



Rudolf Speth (Hrsg.)

Grassroots-Campaigning

- **Grassroot-Campaigning: Ein neues Instrument der Mitglieder-, Wähler- und Konsumentenbindung**
- **Einführung und Überblick**
- **Stand der Forschung in einem Band**

Grassroots-Campaigning ist ein neues Instrument für Politik, Wirtschaft und Organisationen, um Wähler, Kunden und Mitglieder auf andere Weise zu mobilisieren und zu binden. In diesem Buch werden alle Facetten des Grassroots-Campaigning dargestellt: Grundkonzepte und Stand der Forschung, die einzelnen Anwendungsbereiche und Instrumente, die Voraussetzungen und Probleme.

2013, I, 281 S. 23 Abb.

Gedrucktes Buch

Softcover

[1]37,99 € (D) | 39,05 € (A) | CHF
42,00

eBook

[2]17,98 € (D) | 17,98 € (A) | CHF
21,43Erhältlich bei Ihrer Bibliothek oder
springer.com/shop

Erhältlich bei Ihrem Buchhändler oder – Springer Nature Customer Service Center GmbH, Haberstrasse 7, 69126 Heidelberg, Germany / Call: + 49 (0) 6221-345-4301 / Fax: +49 (0)6221-345-4229 / Email: customerservice@springer.com / Web: springer.com

[1] € (D) sind gebundene Ladenpreise in Deutschland und enthalten 7% MwSt; € (A) sind gebundene Ladenpreise in Österreich und enthalten 10% MwSt. CHF und die mit [2] gekennzeichneten Preise für elektronische Produkte sind unverbindliche Preisempfehlungen und enthalten die landesübliche MwSt. Programm- und Preisänderungen (auch bei Irrtümern) vorbehalten. Es gelten unsere Allgemeinen Liefer- und Zahlungsbedingungen. Springer-Verlag GmbH, Handelsregistersitz: Berlin-Charlottenburg, HR B 91022. Geschäftsführung: Haank, Mos, Hendriks

