

# 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

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