

**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