

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	10
Tabellenverzeichnis	11
Abkürzungsverzeichnis.....	12
1 Einleitung.....	13
1.1 Europäische Interessenvermittlung: Forschungsstand.....	14
1.2 Die Europäisierung der Interessenvermittlung	16
1.2.1 Der Begriff der Europäisierung	17
1.2.2 Der historisch-institutionelle Ansatz	19
1.3 Ausgangsthese, Analysemodell und Fallauswahl.....	21
1.4 Empirische Basis.....	26
1.5 Aufbau der Untersuchung	26
2 Die europäische und die französische Einflusslogik.....	31
2.1 Regieren in Netzwerken: Interessengruppen in der Europäischen Gemeinschaft.....	33
2.2 Die etatistische Form des Regierens: Interessengruppen in Frankreich	38
2.3 Die unterschiedliche Einflusslogik der EG und Frankreichs als Herausforderung für französische Wirtschaftsverbände	47
3 Die Wirkung der (nationalen) Mitgliederlogik	51
3.1 Dimensionen der Ressourcenausstattung nationaler Wirtschaftsverbände.....	52
3.1.1 Methodische Vorbemerkungen	52
3.1.2 Materielle Ressourcen und Verhandlungsressourcen	53
3.2 Verhandlungsressourcen und materielle Ressourcen im Kontext europäischer Interessenvermittlung.....	57
3.2.1 Methodische Vorbemerkungen	57
3.2.2 Das Zusammenspiel von Strukturmerkmalen und Kontakthäufigkeit...	58
3.2.3 Zusammenfassung.....	60
3.3 Die Strukturmerkmale französischer Wirtschaftsverbände	61
3.4 Französische Wirtschaftsverbände: starke Verhandlungsressourcen, schwache materielle Ressourcen	63
4 Die Organisationsstruktur der französischen Wirtschaftsverbände.....	65
4.1 Verbandspluralität und Verbandskonkurrenz.....	65
4.1.1 Historisch gewachsene Konkurrenzmuster	67
4.1.2 Konkurrenz als Ergebnis der europäischen Integration.....	68

4.1.3	Zusammenfassung.....	75
4.2	Verbandsstruktur und Aufgabenprofil französischer Wirtschaftsverbände.....	76
4.2.1	Die funktionale Aufgabendifferenzierung nach Territorial- und Spezialisierungsebenen	76
4.2.2	Die Auswirkungen der europäischen Integration auf die Aufgabendifferenzierung französischer Wirtschaftsverbände	84
4.2.3	Zusammenfassung	89
4.3	Die Europäisierung der Organisationsstruktur französischer Wirtschaftsverbände	90
5	Das Grundmuster europäischer Interessenvermittlung	93
5.1	Strategiedimensionen europäischer Interessenvermittlung nationaler Wirtschaftsverbände.....	93
5.1.1	Methodische Vorbemerkungen	94
5.1.2	Strategieraum: EG-Strategie, Parlamentsstrategie und Normungsstrategie	94
5.2	Der europäische Politikzyklus.....	97
5.2.1	Nationale Unterschiede der Verbandsaktivitäten	97
5.2.2	Branchenspezifische Unterschiede der Verbandsaktivitäten	101
5.2.3	Zusammenfassung	106
5.3	Das Grundmuster europäischer Interessenvermittlung französischer Wirtschaftsverbände	107
6	Die EG-Strategie.....	111
6.1	Kontakt- und Beziehungsmuster zu den Adressaten der EG-Strategie.....	113
6.2	Die europäischen Adressaten der EG-Strategie.....	118
6.2.1	Die Europäische Kommission	118
6.2.2	Der Ministerrat	122
6.2.3	Das Europäische Parlament.....	123
6.3	Die französische Regierung als vielgestaltiger Ansprechpartner im Rahmen der EG-Strategie.....	132
6.3.1	Ebenenspezifische Kontaktmuster (Arbeits- versus Führungsebene) ..	134
6.3.2	Konfliktpotential zwischen Wirtschaftsvertretern und Regierung	138
6.3.3	Die Routine der Regierungskontakte im Rahmen europäischer Interessenvermittlung	144
6.4	Die EG-Strategie französischer Wirtschaftsverbände	150
7	Die Parlamentsstrategie.....	155
7.1	Kontakt- und Beziehungsmuster zum nationalen Parlament.....	156
7.2	Facetten der französischen Parlamentsstrategie	159

7.2.1	Die Routine der Interessenvermittlung gegenüber dem französischen Parlament.....	161
7.2.2	Der Europaausschuss: la Délégation pour l'Union européenne.....	162
7.2.3	Groupes d'études – die französischen intergroupes	163
7.2.4	Spezialisierte Parlamentslobbyisten	166
7.3	Von der (Un-)Zugänglichkeit französischer Parlamentarier	167
7.3.1	Das französische Akkreditierungssystem für Interessenvertreter.....	167
7.3.2	Wahlkreisverankerung und Ämterhäufung	169
7.4	Die Parlamentsstrategie französischer Wirtschaftsverbände.....	174
8	Die Normungsstrategie	177
8.1	Das Primat der Politik im französischen Normungssystem	179
8.2	Branchenspezifische Charakteristika.....	182
8.3	Nationale Charakteristika.....	184
8.4	Die Normungsstrategie französischer Wirtschaftsverbände.....	191
9	Das Instrumentarium europäischer Interessenvermittlung	195
9.1	Die Standardinstrumente	195
9.2	Verbindungsbüros in Brüssel	199
9.3	Les réseaux: Netzwerke als klassisches Instrument französischer Interessenvermittlung?	206
9.3.1	Auswahldimensionen für die Kontaktaufnahme mit öffentlichen Akteuren.....	206
9.3.2	Formale Netzwerke der Interessenvermittlung französischer Wirtschaftsverbände.....	210
9.4	Die Europäisierung des französischen Instrumentariums der Interessenvermittlung	219
10	Schluss	223
10.1	Von der Wirkung der Passform zwischen den europäischen und nationalen institutionellen Bedingungen	224
10.2	Die Europäisierung der Interessenvermittlung	230
10.2.1	Die Emanzipation französischer Wirtschaftsverbände von traditionellen Organisationsprinzipien	230
10.2.2	Die Emanzipation französischer Wirtschaftsverbände in den nationalen Staat-Verbände-Beziehungen	232
	Literaturliste	235
	Anhang.....	245