

Teil IV

Quellennachweise

13 Literaturverzeichnis

13.1 Primärliteratur

BVerfGE 20, 56.

BVerfGE 85, 264.

National Republican Congressional Committee, 1979.

National Republican Congressional Committee: Financing Republican Congressional Campaigns, Washington D.C. 1979.

Sachverständigenkommission, 1994.

Bundespräsidialamt (Hg.): Empfehlungen der Kommission unabhängiger Sachverständiger zur Parteienfinanzierung, Baden-Baden 1994.

13.2 Sekundärliteratur

Adamany, 1984.

David Adamany: Political Parties in the 1980s, in: Michael J. Malbin (ed.): Money and Politics in the United States. Financing Elections in the 1980s, Washington/D.C., Chatham/N.J. 1984, pp. 70-121.

Agranoff, 1972.

Agranoff, Robert: Introduction -The New Style of Campaigning: The Decline of Party and the Rise of Candidate Centered Technology, in: Robert Agranoff (ed.): The New Style in Election Campaigns, Boston 1972, pp. 3-50.

Alexander, 1972.

Herbert Alexander: Money in Politics, Washington/D.C. 1972.

Alexander, 1980.

Herbert E. Alexander: Political Finance Regulation in International Perspective, in: Michael J. Malbin (ed.): Parties, Interest Groups and Campaign Finance Laws, Washington/D.C. 1980, pp. 333-353.

Alexander, 1984.

Herbert E. Alexander: Financing Politics. Money, Elections, and Political Reform, 3. Auflage, Washington 1984.

Barnes/Kaase, 1979.

Samuel H. Barnes/Max Kaase u.a.: Political action. Mass Participation in Five Western Democracies, Beverly Hills 1979.

Beckmann-Schulz, 1992.

Petra Beckmann-Schulz: Veränderungen in den U.S. Bundeswahlkämpfen von 1960 bis heute - Konsequenzen für die Funktionen von nationalen Parteiorganisationen, in: Zeitschrift für Politik, 39. Jg. (1992) H. 3, S. 309-319.

Berelson/Lazarsfeld/McPhee, 1968.

Bernard R. Berelson/Paul F. Lazarsfeld/William N. McPhee: Voting. A Study of Opinion Formation in a Presidential Campaign, 6th edition, Chicago and London 1968.

Beyme, 1984.

Klaus von Beyme: Parteien in westlichen Demokratien, 2. Auflage, 1984.

Beyme, 1988.

Klaus von Beyme: Der Vergleich in der Politikwissenschaft, München 1988.

Bibby, 1981.

John F. Bibby: Party Renewal in the National Republican Party, in: Gerald M. Pomper (ed.): Party Renewal in America: Theory and Practice, New York 1981, pp. 102-105.

Boyken, 1998.

Friedhelm Boyken: Die Neuordnung der Parteienfinanzierung. Entscheidungsprozeßanalyse und Wirkungskontrolle, Baden-Baden 1998.

Brody/Page, 1972.

R. A. Brody/B. J. Page: Comment: The Assessment of Policy Voting, in: American Political Science Review, Vol. 66. (1972) June, pp. 450-456.

Brooks/Stritch, 1991.

Stephen Brooks/Andrew J. Stritch: Business and Government in Canada, Prentice Hall 1991.

Bürklin, 1988.

Wilhelm Bürklin: Wählerverhalten und Wertewandel, Opladen 1988.

Campbell/Converse/Miller/Stokes, 1960.

Angus Campbell/Philip E. Converse/Warren E. Miller/Donald E. Stokes: The American Voter, New York 1960.

Campbell/Gurin/Miller, 1954.

Angus Campbell/Gerald Gurin/Warren E. Miller: The Voter Decides, Evanstone 1954.

Clinton/Gore, 1992.

Bill Clinton/Al Gore: Putting People First, New York 1992.

Conover/Gray, 1983.

Feminism and the New Right: Conflict over American Family, New York 1983.

Cotter/Bibby, 1980.

Cotter/John F. Bibby: Institutional Development and the Thesis of Party Decline, in: Political Science Quarterly, Vol. 95 (1980) No. 1, pp. 1-27.

Crotty, 1984.

William Crotty: American Parties in Decline, 2nd edition, Boston and Toronto 1984.

Dallmer/Thekens, 1981.

