

Inhalt

Einleitung

Thomas Leif / Rudolf Speth

Anatomie des Lobbyismus. Einführung in eine unbekannte Sphäre der Macht 7

Problemrelief: Zwischen Lobbyliste und parlamentarischer Realität

Inge Maria Burgmer

Lobbyverbände unter Anpassungsdruck 33

Birger P. Priddat

Die Lobby der Vernunft. Die Chancen wissenschaftlicher Politikberatung 43

Ralf Fücks

Lobbyismus braucht demokratische Kontrolle 55

Thomas Hart

Mehr Transparenz für die stillen Mächtigen 60

Feldbeobachtungen: Diskretion und Effizienz – Fallbeispiele aus dem Alltag

„Getrennt marschieren, vereint schlagen“

Interview mit *Wolf-Dieter Zumpfort* 85

Klaus Escher

Unternehmenslobbying. Studie zur politischen Kommunikation der BASF 98

Anke Martiny

Lobbyinteressen im Gesundheitssektor. Wo bleibt das Gemeinwohl? 115

Markus Jatzner

Komplizen in der Politik. Politische Handlungsdefizite im Gesundheitssystem 131

Kurt Langbein

Die Pharmedia. Der Mut zur Überdosis Macht 137

„Lobbyismus ist Politikberatung“

Interview mit *Karlheinz Maldaner* 144

Gottlob Schober

Die Deutsche Telekom. Lobbyarbeit für den Börsengang 157

„Der Lobbyist will politische Entscheidungen beeinflussen“

Fragen an Lobbyisten 178

Eckehard Niemann

Das Interessengeflecht des Agrobusiness 186

Alain Grenier

Die Interessenwahrer des Straßenbaus 213

<i>Jochen Roose</i>	
Lobbying für die „gute Sache“. Umweltinteressen und die Macht der NGOs	238
<i>Franz-Reinhard Habel</i>	
Die Städte als Lobbyorganisationen	253
<i>Konrad Klingenburg</i>	
Dagegen sein ist nicht alles. Gewerkschaftliche Interessenvertretung in Berlins neuer Unübersichtlichkeit	271
<i>Wolfgang Schröder</i>	
Lobby pur. Unternehmerverbände als klassische Interessenvertreter	281
Ortbesichtigungen: Erfahrungen jenseits der nationalstaatlichen Bühne	
<i>Rinus van Schendelen</i>	
Brussels: The premier league of lobbying	300
<i>Martin Thunert</i>	
Is that the way we like it? Lobbying in den USA	320
Reiseführer und Lotsen: Vermittler, Agenturen und Kolporteur im Lobby-Labyrinth	
<i>Tobias Kahler / Manuel Lianos</i>	
Neue Aktionsfelder: Agenturen in den Lobby-Kinderschuhen	335
<i>Klaus Kocks</i>	
Das neue Lobbyinstrument – PR im Journalismus	350
<i>Thomas Leif / Rudolf Speth</i>	
Lobby-Kampagnen. Zur Kolonisierung der Öffentlichkeit	354
„Im Vorfeld miteinander reden“ Der Dreißiger-Multiplikatoren-Club-Berlin (DMC)	
Interview mit <i>Heinz Warneke</i>	362
<i>Andreas Skowronek</i>	
Bloß nichts Verbindliches. Das Zusammenspiel von Ministerien und Lobbyisten	372
Kommentierte Literatúrauswahl	378
Autorenverzeichnis	381