

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	XI
1. Einleitung	1
1.1 Die Kontroverse um die Vormachtstellung der Unternehmen im politischen System der USA	1
1.2 Problemstellung und Vorgehensweise	3
1.3 Der Forschungsstand	5
2. Terminologische Grundlagen	9
2.1 Organisierte Interessen	9
2.1.1 Definition des Begriffs „Interesse“	10
2.1.2 Definition der Begriffe „Gruppe“ und „Organisation“	11
2.2 Interessengruppen	11
2.2.1 Verbände	14
2.2.2 Unternehmensverbände (<i>Business Groups</i>)	15
2.3 Typologie der amerikanischen Verbände	17
3. Theorien der Interessengruppenforschung	23
3.1 Pluralistische Theorie	27
3.1.1 Frühe pluralistische Theorien	29
3.1.2 Klassische Gruppentheorie	36
3.2 Pluralismuskritische Theorien	43
3.2.1 Theorie der Machtelite	44
3.2.2 Neo-marxistische Theorie	47
3.2.3 Kritik des <i>Interest Group Liberalism</i>	52
3.3 Korporatistische Theorie	54
3.4 Folgerungen	59
4. Entstehung von Interessengruppen	65
4.1 Individualistische Motive für die Gründung von Interessengruppen	66
4.1.1 Olsons <i>Logic of Collective Action</i>	66
4.1.2 Salisburys <i>Exchange Theory</i>	72
4.2 Rahmenbedingungen der Gründung von Interessengruppen	74
4.3 Entstehung und Entwicklung von Verbänden in den USA	78
4.3.1 Unternehmensverbände	78
4.3.2 Gewerkschaften	109
4.3.3 Agrarverbände	124
4.3.4 <i>Citizen Groups</i>	136
4.4. Folgerungen	147

5. Typologie der Unternehmensverbände in den USA	157
5.1 Sektorübergreifende Verbände	159
5.1.1 U.S. Chamber of Commerce	160
5.1.2 National Federation of Independent Business	168
5.1.3 Business Roundtable	174
5.2 Sektorspezifische Verbände	182
5.2.1 National Association of Manufacturers	183
5.2.2 National Retail Federation	186
5.3 Branchenverbände (<i>Trade Associations</i>)	189
5.3.1 American Iron and Steel Institute	191
5.3.2 American Bankers Association	195
6. <i>Political Action</i> der Unternehmensverbände	199
6.1 <i>Direct Lobbying</i>	201
6.1.1 <i>Legislative Lobbying</i>	201
6.1.2 <i>Executive Lobbying</i>	228
6.1.3 <i>Judicial Lobbying</i>	235
6.2 <i>Grass Roots Lobbying</i>	247
6.2.1 Instrumente des <i>Grass Roots Lobbying</i>	250
6.2.2 Einsatz der Medien	259
6.3 Wahlkampfunterstützung	267
6.3.1 Gesetzliche Bestimmungen zur Wahlkampfregulierung	268
6.3.2 Personelle Unterstützung und Wahlwerbung	280
6.3.3 Unmittelbare finanzielle Zuwendungen (<i>Contributions</i>)	290
6.3.2.1 <i>Election Cycles</i> 1992, 1996 und 2000	290
6.3.2.2 <i>Election Cycle</i> 2004	294
7. Fallstudien	299
7.1 Die Gesundheitsreform in den Jahren 1993/94	299
7.1.1 Die für den <i>Health Security Act</i> zuständigen Komitees und die NFIB	304
7.1.2 Die Position anderer Unternehmensverbände	319
7.1.3 Gründe für das Scheitern der Reform	322
7.2 <i>Fast-Track</i> und <i>Trade-Promotion-Authority</i>	328
8. Schlußwort: Welchen Einfluß besitzen Unternehmensverbände im politischen System der USA?	339
Literaturverzeichnis	345