H. Dallmer/R. Thekens: Das System des Direct-Marketings, in: H. Dallmer (Hg.): Handbuch des Direct-Marketings, 5. Auflage, Wiesbaden 1981, S. 13-29.

Downs, 1968.

Anthony Downs: Ökonomische Theorie der Demokratie, Tübingen 1968. [Im Original: Anthony Downs: An Economic Theory of Democracy, New York 1957.]

Drysch, 1998.

Thomas Drysch: Parteienfinanzierung. Österreich, Schweiz, Bundesrepublik Deutschland, Opladen 1998.

Duverger, 1959.

Maurice Duverger: Die politischen Parteien, Tübingen 1959.

Ebbighausen, 1996.

Rolf Ebbighausen u.a.: Die Kosten der Parteiendemokratie. Studien und Materialien zu einer Bilanz staatlicher Parteienfinanzierung in der Bundesrepublik Deutschland, Opladen 1996.

Edelman, 1990.

Murray Edelman: Politik als Ritual. Die symbolische Funktion staatlicher Institutionen und politischen Handelns, Frankfurt/New York 1990.

Eith/Mielke, 1994.

Ulrich Eith/Gerd Mielke: Wahlforschung: Zur Bedeutung und Methodik empirischer Sozialforschung in der Politikwissenschaft, in: Manfred Mols/Hans-Joachim Lauth/Christian Wagner (Hg.): Politikwissenschaft: Eine Einführung, Paderborn u.a. 1994, S. 278-306.

Epstein, 1980.

Edwin M. Epstein: The PAC Phenomenon: An Overview - Introduction, in: Arizona Law Review, 1980 No. 2, pp. 355-371.

Festinger, 1957.

Leon A. Festinger: A Theory of Cognitive Dissonance, Evanstone 1957.

Fischer, 1981.

H. Fischer: Direct-Marketing - Volumen und Struktur des Marktes, in: H. Dallmer (Hg.): Handbuch des Direct-Marketings, 5. Auflage, Wiesbaden 1981, S. 31-43.

Fleishman, 1982.

Joel L. Fleishman (ed.): The Future of American Political Parties: The Challenge of Governance, Prentice Hall 1982.

Friedrich, 1969.

Bruno Friedrich: Der sozialdemokratische Ortsverein, in: Herbert Wehner/Bruno Friedrich/Alfred Nau (Hg.): Parteiorganisation, Bonn 1969, S. 49-70

Friedrichs, 1990.

Jürgen Friedrichs: Methoden empirischer Sozialforschung, 14. Auflage, Opladen 1990.

Fuchs/Klingemann, 1995.

Dieter Fuchs/Hans-Dieter Klingemann: Citizens and the State: A Relationship Transformed, in Hans-Dieter Klingemann/Dieter Fuchs (Hg.): Citizen and the State, Oxford 1995, S. 419-443.

Fuchs, Kühnel, 1994.

Dieter Fuchs/Klaus Kühnel: Wählen als rationales Handeln: Anmerkungen zum Nutzen des Rational-Choice-Ansatzes in der empirischen Wahlforschung, in: Hans-Dieter Klingemann/Max Kaase (Hg.): Wählen und Wähler. Analysen aus Anlaß der Bundestagswahl 1990, Opladen 1994, S. 305-364.

Godwin, 1988.

R. Kenneth Godwin: One Billion Dollar of Influence. The Direkt Marketing of Politics, Chatham/NJ 1988.

Habermas, 1962.

Jürgen Habermas: Strukturwandel der Öffentlichkeit, Neuwied/Berlin 1962.

Haibach, 1998.

Marita Haibach: Handbuch Fundraising. Spenden, Sponsoring, Stiftungen in der Praxis, Frankfurt/M. und New York 1998.

Hartmann, 1983.

Jürgen Hartmann: Politik und Gesellschaft in Japan, USA und Westeuropa. Ein einführender Vergleich, Frankfurt am Main/New York 1983.

Heard, 1960.

Alexander Heard: The Costs of Democracy, Chapel Hill 1960.

Herder-Dornreich/Groser, 1977.

Philipp Herder-Dornreich/Manfred Groser: Ökonomische Theorie des politischen Wettbewerbs, Göttingen 1977.

Herrnson, 1988.

Paul S. Herrnson: Party Campaigning in the 1980s, Cambridge/Massachusetts/London 1988.

