
Kommerzielles Lobbying und Public Affairs-Management

Andreas Schieder

Kommerzielles Lobbying und Public Affairs-Management

Bestandsaufnahme und
Analyse privater Dienstleister
in der „Berliner Republik“

 Springer VS

Andreas Schieder
Bayreuth, Deutschland

Dissertation Universität Regensburg, 2016, u.d.T.: Andreas Schieder – „Kommerzielles Lobbying und Public Affairs-Management in der „Berliner Republik“ – Kräftefeld, Selbstverständnis und Handlungspraxis privater Dienstleister in der Bundespolitik.“
Die Arbeit wurde im Jahr 2016 von der Fakultät für Philosophie, Kunst-, Geschichts- und Gesellschaftswissenschaften der Universität Regensburg als Dissertation angenommen.

ISBN 978-3-658-16705-9 ISBN 978-3-658-16706-6 (eBook)
DOI 10.1007/978-3-658-16706-6

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Springer VS

© Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH 2017

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Der Verlag, die Autoren und die Herausgeber gehen davon aus, dass die Angaben und Informationen in diesem Werk zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vollständig und korrekt sind. Weder der Verlag noch die Autoren oder die Herausgeber übernehmen, ausdrücklich oder implizit, Gewähr für den Inhalt des Werkes, etwaige Fehler oder Äußerungen.

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Springer VS ist Teil von Springer Nature

Die eingetragene Gesellschaft ist Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH

Die Anschrift der Gesellschaft ist: Abraham-Lincoln-Str. 46, 65189 Wiesbaden, Germany

Danksagung

Als Verfasser dieser Doktorarbeit wird nur meine Person benannt. Keineswegs kann aber eine erfolgreiche Promotion ohne die Unterstützung von Dritten gelingen. An dieser Stelle möchte ich *allen Menschen* danken, ohne deren Hilfe und Ratschläge ich die vorliegende Studie nicht hätte verfassen können. Einige möchte ich nachfolgend ganz besonders hervorheben.

Allen voran sind *wissenschaftliche Sparringspartner* und *erfahrene Praktiker* zu nennen, mit denen ich mich kontinuierlich austauschen und die Konzeption sowie den Fortgang der Arbeit diskutieren konnte. Mein Doktorvater *Prof. Dr. Martin Sebaldt* stand mir mit seiner großen wissenschaftlichen Expertise in allen Projektphasen immer beratend zur Seite und gab fortlaufend konstruktiv-kritisch zu meinen zahlreichen Fragen umfassend Feedback. Als externer Doktorand – berufstätig in Berlin – habe ich diesen unkomplizierten, intellektuell gesättigten und auch auf der menschlichen Ebene immer sehr sympathischen Dialog nie als selbstverständlich erachtet. Seine systematisch-ordnende Denkweise, seine strukturierten Empfehlungen und sein großer Erfahrungsschatz im Betreuen von Doktoranden hatten letztlich auch großen Anteil daran, dass ich mein Promotionsverfahren sehr erfolgreich abschließen konnte. Nichtsdestotrotz gewährte mir Prof. Sebaldt immer die notwendigen schöpferischen Freiheiten, um die Studie eigenständig konzipieren und parallel zur Promotion auch noch meiner beruflichen Tätigkeit in der Kommunikations- und Public Affairs-Beratung nachgehen zu können. Zudem möchte ich Herrn *PD Dr. Alexander Straßner* für seine rasche Bereitschaft, die Zweitkorrektur meiner doch sehr umfangreichen Dissertationsschrift zu übernehmen, herzlich danken. Auch in den Diskussionen mit den *Mitstreitern des Doktorandenkolloquiums* an der Universität Regensburg habe ich hilfreiche Korrekturvorschläge erhalten und kollegial-wertschätzende Kritik erfahren. Gerade an neuralgischen Meilensteinen war dieses umfangreiche Feedback von unschätzbarem Mehrwert. Ebenso möchte ich meinen ehemaligen *Arbeitskollegen* bei Johansen + Kretschmer Strategische Kommunikation GmbH, allen voran Geschäftsführer *Heiko Kretschmer*, für das große Interesse an meiner Arbeit, die beruflichen Freiheiten, die Kooperationsbereitschaft und das kritische Hinterfragen danken. Auch durch die wertvollen Hinweise der *Gesprächspartner*, die in Pretests und im bilateralen Austausch fundiert Auskunft gaben, konnte ich die Konzeption und Durchführung der Studie optimieren.

Ohne die jahrelange Unterstützung im Rahmen der Grund- und Graduiertenförderung der *Friedrich-Ebert-Stiftung* wäre diese Arbeit nicht realisierbar gewesen. Daher gilt – stellvertretend für alle Stiftungsmitarbeiter – ein besonderer Dank der Abteilung für Studienförderung sowie den zahlreichen FES-Stipis, die ich kennenlernen und mit denen ich interessante Seminare besuchen durfte. Nicht nur entlang meiner Promotion, sondern auch während des Studi-

ums habe ich es stets als großes Privileg und zugleich auch als richtungsweisende Verantwortung erachtet, von der ideellen sowie materiellen Förderung des FES profitieren zu dürfen.

