Die
Theorie der Sozialen Identität .....	138	5.2.3
Organisationales Commitment .....	141	
5.2.4 Die Arbeit in Freiwilligenorganisationen .....	143	
5.2.5 Vorarbeiten zu Recruitern und Recruitment in		
Freiwilligenorganisationen .....	147	5.3
Das Engagement in Parteien vor dem Hintergrund der		
Recruitmentforschung .....		
151 5.4 Zusammenfassung .....		
..... 155 6 Empirische		
Untersuchung und Analyse .....	161	6.1 Das
Selbstverständnis der SPD und CDU als Mitgliederparteien .....	163	
6.1.1 Vorgehen und Methodik .....		
166 6.1.2 Das Selbstverständnis der SPD .....		
..... 166 6.1.3 Das Selbstverständnis der		
CDU .....	173	6.1.4 Vergleich zwischen SPD
und CDU .....	179	6.2 Die
Mitgliederwerbestrategien der SPD und CDU: Dokumentenanalyse		
..... 181 6.2.1		
Vorgehen und Methodik .....	181	
6.2.2 Die Mitgliederwerbestrategien der SPD .....	186	
6.2.3 Die Mitgliederwerbestrategien der CDU .....	200	

6.2.4 Vergleich zwischen SPD und CDU .....	215
6.3 Die Party in Central Offices: Online-Umfrage unter den Geschäftsführern der SPD und CDU .....	218
6.3.1 Vorgehen und Methodik .....	219
6.3.2 Die Geschäftsführer der SPD .....	221
6.3.3 Die Geschäftsführer der CDU .....	232
6.3.4 Vergleich zwischen SPD und CDU .....	239
6.4 Die Party on the Ground I: Online-Umfrage unter den Mitgliederwerbern der SPD und CDU .....	244
6.4.1 Vorgehen und Methodik .....	245
6.4.2 Die Mitgliederwerber der SPD .....	251
6.4.3 Die Mitgliederwerber der CDU .....	269
6.4.4 Vergleich zwischen SPD und CDU .....	284
6.5 Die Party on the Ground II: Leitfadengestützte Interviews mit Mitgliederwerbern der SPD und CDU .....	303
6.5.1 Vorgehen und Methodik .....	303
6.5.2 Die Mitgliederwerber der SPD .....	307
6.5.3 Die Mitgliederwerber der CDU .....	340
6.5.4 Vergleich zwischen SPD und CDU .....	369
6.5.5 Mitgliederwerbung aus der Perspektive von Seminarleitern ..	374
7 Zusammenführung und Diskussion der Ergebnisse .....	379
7.1 Handbücher und Leitfäden zur Mitgliederwerbung – Viel Material und geringe Lesebereitschaft? .....	380
7.1.1 Strategische Überlast und fehlende Anreize als Probleme überzogener Ansprüche .....	381
7.1.2 Strategische Überlast als Problem fehlender strategischer Einheitlichkeit .....	382
7.1.3 Das Strategieproblem in der Mitgliederwerbung – pars pro toto? .....	383
7.2 Die Party in Central Offices – Hilfreiche Schaltstellen, aber personell unterbesetzt? .....	385
7.3 Die Party on the Ground – Überfordertes Ehrenamt? .....	386
7.4 Zusammenführung der Ergebnisse und Abschlussdiskussion .....	391
7.4.1 Strategische Dimensionen der Mitgliederwerbung .....	391
7.4.2 Mitgliederwerbestrategien zwischen Mitbestimmung und Mitentscheidung .....	398
7.4.3 Mitgliederwerbung zwischen real story und official story der Parteiorganisation .....	401
7.4.4 Die Attraktivität der Partei als politischer Partizipationsraum – auch eine Frage des Images (?) .....	405
7.5 Methodenkritik .....	412
7.6 Trans- und interdisziplinäre Anknüpfungsmöglichkeiten .....	412
8 Fazit .....	414
9 Quellenverzeichnis .....	419
9.1 Primärquellen .....	425
9.2 Sekundärquellen .....	425
9.3 Methoden .....	428

Mitgliederverlust in deutschen Parteien zwar gestoppt werden kann, aber die weitere Professionalisierung der Parteimitglieder notwendig macht. Is the loss of members of German popular parties an unstoppable scenario of decline or a reversible phenomenon? The first systematic research shows in a comparative analysis of the strategies of the German parties CDU and SPD in recruiting new party members that it is worthwhile to enter a completely new field of investigation. The study reveals that the loss of members can be stopped at the cost of further professionalization of party members.

Simon Jakobs' Band zur „Neumitgliederwerbung von SPD und CDU im Vergleich“ ist vorbildlich für alle, die eine wissenschaftliche Arbeit verfassen wollen und nützlich für die, die schnell und sicher eine Übersicht zum Stand der Forschung über die Mitgliederfrage suchen. Er kann auch den Praktikern empfohlen werden, die die organisatorischen Voraussetzung ihrer Partei verbessern wollen, um Mitglieder zu gewinnen. Das Buch könnte wegweisend für alle Parteienforscher sein, die die Folgen der widersprüchlichen komplexen Aufgaben von Parteien im Kontext demokratischer Gesellschaften besser verstehen wollen. Darüber hinaus ist die Lektüre ein Gewinn für alle, die sich für intellektuelle Herausforderungen begeistern können.ZParl, 3/2021Simon Jakobs Band zur „Neumitgliederwerbung von SPD und CDU im Vergleich“ ist vorbildlich für alle, die eine wissenschaftliche Arbeit verfassen wollen und nützlich für die, die schnell und sicher eine Übersicht zum Stand der Forschung über die Mitgliederfrage suchen. Er kann auch den Praktikern empfohlen werden, die die organisatorischen Voraussetzung ihrer Partei verbessern wollen, um Mitglieder zu gewinnen. Das Buch könnte wegweisend für alle Parteienforscher sein, die die Folgen der widersprüchlichen komplexen Aufgaben von Parteien im Kontext demokratischer Gesellschaften besser verstehen wollen. Darüber hinaus ist die Lektüre ein Gewinn für alle, die sich für intellektuelle Herausforderungen begeistern können.Rezensiert von Ingrid Reichart-Dreyer im Februar 2021

---