

Inhaltsübersicht

A. Einführung.....	1
1. Ausgangsproblem	1
2. Zielsetzung und Forschungsfragen	3
3. Untersuchungsmethodik und Forschungscharakter	5
4. Aufbau.....	8
B. Rechtliche Rahmenbedingungen als Wachstumsproblem technologieorientierter Unternehmen und die theoretische Einordnung ins strategische Management.....	11
1. Einführung und Überblick	11
2. Unternehmenswachstum durch technische Innovationen.....	12
3. Stördefekte als Folge der Interaktion zwischen politisch-rechtlicher Umwelt und technischer Innovationen	27
4. Betriebswirtschaftliche Lobbyismuserfolgsfaktorenforschung als Forschungsfeld	40
5. Gesundheitswirtschaft in Deutschland	62
C. Theoretische Grundlagen der politisch-rechtlichen Umwelt.....	73
1. Einführung in die politisch-rechtliche Umwelt für Unternehmen	73
2. Darstellung der Rechtsaktarten mit Wirkung auf Unternehmen.....	75
3. Entstehungsprozess von Rechtsakten als rechtliche Grundlage	82
4. Fünf Stufen der realisierbaren Wertbeiträge	96
5. Zwischenfazit zum dritten Kapitel	101
D. Forschungskonzeption der empirischen Untersuchung.....	103
1. Grundlagen der Forschungskonzeption	103

2. Interviewleitfäden	113
3. Limitationen	121
4. Einschätzungen.....	127
E. Empirisches Lobbyismus-Faktoren-Modell zur strategischen Analyse der unternehmerischen Situation beim Lobbyismus	129
1. Lobbyismus-Faktoren-Modell zur Systematisierung der Faktoren.....	129
2. Lobbyismusverständnis als Grundlage des Modells	136
3. Lobbyismus-Faktoren-Modell Teil 1: Umweltfaktoren	146
4. Lobbyismus-Faktoren-Modell Teil 2: Unternehmensfaktoren	185
5. Zwischenfazit zum fünften Kapitel	230
F. Unternehmerische Lobbyismus-Strategien	235
1. Einführung.....	235
2. Lobbyismus-Strategie als zentrale Aufgabe der Geschäftsleitung.....	237
3. Vier ergänzende Aufgaben des Managements bei Lobbyismus-Aktivitäten.....	266
4. Zusammenfassung des Kapitels.....	282
G. Zusammenfassung und Ausblick	285
1. Überblick.....	285
2. Zusammenfassung der Ergebnisse und Ableiten von Hypothesen	288

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsübersicht	XI
Inhaltsverzeichnis.....	XIII
Abbildungsverzeichnis.....	XXI
Tabellenverzeichnis.....	XXIII
Abkürzungsverzeichnis.....	XXV
Formelverzeichnis	XXXI
Verzeichnis der Einschübe.....	XXXIII
A. Einführung.....	1
1. Ausgangsproblem	1
2. Zielsetzung und Forschungsfragen	3
3. Untersuchungsmethodik und Forschungscharakter	5
4. Aufbau.....	8
B. Rechtliche Rahmenbedingungen als Wachstumsproblem technologieorientierter Unternehmen und die theoretische Einordnung ins strategische Management.....	11
1. Einführung und Überblick	11
2. Unternehmenswachstum durch technische Innovationen.....	12
2.1 Terminologie Unternehmenswachstum	12
2.2 Treiber von Unternehmenswachstum	15
2.3 Abgrenzung zwischen Technologie-, Innovations- und F&E-Management.....	19
2.4 Technologielebenszyklus als Grundlage technologischen Fortschrittes.....	23