Hilger, 1956.

Dietrich Hilger: Die demokratischen Parteien und die Parteiendemokratie. Ein Literaturbericht, in: Hamburger Jahrbuch für Wirtschafts- und Gesellschaftspolitik, Tübingen 1956, S. 176-198.

Hodges, 1976.

Richard S. Hodges: Direct mail in the Political Process, New York 1976.

Jäckel/Winterhoff-Spurk, 1994.

Michael Jäckel/Peter-Winterhoff-Spurk (Hg.): Politik und Medien. Analysen zur Entwicklung der politischen Kommunikation, Berlin 1994.

Jarren, 1994.

Otfried Jarren: Medien-Gewinne und Institutionen-Verluste? - Zum Wandel des intermediären Systems in der Mediengesellschaft. Theoretische Anmerkungen zum Bedeutungszuwachs elektronischer Medien in der politischen Kommunikation, in: ders. (Hg.): Politische Kommunikation in Hörfunk und Fernsehen. Elektronische Medien in der Bundesrepublik Deutschland, Gegenwartskunde Sonderheft 8, Opladen 1994, S. 23-34.

Jones, 1990.

Ruth S. Jones: Contributing as Participation, in: Margaret Latus Nugent/John R. Johannes (eds.): Money, Elections, and Democracy. Reforming Congressional Campaign Finance, Boulder/San Francisco/Oxford 1990, pp. 27-45.

Kaltelefleiter/Nißen, 1980.

Werner Kaltelefleiter/Peter Nißen: Empirische Wahlforschung. Eine Einführung in Theorie und Technik, Paderborn 1980.

Kammerer, 1981.

W. Kammerer: Fund Raising, in: H. Dallmer (Hg.): Handbuch des Direct-Marketings, 4. Auflage, Wiesbaden 1981, S. 929-940.

Katz/Lazarsfeld, 1955.

Elihu Katz/Paul F. Lazarsfeld: Personal Influence, New York 1955.

Katz/Mair, 1995.

Richard S. Katz/Peter Mair: Changing Models of Party Organization and Party Democracy: The Emergence of the Cartel Party, in: Party Politics, Vol. 1 (1995) No. 1, pp. 5- 28.

Kayden/Mahe, 1985.

Xandra Kayden/Eddie Mahe Jr.: The Party Goes On, New York 1985.

Kirchheimer, 1965.

Otto Kirchheimer: Der Wandel des europäischen Parteiensystems, in: Politische Vierteljahresschrift, 6. Jg. (1965) H. 1, S. 20-41.

Kirchheimer, 1968 und 1974.

Otto Kirchheimer: Der Weg zur Allerweltpartei, in: Kurt Lenk/Franz Neumann (Hg.): Theorie und Soziologie der politischen Parteien, Band II, Darmstadt/Neuwied 1968 und 1974, S. 113-137.

Kirchheimer, 1969

Otto Kirchheimer: Der Wandel des westeuropäischen Parteiensystems, in: Gilbert Ziebura (Hg.): Beiträge zur Allgemeinen Parteienlehre. Zur Theorie, Typologie und Vergleichung Politischer Parteien, Darmstadt 1969, S. 341-374.

Klapper, 1960.

Joseph T. Klapper: The effects of mass communication, Glencoe/Ill. 1960.

Kleinstauber, 1986.

Hans J. Kleinstauber: Federal Republic of Germany, in: Hans J. Kleinstauber/Denis McQuail/Karen Siune (eds.): Electronic Media and Politics in Western Europe. Euromedia Research Group Handbook of National Systems, Frankfurt, M./New York 1986, pp. 44-68.

Klingemann, 1986.

Hans Dieter Klingemann: Massenkommunikation, interpersonale Kommunikation und politische Einstellungen. Zur Kritik der These vom „Zwei-Stufen Fluß“ der politischen Kommunikation, in: Max Kaase (Hg.): Politische Wissenschaft und politische Ordnung, Opladen 1986, S. 387-399.

Klingemann/Fuchs, 1995.

Hans-Dieter Klingemann/Dieter Fuchs (ed.): Citizen and the State, Oxford 1995

Kolodny/Katz, 1992.

Robin Kolodny/Richard S. Katz: The United States, in: Richard S. Katz/Peter Mair (eds.): Party Organizations. A Data Handbook on Party Organizations in Western Democracies, 1960-90, London/Newbury Park/New Delhi 1992, pp. 871-930.

