

# Inhaltsverzeichnis

<i>Nils Diederich</i> Geleitwort	5
<i>Peter Radunski</i> Vorwort	9
<i>S. Dagger / C. Greiner / K. Leinert / N. Meliß / A. Menzel</i> Einleitung	11
<b>Nutzer von Politikberatung: aktive Politiker</b>	
<i>Angela Merkel</i> Die Notwendigkeit zu entscheiden reicht weiter als die Möglichkeit zu erkennen	21
<i>Wolfgang Gerhardt</i> Muss, kann und will die Politik beraten werden?	24
<i>Ute Vogt</i> „Nichts genaues weiß man nicht“. Politikberatung aus den Erfahrungen der Praxis	30
<b>Anbieter von Politikberatung: Politikberater</b>	
<i>Marco Althaus</i> Die Mächtigen schlau machen? Politikberatung zwischen Wissenschaft und Vertrauen, Strategie und Consultainment	37
<i>Wigan Salazar</i> Global oder lokal? Trends der internationalen Public-Affairs-Beratung	49
<i>Juri Maier</i> E-Campaigning – Die neue Wunderwaffe der politischen Kommunikation?	57
<i>Gunnar Bender</i> Der Lobbyist – Strategischer Politikmanager oder kopfloser Strippenzieher?	76

<i>Michael Borchard</i> Politische Stiftungen und Politische Beratung. Erfolgreiche Mitspieler oder Teilnehmer außer Konkurrenz?	90
<i>Hermann Lehning</i> Die Verbände als Politikberater und Interessenvertreter	98
<i>Heinrich Timmerherm</i> Lobbying ist keine Einbahnstraße	111
<i>Helmut Born / Anton Blöth</i> Anforderungen und Instrumente für eine erfolgreiche Interessenvertretung für die Landwirtschaft	133
<i>Cornelis Stettner/ Rudi Hoogvliet</i> Von Amerika lernen heißt Siegen lernen?	139
<i>Wolf-Dieter Zumpfort</i> Unternehmenslobbying: Politik informieren – Interessen kommunizieren	151
<b>Wissenschaftler</b>	
<i>Rudolf Speth</i> Politikberatung als Lobbying	164
<i>Wilfried Rudloff</i> Wissenschaftliche Politikberatung in der Bundesrepublik – historische Perspektive	178
<i>Christopher Gohl</i> Eine gute beratene Demokratie ist eine gut beratene Demokratie. Organisierte Dialoge als innovative Form der Politikberatung	200
<i>Kurzbiografien</i> Die Autoren	216
Die Herausgeber	223