2.5	Strategische Umsetzung des Unternehmenswachstums durch technische Innovationen.....	25
3.	Stördefekte als Folge der Interaktion zwischen politisch-rechtlicher Umwelt und technischer Innovationen	27
3.1	Politisch-rechtliche Umwelt als Wachstumsproblem technologieorientierter Unternehmen.....	27
3.2	Systematisierung der Stördefekte	29
3.3	Technology-Law-Time-Lag im Kontext der Rechtskomplexität	31
3.3.1	Technology-Law-Time-Lag als Nebenprodukt eines Stördefektes	31
3.3.2	Erweitertes Modell zur Rechtskomplexität	32
3.3.3	Technology-Law-Time-Lag als Sonderfall der Rechtskomplexität	37
4.	Betriebswirtschaftliche Lobbyismuserfolgsfaktorenforschung als Forschungsfeld.....	40
4.1	Forschungsagenda zur Lobbyismuserfolgsfaktorenforschung.....	40
4.2	Aktueller Forschungsstand und thematische Einordnung	44
4.2.1	Begriff des Lobbyismus	44
4.2.2	Strategisches Management als theoretischer Rahmen für die betriebswirtschaftliche Lobbyismus-Forschung	45
4.2.2.1	Konzeption des strategischen Managements.....	45
4.2.2.2	Politisch-rechtliche Umweltbedingungen im Prozessschritt Strategieanalyse.....	47
4.2.3	Interdisziplinärer und internationaler Forschungsstand	50
4.3	Eigenes Forschungsvorhaben im Kontext der betriebswirtschaftlichen Lobbyismuserfolgsfaktorenforschung	54
4.3.1	Darstellung des eigenen Forschungsvorhabens und Begründung der Eingrenzung	54
4.3.2	Theoretischer Ansatz der Forschungskonzeption	58

5. Gesundheitswirtschaft in Deutschland	62
5.1 Einführende Darstellung	62
5.2 Darstellung des Gesundheitswirtschaft anhand der Gesundheitsausgaben	64
5.3 Akteure im deutschen Gesundheitssystem	66
C. Theoretische Grundlagen der politisch-rechtlichen Umwelt.....	73
1. Einführung in die politisch-rechtliche Umwelt für Unternehmen	73
2. Darstellung der Rechtsaktarten mit Wirkung auf Unternehmen.....	75
2.1 Normenhierarchie zur Systematisierung der Rechtsaktarten	75
2.2 Rechtsnormen	77
2.3 Verwaltungshandeln	80
2.4 Gerichtliche Urteile	81
3. Entstehungsprozess von Rechtsakten als rechtliche Grundlage	82
3.1 Auswahl relevanter Rechtsakte	82
3.2 Sekundäres Unionsrecht.....	84
3.2.1 Einführung und Überblick über die europäischen Organe.....	84
3.2.2 Ordentliche Gesetzgebungsverfahren	86
3.2.3 Besonderes Gesetzgebungsverfahren.....	88
3.3 Parlamentsgesetze des Bundes	88
3.4 Rechtsverordnungen	93
3.5 Ableiten eines Recht-Lebenszyklus.....	94
4. Fünf Stufen der realisierbaren Wertbeiträge	96
5. Zwischenfazit zum dritten Kapitel	101
D. Forschungskonzeption der empirischen Untersuchung.....	103
1. Grundlagen der Forschungskonzeption	103

1.1	Einführung sowie ontologisches und epistemologisches Verständnis..	103
1.2	Qualitativer Forschungsansatz als Methodologie.....	104
1.3	Experteninterviews als Forschungsmethode.....	105
1.4	Interviewpartner und Untersuchungssample.....	107
1.5	Forschungsablauf.....	112
2.	Interviewleitfäden	113
2.1	Überblick und einleitender Fragenkomplex des zentralen Interviewleitfadens	113
2.2	Fragenkomplex zur ersten Forschungsfrage	115
2.3	Fragenkomplex zur zweiten Forschungsfrage.....	118
2.4	Abgewandelte Interviewleitfäden als Ergänzung und Kontrolle	120
3.	Limitationen	121
4.	Einschätzungen.....	127
E.	Empirisches Lobbyismus-Faktoren-Modell zur strategischen Analyse der unternehmerischen Situation beim Lobbyismus	129
1.	Lobbyismus-Faktoren-Modell zur Systematisierung der Faktoren.....	129
1.1	Einführung.....	129
1.2	Vorgehen bei der inhaltlichen Auswertung der explorativen Experteninterviews.....	130
1.3	Ableiten des Lobbyismus-Faktoren-Modells	134
2.	Lobbyismusverständnis als Grundlage des Modells	136
2.1	Begriffsverständnis von Lobbyismus und die Abgrenzung zur politischen Kommunikation und Public-Affairs.....	136
2.2	Grenzen des Lobbyismus	141
2.3	Einstellungen zu Lobbyismus-Aktivitäten von Unternehmen	144