Kotler, 1978.

Philip Kotler: Marketing für Nonprofit-Organisationen, Stuttgart 1978.

Kotler, 1989.

Philip Kotler: Marketing-Management. Analyse, Planung und Kontrolle. Einmalige und limitierte Sonderausgabe der 4. völlig neubearbeiteten Auflage, Stuttgart 1980.

Kotler/Levy, 1969.

Philip Kotler/Sydney J. Levy: Broadening the Concept of Marketing, in: Journal of Marketing, Vol. 33 (1969) No. 1, S. 10-15.

Kromrey, 1994.

Helmut Kromrey: Empirische Sozialforschung. Modelle und Methoden der Datenerhebung und Datenauswertung, 6. Auflage, Opladen 1994.

Kulitz, 1983.

Peter Kulitz: Untnehmerspenden an politische Parteien. Berlin 1983.

Landfried, 1990.

Christine Landfried: Parteifinanzen und politische Macht. Eine vergleichende Studie zur Bundesrepublik Deutschland, zu Italien und den USA, Baden Baden 1990.

Lazarsfeld/Berelson/Gaudet, 1944.

Paul Lazarsfeld/Bernhard Berelson/Hazel Gaudet: The People's Choice: How the Voter makes up his Mind in a Presidential Campaign, New York 1944.

Lazarsfeld/Berelson/Gaudet, 1969.

Paul Lazarsfeld/Bernhard Berelson/Hazel Gaudet: Wahlen und Wähler. Soziologie des Wahlverhaltens, 3. Auflage, Neuwied und Berlin 1969.

Lawson/Merkl, 1988

Kay Lawson/Peter Merkl (eds.): When Parties Fail, Princeton/N.J. 1988.

Lehner, 1973.

Franz Lehner: Politisches Verhalten als sozialer Tausch. Eine sozialpsychologische Studie zur utilitaristischen Theorie politischen Verhaltens, Bern/Frankfurt 1973.

Lösche, 1980.

Peter Lösche: Unternehmen im Wahlkampf, in: Politische Vierteljahresschrift, 23. Jg. (Dez. 1980) H. 4, S. 367-395.

Lovens, 2000.

Sebastian Lovens: Stationen der Parteienfinanzierung im Spiegel der Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts, in: Zeitschrift für Parlamentsfragen, 31. Jg. (2000) H. 2, 285-298.

McGinniss, 1969.

Joe McGinniss: The Selling of the President, New York 1969.

Mintzel, 1984.

Alf Mintzel: Die Volkspartei. Typus und Wirklichkeit, Opladen 1984.

Morlok, 2000.

Martin Morlok: Durchsichtige Taschen oder schwarze Koffer? Die rechtliche Regulierung der Parteifinanzien und der Fall der CDU, in: Aus Politik und Zeitgeschichte B 16/2000 vom 14. April 2000, S. 6-14.

Mutz, 1995.

Michael Mutz: Kommerz und Caritas. Der Wettlauf der Hilfsorganisationen um Spendengelder, in: Spiegel special 11/1995, S. 131 f.

Naßmacher, H., 1991.

Hiltrud Naßmacher: Vergleichende Politikforschung, Opladen 1991.

Naßmacher, H., 1992.

Hiltrud Naßmacher: Parteien in Nordamerika: Apparatparteien „neuen Typs“?, in: Zeitschrift für Parlamentsfragen, 23. Jg. (1992) H. 1, S. 110-130.

Naßmacher, H./Naßmacher, K.-H., 1988.

Hiltrud Naßmacher/Karl-Heinz Naßmacher: Von der Wahlkampfmaschine zur Apparatpartei. Partybuilding in Canada, in: Zeitschrift der Gesellschaft für Kanada-Studien, 8. Jg. (1988) H. 2, S. 29-41.

Naßmacher, K.-H., 1987.

Karl-Heinz Naßmacher: Öffentliche Finanzierung in Westeuropa: Implementationsstrategien und Problembestand in der Bundesrepublik Deutschland, Italien, Österreich und Schweden, in: Politische Vierteljahresschrift, 28. Jg. (1987) H. 1, S. 101-125.

Naßmacher, K.-H., 1989.

