

Inhaltsverzeichnis

I	Einleitung	1
II	Politischer Hintergrund: Politik für erneuerbare Energien in Deutschland - Triebfedern und Hindernisse für die Entwicklung des Erneuerbare-Energien-Gesetzes	9
1	Energie- und wirtschaftspolitische Voraussetzungen	9
1.1	Energiepolitische Voraussetzungen	9
1.2	Energiewirtschaftliche Voraussetzungen	11
1.3	Klima-, Umweltschutz- und Nachhaltigkeitspolitik	12
1.4	Wirtschafts-, Technologie- und Forschungspolitik	13
2	Gesetzesbeschlüsse im Bereich der erneuerbaren Energien	14
2.1	Das Erneuerbare-Energien-Gesetz: Entwicklung und Gesetzgebungsverlauf	16
2.1.1	Das Stromeinspeisungsgesetz (StrEG)	16
2.1.2	Vom Stromeinspeisungsgesetz zum Erneuerbare-Energien-Gesetz 2000	17
2.1.3	Erneuerbare-Energien-Gesetz 2004	18
2.1.4	Erneuerbare-Energien-Gesetz 2009	19
2.1.5	Erneuerbare-Energien-Gesetz 2012	20
2.2	Besonderheiten des Gesetzgebungsprozesses	21
3	Das Akteurs- und Interessennetzwerk im Politikfeld der erneuerbaren Energien	24
3.1	Gegner-Koalition: Standpunkte und Akteure	25
3.2	Befürworter-Koalition: Standpunkte und Akteure	27
3.3	Schematische Einordnung der Koalitionen	31

III Theoretisch-analytischer Bezugsrahmen	33
1 Verbände heute und damals: begriffliche Bestimmung und Abgrenzung	33
1.1 Begriffsbestimmung	33
1.2 Aufgaben und Funktionen	35
1.3 Historische Entwicklung von Verbänden	36
1.4 Verbandstypen	37
1.5 Verbandsstrukturen	38
2 Verbände in der politik- und kommunikationswissenschaftlichen Theorie	40
2.1 „Vom Korporatismus zum Lobbyismus“	40
2.2 Mediatisierung	43
3 Public-Affairs-Management	46
3.1 Verbände und Lobbying	46
3.2 Verbände und Public Relations	49
3.3 Abgrenzung und Begriffserweiterung Public-Affairs-Management	51
4 Public-Affairs-Management im mediatisierten Lobbyismus	57
IV Untersuchungsgegenstand	61
1 Vergleichendes Fallstudiedesign	61
2 Untersuchungsgegenstand und -zeitraum	62
2.1 Warum Erneuerbare-Energien-Verbände?	63
2.1.1 Bedeutungslose Verbände?	63
2.1.2 Bedeutung der Verbände der erneuerbaren Energien für das Untersuchungsdesign	65
2.2 Die Verbände der Erneuerbare-Energie-Branche	66
2.2.1 Grundgesamtheit: Übersicht über die Branchenverbände	67
2.2.2 Fallauswahl	76
2.3 Untersuchungszeitraum	76

V Untersuchungsmodell und Hypothesenbildung	79
1 Modellvariablen der Untersuchung.....	79
1.1 Organisationsform.....	79
1.2 Public-Affairs-Management: Entwicklung eines Index	81
1.3 Verbandserfolg	83
1.4 Untersuchungsmodell.....	85
2 Hypothesengenerierung.....	86
2.1 Einfluss der Organisationsform auf das Public-Affairs-Management	87
2.1.1 Organisationsgröße.....	87
2.1.2 Organisationstyp.....	91
2.1.3 Organisationsgrad.....	92
2.2 Einfluss von Public-Affairs-Management auf den Erfolg.....	93
2.2.1 Public-Affairs-Ressourcen	94
2.2.2 Public-Affairs-Organisation	95
2.2.3 Public-Affairs-Instrumente.....	96
2.2.4 Public-Affairs-Netzwerk- und Zielgruppenkommunikation	96
2.3 Überblick	98
VI Operationalisierung und Methodenmix.....	101
1 Operationalisierung der Modellvariablen	101
1.1 Organisationsform.....	101
1.2 Grad des PA-Managements.....	102
1.3 Erfolg.....	104
2 Methodenmix	109
2.1 Dokumentenanalyse	109
2.1.1 Analyse von Literatur, journalistischen und webbasierten Quellen.....	110
2.1.2 Vergleich verbandliche Forderungen und Gesetze	111
2.2 Inhaltsanalyse	114
2.2.1 Inhaltsanalyse verbandlicher Pressemitteilungen.....	116
2.2.2 Inhaltsanalyse politischer Dokumente	121
2.2.3 Inhaltsanalyse Presseberichterstattung	122
2.3 Präsenzanalyse	125
2.4 Experteninterview	126

VII Empirische Ergebnisse	129
1 Die Kommunikation der Verbände während der EEG-Novellierungen	129
1.1 Bundesverband Erneuerbare Energien e.V.	129
1.2 Bundesverband Solarwirtschaft e.V.	131
1.3 Bundesverband WindEnergie e.V.	134
1.4 Die Branchenverbände der Bioenergie.....	136
1.4.1 Der Bundesverband BioEnergie e.V.	136
1.4.2 Der Fachverband Biogas e.V.	137
1.5 Die Branchenverbände der Geothermie	139
1.5.1 Geothermische Vereinigung – Bundesverband Geothermie e. V.	139
1.5.2 Das Wirtschaftsforum Geothermie e.V.	140
2 Vergleich der verbandlichen Kommunikationsarbeit: Gemeinsamkeiten und Unterschiede.....	142
2.1 Organisationsform: Branchen- und Verbandswachstum.....	142
2.1.1 Organisationsgröße.....	142
2.1.2 Organisationstyp.....	144
2.1.3 Organisationsgrad.....	144
2.1.4 Matrix	148
2.2 Grad des Public-Affairs-Managements: zunehmende Verknüpfung öffentlicher und nicht öffentlicher Kommunikationsformen	150
2.2.1 Public-Affairs-Ressourcen	150
2.2.2 Public-Affairs-Organisation	153
2.2.3 Public-Affairs-Instrumente.....	155
2.2.4 Public-Affairs-Netzwerk- und Zielgruppenkommunikation	169
2.2.5 Gesamtbewertung des Public-Affairs-Managements	176
2.3 Erfolgreiche Lobbyarbeit der Erneuerbare-Energien-Verbände	179
2.3.1 Einführung: politische und mediale Rahmenbedingungen	179
2.3.2 Erfolg verbandlicher Interessenkommunikation	185
2.3.3 Gesamtbewertung des Erfolges	195
3 Hypothesendiskussion.....	198
3.1 Einfluss der Organisationsform auf das Public-Affairs-Management	198
3.2 Einfluss von Public-Affairs-Management auf den Erfolg.....	201
4 Zusammenfassung und Diskussion.....	206

VIII Fazit	215
1 Zentrale Ergebnisse	215
2 Theoretischer Ertrag	218
3 Methodische Schlussfolgerung	220
4 Handlungsempfehlungen für die Praxis	221
5 Ausblick	223
Quellenverzeichnis	225
ANHANG	265