

Literaturverzeichnis

- Alemann, Ulrich von (2000): Vom Korporatismus zum Lobbyismus? Die Zukunft der Verbände zwischen Globalisierung, Europäisierung und Berlinisierung. In: *Aus Politik und Zeitgeschichte*. 50, B 26-27.
- Althaus, Marco (2007) (Hrsg.): *Kampagne! 3. Neue Strategien im Grassroots Lobbying für Unternehmen und Verbände*. LIT Verlag, Berlin.
- Aslan, Ugur (2007): *Grassroots Campaigning – Hören Sie das Gras wachsen?* http://www.online-artikel.de/print.php?art_id=108, Stand: 13.10.2009.
- Attac Denmark/ Corporate Europe Observatory/ Focus on the Global South/ Friends of the Earth International/ Olichange International/ Spinwatch (2009): *Nominees. Angry Mermaid Award*. <http://www.angrymermaid.org/vote>, Stand: 24.11.2009.
- Baggott, Rob/ Allsop, Judith/ Jones, Kathryn (2004): *Representing the repressed? Health consumer groups and the national policy process*. In: *Policy and Politics*. 32(3). S. 317-331.
- Banse, Philip (2008): *Lobbyismus gut getarnt. Wie Firmen verdeckt die öffentliche Meinung beeinflussen*. In: *Deutschlandfunk*, 22.11.2008. <http://www.dradio.de/dlf/sendungen/hintergrundpolitik/880660/>, Stand: 28.04.2009.
- Bark, Marcus (2009): *Deutschland spielt in Russland erstmals auf Kunstrasen. Anders ja, aber kein Grund zur Sorge*. In: *ARDsportschau*, 06.10.2009. http://www.sportschau.de/sp/fussball/news200910/06/kunstrasen_moskau.jsp, Stand: 08.05.2010.
- Baumgartner, Frank (2007): *EU Lobbying. A View from the US*. In: *Journal of European Public Policy*. 14(3). S. 482-488.
- Becker, Jörg (2008): *Medien im Krieg*. In: *Zeit-Fragen*. Nr. 8. <http://www.zeit-fragen.ch/ausgaben/2008/nr8-vom-1722008/medien-im-krieg/>, Stand: 20.12.2008.
- Becker, Jörg/ Beham, Mira (2006): *Operation Balkan. Werbung für Krieg und Tod*. Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden.
- Beder, Sharon (1998): *Public Relations' Role in Manufacturing Artificial Grass Roots Coalitions*. In: *Public Relations Quarterly* 43(2). S. 21-23.
- Benford, Robert D./ Snow, David A. (2000): *Framing Processes and Social Movements. An Overview and Assessment*. *Annual Review of Sociology*. 26. S. 611-639
- Bennett, W. Lance/ Entman, Robert M. (2001): *Mediated Politics. Communication in the Future of Democracy*. Cambridge University Press, Cambridge.
- Bentele, Günter (2007). *Legitimität der politischen Kommunikation?* In: *Rieksmeier, Jörg (Hrsg.): Praxisbuch politische Interessenvermittlung. Instrumente – Kampagnen – Lobbying*. VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden. S. 5-14.
- Bentele, Günter (1998): *Politische Öffentlichkeitsarbeit*. In: *Sarcinelli, Ulrich (Hrsg.): Politikvermittlung und Demokratie in der Mediengesellschaft. Beiträge zur Kommunikationskultur. Bundeszentrale für politische Bildung*, Bonn. S. 124-145.
- Beyer, Jürgen (2006): *Vom Netzwerk zum Markt? Zur Kontrolle der Managementelite in Deutschland*. In: *Münkler, Herfried/ Straßenberger, Grit/ Bohlender, Matthias (Hrsg.): Deutschlands Eliten im Wandel*. Campus Verlag, Frankfurt, New York. S. 177-198.
- Beyer, Jürgen (2002): *Deutschland AG a.D.. Deutsche Bank, Allianz und das Verflechtungszentrum großer deutscher Unternehmen*. MPIfG Working Paper 02/4.

