

## Kommentierte Bibliographie des DPRG-Arbeitskreises Public Affairs

Zu den Themen Public Affairs, Politikberatung, politisches Marketing und Lobbying stellt der Arbeitskreis Public Affairs eine subjektive und kommentierte Literaturliste zur Verfügung. Diese soll dazu dienen, sich in den oben genannten Themenkreis einzuarbeiten, deckt aber nicht den gesamten wissenschaftlichen Diskurs ab.

Heidelberg/Berlin, den 26. Februar 2008

Prof. Dr. Martin Thunert, Ulrike Propach

### Bücher und Zeitschriftenbeiträge

Ahrens, Rupert / Eberhard Knödler-Bunte (Hrsg.) (2003): Die Affäre Hunzinger. Ein PR-Missverständnis. Berlin.

Alemann, Ulrich von 2000: „Lobbyismus heute“ in: Wirtschaftsdienst 80 (2000)3, 142-145.

Althaus, Marco, Dominik Meier (Hrsg.) (2004): Politikberatung: Praxis und Grenzen, Münster.

In diesem aus zwei Veranstaltungen der degepol hervorgegangenen Band geht es um Ethikregeln für die Lobby- und Public Affairs Branche und insbesondere um internationale Beispiele. Allerdings ist der Begriff Politikberatung im Titel etwas irreführend, denn es geht inhaltlich ausschließlich um Lobbyismus.

Althaus, Marco, Geffken, Michael, Rawe Sven (Hrsg.) (2005): Handlexikon Public Affairs, Münster.

Das Deutsche Institut für Public Affairs hat ein Handlexikon mit rund 100 Begriffen aus der Welt der Public Affairs herausgebracht. Es geht in fünf Teilen um Instrumente der PA, Politikmanagement, politische Kommunikation, Lobbying sowie um Strategie und Ethik der PA.

Bauer, Nina-Maria (2006): Public Affairs als Außenpolitik eines Unternehmens, vdm Verlag Dr. Müller

Das leider etwas teure Buch verspricht eine wissenschaftliche Auseinandersetzung mit Literatur und bestehenden Studien zu Public Affairs. Es richtet sich insbesondere an Manager, PR-Menschen und Firmenberater.

Bentele, Günter, Romy Fröhlich, Peter Szyszka (Hrsg.) (2005): Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln, mit Lexikon, Wiesbaden: VS-Verlag.

Berry, Jeffrey M. (1997) The Interest Group Society, 3<sup>rd</sup> ed., New York u.a.

Schon jetzt ein Klassiker der amerikanischen Interessengruppenforschung. Berry interpretiert die amerikanische Gesellschaft in der Tradition der Pluralismustheorie als eine Ansammlung von Interessengruppen, die mit ihrer Macht politische Prozesse zu beeinflussen versuchen. Lobbyismus ist eine natürliche Verhaltensform von solchen Interessengruppen. Dabei gilt Berrys Aufmerksamkeit nicht nur den ökonomischen Interessen, sondern insbesondere dem

„grassroots lobbying“ der Non-Profit Interessen. Die empirische Basis des Buches sind 130 Interviews mit Lobbyisten und Interessenvertretern.

Baumgartner, Frank R. Und Bert L. Leech (1998): *Basic Interests: The Importance of Groups in Politics and in Political Science*, Princeton NJ: Princeton University Press.

Akademisch-theoretisches Grundlagenwerk über die fundamentale Bedeutung von Interessengruppen aller Art in der (amerikanischen) Politik und in der wissenschaftlichen Betrachtung von Politik

Brown, Mark B., Justus Lentsch, Peter Weingart (2006): *Politikberatung und Parlament*, Opladen: Barbara Budrich Verlag.

Berichte über Enquete-Kommissionen, Bürgerkonferenzen, Büro für Technikfolgenabschätzung, theoretisch-akademisch.

Busch-Janser, Florian, Sandra Gerding und Mario Voigt (Hrsg.) (2005): *Politikberatung als Beruf*, Berlin.

Praktiker, die den Einstieg geschafft haben, erzählen, dass es den goldenen Weg in die Branche nicht gibt.

Dagger, Steffen und Michael Kambeck: (Hrsg.) (2007): *Politikberatung und Lobbying in Brüssel*, Wiesbaden: VS-Verlag

Das Buch behandelt die Thematik aus der Perspektive der Entscheider aus EU-Parlament, Kommission und Rat, aus der Sicht der Interessenvertreter – insbesondere Verbände und Agenturen sowie aus der Perspektive der Beobachter und Begleiter der Brüsseler Szene – womit Journalismus, Wissenschaft und Think Tanks gemeint sind. Eine Schlussanalyse der Herausgeber rundet die Darstellung ab.