3. Lobbyismus-Faktoren-Modell Teil 1: Umweltfaktoren	146
3.1 Umweltfaktoren im Lobbyismus-Faktoren-Modell	146
3.2 Globale Umwelt	146
3.3 Politisches Wettbewerbsfeld i.w.S.	149
3.3.1 Theoretische Grundlagen des politischen Wettbewerbsfeldes	149
3.3.2 Sieben Kräfte des politischen Wettbewerbsfeldes i.w.S.	151
3.3.3 Bisherige Anbieter	153
3.3.4 Weitere Interessensgegner	155
3.3.5 Unternehmen mit Substituten	156
3.3.6 Strategische Partner	157
3.3.7 Politik	158
3.3.7.1 Europäische Zuständigkeit	158
3.3.7.2 Nationale Zuständigkeit	162
3.3.8 Öffentliche Meinung	174
3.4 Dynamik des politischen Wettbewerbsfeldes	176
3.5 Politisches Wettbewerbsfeld i.e.S.	178
3.6 Wettbewerber	183
4. Lobbyismus-Faktoren-Modell Teil 2: Unternehmensfaktoren	185
4.1 Unternehmensspezifische Faktoren im Lobbyismus-Faktoren-Modell	185
4.2 Personenbezogene Faktoren	187
4.2.1 Verantwortliche Person	187
4.2.2 Rolle und Einstellung des Vorstandes bzw. der Geschäftsleitung	193
4.2.3 Eigentümerstruktur	195
4.2.4 Rolle und Einstellung der Eigentümer	198
4.2.5 Unternehmensphilosophie und -kultur sowie Grundeinstellung	199
4.3 Organisatorische Faktoren	201

4.3.1	Organisation von Lobbyismus.....	201
4.3.2	Rolle im Verband	203
4.3.3	Vertretung.....	205
4.3.4	Unternehmensorganisation.....	206
4.4	Strukturelle Faktoren.....	208
4.4.1	Ressourceneinsatz.....	208
4.4.2	Bekanntheit, Marke, Name und Image.....	212
4.4.3	Branche	214
4.4.4	F&E-Politik.....	215
4.4.5	Unternehmensgröße.....	216
4.4.6	Standorte	220
4.4.7	Diversifizierungsgrad	222
4.4.8	Strategie.....	224
4.4.9	Alter des Unternehmens.....	227
4.4.10	Herkunft des Unternehmens	228
5.	Zwischenfazit zum fünften Kapitel	230
F.	Unternehmerische Lobbyismus-Strategien	235
1.	Einführung.....	235
2.	Lobbyismus-Strategie als zentrale Aufgabe der Geschäftsleitung.....	237
2.1	Grundlegendes Strategieverständnis.....	237
2.2	Prozess der Strategieentwicklung.....	239
2.3	Strategische Gruppen im politischen Wettbewerbsfeld i.e.S.....	241
2.4	Normstrategien für unternehmerische Lobbyismus-Aktivitäten im politischen Wettbewerbsfeld i.w.S.....	247
2.4.1	Identifizieren von Wettbewerbsvorteilen	247
2.4.2	Unterscheidungsmerkmale von Lobbyismus-Strategien sowie entsprechende Entscheidungsvariablen	253

2.4.3	Ableiten von unternehmerischen Wettbewerbspositionen	257
2.4.4	Formulieren von Normstrategien	259
3.	Vier ergänzende Aufgaben des Managements bei Lobbyismus-Aktivitäten.	266
3.1	Implementierung und Kontrolle der Lobbyismus-Strategie	266
3.1.1	Funktionsbereichsstrategien zur Implementierung und Kontrolle	266
3.1.2	Rechtssetzungsprozess und lobbyistische Möglichkeiten	269
3.2	Lobbyismus-Strategie als Teil einer integrierten Unternehmensstrategie.....	272
3.3	Partizipation bei strategischen Entscheidungen.....	274
3.3.1	Ausweichen ins Ausland	274
3.3.2	Gerichtlicher Klageweg	276
3.4	Partizipation bei operativen und taktischen Lobbyismus-Aktivitäten..	277
3.4.1	Aktive Teilnahme an Anhörungen	277
3.4.2	Partizipation an Gesprächen	278
4.	Zusammenfassung des Kapitels.....	282
G.	Zusammenfassung und Ausblick	285
1.	Überblick.....	285
2.	Zusammenfassung der Ergebnisse und Ableiten von Hypothesen	288
Appendix A:	Interviewleitfäden	299
I.	Interviewleitfaden Unternehmen.....	299
II.	Interviewleitfaden Verband	303
III.	Interviewleitfaden Beratungsgesellschaft.....	307
IV.	Interviewleitfaden Politik/Verwaltung	311
Appendix B:	Einschätzungen	315
I.	Einschätzungen.....	315

II. Datensätze der Einschätzungen	317
Literaturverzeichnis	321