- BLS (2009): Brief an Bundeskanzlerin Angela Merkel vom 19.09.2009. <http://www.lls-nds.de/Inhalt1Aktuelles/Merkel,%20Angelika%20Bundeskanzlerin,%20Brief%20an%2009-09-19.pdf>, Stand: 30.01.2010.
- Bolten, Jürgen (2000): Sharan, Galaxy oder Alhambra. ‚Kommunikation‘ und ‚Kultur‘ als Differenzierungsmerkmale im internationalen Wettbewerb. Zu systematisch-methodischen Aspekten der kommunikationswissenschaftlichen Deskription und der kulturwissenschaftlichen Analyse am Beispiel von marketingorientierten Textsorten der US-amerikanischen, britischen, deutschen und französischen Automobilindustrie. In: Ders. (Hrsg.): Studien zur internationalen Unternehmenskommunikation. Popp, Waldsteinberg. S. 82-107.
- Bonfadelli, Heinz (2001): Medienwirkungsforschung I. Grundlagen und theoretische Perspektiven. 2. korrigierte Auflage. UVK Medien, Konstanz.
- Brettschneider, Frank (1995): Öffentliche Meinung und Politik. Eine empirische Studie des deutschen Bundestages zwischen 1949 und 1990. Westdeutscher Verlag, Opladen.
- Buholzer, René P. (2007): Herausforderungen und Lösungsansätze der politischen Unternehmenskommunikation im internationalisierten Umfeld. In: Jarren, Otfried/ Lachenmeier, Dominik/ Steiner, Adrian (Hrsg.): Entgrenzte Demokratie? Herausforderungen für die politische Interessenvermittlung. Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden. S. 199-220.
- BUND (2009): Bürgerinitiativen von der Industrie gesteuert? <http://vorort.bund.net/suedlicher-ober-rhein/tricks-der-konzerne.html>, 08.09.2009, Stand: 03.11.2009.
- Burholt, Christian/ Reulecke, Lutz (2007): Public Affairs – Rechtsberatung zum frühest möglichen Zeitpunkt. In: Rieksmeier, Jörg (Hrsg.): Praxisbuch politische Interessenvermittlung. Instrumente – Kampagnen – Lobbying. VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden. S. 106-111.
- Castells, Manuel (2002): Das Informationszeitalter II. Die Macht der Identität. Leske + Budrich, Opladen.
- Castells, Manuel (2001): Das Informationszeitalter I. Der Aufstieg der Netzwerkgesellschaft Leske + Budrich, Opladen.
- Coen, David (1999): The Impact of US Lobbying Practice on the European Business-Government relationship. In: California Management Review. 41(4). S. 27-44.
- Common Cause (2006a): Wolves in Sheep's Clothing. More Telecom Industry Front Groups and Astroturf. Common Cause Education Fund, Washington.
- Common Cause (2006b): Wolves in Sheep's Clothing. Telecom Industry Front Groups and Astroturf. Common Cause Education Fund, Washington.
- Corporate Watch UK (2003): Public Relations and Lobbying Industry. <http://www.corporatewatch.org/?lid=1570>, Stand: 02.11.2009.
- Cottmann, Tobias (2007): e-mission 55. Flagge zeigen für Klimaschutz. In: Rieksmeier, Jörg (Hrsg.): Praxisbuch: politische Interessenvermittlung. Instrumente – Kampagnen – Lobbying. VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden. S. 196-201.
- Craig, Tim (2002): Astroturf Lobbying. Community Leaders Decry Lobby Firm's Fax. Apparent support of prescription plan really a move by foes. In: The Baltimore Sun, 09.03.2002. <http://www.commondreams.org/headlines02/0309-04.htm>, Stand 02.04.2009.
- Curbach, Janina V. (2007a): Corporate Social Responsibility. Unternehmen als Adressaten und Aktivisten einer transnationalen Bewegung. In: Berliner Debatte Initial. 18(4/5). S. 65-74.