Dagger, Steffen / Greiner, Christoph / Leinert, Kirsten / Meliss, Nadine / Menzel, Anne (Hrsg.) (2004): *Politikberatung in Deutschland - Praxis und Perspektiven*, Verlag für Sozialwissenschaften

Bestandsaufnahme eines boomenden Berufs (Mit Beiträgen von Angela Merkel, Wolfgang Gerhardt, Peter Radunski, Wolf-Dieter Zumpfort, Gunnar Bender, Wigan Salazaar, Marco Althaus etc.)

Eising, Rainer (2004): "Multilevel Governance and Business Interests in the European Union, in: *Governance*, Jg. 17 (2004) Heft 2, 211ff.

Falk, Svenja, Rehfeld, Dieter, Römmele, Andrea, Thunert, Martin (Hrsg.) (2006): *Handbuch Politikberatung*, Wiesbaden: VS-Verlag

Aktueller und umfassender Überblick über die Politikberatung: theoretische Grundlagen, Akteure interner und externer Beratung, Beratung in einzelnen Politikfeldern, Beratung in USA, GB, Österreich und Frankreich

Falkenberg, Viola (2004): *Im Dschungel der Gesetze. Leitfaden Presse- und Öffentlichkeitsarbeit*, Bremen: Viola Falkenberg Verlag

Fuderholz, Jens und Propach, Ulrike (2008): Dialog statt Marketing. Der Weg aus der Imagekrise. Fürth: Hirschenverlag

Gammelin, Cerstin und Götz Hamann (2005): Die Strippenzieher. Manager, Minister, Medien – wie Deutschland regiert wird, Berlin

Das Buch der beiden ZEIT-Journalisten gibt in neun Kapiteln, darunter Fallstudien aus dem Umwelt- und Energiesektor, einen verständlichen, aber unvollständigen Einblick in die Welt der „Strippenzieher“, zu denen im Buch nicht nur Konzernlenker und Unternehmensvertreter, sondern auch Public Affairs Agenturen und Teile der Medien zählen.

Geiger, Andreas (2007): EU Lobbying Handbook. A Guide to Modern Participation in Brussels, Berlin: Helios Media.

Praktische Tipps und aufschlussreiche Beiträge von EU-Politikern und Lobbyisten ergänzen die übersichtliche Darstellung des Brüsseler „Labyrinths“.

Greenwood, Justin (2002): Inside the EU Business Associations, Houndsmills.

Karp, Markus, Udo Zolleis (Hrsg.) (2004): Politisches Marketing, Münster: Lit Verlag.  
Eine Einführung in das Politische Marketing mit aktuellen Bezügen aus Wissenschaft und Praxis.

Kleinfeld, Ralf, Annette Zimmer und Ulrich Willems (Hrsg.) (2007): Lobbying: Strukturen, Akteure, Strategien, Wiesbaden: VS-Verlag.

Die Beiträge des Bandes analysieren die jüngeren Entwicklungen der Strukturen des Lobbying in Deutschland und Europa im Vergleich mit denjenigen der USA und untersuchen die unterschiedlichen Operationsweisen und Strategien von ökonomischen und nicht-ökonomischen, starken und schwachen Interessen.

Köpl, Peter (2003): Power Lobbying. Das Praxishandbuch der Public Affairs. Wie professionelles Lobbying die Unternehmenserfolge absichert und steigert, Wien.

Eines der vielleicht interessantesten „Kochbücher“ zum Thema Lobbying, das neben Begriffsanalysen, Hinweise auf Lobbytechniken und Strategieempfehlungen auch sieben Fallstudien enthält. Wer einen wissenschaftlich distanzierteren Blick auf die Branche sucht, ist hier fehl am Platze, wer einen Einblick in die Welt der Berater, Kampagnenmacher und Public Affairs Manager sucht, kommt auf seine Kosten.

Köpl, Peter (2000): Public-Affairs-Management: Strategien & Taktiken erfolgreicher Unternehmenskommunikation, Wien: Linde

Kreyher, Volker (Hrsg.) (2004): Handbuch Politisches Marketing. Impulse und Strategien für Politik, Wirtschaft und Gesellschaft, Baden-Baden: Nomos Verlag.

Lahusen, Christian und Jauß, Claudia (2001): Lobbying als Beruf. Interessengruppen in der Europäischen Union, Baden-Baden.