Karl-Heinz Naßmacher: Parteien im Abstieg. Wiederbegründung und Niedergang der Bauern- und Bürgerparteien in Niedersachsen, Opladen 1980.

Naßmacher, K.-H., 1992.

Karl-Heinz Naßmacher u.a.: Bürger finanzieren Wahlkämpfe - Anregungen aus Nordamerika für die Parteienfinanzierung in Deutschland, Baden-Baden 1992.

Naßmacher, K.-H., 1993.

Karl-Heinz Naßmacher: Perspektiven der Parteienfinanzierung nach dem Urteil des Bundesverfassungsgerichts, in: Politische Studien, 44. Jg. (1993) Sonderheft 4/93, S. 81-99.

Naßmacher, K.-H. 2000.

Karl-Heinz Naßmacher: Parteienfinanzierung in der Bewährung, in: Aus Politik und Zeitgeschichte B 16/2000 vom 14. April 2000, S. 15-22.

Naßmacher, K.-H./Kaltefleiter, 1992.

Karl-Heinz Naßmacher/Werner Kaltefleiter: Das Problem der Parteienfinanzierung in Deutschland. Möglichkeiten einer Neuordnung, in: Zeitschrift für Parlamentsfragen, 23 (1992) 2, S. 135-160.

Neff, 1997.

Peter K. Neff: Medien und Anspracheformen, in Heinz Dallmer (Hg.): Handbuch Direkt Marketing, 7. Auflage, Wiesbaden 1997, S. 345-351.

Neuhoff, 1982.

Klaus Neuhoff: Der „Spendenmarkt“, in: Rainer Borgmann-Quade (Hg.): Stichwort Spendenwesen, Berlin 1982, S. 62-72.

Neumann, 1965.

Sigmund Neumann: Die Parteien der Weimarer Republik, Stuttgart 1965.

Neumann, 1969.

Sigmund Neumann: Zum vergleichenden Studium politischer Parteien, in: Gilbert Zieburg (Hg.): Beiträge zur allgemeinen Parteienlehre. Zur Theorie, Typologie und Vergleichung Politischer Parteien, Darmstadt 1969, S. 215-264.

Newman, 1994.

Bruce I. Newman: The Marketing of the President. Political Marketing as Campaign Strategy, Thousand Oaks/London/New Delhi 1994.

Nieschlag/Dichtl/Höschgen, 1988.

Robert Nieschlag/Erwin Dichtl/Hans Höschgen: Marketing, 15. Auflage, Berlin 1988.

Paltiel, 1975.

Khayyam Z. Paltiel: Campaign Financing in Canada and Its Reform, in: Howard Penniman (ed.): Canada at the Polls: The General Election of 1974, Washington, D.C. 1975, pp. 181-208.

Paltiel, 1981.

Khayyam Z. Paltiel: Campaign Finance: Contrasting Practices und Reforms, in: David Butler/Howard R. Penniman/Austin Ranney (eds.): Democracy at the Polls. A Comparative Study of Competitive National Elections, Washington/D.C., London 1981, pp. 138-172.

Paltiel/Seidle, 1981.

Khayyam Z. Paltiel/Leslie Seidle: Party Finance, the Election Expenses Act and Campaign Spending in 1979 and 1980, in: Howard Penniman (ed.): Canada at the Polls, 1979 and 1980, Washington, D.C. 1981, pp. 226-280.

Petty/Cacioppo, 1986.

Richard E. Petty/John T. Cacioppo: Communication and Persuasion: Central and Peripheral Routes to Attitudes Change, New York 1986.

Pfetsch/Schmitt-Beck, 1994.

Barbara Pfetsch/Rüdiger Schmitt-Beck: Amerikanisierung von Wahlkämpfen? Kommunikationsstrategien und Massenmedien im politischen Mobilisierungsprozess, in: Michael Jäckel/Peter Winterhoff-Spurk (Hg.): Politik und Medien. Analysen zur Entwicklung der politischen Kommunikation, Berlin 1994, S. 231-249.

Radunski, 1980.

Peter Radunski: Wahlkämpfe. Moderne Wahlkampfführung als politische Kommunikation, München 1980.

Radunski, 1981.

Peter Radunski: Das Direct-Marketing der Parteien, in: H. Dallmer (Hg.): Handbuch des Direct-Marketings, 5. Auflage, Wiesbaden 1981, S. 917-928.

Radunski, 1991.