- Curbach, Janina V. (2007b): Die ‚Corporate Social Responsibility‘-Bewegung. Zur Rolle nichtstaatlicher Akteure in der Konstruktion transnationaler gesellschaftlicher Unternehmensverantwortung. Vorstellung eines Dissertationsprojektes. In: Zeitschrift für Wirtschafts- und Unternehmensethik. 8(1). S. 78-88.
- Dalton, Russell J. (2005): Citizen Politics. Public Opinion and Political Parties in Advanced Industrial Democracies. 4th Edition. CQ Press, Washington DC.
- deButts, C. Read (1995): In defense of grassroots lobbying. In: Campaigns&Elections. 16(11). S. 67, 75.

- den Hond, Frank/ de Bakker, Frank G. A. (2007): Ideologically motivated activism. How activist groups influence corporate social change activities. In: *Academy of Management Review*. 32(3). S. 901-924.
- Der Spiegel (2009): Verdeckte Blogger. PR-Kontrolleure ermitteln gegen Bauernverband. <http://www.spiegel.de/wirtschaft/0,1518,630621,00.html>, Stand: 12.01.2010.
- Der Spiegel (1995): Glaubt den Narren nicht. Nr. 35. S. 82-84.
- Deutscher Rat für Public Relations (2009a): Beschwerdekammer II – Politische Kommunikation. Akte VDB, Ratsbeschluss vom 27.06.2009.
- Deutscher Rat für Public Relations (2009b): Beschwerdekammer II – Politische Kommunikation. Akte Deutsche Bahn, Ratsbeschluss vom 07.09.2009.
- Deutscher Rat für Public Relations (2009c): Beschwerdekammer II – Politische Kommunikation. Akte Deutsche Bahn, Ratsbeschluss vom 24.08.2009.
- DiMaggio, Paul J./ Powell, Walter W. (1991): The Iron Cage Revisited. Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields. In: Dies. (Hrsg.): *The New Institutionalism in Organizational Analysis*. The University of Chicago Press, Chicago, London. S. 63-82.
- Fischer, Andrea (2009): Lobbyismus und die Parlamentarier. In: *The European*. 27.11.2009. <http://www.theeuropean.de/andrea-fischer/lobbyismus-und-die-parlamentarier2>, Stand: 02.12.2009.
- Flick, Uwe (1999): *Qualitative Forschung. Theorien, Methoden, Anwendungen in Psychologie und Sozialwissenschaften*. Rowohlt Taschenbuch Verlag, Reinbek bei Hamburg.
- Franken, Michael (1998a): Windpark – Gefahr für Leib und Seele? In: *Die Tageszeitung*, 02.07.1998. S. 18.
- Franken, Michael (Hrsg.) (1998b): *Rauher Wind? Der Organisierte Widerstand gegen die Windkraft*. Alano-Herodot-Verlag, Aachen.
- Frantz, Christiane (2005): NGOs als transnationale Interessenvertreter und Agenda Setter. In: Jarren, Otfried/ Lachenmeier, Dominik/ Steiner, Adrian (Hrsg.): *Entgrenzte Demokratie? Herausforderungen für die politische Interessenvermittlung*. Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden. S. 181-197.
- Fraser, Nancy (2007): Transnationalizing the Public Sphere. On the Legitimacy and Efficacy of Public Opinion in a Post-Westphalian World. In: *Theory, Culture & Society*. 24(4). S. 7-30.
- Fraser, Nancy (1992): Rethinking the public sphere. A contribution to the critique of actually existing democracy. In: Calhoun, Craig (Hrsg.) *Habermas and the Public Sphere*. Massachusetts Institute of Technology Press, Cambridge. S. 109-142.
- Fuchs, Christian (2008): Atomkraft – ja bitte! Getarnt als unabhängige Bürgerinitiative, verbreitet ein Lobbyverein der Energiewirtschaft Lobeshymnen über die Kernkraft. In: *Die Zeit*. Nr. 17. 17.04.2008. S. 25.
- Gall, Harald (2008): Missbrauch des Grassroots Campaignings. <http://blog.profiling-company.de/grassroots-campaigning/missbrauch-des-grassroots-campaignings/>, Stand: 28.04.2009.
