

INHALTSVERZEICHNIS

ABBILDUNGSVERZEICHNIS	13
TABELLENVERZEICHNIS.....	15
DANKSAGUNG	5
ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS	17
1 EINLEITUNG: HINTERGRUND UND ZIELSTELLUNG DER ARBEIT	21
1.1 Untersuchungsgegenstand	21
1.2 Stand der Forschung	27
1.3 Forschungsleitende Fragen.....	31
1.4 Methodische Vorgehensweise	32
2 WISSENSCHAFTLICHE POLITIKBERATUNG: GRUNDLEGENDE BEGRIFFE UND ENTWICKLUNGSTRENDS	37
2.1 Zum Begriff „Wissenschaftliche Politikberatung“	37
2.2 Akteure wissenschaftlicher Politikberatung in Deutschland	41
2.2.1 Beratungsbeziehungen	41
2.2.2 Nachfrager	42
2.2.3 Anbieter.....	43
2.3 Bedeutungszuwachs wissenschaftlicher Politikberatung in Deutschland	46
2.3.1 Historischer Abriss bis 1948	46
2.3.2 Bundesdeutsche Entwicklungstrends	48
2.3.3 Ursachen des gestiegenen Beratungsbedarfs	51
2.4 Wirksamkeit und Wirkungslosigkeit wissenschaftlicher Politikberatung	53
2.4.1 Empirische Beispiele	54
2.4.2 Theoretische Erklärungsansätze.....	56

2.4.3 Bedingungen für wissensbasierte Reformen.....	62
3 UNTERSUCHUNGSGEGENSTAND: KLEINE ADVOKATISCHE THINK TANKS ALS ANBIETER WISSENSCHAFTLICHER POLITIKBERATUNG	69
3.1 Zum Begriff „Think Tank“.....	69
3.2 Think Tanks im internationalen Vergleich	70
3.3 Charakteristika der deutschen Think Tank-Landschaft	73
3.4 Typologisierung von Think Tanks in Deutschland	77
3.4.1 Akademische Think Tanks.....	80
3.4.2 Auftragsforschungsinstitute.....	86
3.4.3 Interessennahe Think Tanks	87
3.4.4 Advokatische Think Tanks.....	90
3.5 Kleine advokatische Think Tanks als Akteure der Zivilgesellschaft.....	91
4 THEORETISCHE GRUNDLAGEN: FUNKTIONEN WISSENSCHAFTLICHER POLITIKBERATUNG IM POLITISCHEN PROZESS	101
4.1 Politikzyklustheorie als Modellrahmen	101
4.2 Funktionen wissenschaftlicher Politikberatung	104
4.2.1 Sachbezogene Funktionen	105
4.2.2 Strategisch-kommunikative Funktionen	106
4.3 Beratungsfunktionen der Wissenschaft in den Phasen des Politikzyklus.....	107
4.3.1 Phase I: Problemidentifikation	107
4.3.2 Phase II: Agenda-Setting	108
4.3.3 Phase III: Politikformulierung.....	110
4.3.4 Phase IV: Politikimplementierung	111
4.3.5 Phase V: Feedback	112
4.3.6 Wirken in Netzwerken	112
4.4 Zwischenergebnis: Funktionen von Think Tanks für politische Reformen	113
5 ANALYTISCHE GRUNDLAGEN: EINFLUSSKANÄLE WISSENSCHAFTLICHER POLITIKBERATUNG IM POLITISCHEN PROZESS	115
5.1 Kategorien von Einflusskanälen	115
5.2 Öffentlichkeitsorientierte Einflusskanäle	116
5.2.1 Medien.....	117
5.2.2 Öffentliche Experten	121
5.2.3 Kampagnen	122