Peter Radunski: Fit für die Zukunft? Die Volksparteien vor dem Superwahljahr 1994, in: Die Sonde, 24. Jg. (1991) H. 4, S. 3-8.

Rattinger, 1993.

Hans Rattinger: Abkehr von den Parteien? Dimensionen der Parteiverdrossenheit, in: Aus Politik und Zeitgeschichte B 11/93 vom 12. März 1993, S. 24-35.

Rieken/Römmele, 1997

Marion Rieken/Andrea Römmele: Erste Wirkungen der neuen Parteienfinanzierung?, in: Zeitschrift für Parlamentsfragen, 28. Jg. (1997) H. 2, S. 254-265.

Robinson, 1976.

J. P. Robinson: Interpersonal Influence in Election Campaigns: Two step-flow Hypotheses, in: Public Opinion Quarterly, Vol. 40 (1976, No. 2, pp. 304-319.

Riordan, 1905

William Riordan: Plunkitt of Tammany Hall, New York 1905.

Römmele, 1995.

Andrea Römmele: Unternehmenspenden in der Parteien- und Wahlkampffinanzierung. Die USA, Kanada, die Bundesrepublik Deutschland und Großbritannien im Vergleich, Baden-Baden 1995.

Römmele, 1999a.

Andrea Römmele: Direkte Kommunikation zwischen Parteien und Wählern. Postmoderne Wahlkampftechnologien in den USA und in der BRD, Habilitationsschrift, Berlin/Mannheim 1999.

Römmele, 1999b.

Andrea Römmele: Direkte Kommunikation zwischen Parteien und Wählern: Direct-Mailing bei SPD und CDU, in: Zeitschrift für Parlamentsfragen, 30. Jg. (1999) H. 2, S. 303-315.

Römmele, 2000.

Andrea Römmele: Parteispenden in der Krise?, in: Aus Politik und Zeitgeschichte B 16/2000 vom 14. April 2000, S. 23-29.

Rudzio, 1987.

Wolfgang Rudzio: Das politische System der Bundesrepublik Deutschland, 2. Auflage, Opladen 1987.

Rudzio, 1991.

Wolfgang Rudzio: Das politische System der Bundesrepublik Deutschland, 3. Auflage, Opladen 1991.

Rudzio, 1992.

Wolfgang Rudzio: Demokratie und Politikverdrossenheit - Woher kommt die wachsende Kritik an der Parteiendemokratie?, in: Politische Studien 43. Jg. (1992) Sonderheft 5, S. 5-15.

Rudzio, 1994.

Wolfgang Rudzio: Parteienverdrossenheit im internationalen Vergleich, in: Politische Bildung, 27. Jg. (1994) H. 3, S. 60-68.

Rudzio, 2000.

Wolfgang Rudzio: Die Parteifinzen und die Zukunft des Parteiensystems, in: Zeitschrift für Parlamentsfragen, 31. Jg. (2000) H. 2, S. 428-440.

Sabato, 1981.

Larry J. Sabato: The Rise of Political Consultants. New Ways of Winning Elections, New York 1981.

Sabato, 1988.

Larry J. Sabato: The Party's Just Begun. Shaping Political Parties for America's Future, Glenview/Ill. 1988.

Sartori, 1976.

Giovanni Sartori: Parties and party systems. A framework for analysis, London, New York, Melbourne 1976.

Schenk, 1987.

Michael Schenk: Medienwirkungsforschung, Tübingen 1987.

Schenk/Pfenning, 1990.

Michael Schenk/Uwe Pfenning: Politische Massenkommunikation: Wirkung trotz geringer Beteiligung? Neue Strategien der Persuasion, in: Politische Vierteljahresschrift, 31. Jg. (1990) H. 3, S. 420-435.

Schmitt-Beck, 1993.

Rüdiger Schmitt-Beck: Interpersonale Kommunikation und Massenkommunikation als Instanzen der Politikvermittlung. Aspekte der Theorieentwicklung und empirische Profile deutscher und amerikanischer Wähler, in: Österreichische Zeitschrift für Politikwissenschaft, 22. Jg. (1993) H. 4, S. 445-462.

Schmitt-Beck, 1998.

Rüdiger Schmitt-Beck: Mediennutzung und Wahlentscheidungen: Fünf westliche Demokratien im Vergleich, in: Zeitschrift für Parlamentsfragen, 29. Jg. (1998) H. 4, S. 676-705.