- Geißel, Brigitte (2004): Responsivität und Responsivitätswahrnehmung – Thesen zu einem undurchsichtigen Verhältnis. In: *Zeitschrift für Politikwissenschaft*. 14(4). S. 1235-1255.
- Gläser, Jochen/ Laudel, Grit (2009): *Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse*. 3. überarbeitete Auflage. VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden.
- Greenpeace International (2006): Toxic Lobby. How the chemicals industry is trying to kill REACH. <http://www.greenpeace.org/raw/content/international/press/reports/toxic-lobby-how-the-chemical.pdf>, Stand: 05.05.2010.
- Grill, Markus (2007): Zweifelhafte PR. Scheinbar im Namen der Patienten. In: *Stern.de*, 13.12.2007. <http://www.stern.de/wirtschaft/familie/zweifelhafte-pr-scheinbar-im-namen-der-patienten-605158.html>, Stand: 28.01.2010.
- Habermas, Jürgen (2006): Political Communication in Media Society. Does Democracy Still Enjoy an Epistemic Dimension? The Impact of Normative Theory on Empirical Research. In: *Communication Theory*. 16. S. 411-426.

- Hasse, Raimund/ Krücken, Georg (2005): Neo-Institutionalismus. 2. vollständig überarbeitete Auflage. transcript Verlag, Bielefeld.
- Hayes, Bernadette/ Beans, Clive S. (1993): Political efficacy. A comparative study of the United States, West Germany, Great Britain and Australia. In: *European Journal of Political Research*. 23(3). S. 261-280.
- Heins, Volker (2005): Mächtige Zwerge, umstrittene Riesen. NGOs als Partner und Gegenspieler transnationaler Unternehmen und internationaler Organisationen. In: Brunnengräber, Achim/ Klein, Ansgar/ Walk, Heike (Hrsg.): NGOs im Prozess der Globalisierung. Mächtige Zwerge – umstrittene Riesen. VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden. S. 172-211.
- Hellmann, Kai-Uwe (1998): Paradigmen der Bewegungsforschung. Forschungs- und Erklärungsansätze – ein Überblick. In: Hellmann, Kai-Uwe/ Koopmans, Ruud (Hrsg.): Paradigmen der Bewegungsforschung. Entstehung und Entwicklung von Neuen sozialen Bewegungen und Rechtsextremismus. Westdeutscher Verlag, Opladen. S. 9-30.
- Hillmann, Karl-Heinz (2007): Wörterbuch der Soziologie. 5. vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage. Kröner, Stuttgart.
- Hiß, Stefanie (2007): Corporate Social Responsibility. Über die Durchsetzung von Stakeholder-Interessen im Shareholder-Kapitalismus. In: *Berliner Debatte Initial*. 18(4/5). S. 6-15.
- Hiß, Stefanie (2006): Warum übernehmen Unternehmen gesellschaftliche Verantwortung? Ein soziologischer Erklärungsversuch. Campus Verlag, Frankfurt, New York.
- Holyoke, Thomas T. (2003): Choosing Battlegrounds. Interest Group Lobbying Across Multiple Venues. In: *Political Research Quarterly*. 56(325). S. 325-336.
- Inglehart, Ronald (1977): *The Silent Revolution. Changing Values and Political Styles among Western Publics*. Princeton University Press, Princeton.
- Jarren, Otfried/ Donges, Patrick (2006): Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft. Eine Einführung. 2. überarbeitete Auflage. VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden.
- Jepperson, Ronald L. (1991): Institutions, Institutional Effects, and Institutionalism. In: Powell, Walter W./ DiMaggio, Paul J. (Hrsg.): *The New Institutionalism in Organizational Analysis*. University of Chicago Press, Chicago, London.
- Johnson, Bobbie (2009): Astroturfing. A question of trust. In: *The Guardian*, 17.09.2009. <http://www.guardian.co.uk/media/2009/sep/07/astroturfing-energy-citizens-us/print>, Stand: 11.11.2009.
- Klawitter, Nils (2009): Landwirte als Blogger. Bauernverband will Internet-Foren unterwandern. In: *SPIEGELonline*. 13.06.2009. <http://www.spiegel.de/wirtschaft/0,1518,630212,00.html>, Stand: 12.01.2010.
