

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis	XII
Einleitung	1
TEIL I: AUSGANGSLAGE	
1 Problemstellung	3
2 Untersuchungsobjekt	5
2.1 Lobbying	5
2.2 Interessengruppen	10
2.2.1 Brüsseler Interessengruppen-Landschaft	11
2.2.2 Bemühungen zur Zähmung der Interessengruppen	17
3 Stand der Forschung und Forschungsziel	21
4 Abgrenzung, Vorgehen und Aufbau der Arbeit	29
TEIL II: LOBBYING-KONZEPT FÜR INTERESSENGRUPPEN	
1 Einleitung	33
2 Die Gründe für ein Lobbying-Konzept	34
3 Die Vorzüge eines Lobbying-Konzepts	37
4 Das Lobbying-Konzept im Überblick	39
5 Erste Dimension des Lobbying-Konzepts: Die Funktionen des Lobbyings ..	42
5.1 Beobachtungsebene: Monitoring	44
5.2 Analyseebene: Beurteilung & Bewertung	45
5.3 Ausführungsebene: Lobbying im engeren Sinne	48
6 Zweite Dimension des Lobbying-Konzepts: Die Infrastrukturinstrumente .	50
6.1 Organisation und Personalwesen	50
6.2 Informations- und Datenmanagement	51
7 Dritte Dimension des Lobbying-Konzepts: Die Lobbying-Entscheide	54
7.1 Tauschgüter	54
7.2 Adressaten	62
8 Der Lobbying-Mix	64
9 Zusammenfassung und These	66

TEIL III: TAUSCHGÜTER DES LOBBYINGS

1 Einleitung	69
2 Theoretische Konzepte	70
2.1 Politikwissenschaftliche Theorien	70
2.1.1 Der pluralistische Ansatz	70
2.1.2 Der korporatistische Ansatz	73
2.2 Polit-ökonomische Theorien	78
2.3 Würdigung	82
2.3.1 Die politikwissenschaftlichen Ansätze	83
2.3.2 Die polit-ökonomischen Ansätze	90
2.4 Schlussfolgerungen	93
3 Lobbying als Tausch	97
3.1 Die Adressaten des Lobbyings und ihre Bedürfnisse	97
3.1.1 Die politischen Akteure	98
3.1.2 Die bürokratischen Akteure	101
3.2 Optimales Lobbying einer Interessengruppe	103
3.2.1 Die Kosten des Lobbyings	106
3.2.2 Optimales Lobbying einer Interessengruppe bei Wettbewerb	114
3.2.3 Einflussfaktoren der Rentennachfrage	117
3.2.4 Der Nutzen von Lobbyings	119
3.3 Konsequenzen für den Lobbying-Entscheid 'Tauschgüter'	122
4 Thesen	129
4.1 Grundthese: Lobbying ist ein Tausch	129
4.2 Thesen zu den Tauschgütern des Lobbyings	129
4.3 Zusammenfassende These zum potentiellen Einfluss einer Interessen- gruppe	131

**TEIL IV: ADRESSATEN DES LOBBYINGS IM POLITISCHEN SYSTEM
DER EU**

1 Einleitung	133
2 Charakterisierung des politischen Systems der EU	134
2.1 Einfluss der Akteure	134
2.1.1 Kompetenzen	137

2.1.2 Informationen	143
2.1.3 Verfügungs- und Nutzungsrechte	144
2.2 Anreize der Akteure	147
2.3 Weitere wichtige Aspekte	152
2.3.1 Die EU als Superstruktur heterogener Mitgliedsstaaten zur Lösung gemeinsamer Probleme	152
2.3.2 Die EU als Mehrebenen-Netzwerk	154
2.3.3 Die EU als korporative Verhandlungsdemokratie	155
2.3.4 Wechselwirkungen in der EU	156
2.3.5 Der Output des EU-Netzwerkes	160
2.4 Grundkonstellation der EU	162
3 Identifikation der Adressaten anhand eines idealtypischen EU-Entscheidungsprozesses	165
3.1 Initiationsphase	166
3.2 Vorbereitungsphase	169
3.3 Entscheidungsphase	178
3.4 Implementationsphase	187
3.5 Kontroll- und Evaluationsphase	190
4 Konsequenzen des institutionellen Systems der EU für den Lobbying-Entscheid 'Adressaten'	193
4.1 Adressaten	193
4.2 Gremien und Einflusspfade	198
5 Thesen zu den Adressaten des Lobbyings	206

