

Inhalt

I. Einleitung	9
II. Grundlagen	29
1. Regieren die Verbände?	
Zur Typologie von Interessenvertretung.....	29
1.1. Einführung	29
1.2. Exkurs: Verbandslobbyismus in der politischen Welt.....	31
1.3. Definition	41
1.4. Geschichte des deutschen Verbändewesens	59
1.5. Rechtliche Grundlagen, Basisdaten und „Megatrends“	63
1.5.1. Rechtliche Voraussetzungen	64
1.5.2. Basisdaten.....	67
1.5.3. „Megatrends“	68
1.6. Stand der Forschung.....	71
1.6.1. Quellenlage	72
1.6.2. Entwicklungslinien der politikwissenschaftlichen Perzeption.....	77
1.6.3. Zwischenfazit.....	94
1.7. Funktionen von Interessengruppen.....	97
1.8. Versuch einer Typologie.....	104
1.8.1. Wirtschaft und Arbeit.....	108
1.8.2. Soziales Leben und Gesundheit	110
1.8.3. Freizeit und Erholung.....	113
1.8.4. Kultur, Bildung, Wissenschaft, Religion, Weltanschauung	115
1.8.5. Politik und Umwelt.....	116
1.9. Zwischenfazit und Kernthesen.....	117
2. Politikvermittlung in der Mediengesellschaft.....	119

2.1. Politische Kommunikation in der marktwirtschaftlichen Informationsgesellschaft	121
2.2. Öffentliche Meinung	123
2.2.1. Zum Begriff	123
2.2.2. Demokratietheoretische und historische Aspekte ..	123
2.2.3. Theoretische Erklärungsansätze	127
2.2.4. Theorie der Medienwirkung	134
2.2.5. Öffentliche Meinung, veröffentlichte Meinung und das politische System	138
2.3. Politikvermittlung in der Mediendemokratie	142
2.4. Schlussfolgerungen	155

III. Verbandszeitschriften in Deutschland 161

1. Einleitung.....	161
2. Mitgliederkommunikation und Verbandszeitschriften.....	162
2.1. Definition	162
2.2. Empirische Grundlagen.....	167
2.3. Formen der Mitgliederkommunikation von Verbänden..	173
2.4. Verbandsinterne Öffentlichkeit durch Netzkommunikation	175
2.5. Ziele und Aufgaben der Verbandspresse	180
2.6. Exkurs: Wie funktionieren öffentliche Kampagnen?	183
2.7. Die Verbandspresse als Instrument der Öffentlichkeitsarbeit	189
2.8. Schlussfolgerungen	195
2.8.1. Politische Kommunikation in der Informations- und Mediengesellschaft.....	196
2.8.2. Hypothesen	204
3. Ergebnisse der Breitenuntersuchung.....	205
3.1. Exkurs: Qualitative und quantitative Sozialforschung.....	206

3.2. Überblick/Vorgehen.....	208
3.3. Die Fragen im Einzelnen	212
3.4. Zwischenfazit.....	225
4. Fallbeispiele.....	227
4.1. Einleitung	227
4.2. Wirtschaft und Arbeit.....	231
4.2.1. Wirtschafts- und Unternehmerverbände.....	232
4.2.2. Arbeitgeberverbände.....	245
4.2.3. Arbeitnehmerverbände	253
4.2.4. Kammern.....	261
4.2.5. Verbände der Selbstständigen.....	266
4.2.6. Verbraucherverbände.....	274
4.3. Soziales Leben und Gesundheit	280
4.3.1. Wohlfahrtsverbände	281
4.3.2. Sozialanspruchsverbände	285
4.3.3. Selbsthilfvereinigungen.....	290
4.3.4. andere Sozialverbände	295
4.4. Freizeit und Erholung.....	300
4.4.1. Sportverbände	301
4.4.2. Geselligkeit und Hobby	306
4.4.3. Naturnahe Verbände	312
4.4.4. Sonstige Freizeitverbände.....	317
4.5 Kultur, Bildung, Wissenschaft, Religion, Weltanschauung.....	322
4.5.1. Kultur	323
4.5.2. Bildung.....	329
4.5.3. Wissenschaft	335
4.5.4. Weltanschauung.....	339

4.6. Politik und Umweltschutz	344
4.6.1. public interest	345
4.6.2. Gebietskörperschaften	349
4.6.3. Naturschutzverbände	355
5. Zusammenfassung und Überblick.....	364
IV. Wie politisch sind Verbandszeitschriften?	
Überprüfung der Hypothese, Zusammenfassung	
und Schlussfolgerungen.....	383
V. Anlagen.....	407
Anhang	409
VI. Benutzte Literatur.....	433
1. Quellen.....	433
2. Netzquellen	439
3. Monographien/Sammelbände	441
4. Aufsätze, Artikel und weitere Sekundärliteratur	463
Ohne Autor.....	481