- Klawitter, Nils (2007a): Public Relations. Meister der Verdrehung. In: *netzwerk recherche e.V.* (Hrsg.): *Kritischer Wirtschaftsjournalismus. Analysen, Argumente, Tipps und Tricks*. S. 105-123. <http://www.netzwerkrecherche.de/docs/nr-werkstatt5-kritischer-wirtschaftsjournalismus.pdf>, Stand: 06.04.2009.
- Klawitter, Nils (2007b): Lobbyismus in der EU. In: *netzwerk recherche e.V.* (Hrsg.): *Kritischer Wirtschaftsjournalismus. Analysen, Argumente, Tipps und Tricks*. S. 132-144. <http://www.netzwerkrecherche.de/docs/nr-werkstatt5-kritischer-wirtschaftsjournalismus.pdf>, Stand: 06.04.2009.
- Kleinfeld, Ralf/ Zimmer, Annette/ Willems, Ulrich (Hrsg.) (2007): *Lobbying. Strukturen. Akteure. Strategien*. VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden.
- Klimm, Leo (2009): PR-Affäre weitet sich aus. In: *Financial Times Deutschland*. 25.06.2009. <http://www.ftd.de/unternehmen/handel-dienstleister/deutsche-bahn-pr-affaere-weitet-sich-aus/531592.html>, Stand: 26.04.2010.
- Klotz, Robert J. (2007): Internet Campaigning for Grassroots and Astroturf Support. In: *Social Science Computer Review*. 25(1). S. 3-12.
- Krauss, Dietrich (2006): Umarmung der Medien und Druck auf kritische Journalisten. In: *netzwerk-recherche e.V.* (Hrsg.): *Dunkelfeld Korruption. Herausforderungen für den Recherche Journalisten*.

- lismus. S. 106-123. http://www.netzwerkrecherche.de/dokumente/nr_doku_dunkelfeld_korruption.pdf, Stand: 06.04.2009.
- Lahusen, Christian/ Jauß, Claudia (2001): *Lobbying als Beruf*. Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden.
- Leif, Thomas/ Speth, Rudolf (2003): *Anatomie des Lobbyismus. Einführung in eine unbekannte Sphäre der Macht*. In: (Dies.) (Hrsg.): *Die stille Macht. Lobbyismus in Deutschland*. S. 7-32.
- Lewis, Jane/ Ritchie Jane (2003): *Generalising from Qualitative Research*. In: Ritchie, Jane/ Lewis, Jane (Hrsg.): *Qualitative Research Practice. A Guide for Social Science Students and Researchers*. Sage Publications, London, Thousand Oaks, New Delhi. S. 263-286.
- LobbyControl (2009a): *LobbyPlanet Berlin*. 2. unveränderte Auflage. LobbyControl, Köln.
- LobbyControl (2009b): *PR-Rat rügt EPPA GmbH und Deutsche Bahn*. Blogpost vom 07.07.2009. <http://www.lobbycontrol.de/blog/index.php/2009/07/pr-rat-rugt-eppa-gmbh-und-deutsche-bahn/>, Stand: 26.04.2010.
- LobbyControl/ Corporate Europe Observatory (2007): *Lobby Planet Brüssel*. 2. erweiterte deutsche Auflage. LobbyControl, Köln.
- Lobbying Disclosure Guidance (2009). *Effective January 1, 2008. Revised December 23, 2009*. <http://lobbyingdisclosure.house.gov/ldguidance.pdf>, Stand: 01.04.2010.
- Lord, Michael D. (2000): *Constituency-based Lobbying as Corporate Political Strategy. Testing an Agency Theory Perspective*. In: *Business and Politics*. 2(3). S. 289-308.
- Lösche, Peter (2007): *Verbände und Lobbyismus in Deutschland*. W. Kohlhammer, Stuttgart. S. 85-136.
- Lösche, Peter (2006): *Demokratie braucht Lobbying*. In: Leif, Thomas/ Speth, Rudolf (Hrsg.): *Die fünfte Gewalt. Lobbyismus in Deutschland*. Bundeszentrale für politische Bildung, Bonn.
