

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	I
Abbildungsverzeichnis	V
Tabellenverzeichnis	VIII
Abkürzungsverzeichnis	X
1 Einleitung	1
1.1 Zur Relevanz und Notwendigkeit des Lobbying in Brüssel.....	1
1.2 Zielsetzung und Forschungsfragen.....	4
1.3 Aufbau des Forschungsvorhabens	5
2 Genossenschaftliche Interessenvertretung in Brüssel	9
2.1 Status quo und Potenziale von Genossenschaften in der EU	9
2.1.1 Die Bedeutung von Genossenschaften für die europäische Wirtschaft und ihr hieraus resultierender Beitrag zu den Zielen der EU	9
2.1.2 Konstituierende Merkmale von Genossenschaften.....	13
2.1.2.1 Abgrenzung	13
2.1.2.2 Continuity	15
2.1.2.3 Concept.....	15
2.1.2.4 Consistency.....	17
2.1.2.5 Cooperation	17
2.1.2.6 Competence	18
2.1.2.7 Culture	19
2.1.2.8 Candor	20
2.1.3 Zwischenfazit	20
2.2 Zur Genossenschaftsproblematik auf EU-Ebene – Status quo und aktuelle Entwicklungen	22
2.2.1 Unterschiede zwischen Genossenschaften in der EU	22
2.2.2 Institutionenwettbewerb durch das Statut der Europäischen Genossenschaft.....	23
2.2.3 Interessenvertretungslandschaft von Genossenschaften in Brüssel.....	25
2.3 Zwischenfazit.....	29
3 Lobbying in Brüssel als Analyseobjekt.....	33
3.1 Systematisierung und Diskussion alternativer Definitionsansätze.....	33
3.2 Akteure des EU-Lobbying.....	39

3.2.1	Lobbyisten.....	39
3.2.2	Entscheidungsträger	42
3.2.3	Strategien und Anreize der EU-Institutionen.....	49
3.3	Stand der bestehenden Forschung zum Lobbying.....	51
3.3.1	Managementorientierte Ansätze.....	52
3.3.2	Politikwissenschaften	53
3.3.3	Kommunikationswissenschaften.....	55
3.3.4	Wirtschaftswissenschaften	56
3.3.5	Zwischenfazit	60
4	Entwicklung eines konzeptionellen Rahmens für effektives Lobbying in Brüssel.....	64
4.1	Information als zentrales Element der Transaktion im Lobbying	64
4.2	Die asymmetrische Informationsverteilung als Chance und Problem des Lobbying.	66
4.3	Lobbying als Dienstleistungsprozess.....	72
4.3.1	Lobbying als Dienstleistung.....	72
4.3.2	Dienstleistungsphasen des EU-Lobbying	75
4.4	Die Prinzipal-Agenten-Beziehung zwischen Lobbyist und Entscheidungsträger	78
4.5	Reduktion der nachfragerseitigen Unsicherheit als strategische Option des Lobbying.....	84
4.5.1	Reduktion der Unsicherheit durch Ausrichtung der Maßnahmen an den agencytheoretischen Informationsständen	84
4.5.2	Reduktion der Unsicherheit in Abhängigkeit von den informations- ökonomischen Eigenschaftskategorien der Dienstleistung.....	86
4.6	Zwischenfazit.....	90
5	Methodische Konzeption der empirischen Untersuchung	92
5.1	Datenerhebung und Datengrundlage	92
5.1.1	Datenerhebung.....	92
5.1.2	Datengrundlage	102
5.2	Einsatz kausalanalytischer Verfahren in der empirischen Erfolgsfaktorenforschung	107
5.2.1	Strukturgleichungsmodelle zur Messung kausaler Zusammenhänge	107
5.2.2	Anforderungen	109
5.2.2.1	Zielsetzung der Verfahren	109
5.2.2.2	Eigenschaften des Datenmaterials	110
5.2.2.3	Gütekriterien der Messung	111

