

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	5
Inhaltsverzeichnis	7
Abbildungsverzeichnis	9
1 Der Einfluss globaler Finanzmärkte auf die nationale Politikgestaltung	11
1.1 Die Wichtigkeit von Ratings für moderne Finanzmärkte	17
1.2 Die Arbeitsweise und Bewertungskriterien der Rating-Agenturen	18
1.3 Rating-Agenturen als private Akteure mit öffentlicher Regulierungsfunktion	22
1.4 Der nicht legitimierte politische Einfluss der Rating-Agenturen	23
1.5 Methodische Vorgehensweise und Aufbau der Arbeit	25
2 Rating-Agenturen: Stand der Forschung und politische Debatte	30
2.1 Rating-Agenturen als Forschungsobjekt	30
2.1.1 Wissenschaftliche Literatur mit implizit politischer Fragestellung	31
2.1.2 Wissenschaftliche Literatur mit explizit politischer Fragestellung	35
2.1.3 Bewertung des wissenschaftlichen Forschungsstandes	43
2.2 Rating-Agenturen als Gegenstand politischer Debatten	45
2.2.1 Die politische Debatte um Rating-Agenturen in den USA	45
2.2.2 Die politische Debatte um Rating-Agenturen in der EU	56
2.2.3 Die politische Debatte um Rating-Agenturen in Deutschland	62
2.2.4 Bewertung der politischen Debatten	71
3 Ein neues Modell der Neuen Politischen Ökonomie zur Erklärung des politischen Einflusses von Rating-Agenturen	74
3.1 Theoretische Einordnung: Die Neue Politische Ökonomie	74
3.2 Ein Modell zur Erklärung des politischen Einflusses von Rating-Agenturen	85

3.2.1	Das Grundmodell	85
3.2.2	Das Grundmodell mit veränderten Determinanten des politischen Ertrages	101
3.2.3	Das Grundmodell mit erweiterten Determinanten der politischen Kosten	105
3.2.4	Die Relevanz von Ratings in föderalen Systemen	109
3.2.5	Die Rolle von Veto-Spielern	112
3.2.6	Das Schuldenmanagement als strategische Variable	119
3.3	<i>Zusammenfassung: Die Kerngedanken des neuen Modells</i>	131
4	Die Bedeutung von Rating-Agenturen in den USA	134
4.1	<i>Relevante Charakteristika des politischen Systems</i>	135
4.2	<i>Charakteristika des Wirtschaftssystems, des Finanzmarktes und des politischen Schuldenmanagements</i>	145
4.3	<i>Die kontextspezifische Erklärungskraft des Modells</i>	151
4.3.1	Die Präsidentschaftswahl 1992	154
4.3.2	Die Präsidentschaftswahl 2004	162
4.4	<i>Fazit: Strukturelle und kontextspezifische Faktoren des politischen Einflusses von Rating-Agenturen in den USA</i>	170
5	Die Bedeutung von Rating-Agenturen in Deutschland	174
5.1	<i>Relevante Charakteristika des politischen Systems</i>	175
5.2	<i>Charakteristika des Wirtschaftssystems, des Finanzmarktes und des politischen Schuldenmanagements</i>	185
5.3	<i>Die kontextspezifische Erklärungskraft des Modells</i>	195
5.3.1	Die Bundestagswahl 1994	197
5.3.2	Die Bundestagswahl 2005	206
5.4	<i>Fazit: Strukturelle und kontextspezifische Faktoren des politischen Einflusses von Rating-Agenturen in Deutschland</i>	217
6	Finanzmärkte, Rating-Agenturen und Regierungen: Fazit und Ausblick	220
	Literaturverzeichnis	227
	Anhang	244