

Inhaltsverzeichnis

Danksagung	5
A Einleitung	11
I Untersuchungsgegenstand.....	11
II Problemstellungen.....	13
III Methodik.....	16
IV Forschungsstand.....	19
V Aufbau.....	25
B Politikberatung und Parteien in Deutschland	27
I Politikberatung – ein weites Feld.....	27
1 Begriffsannäherung.....	27
2 Wissenschaftliche Politikberatung.....	28
3 Lobbying.....	33
4 Professionelle Politikberatung.....	35
5 Formen deutscher Politikberatung.....	37
II Akteure der Politikberatung.....	39
1 Wissenschaftliche Politikberatung.....	39
1.1 Der Think-Tank-Begriff.....	39
1.2 Universitäten.....	41
1.3 Akademische Think Tanks.....	43
1.3.1 Wirtschaftsforschungsinstitute.....	43
1.3.1.1 Allgemeines.....	43
1.3.1.2 Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung.....	44
1.3.1.3 Hamburgisches Welt-Wirtschafts-Archiv und Hamburgisches Welt-Wirtschafts-Institut.....	45
1.3.1.4 ifo Institut für Wirtschaftsforschung.....	47
1.3.1.5 Institut für empirische Wirtschaftsforschung Halle.....	48
1.3.1.6 Institut für Weltwirtschaft Kiel.....	48
1.3.1.7 Rheinisch-Westfälisches Institut für Wirtschaftsforschung Essen.....	49
1.3.1.8 Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung Mannheim.....	50
1.3.2 Sozialwissenschaftliche, außen- und sicherheitspolitische Institute.....	51
1.3.2.1 Allgemeines.....	51
1.3.2.2 Stiftung Wissenschaft und Politik.....	51
1.3.2.3 Deutsche Gesellschaft für Auswärtige Politik.....	52
1.3.2.4 Wissenschaftszentrum Berlin.....	53
1.3.2.5 Centrum für Angewandte Politikforschung.....	53
1.3.2.6 Bertelsmann-Stiftung.....	54
1.3.2.7 Herbert-Quandt-Stiftung der Altana AG.....	55

1.4 Advokatische Think Tanks.....	55
1.4.1 Interessenorientierte Einrichtungen.....	55
1.4.1.1 Allgemeines.....	55
1.4.1.2 Institut für Wirtschaft und Gesellschaft Bonn.....	56
1.4.1.3 Studienzentrum Weikersheim.....	57
1.4.1.4 Institut für Gesellschaftswissenschaften Walberberg.....	57
1.4.1.5 Stiftung Marktwirtschaft und Kronberger Kreis.....	58
1.4.2 Interessengebundene Think Tanks.....	59
1.4.2.1 Wirtschaftspolitische Think Tanks.....	59
1.4.2.1.1 Institut der Deutschen Wirtschaft.....	59
1.4.2.1.2 Wirtschafts- und Sozialwissenschaftliches Institut und Institut für Makroökonomie und Konjunkturforschung in der Hans-Böckler-Stiftung.....	60
1.4.2.2 Politische Stiftungen.....	61
1.4.2.2.1 Allgemeines.....	61
1.4.2.2.2 Konrad-Adenauer-Stiftung.....	63
1.4.2.2.3 Friedrich-Ebert-Stiftung.....	65
1.4.2.2.4 Friedrich-Naumann-Stiftung.....	66
1.4.2.2.5 Hanns-Seidel-Stiftung.....	67
1.4.2.2.6 Heinrich-Böll-Stiftung.....	68
1.4.2.2.7 Rosa-Luxemburg-Stiftung.....	68
2 Lobbying.....	69
2.1 Verbände und Lobbygruppen.....	69
2.2 Unternehmensvertretungen.....	70
3 Professionelle Politikberatung.....	71
3.1 Meinungsforschungsinstitute.....	71
3.2 Wahlkampf-, PR- und Politikberatungsagenturen.....	73
3.3 Unternehmensberatung.....	75
4 Zusammenfassung.....	76
III Parteien als Empfänger von Beratung.....	77
1 Begriff und Typologien.....	77
2 Stellung der Parteien im politischen System.....	80
3 Funktionen und Aufgaben der politischen Parteien.....	81
3.1 Annäherung an die Parteifunktionen.....	81
3.2 Inhaltlich-konzeptionelle Funktionen.....	84
3.2.1 Ziele, Ideen und Programme.....	84
3.2.2 Handlungsalternativen.....	85
3.3 Politische Kommunikation und Wahlkampf.....	86
4 Gesellschafts- und Medienwandel: Herausforderungen für die Parteien.....	87
5 Die Parteien: Organisationsstrukturen, Programmarbeit, Wahlkampf.....	90
5.1 CDU.....	90
5.1.1 Organisation.....	90
5.1.2 Programmarbeit.....	94
5.1.3 Wahlkämpfe.....	96

