

1	Einleitung	9
1.1	Lobbyismus im Spiegel der Presseberichterstattung	13
1.2	Zum Stand der Lobbyismusforschung in Deutschland	21
1.3	Zum Aufbau des Bandes	30
2	Lobbyismus als politischer Prozess	35
2.1	Institutionelle Rahmenbedingungen	36
2.2	Elemente des politischen Prozesses	40
2.2.1	Akteure	41
2.2.2	Akteurskonstellationen	43
2.2.3	Politikinhalt	45
2.2.4	Wirkungszusammenhänge	48
3	Akteure	51
3.1	Neue soziale Bewegungen	57
3.2	Interessenverbände	64
3.3	Unternehmen	71
3.4	Kommerzielle Anbieter von Lobbyingdienstleistungen	77
3.5	Die Dimensionen des Akteursfeldes	87
4	Strategien	89
4.1	Strategisches Handeln lobbyistischer Akteure	89
4.2	Bestimmungsfaktoren für Strategieentscheidungen	93
4.3	Strategische Orientierungen lobbyistischer Akteure in Deutschland	95
4.4	Strategische Orientierungen deutscher Interessenverbände in der Europapolitik	106
4.5	Europapolitische Strategien einzelner Verbandstypen	111
4.6	Inkorporierung als strategische Option	114

5	Arenen	123
5.1	Die Beziehungen zwischen lobbyistischen Akteuren und dem Deutschen Bundestag	123
5.1.1	Informelle Kontakte	125
5.1.2	Die Innere Lobby	129
5.1.3	Beteiligung von Interessengruppen an öffentlichen Anhörungen und nichtöffentlichen Ausschusssitzungen.	144
5.1.4	Einflussbeziehungen zwischen Interessengruppen und Bundestag.	155
5.1.5	Lobbyistische Akteure in der parlamentarischen Praxis	160
5.2	Die Beziehungen zwischen lobbyistischen Akteuren und der Bundesregierung/Ministerialverwaltung	170
5.2.1	Personelle Verflechtungen	175
5.2.2	Informelle Kontakte	183
5.2.3	Formelle Beteiligung von Interessengruppen an innerministeriellen Willensbildungs- und Entscheidungsprozessen	195
5.3	Die Beziehungen zwischen lobbyistischen Akteuren und Bürgerinnen und Bürgern bzw. der Öffentlichkeit	206
5.3.1	Indirektes Lobbying von Interessenverbänden und Unternehmen	207
5.3.2	Indirektes Lobbying von Neuen sozialen Bewegungen.	215
5.3.3	Zum Verhältnis von direktem und indirektem Lobbying	219
6	Der politische Einfluss lobbyistischer Akteure	221
6.1	Konzepte und Methoden der empirischen Einflussforschung in den USA und Europa	224
6.2	Resultate der empirischen Einflussforschung in den USA und Europa.	228
6.3	Der politische Einfluss von Interessengruppen in Deutschland	236
6.3.1	Die Bedeutung von Ressourcen für den Lobbyingerfolg	236
6.3.2	Konkurrenz und Kooperation bei politischen Willensbildungs- und Entscheidungsprozessen	242
6.3.3	Politikfelder, Institutionen und Issues als Bestimmungsfaktoren des Lobbyingerfolgs.	249
6.4	Einflusschancen von Interessengruppen in der Gesundheitspolitik: Ressourcenausstattung, Konfliktmuster und Koalitionen sowie politisch-institutionelle Rahmenbedingungen.	260
6.4.1	Die Entwicklung von Einflussressourcen der deutschen Ärzteschaft.	261
6.4.2	Interessenaggregation im Bereich der gesetzlichen Krankenkassen.	269

6.4.3	Ressourcenmobilisierung und Probleme der Interessenaggregation als Bestimmungsfaktoren für das Einflusspotenzial der Pharmaindustrie in der Gesundheitspolitik	273
6.4.4	Koalitionsbildungen in der Gesundheitspolitik	279
6.4.5	Politisch-institutionelle Rahmenbedingungen des Interessengruppeneinflusses in der Gesundheitspolitik	282
6.4.6	Politische Rückkoppelungseffekte	288
7	Die Regulierung des Lobbyismus	293
7.1	Lobbyismus als demokratietheoretisches Problem	294
7.2	Informelle Regulierungsmechanismen	305
7.3	Formelle Regulierung	308
7.3.1	Von der Lobbyliste zum Lobbyregister	309
7.3.2	Rechte und Pflichten von Bundestagsabgeordneten	313
7.3.3	Parteispenden	317
7.3.4	Die Regulierung der Beziehungen zwischen Interessengruppen und Bundesregierung	319
7.3.5	Die Regulierung der Beziehungen zwischen Interessengruppen und Ministerialverwaltung	322
7.4	Die Regulierung des Lobbyismus als politische Streitfrage	327
8	Fazit	341
	Literaturverzeichnis	345
	Quellen- und Dokumentenverzeichnis	378