

Inhalt

Vorwort	7
1 Public Affairs oder Lobbying? Worum es in diesem Buch geht	11
2 Gesundheitspolitik – Landkarte und Funktionsweise	21
2.1 Ebenen gesundheitspolitischen Handelns	22
2.2 Wie Gesundheitsgesetzgebung entsteht	39
2.3 Konkurrierende Gesetzgebung	47
2.4 Verbände und Interessenvereinigungen	52
2.5 Zwischenfazit: Was macht einen Interessenverband schlagkräftig?	64
3 Adressaten von Public Affairs und Lobbying im politischen Prozess	67
4 Themen und typische Konfliktlinien	72
4.1 Eigenes Themenmanagement als Auftakt	72
4.2 Ein strukturelles Dilemma und das Konzept der kalten Strukturbereinigung	76
4.3 Thematische Dimensionen des Krankenhauswesens	78
4.4 Themen und Trends	80
5 Methodische Ansätze von Public Affairs	87
5.1 Methodischer Rahmen	87
5.2 Die Analyse-Phase	91
5.3 Positionierung und Botschaftenhierarchie	97
5.4 Taktische Ausgestaltung politischer Kommunikation	103
6 Instrumente von Public Affairs	107
6.1 Die Maßnahmen im Überblick	107
6.2 Persönliche Kommunikation I: Netzwerkarbeit, Gutachtenpraxis und Kongresse	110
6.3 Persönliche Kommunikation II: Das persönliche Anschieben	117
6.4 Medial vermittelte Kommunikation I: Pressearbeit und Corporate Publishing	119
6.5 Medial vermittelte Kommunikation II: Social Media und Digital Public Affairs	132

7	Praktische Implementierung	139
7.1	Fragenleiter	139
7.2	Dreifache Schrittfolge	141
7.3	Budgetfragen und Dienstleister	143
8	Perspektiven von Public Affairs	146
	Abbildungs- und Tabellenverzeichnis	151
	Literaturverzeichnis	153
	Stichwortverzeichnis	157