

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	Danksagung 9 Abkürzungsverzeichnis 11 Abbildungsverzeichnis 13 Tabellenverzeichnis

.....	15	1
Einleitung		
19 1.1 Hinführung zum Thema	19	
.....	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	
.....	43	
3.2 Ressourcenzentrierte Erklärungen von Partizipation – das SES- Modell.....		
46 3.3 Der Versuch eines Partizipationsmodells: Das Civic Voluntarism-Model	55	
.....	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
.....	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
.....	136	5.2.2 Die
und Motivierung	138	5.2.3
Theorie der Sozialen Identität	141	Organisatorisches Commitment
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 Zusammenführung	155	6 Empirische
.....	161	6.1 Das
Untersuchung und Analyse	163	Selbstverständnis der SPD und CDU als Mitgliederparteien
6.1.1 Vorgehen und Methodik		
166 6.1.2 Das Selbstverständnis der SPD	166	6.1.3 Das Selbstverständnis der
.....	173	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 Abschlusss Diskussion	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 Parteioorganisation	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	414
8 Fazit	419
9 Quellenverzeichnis	425
9.1 Primärquellen	425
9.2 Sekundärquellen	428

Sommario/riassunto

Handelt es sich bei dem Mitgliederschwund deutscher Volksparteien um ein unaufhaltsames Niedergangsszenario oder um ein umkehrbares Phänomen? In einer ersten systematischen Untersuchung der Strategien der CDU und SPD bei der Anwerbung neuer Parteimitglieder zeigt Jakobs, dass es sich lohnt, in ein völlig neues Forschungsfeld vorzudringen. Die vergleichende Analyse macht deutlich, dass der

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, 3/2021 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. Rezensiert von Ingrid Reichart-Dreyer im Februar 2021