Nicht nur in schwierigen Zeiten, sondern generell in allen Lebensphasen sind meine *Freunde* – rund um die alte Heimat Wildenreuth, aus Schulzeiten in Neustadt, aus Studien- und Erasmuszeiten in Regensburg und Helsinki, aus meiner beruflichen Tätigkeit in Berlin sowie aus der neuen Lebensmitte in Weiden – treue und aufrichtige Weggefährten. Es ist ein großes Geschenk, das nicht vielen Menschen zuteil wird, solche Freundschaften zu pflegen. Unter ihnen fanden sich auch die 26 Korrekturleser, die meine Dissertation über die Weihnachtsfeierlage 2015 mit großer Sorgfalt lektoriert haben.

Auch auf die *Rast'n-Familie* und meine große *Verwandtschaft* war und ist immer Verlass. Der Rast'n-Hof, auf dem ich aufgewachsen bin und eine wunderbare Kindheit und Jugend verbracht habe, wird immer ein vertrauter und geliebter Rückzugsort bleiben. Meine *Schwestern Ines, Petra* und *Silke* mit ihren Partnern, aber auch meine *Cousins, Cousinen, Onkel* und *Tanten* sind immer für mich da und stehen mir mit wertvollen Ratschlägen zur Seite. Eine unglaubliche Freude ist es mir, meine vier *Neffen Dennis, Timo, Kevin* und *Nico* aufwachsen zu sehen: Ihr Lachen steckt an und als ihr Onkel ist es mir eine Herzensangelegenheit, sie Schritt für Schritt in ihrer Entwicklung zu begleiten.

Der wichtigste Mensch an meiner Seite ist meine Freundin *Franziska*. Für ihr Lachen, ihr Vertrauen, ihre Zuversicht, ihr Verständnis in stressigen Zeiten, ihre bedingungslose Unterstützung und ihre Liebe bin ich ihr unendlich dankbar. Erwartungsvoll blicke ich mit ihr in unsere gemeinsame Zukunft.

Gewidmet aber sei diese Doktorarbeit meinen Eltern, *Gertrud* und *Siegfried Schieder*. Aus tiefstem Herzen möchte ich mich damit für ihre aufopferungsvolle Unterstützung, ihr aufrichtiges Interesse an meiner wissenschaftlichen, beruflichen und privaten Zukunft sowie ihre allumfassende elterliche Fürsorge bedanken. Mit großem Stolz blicke ich auf das, was sie geleistet haben. Auch haben sie mir das vorgelebt, auf was es im Leben wirklich ankommt: Freude, Empathie, Loyalität, Ehrgeiz, Glaube, Ehrlichkeit, Respekt und Zuversicht in allen Lebenslagen. Das kann und werde ich ihnen nie vergessen: Denn sie mach(t)en mich zu dem Menschen, der ich bin.

Wildenreuth, im September 2016

Andreas Schieder

Inhaltsverzeichnis

Abschnitt I: Einleitung

1. **Kommerzielles Lobbying und kommerzielles Public Affairs-Management:
Eine Einführung in den Untersuchungsgegenstand.....** 1
 - a. **Problemaufriss und Fragestellung.....** 1
 - b. **Forschungslogischer Kontext** 5
 - c. **Literatur- und Forschungsstand.....** 7
 - d. **Konzeption und Methodik.....** 16
2. **Definition der zentralen Begrifflichkeiten** 19

Abschnitt II: Theorie

3. **Der Wandel der Interessenvertretung und -vermittlung seit 1999 aus theoretischer Sicht** 23
 - a. *Pluralistische* Entwicklungsdynamik und Struktur der Interessenvertretung und -vermittlung
 - b. Informelle *neokorporatistische* Verdichtung in Form einer strukturellen Zwischenebene
 - c. Die *Neue Politische Ökonomie*: Kommerzielles Lobbying und kommerzielles Public Affairs-Management als Tauschgeschäft.....
 - d. Die *Neue Institutionenökonomik*: Kommerzielles Lobbying und kommerzielles Public Affairs-Management als Prinzipal-Agent-Beziehung ...
 - e. Zusammenfassende Synopse: Komplementarität und Wechselwirkungen zwischen den theoretischen Ansätzen

