

Vorwort: Über die Notwendigkeit einer professionellen Ansprache	5
A Theoretische Grundlagen des Lobbying	
A 1 Informationsgeschäft: Gegenstand des Lobbying	8
<i>Begriffsklärung und Forschungsstand / Politische Interessengruppen / Dimensionen des Lobbyismus / Absichten und Kontaktaufnahme</i>	
A 2 Informationsselektion: Mitarbeiter in ihrer Funktion als Gatekeeper.....	17
<i>Entwicklung und Funktion des Gatekeepers / Gatekeeper in den Abgeordnetenbüros des Deutschen Bundestags</i>	
A 3 Kontaktaufnahme: Lobbyismus als Dienstleistung	24
<i>Klassische Strategien der Kontaktaufnahme / Politisches Dienstleistungsmarketing / Was Lobbyisten vom Marketing lernen können</i>	
B Studie: Der Weg zum „idealen Anschreiben“	
B 1 Design: Aufbau der Studie	35
<i>Thesen zur Informationsselektion / Vorgehen beim Versand der Anschreiben / Beschreibung der Stichprobe</i>	
B 2 Ergebnisse: Weiterleitung von Anschreiben im Bundestag.....	44
<i>Kriterien der Informationsselektion / Idealvorstellungen und Störfaktoren lobbyistischer Anschreiben / Klassische Strategien vs. politische Dienstleistungen / Handlungsempfehlungen zur Gestaltung effizienter Anschreiben</i>	
C Wissenschaftliche Grundlagen	
C 1 Gestaltung des Fragebogens.....	77
C 2 Operationalisierung	79
<i>Klassische Strategien / Dienstleistungsmerkmale</i>	
C 3 Beschreibung der Stichprobe.....	81
C 4 Verfahren der Auswertung: Deskriptive Statistik.....	82
C 5 Variablenverzeichnis.....	84

C 6 Korrelationen	88
<i>Ermessensspielraum / Partei- und Fraktionsämter / Äußere Merkmale</i>	
C 7 Standardisierungsschema der Variablen	91
C 8 Hauptkomponentenanalyse.....	92
<i>Verfahren der Auswertung / Analysen im Vergleich / Rotierte Komponentenmatrizen</i>	
D Literaturverzeichnis	103