Lahusen und Jauß beschreiben in ihrem auf empirischen Untersuchungen beruhenden Band die Strukturen und Entwicklungstendenzen des Lobbying auf der europäischen Ebene, dem

Eurolobbyismus.

Lahusen, Christian (2004): „Institutionalisierung und Professionalisierung des europäischen Lobbyismus“ in: Zeitschrift für Parlamentsfragen, Jg. 35 (2004) Heft 4 Dezember 777-794

Aktualisierte und kürzere Fassung des Buches von Lahusen/Jauß 2001.

Lahusen, Christian (2002): “Commercial Consultancies in the European Union: The Shape and Structure of Professional Interest Intermediation“ in: Journal of European Public Policy, Jg. 9 (2002), Heft 5, 695ff.

Leggewie, Claus (Hrsg.) (2007): Von der Politik- zur Gesellschaftsberatung. Neue Wege öffentlicher Konsultation, Frankfurt: Campus Verlag.

Einfluss von neuen Medien auf das Bild und das Selbstverständnis einer zu  
Gesellschaftsberatung erweiterten Politikberatung

Leif, Thomas und Speth, Rudolph (2003): Die stille Macht. Lobbyismus in Deutschland, Wiesbaden.

Leif, Thomas und Speth, Rudolph (2006): Die fünfte Gewalt. Lobbyismus in Deutschland, Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung.

Lendi, Martin (2005): Politikberatung. Nachfrage, Resonanz, Alibi. Zürich: vdf.

Lehrreicher Überblick anhand der Schweizer Situation über den Einfluss von Experten, Think Tanks, Verbänden und Berater.

Maskell, Jack 2001: Lobbying Congress: An Overview of the Legal Provisions and Congressional Ethics Rules, CRS Reports for Congress, 14.9.2001, Washington D.C.: Congressional Research Service.

Mearsheimer, John J. und Stephen M. Walt (2007): The Israel-Lobby and U.S. Foreign Policy, B&T Verlag.

Erweiterte Buchfassung eines bekannten, umstrittenen und berüchtigten Artikels der beiden Autoren aus der London Review of Books von 2006. Vertritt die hoch umstrittene These, wonach die sog. „Israel Lobby“ die Außenpolitik der USA in eine den nationalen Interessen nicht entsprechende pro-israelische Richtung getrieben hat. Es fehlen indes empirische Belege über die genaue Arbeitsweise der Lobby. Selten wurde dem Lobbyismus eine größere politische Wirkung bescheinigt, als in diesem kontroversen Buch.

Meister, Hans-Peter, Oldenburg, Felix (2007): Beteiligung, Physica Verlag

Michalowitz, Irina (2007): Lobbying in der EU, UTB.

Der als Lehrbuch für die Aus- und Weiterbildung konzipierte Band beleuchtet das komplexe System der Interessenvermittlung auf EU-Ebene, benennt Akteure und Institutionen, beschreibt beispielhafte Politikfelder und liefert analytisches Rüstwerk, inklusive demokratiethoretischer Grundlagen.

Michelsen, Gerd und Jasmin Godemann (2005): Handbuch Nachhaltigkeitskommunikation.

Grundlagen und Praxis, München: oekom-Verlag

Milbrath, Lester W. (1963): The Washington Lobbyists, Chicago: Rand McNally & Company.

Eines der ersten Bücher zum Thema Lobbying weltweit.

Nownes, Anthony J. (2006): Total Lobbying. What Lobbyists Want (and How They Try to Get it), New York: Cambridge University Press.

Nownes, Anthony J. (2001): Pressure and Power: Organized Interests in American Politics, Boston: Houghton Mifflin Company.

Priddat, Birger P., Theresia Theurl (Hg.) (2004): Risiken der Politikberatung. Der Fall der Ökonomen, Baden-Baden: Nomos

Geht der Frage nach, weswegen der Sachverstand der Ökonomen im politischen Raum nicht immer akzeptiert wird.

Rademacher, Lars (2005): Politik nach Drehbuch. Von der Politischen Kommunikation zum Politischen Marketing, Münster: Lit Verlag.

Rafat, Shamim (2006): Qualitätsmanagement in der Politikberatung, Münster: Lit Verlag.

Zielführende Einführung in die Debatte um Qualitätsmanagement in der politischen Beratung.

Richards, Paul (2005): Be Your Own Spin Doctor. A Practical Guide to Using the Media, London: Politico's.

Aktualisierte Version einer britischen Spin Doctor-Fibel von 1998, die u.a. vom ehemaligen König der britischen Spin Doktoren und heutigen EU-Handelskommissars Peter Mandelson empfohlen wird.