Abschnitt III: Empirie

4. **Empirische Detailbefunde 1: Das Kräftefeld des kommerziellen Lobbyings und des kommerziellen Public Affairs-Managements** 81

a. Definition der Akteurscluster.....	82
b. Aktuelle Beschaffenheit und Struktur des Kräftefelds.....	84
1. Akteure und Akteurscluster.....	85
2. Gesellschafts- und Rechtsformen.....	96
3. Branchen- und Politikfelder	101
4. Umsatzzahlen	117
5. Mitarbeiterzahlen	119
6. Standorte in Deutschland	131
7. Standorte außerhalb Deutschlands	137
8. Handlungsfähigkeit und Präsenz auf den unterschiedlichen Politik-	
ebenen.....	142
9. Zwischenfazit: Gegenüberstellung von empirischen Erkenntnissen	
und theoretischen Annahmen.....	149
c. Entwicklung des Kräftefelds	154
1. Gründungsdaten	156
2. Vorherige Aktivität in Bonn.....	170
3. Akteursspezifische Entwicklungen	176
4. Zugehörigkeit und Eigenständigkeit	181
5. Gründe für die steigende Nachfrage nach Lobbying- und Public	
Affairs-Dienstleistungen	188
6. Zwischenfazit: Gegenüberstellung von empirischen Erkenntnissen	
und theoretischen Annahmen	193
5. Empirische Detailbefunde 2: Das Selbstverständnis kommerzieller	
Lobbyisten und kommerzieller Public Affairs-Agenten.....	197
a. Selbst- und Rollenverständnis.....	198
1. Definitionen und Begriffsverständnisse	200
2. Funktionsbeschreibungen.....	210
3. Rollenverständnis	218
4. Kritik an den Akteuren.....	225
5. Reaktionen auf und Haltung gegenüber der Kritik	237
6. Zwischenfazit: Gegenüberstellung von empirischen Erkenntnissen	
und theoretischen Annahmen	247
b. Positionierung.....	252
1. Profilierungs- und Eigenmarketingstrategien.....	253

2. Zwischenfazit: Gegenüberstellung von empirischen Erkenntnissen und theoretischen Annahmen	268
c. „Sichtbarkeit“	270
1. Bereitstellung von Informationen.....	271
2. Öffentlichkeitswirksame Präsenz.....	276
3. Zwischenfazit: Gegenüberstellung von empirischen Erkenntnissen und theoretischen Annahmen	289
d. Weiterentwicklungsbemühungen und Professionalisierungstendenzen..	291
1. Bewusstsein für Weiterentwicklung und Professionalisierung.....	293
2. Teilnahme und Engagement in brancheninternen Diskussionen	297
3. „Sichtbarkeit“ des Beratungsmarketings.....	309
4. Zwischenfazit: Gegenüberstellung von empirischen Erkenntnissen und theoretischen Annahmen	324
6. Empirische Detailbefunde 3: Die Handlungspraxis von kommerziellen Lobbyisten und kommerziellen Public Affairs-Agenten	329
a. Dienstleistungs- und Produktportfolios	330
1. Tätigkeitsbereiche	332
2. Handlungsfelder	342
3. Struktur und Spezialisierungs- bzw. Diversifizierungsgrad.....	369
4. Stellenwert der Dienstleistungen aus den „Kernhandlungsfeldern“ im Bereich Interessenvertretung und -vermittlung in den Dienstleistungs- und Produktportfolios.....	389
5. Zwischenfazit: Gegenüberstellung von empirischen Erkenntnissen und theoretischen Annahmen	402
b. Kooperationsbeziehungen	408
1. Art der Kooperationsbeziehung	410
2. Angaben zur Kooperationsbeziehung	426
3. Zwischenfazit: Gegenüberstellung von empirischen Erkenntnissen und theoretischen Annahmen	436
c. Kundenbeziehungen.....	440
1. Art der Auftraggeber	444
2. Bereitstellung von Kundenreferenzen	466
3. Management der Kundenbeziehungen	485
4. Zwischenfazit: Gegenüberstellung von empirischen Erkenntnissen und theoretischen Annahmen	496

7. Zukünftige Entwicklungen.....	503
----------------------------------	-----

Abschnitt IV: Ergebnisse

8. Zusammenfassung und Schlussfolgerungen.....	513
--	-----

a. Zusammenfassung der zentralen empirischen Ergebnisse.....	513
b. Fazit aus den Hypothesen.....	530
c. Ausblick.....	539

Abschnitt V: Anhang

9. Forschungsbericht.....	549
---------------------------	-----

10. Verzeichnis der Abbildungen, Diagramme und Tabellen.....	567
--	-----

a. Abbildungen.....	567
b. Diagramme.....	567
c. Tabellen.....	569

11. Akteursverzeichnis.....	571
-----------------------------	-----

a. Vollständig entlang der Untersuchungskategorien dieser Studie analysierte Akteure.....	571
b. Nicht entlang der Untersuchungskategorien dieser Studie analysierte Akteure.....	575

12. Literaturverzeichnis.....	579
-------------------------------	-----

a. Sekundärliteratur: Monographien, Sammelbände und Artikel (Zeitschriften und Zeitungen).....	579
b. Onlinequellen.....	588