5.2.2.4	Konzeptualisierung und Operationalisierung von Konstrukten	112
5.2.2.4.1	Reflektive Messmodelle	115
5.2.2.4.2	Formative Messmodelle	116
5.2.3	Vergleich von Strukturgleichungsmethoden zur Messung des Erfolgs im EU-Lobbying	118
5.2.4	Der PLS-Ansatz zur Analyse der Erfolgsfaktoren im EU-Lobbying	123
5.2.4.1	Der PLS-Schätzalgorithmus	123
5.2.4.2	Moderierende Effekte	124
5.2.4.3	Kriterien zur Beurteilung reflektiver Messmodelle	125
5.2.4.4	Kriterien zur Beurteilung formativer Messmodelle	128
5.2.4.5	Die Beurteilung des Strukturmodells	131
5.2.5	Vorbereitende Maßnahmen zur Modellschätzung	134
6	Empirische Erfolgsanalyse im EU-Lobbying	136
6.1	Die Messung des Erfolgs im EU-Lobbying	136
6.1.1	Konzeptualisierung des Erfolgs im EU-Lobbying	136
6.1.2	Operationalisierung des Erfolgs im EU-Lobbying	140
6.1.2.1	Ansätze zur Erfolgsmessung	140
6.1.2.2	Auswahl der Erfolgsmessgrößen im EU-Lobbying	149
6.1.2.3	Deskriptive Analyse der Ergebnisphase	153
6.2	Die Messung potenzieller Erfolgsfaktoren im EU-Lobbying	157
6.2.1	Vorüberlegung zur Hypothesenherleitung	157
6.2.2	Einflussfaktoren der Lobbying-Potenziale	159
6.2.2.1	Hypothesenbildung in der Potenzialphase	159
6.2.2.1.1	Physische Potenziale	161
6.2.2.1.2	Personelle Potenziale	163
6.2.2.1.3	Netzwerk-Potenziale	166
6.2.2.1.4	Reputation	169
6.2.2.1.5	Informationelle Potenziale	172
6.2.2.1.6	Strategie- und Zielplanung	174
6.2.2.1.7	Finanzielle Potenziale	176
6.2.2.2	Empirische Befunde in der Potenzialphase	178
6.2.2.2.1	Deskriptive Ergebnisse der Potenzialphase	178
6.2.2.2.2	Gütebeurteilung der Messmodelle der Potenzialdimension	182
6.2.2.2.3	Gütebeurteilung des Strukturmodells der Potenzialdimension und Ergebnisse der Hypothesenprüfung	187
6.2.3	Einflussfaktoren im Lobbying-Prozess	191
6.2.3.1	Hypothesenbildung in der Prozessphase	191
6.2.3.1.1	Ähnlichkeit	192

6.2.3.1.2	Macht.....	193
6.2.3.1.3	Kohärentes Verhalten.....	195
6.2.3.1.4	Engagement.....	196
6.2.3.1.5	Multi-Channel-Lobbying.....	198
6.2.3.1.6	Individualisierung.....	200
6.2.3.1.7	Multi-Level-Lobbying.....	202
6.2.3.1.8	Vertrauenswürdigkeit.....	205
6.2.3.1.9	Wettbewerbsverhalten.....	210
6.2.3.2	Empirische Befunde in der Prozessphase.....	213
6.2.3.2.1	Deskriptive Analyse der Prozessphase.....	213
6.2.3.2.2	Gütebeurteilung der Messmodelle in der Prozessdimension.....	216
6.2.3.2.3	Gütebeurteilung des Strukturmodells der Prozessdimension und Ergebnisse der Hypothesenprüfung.....	219
6.2.3.3	Empirische Befunde im Gesamtmodell.....	226
6.2.3.3.1	Gütebeurteilung der Messmodelle im Gesamtmodell.....	226
6.2.3.3.2	Gütebeurteilung des Strukturmodells des Gesamtmodells und Ergebnisse der Hypothesenprüfung.....	229
6.3	Analyse der Vermarktungsaktivitäten im EU-Lobbying.....	235
6.4	Analyse von möglichen Gruppenunterschieden zwischen erfolgreichen und nicht erfolgreichen Interessengruppen.....	239
7	Zusammenfassung und Implikationen für Theorie und Praxis.....	244
7.1	Zusammenfassende Darstellung.....	244
7.2	Implikationen für das Lobbying von Genossenschaften gegenüber den Europäischen Institutionen.....	251
7.3	Ansätze für weitere Forschungsbemühungen.....	266
	Anhang.....	269
Anhang I:	Ergänzende Abbildungen und Tabellen.....	270
Anhang II:	Fragebogen der Lobbyisten-Befragung.....	280
Anhang III:	Fragebogen der Entscheidungsträger-Befragung.....	288
Anhang VI:	Fragebogen zur Erhebung eines genossenschaftlichen Interessenvertretungsverzeichnisses.....	292
Anhang V:	Verzeichnis genossenschaftlicher Interessengruppen in der EU.....	296
	Literaturverzeichnis.....	319