5.2 SPD.....	97
5.2.1 Organisation.....	97
5.2.2 Programmarbeit.....	99
5.2.3 Wahlkämpfe.....	100
5.3 CSU.....	102
5.3.1 Organisation.....	102
5.3.2 Programmarbeit.....	103
5.3.3 Wahlkämpfe.....	103
5.4 FDP.....	105
5.4.1 Organisation.....	105
5.4.2 Programmarbeit.....	106
5.4.3 Wahlkämpfe.....	107
5.5 Bündnis90/Die Grünen.....	108
5.5.1 Organisation.....	108
5.5.2 Programmarbeit.....	109
5.5.3 Wahlkämpfe.....	110
5.6 Linkspartei.PDS.....	111
5.6.1 Organisation.....	111
5.6.2 Programmarbeit.....	112
5.6.3 Wahlkämpfe.....	113
6 Zusammenfassung.....	113
C Akteure, Formen und Bedarfsfaktoren der Parteiberatung.....	115
I Interviewpartner.....	115
II Definitionen von Parteiberatung.....	117
III Akteure.....	119
1 Universitäten.....	119
1.1 Perzeption der Parteien.....	119
1.2 Perzeption der Wissenschaftler.....	122
1.3 Perzeption der Berater.....	123
1.4 Zwischenfazit.....	126
2 Akademische Think Tanks.....	127
2.1 Perzeption der Parteien.....	127
2.2 Perzeption der Wissenschaftler.....	130
2.3 Perzeption der Berater.....	131
2.4 Zwischenfazit.....	136
3 Advokatische Think Tanks.....	137
3.1 Interessenorientierte Einrichtungen.....	137
3.1.1 Perzeption der Parteien.....	137
3.1.2 Perzeption der Wissenschaftler.....	139
3.1.3 Perzeption der Berater.....	139
3.2 Interessengebundene Einrichtungen.....	144
3.2.1 Perzeption der Parteien.....	144
3.2.2 Perzeption der Wissenschaftler.....	148
3.2.3 Perzeption der Berater.....	149

3.3 Zwischenfazit.....	156
4 Lobbying.....	157
4.1 Perzeption der Parteien.....	157
4.2 Perzeption der Wissenschaftler.....	159
4.3 Perzeption der Berater.....	160
4.4 Zwischenfazit.....	163
5 Professionelle Politikberatung der kommerziellen Institute und Agenturen.....	164
5.1 Perzeption der Parteien.....	164
5.2 Perzeption der Wissenschaftler.....	168
5.3 Perzeption der Berater.....	169
5.4 Zwischenfazit.....	175
IV Formen.....	176
1 Perzeption der Parteien.....	176
2 Perzeption der Wissenschaftler.....	181
3 Perzeption der Berater.....	183
4 Zwischenfazit.....	190
V Bedarfsfaktoren.....	191
1 Inhaltlich-konzeptionell.....	191
1.1 Perzeption der Parteien.....	191
1.2 Perzeption der Wissenschaftler.....	196
1.3 Perzeption der Berater.....	197
2 Politikvermittlung und Wahlkämpfe.....	200
2.1 Perzeption der Parteien.....	200
2.2 Perzeption der Wissenschaftler.....	201
2.3 Perzeption der Berater.....	202
3 Zwischenfazit.....	204
D Modelle.....	207
E Schluss.....	217
I Zusammenfassung.....	217
II Offene Fragen.....	224
III Bewertung.....	225
Literaturverzeichnis.....	228
Selbstständige und unselbstständige Veröffentlichungen.....	228
Internetquellen und Presseartikel.....	243
Anhang.....	249
Verzeichnis der Gesprächspartner.....	249
Abkürzungsverzeichnis.....	255