5.2.4	Publikationen	123
5.2.5	Veranstaltungen und Vorträge	124
5.3	Formale Einflusskanäle	124
5.3.1	Wissenschaftliche Beiräte	128
5.3.2	Gemischte Beiräte	129
5.3.3	Politikfeldbezogene Sachverständigenräte	131
5.3.4	Enquete-Kommissionen	133
5.3.5	Runde Tische	135
5.3.6	Expertenkommissionen	136
5.3.7	Weitere Kommissionen	139
5.3.8	Ausschussanhörungen	139
5.3.9	Gutachten	141
5.4	Informelle Einflusskanäle	143
5.5	Politisches Amt/Mandat	145
5.6	Zwischenergebnis: Einflussmöglichkeiten von Think Tanks auf politisches Handeln (Analyseschema) ...	146
6	EMPIRISCHE FALLSTUDIEN: DIE ROT-GRÜNEN REFORMEN DES ARBEITSMARKTES UND DER RENTENVERSICHERUNG UND DIE POSITIONEN AUSGEWÄHLTER THINK TANKS	151
6.1	Pfadabweichende Reformen in der Arbeitsmarkt- und Rentenpolitik	151
6.1.1	Die Arbeitsmarktreformen 2001/02 bis 2005	152
6.1.2	Die Rentenreformen 2001 bis 2006/07	160
6.1.3	Gründe für die Trendumkehr in der Arbeitsmarkt- und Rentenpolitik	165
6.2	Inhaltliche Positionen kleiner advokatischer Think Tanks in der Arbeitsmarkt- und Rentenpolitik	170
6.2.1	Arbeitsgruppe Alternative Wirtschaftspolitik (Memorandum-Gruppe)	170
6.2.2	Institut für Wirtschaft und Gesellschaft Bonn e.V. (IWG BONN)	172
6.2.3	Ludwig-Erhard-Stiftung e.V.	175
6.2.4	Stiftung Marktwirtschaft	178
6.2.5	Weitere Think Tanks	181
6.3	Zwischenergebnis: Kleine advokatische Think Tanks mehrheitlich Befürworter pfadabweichender Reformen ...	181
7	EMPIRIETEIL I: BERATUNGSRELEVANZ UND -FUNKTIONEN KLEINER ADVOKATISCHER THINK TANKS IN DER ARBEITSMARKT- UND RENTENPOLITIK	183

7.1	Präsenz auf öffentlichkeitsorientierten Einflusskanälen ...	184
7.1.1	Datengrundlage	184
7.1.2	Die Medienpräsenz zwischen 2000 und 2006	187
7.1.3	Exkurs: Die Medienpräsenz zwischen 1996 und 1998..	211
7.1.4	Öffentliche Experten: Die wissenschaftlichen Leiter der Think Tanks.....	217
7.1.5	Zusammenfassung: Große Unterschiede in der Medienpräsenz	223
7.2	Präsenz auf formalen Einflusskanälen	224
7.2.1	Datengrundlage	225
7.2.2	Für Problemidentifikation und Agenda-Setting bedeutsame Beratungsgremien	225
7.2.3	Für Politikauswahl und -formulierung bedeutsame Beratungsgremien	232
7.2.4	Feedback-Phase: Die Evaluation der Arbeitsmarktreformen	246
7.2.5	Exkurs: Expertenkommissionen zwischen 1994 und 1998	247
7.2.6	Zusammenfassung: Mehrheitlich schwache Präsenz auf formalen Einflusskanälen.....	252
7.3	Präsenz auf informellen Einflusskanälen	254
7.3.1	Datengrundlage	254
7.3.2	Die informelle Beratung von Entscheidungsträgern....	255
7.3.3	Zusammenfassung: Schwache Beratung der politischen Hauptakteure.....	259
7.4	Zwischenergebnis: Kleine advokatische Think Tanks als Agenda-Setter für politische Reformen.....	259
8	EMPIRIETEIL II: ERFOLGSFAKTOREN EINER STARKEN PRÄSENZ AUF RELEVANTEN EINFLUSSKANÄLEN	267
8.1	Übergeordnete Faktoren	267
8.2	Institutsspezifische Faktoren	269
8.2.1	Datengrundlage und Vorgehensweise	269
8.2.2	Öffentlichkeitswirksame und renommierte wissenschaftliche Leitung	273
8.2.3	Aktives Bemühen und Zielgruppenorientierung	276
8.2.4	Kommunikationsfähigkeiten und klare Empfehlungen .	278
8.2.5	Fachliche Kompetenz und Reputation	280
8.2.6	Beharrlichkeit und Timing	284
8.2.7	Vernetzung im politischen Raum.....	285
8.2.8	Sachbezogene bzw. paradigmatische versus pragmatische Beratung	286

8.2.9 Überparteilichkeit versus politische und/oder Interessenorientierung	289
8.2.10 Effiziente Arbeitsweise	293
8.2.11 Verlässliche und unabhängige Finanzierung.....	293
8.2.12 Zufälle	294
8.3 Die institutsspezifischen Faktoren der kleinen advokatischen Think Tanks	295
8.3.1 Memorandum-Gruppe: Interessenorientierung.....	295
8.3.2 IWG BONN: Öffentlichkeitsorientierung.....	298
8.3.3 Ludwig-Erhard-Stiftung: Paradigmatische Orientierung.....	303
8.3.4 Stiftung Marktwirtschaft: Orientierung auf Fachöffentlichkeit.....	305
8.4 Zwischenergebnis: Zehn Faktoren erfolgreicher Politikberatung.....	308
9 SCHLUSSBETRACHTUNG: MÖGLICHKEITEN WISSENSCHAFTLICHER POLITIKBERATUNG DURCH KLEINE ADVOKATISCHE THINK TANKS	311
METHODISCHER ANHANG	325
QUELLENVERZEICHNIS	329
Literatur	329
Ausschussdrucksachen.....	348
Digitale Datenbanken und digitale Zeitungsarchive	356
Web-Seiten	358
Interviewpartner	365