Rieksmeier, Jörg (2007): Praxisbuch: Politische Interessenvermittlung, Wiesbaden: VS-Verlag.

Zielgruppe des Buches sind Profis an der Schnittstelle zwischen Politik und Gesellschaft als auch allgemein thematisch Interessierte. Rieksmeier gewährt Einblicke in das "Handwerk" der politischen Kommunikation. Instrumente und Kampagnen veranschaulichen die professionelle Gestaltung des politischen Umfeldes. Erfahrungen und Einschätzungen von politischen Entscheidern und Lobbyisten geben Einblicke hinter die Kulissen der Interessenvermittlung.

Schindelen, Rinus van (2002): Machiavelli in Brussels. The Art of Lobbying the EU, Amsterdam.

Der Autor hat seine Anleitung in acht Kapiteln für das effiziente Public Affairs Management auf der europäischen Ebene aus der Perspektive der Lobbygruppen geschrieben.

Schönborn, Gregor und Dagmar Wiebusch (2002): PA Agenda, Düsseldorf: Luchterhand.

Schneider, Helmut (2004): Marken in der Politik. Erscheinungsformen, Relevanz, identitätsorientierte Führung und demokratietheoretische Reflexion, Wiesbaden: VS-Verlag.

Schuster, Christian H. (2004): Politikberatungsagenturen in Deutschland, Wiesbaden: VS-Verlag.

Sebaldt, Martin und Alexander Straßner (2004): Verbände in der Bundesrepublik Deutschland, Wiesbaden.

Sebaldt und Straßner verwenden den Begriff des Lobbying, um den Wandel und die Entwicklungstrends bei den deutschen Interessenorganisationen zu beschreiben. Sie bieten eine gute Einführung in die Verbändeforschung und schaffen einen umfassenden Überblick über die neuesten Diskussionen der Verbändeforschung.

Thomson, Stuart und Steve John (2007): Public Affairs in Practice. A Practical Guide to Lobbying, London und Philadelphia: Kogan Page.

Praktische Orientierung über die Public Affairs Szene in Großbritannien mit Anschriften wichtiger „Player“.

Winter, Thomas von (2004): „Vom Korporatismus zum Lobbyismus. Paradigmenwechsel in Theorie und Analyse der Interessenvertretung“ in: Zeitschrift für Parlamentsfragen, Jg. 35 (2004) Heft 4 Dezember 761-776.

Zerfaß, Ansgar, Boelter, Dietrich (2005): Die neuen Meinungsmacher. Weblogs als Herausforderung für Kampagnen, Marketing, PR und Medien, Nausner & Nausner.

#### Websites:

[www.corporateeurope.org](http://www.corporateeurope.org)

Das Corporate Europe Observatory ist eine Allianz zivilgesellschaftlicher Gruppen für mehr Transparenz des Lobbying auf der EU-Ebene.

[www.lobby-control.org](http://www.lobby-control.org)

Lobby-Control will eine „watchdog“-Gruppe für das Lobbying nach amerikanischem Vorbild werden.

[www.transparency.de](http://www.transparency.de)

Transparency International ist eine 1993 gegründete zivilgesellschaftliche Organisation, die weltweit gegen Korruption kämpft.

[www.degepol.de](http://www.degepol.de)

Die Deutsche Gesellschaft für Politikberatung e.V. ist ein Zusammenschluss meist jüngerer Politikberater und Lobbyisten.

[www.alldc.org](http://www.alldc.org)

Die 1979 gegründete Berufsorganisation der amerikanischen Lobbyisten.

[www.pac.org](http://www.pac.org)

Der 1954 gegründete Public Affairs Council ist heute die führende Organisation für Public Affairs. Berater in den USA.

[www.eulobby.net](http://www.eulobby.net)

[www.lobbyinginfo.org](http://www.lobbyinginfo.org)

Ein Projekt der NRO „Public Citizen“, die Verbraucherinteressen im US-Kongress vertritt.

<http://sopr.Senate.gov>

Nach dem Lobbying Disclosure Act von 1995 sind alle US-Lobbyisten verpflichtet, sich zweimal im Jahr im Büro des US-Senates einzutragen und Auskunft über ihre Klienten und Honorare zu geben. Diese Angaben sind hier für die Öffentlichkeit zugänglich.

**Fachzeitschriften:**

Journal of Public Affairs (USA / UK), erscheint im Verlag John Wiley & Sons Ltd

Public Affairs Manager

Politik & Kommunikation (D)

Campaigns & Elections Magazine (USA)

Public Affairs (A)

Public Affairs News (UK)