TEIL V: PRETEST ZUR EMPIRISCHEN EVIDENZ

1 Methodische Vorbemerkungen	211
2 Die Notwendigkeit eines Lobbying-Konzepts	215
3 Grundthese: Lobbying ist ein Tausch	222
4 Thesen zu den Tauschgütern des Lobbying	227
4.1 'Information' und 'Legitimation' als wichtigste der fünf Tauschgüter ...	227
4.2 Bedürfnisgerechte Tauschgüter	243
4.3 Glaubwürdige Tauschgüter	248
4.4 Kostengünstige Tauschgüter	251
4.5 Konkurrenzfähige Tauschgüter	256

5 Thesen zu den Adressaten des Lobbyings	258
5.1 Institutions do matter	258
5.2 Vielzahl relevanter Adressaten: 'Kommission' als wichtigster	260
5.3 Intergouvernementale und supranationale Einflusspfade	266
5.4 Mitgliedsstaaten übergreifendes Lobbying	270
5.5 Multi-voice Lobbying	274
5.6 Frühzeitiges Lobbying	276
5.7 Bottom-up Lobbying	278
5.8 Konstruktives, proaktives 'europäisches' Lobbying	280
5.9 Informelles Lobbying	285
6 Zusammenfassende These zum potentiellen Einfluss einer Interessengruppe	292

TEIL VI: SCHLUSSFOLGERUNGEN

1 Das Lobbying-Konzept und die Thesen	297
2 Schlussfolgerungen aus dem Pretest	303
3 Fazit und Perspektiven	307

LITERATURVERZEICHNIS	313
-----------------------------------	-----

ANHANG

1 Zusammenstellung der erarbeiteten Thesen	353
1.1 Die Notwendigkeit eines Lobbying-Konzepts	353
1.2 Grundthese: Lobbying ist ein Tausch	353
1.3 Thesen zu den Tauschgütern des Lobbyings	354
1.3.1 'Information' und 'Legitimation' als wichtigste der fünf Tauschgüter	354
1.3.2 Bedürfnisgerechte Tauschgüter	354
1.3.3 Glaubwürdige Tauschgüter	354
1.3.4 Kostengünstige Tauschgüter	355
1.3.5 Konkurrenzfähige Tauschgüter	355

1.4	Thesen zu den Adressaten des Lobbyings	355
1.4.1	Institutions do matter	355
1.4.2	Vielzahl relevanter Adressaten: 'Kommission' als wichtigster	356
1.4.3	Intergouvernementale und supranationale Einflusspfade	356
1.4.4	Mitgliedsstaaten übergreifendes Lobbying	356
1.4.5	Multi-voice Lobbying	357
1.4.6	Frühzeitiges Lobbying	357
1.4.7	Bottom-up Lobbying	357
1.4.8	Konstruktives, proaktives 'europäisches' Lobbying	358
1.4.9	Informelles Lobbying	358
1.5	Zusammenfassende These zum potentiellen Einfluss einer Interessen- gruppe	359
2	Liste der Interviewpartner	360
2.1	Explorative Interviews	360
2.2	Interviewgruppe 'Experten'	360
2.3	Interviewgruppe 'Lobbyisten'	360
2.4	Interviewgruppe 'Politiker & Beamte'	361
3	Fragebogen	363
3.1	Fragebogen für 'Lobbyisten'	363
3.2	Fragebogen für 'Politiker & Beamte'	364
4	Interessenvertretungen in Brüssel	365