

**PRAXIS - HANDBUCH
LOBBYING**

Rechtsanwalt Dr. Christoph Vondenhoff, Jahrgang 1968, ist Leiter der Grundsatzabteilung der Confédération Européenne des Syndicats Indépendants (CESI) in Brüssel und Direktor der Akademie Europa der CESI. Wehrdienst in Italien 1988/89. Studium der Rechts- und Staatswissenschaften in Bonn und Mainz. Promotion. Referendariat. Tätigkeit in Aachener Wirtschaftskanzlei. Ab 1997 Tätigkeit für den Verband der Chemischen Industrie (VCI) in Bonn. Von 1999 bis 2004 als Referent für die Arbeitsgruppe Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit der CDU/CSU Bundestagsfraktion in Berlin tätig.

Sandra Busch-Janser, Jahrgang 1978, ist Public Affairs-Beraterin bei dimap communications, dort Leitung internationaler Public Affairs-Etats wie der deutschen Kampagne zur G8-Präsidentschaft Russlands, die 2006 den „Global Award for the best PR Campaign“ erhielt. Über mehrere Jahre Wahlbeobachterin für Europarat und OSZE. Seit 2005 zudem Geschäftsführende Gesellschafterin von polisphere – Fachverlag für Politik & Beratung. Von 2002 bis 2004 Wissenschaftliche Mitarbeiterin am Osteuropa-Institut München. Als Stipendiatin der Hanns-Seidel-Stiftung Studium der Politikwissenschaften an der Ludwig-Maximilians-Universität – Hochschule für Politik in München. Berufsbegleitende Dissertation an der Universität Duisburg-Essen.

P R A X I S - H A N D B U C H
L O B B Y I N G

von Dr. Christoph Vondenhoff
& Sandra Busch-Janser

polisphere library Berlin/München/Brüssel 2008

Die Deutsche Bibliothek – CIP-Einheitsaufnahme

Dr. Christoph Vondenhoff und Sandra Busch-Janser: Praxis-Handbuch
Lobbying. polisphere library, Berlin/München/Brüssel 2008.

ISBN 978-3-9-3845621-7

© polisphere – your gate to politics & consulting

Alle Rechte vorbehalten

Printed in Germany

Satz und Layout: polisphere, Berlin/München/Brüssel

Umschlag: Plett, Schulte und Partner, München

Herstellung: GGP media, Pößneck

INHALT

Geleitwort.....	7
Vorwort.....	9
I. EINLEITUNG.....	11
Lobbying – Eine moderne Managementdisziplin	13
II. GRUNDLAGEN DES LOBBYING.....	23
A. Was Lobbying leisten kann	25
B. Monitoring – Grundlage für Entscheidungen.....	33
C. Issues Management – Instrument des Lobbyisten in der Unternehmenskommunikation.....	43
D. Netzwerkmanagement.....	63
E. Adressaten, Verbündete und Mitbewerber des Lobbyisten	81
F. Lobbying ist Politikberatung.....	109
G. Zeitmanagement im Rechtsetzungsverfahren – Kerngeschäft des Lobbyisten	119
H. Presse- und Medienarbeit	139
I. Fallstudie: PVC – Vom Schadstoff zum Kultprodukt der Retrowelle	151
III. DER LOBBYIST.....	157
A. Lobbyist – ein moderner Managerberuf.....	159
B. Knigge für Lobbyisten	169
C. Eventmanagement	183
D. Lobbyisten können nicht alles – Über den Einsatz von Dienstleistern.....	195
E. Binnenkommunikation – Erfolge richtig verkaufen	213

IV. LOBBYING FÜR SPEZIALISTEN	227
A. Low-Budget-Lobbying – Über die Kunst aus wenig viel zu machen	229
B. Lobbying für den Mittelstand	241
C. Lobbying bei Ländern und Kommunen	251
V. LOBBYING BEI DER EUROPÄISCHEN UNION	261
A. Europäische Interessenvertretung fängt in Berlin an	263
B. Entscheidungsstandort Brüssel – Grundbegriffe	265
C. Lobbying in Brüssel	281
D. Lobbyingstrategien in Brüssel.....	293
ANHANG	305
Glossar	307
Sachregister	313
Literatur	319