Schmitt-Beck/Pfetsch, 1994.

Rüdiger Schmitt-Beck/Barbara Pfetsch: Politische Akteure und die Medien der Massenkommunikation. Zur Generierung von Öffentlichkeit in Wahlkämpfen, in: Friedhelm Neidhardt (Hg.): Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen, Opladen 1994, S. 106-138.

Schulz, 1997.

Winfried Schulz: Politische Kommunikation, Opladen/Wiesbaden 1997.

Schumpeter, 1950.

Joseph A. Schumpeter: Kapitalismus, Sozialismus und Demokratie, Bern 1950.

Schütte, 1993.

Volker Schütte: Bürgernahe Parteienfinanzierung, Baden-Baden 1993.

Sontheimer, 2000.

Kurt Sontheimer: Vom Unheil und Segen einer Affäre, in: Aus Politik und Zeitgeschichte B 16/2000 vom 14. April 2000, S. 3-5.

Sorauf, 1980.

Frank J. Sorauf: Party Politics in America, Boston 1980.

Sorauf, 1988a.

Frank J. Sorauf: Money in American Elections, Glenview,Ill./Boston/London 1988.

Sorauf, 1988b.

Frank J.: Parties and Political Action Committees in American Politics, in: Kay Lawson/Peter Merkl (eds.): When Parties Fail, Princeton/N.J. 1988, pp. 35-62.

Stanbury, 1991.

W. T. Stanbury: Money in Politics. Financing Federal Parties and Candidates in Canada, Toronto, Oxford 1991.

Stauss, 1992.

Bernd Stauss: Marketing, in: Hans Corsten (Hg.): Lexikon der Betriebswirtschaftslehre, München/Wien 1992, S. 554-557.

Tsatsos, 1992.

Dimitris Th. Tsatsos (Hg.): Parteienfinanzierung im europäischen Vergleich: die Finanzierung der politischen Parteien in den Staaten der Europäischen Gemeinschaft, Baden-Baden 1992.

Tsatsos, 1997.

Dimitris Th. Tsatsos (Hg.): Politikfinanzierung in Deutschland und in Europa. Aspekte aus Wissenschaft und Politik. Erträge des internationalen Symposiums des Institutes für Deutsches und Europäisches Parteienrecht an der Fernuniversität-Gesamthochschule in Hagen, 23. bis 24. Februar 1996, Baden-Baden 1997.

Tversky/Kahneman, 1981.

Amos Tversky/Daniel Kahneman: The Framing of Decisions and the Psychology of Choice, in: Science, Vol. 211 (Jan. 1981) No. 1, pp. 453-458.

Uehlinger, 1988.

Hans Martin Uehlinger: Politische Partizipation in der Bundesrepublik, Opladen 1988.

Voß, 1993.

Andreas Voß: Betteln und Spenden. Eine soziologische Studie über Rituale freiwilliger Armenunterstützung, ihre historischen und aktuellen Formen sowie ihre sozialen Leistungen, Berlin/New York 1993.

Wagner, 1986.

Joachim Wagner: Tatort Finanzministerium. Die staatlichen Helfer beim Spendenbetrug, Reinbek bei Hamburg 1986.

Wangen, 1983.

Edgar Wangen: Polit-Marketing. Das Marketing-Management der politischen Parteien, Opladen 1983.

Wattenberg, 1990.

Martin P. Wattenberg: The Decline of American Political Parties, 1952-1988, Cambridge, Mass./London 1990.

Warwick, 1990.

Mal Warwick: Revolution in the Mailbox, Berkeley CA 1990.

Weber, 1956.

Max Weber: Staatssoziologie, Berlin 1956.

Wewer, 1990.

Göttrik Wewer (Hg.): Parteienfinanzierung und politischer Wettbewerb. Rechtsnormen - Realanalysen - Reformvorschläge, Opladen 1990.

Wiesendahl, 1980.

Elmar Wiesendahl: Parteien und Demokratie. Eine soziologische Analyse paradigmatischer Ansätze der Parteienforschung, Opladen 1980.

White, 1960.

Theodore White: The Making of the President, New York 1960.

Zajonc, 1980.

Robert B. Zajonc: Feeling and Thinking, in: American Psychologist, Vol 35 (1980) No. 1, pp. 151-175.