- Lyon, Thomas P./ Maxwell, John W. (2004): *Astroturf. Interest Group Lobbying and Corporate Strategy*. In: *Journal of Economics & Management Strategy*. 13(4). S. 561-597.
- Mattingly, James E. (2006): *Radar Screens, Astroturf, and Dirty Work. A Qualitative Exploration of Structure and Process in Corporate Political Action*. In: *Business and Society Review*. 111(2). S. 193-221.
- Matyja, Miroslaw (2007): *Interessenverbände im Entscheidungsprozess der Europäischen Union*. In: Kleinfeld, Ralf/ Zimmer, Annette/ Willems, Ulrich (Hrsg.): *Lobbying. Strukturen. Akteure. Strategien*. VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden. S. 148-168.
- Meuser, Michael/ Nagel, Ulrike (2009): *Das Experteninterview – konzeptionelle Grundlagen und methodische Anlage*. In: Pickel, Susanne/ Pickel, Gert/ Lauth, Hans-Joachim/ Jahn, Detlef (Hrsg.): *Methoden der vergleichenden Politik- und Sozialwissenschaft. Neue Entwicklungen und Anwendungen*. VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden. S. 465-479.
- Meuser, Michael/ Nagel, Ulrike (2005): *ExpertInneninterviews – vielfach erprobt, wenig bedacht. Ein Beitrag zur Qualitativen Methodendiskussion*. In: Bogner, Alexander/ Littig, Beate/ Menz, Wolfgang (Hrsg.): *Das Experteninterview. Theorie, Methode, Anwendung*. 2. Auflage. VS-Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden. S. 71-93.
- Meyer, John W./ Boli, John/ Thomas, George M./ Ramirez, Francisco O. (1997): *World Society and the Nation-State*. In: *American Journal of Sociology*. 103(1). S. 144-181.
- Michalowitz, Irina (2007): *Die Rationalität europäischer Interessenvertretung. Prinzipale, Agenten und Tausch im maritimen Transport*. In: Kleinfeld, Ralf/ Zimmer, Annette/ Willems, Ulrich (Hrsg.): *Lobbying. Strukturen. Akteure. Strategien*. VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden. S. 169-195.
- Miller, David (2009): *Corporate lobbying's new frontier. From influencing policy-making to shaping public debate*. In: *Transparency International (Hrsg.): Global Corruption Report 2009*. Cambridge University Press, Cambridge. S. 39-45.
- Miller, Warren E./ Stokes, Donald E. (1963): *Constituency Influence in Congress*. In: *American Political Science Review*. 57. S. 45-56.

- Mulkern, Anne C./ Kaplun, Alex (2009): Markey Expands ACCCE Investigation From Forged Letters to Lobbying Disclosures. In: The New York Times, 26.10.2009. <http://www.nytimes.com/cwire/2009/10/26/26climatewire-markey-expands-accce-investigation-from-forg-88520.html>, Stand: 24.11.2009.
- Mølgaard Toft, Pernille/ Schroll Jespersen, Hilde (2004): Astroturf. Kunstigt græs visner ikke. In: Femø Nielsen, Mie (Hrsg.): Spin, selvfremsstilling og samfund. Public Relations som reflekterende praksis. Forlaget Samfundslitteratur, Frederiksberg. S. 131-157.
- Mølgaard Toft, Pernille (2004): Astroturf. Rundt om falske græsrodsbevægelser. <http://www.kommunikationsforum.dk/log/Pernille%20M%C3%B8lgaard%20Toft%20-%20speciale.pdf>, Stand: 24.04.2009.
- netzwerkrecherche e.V. (2008a): In der Lobby brennt noch Licht. Lobbyismus als Schatten-Management in Politik und Medien. nr-Werkstatt 12. Netzwerkrecherche e.V., Wiesbaden.
- netzwerkrecherche e.V. (2008b): Tagungsreader der Fachkonferenz ‚In der Lobby brennt noch Licht. Lobbyismus als politisches Schatten-Management‘. 19.-20.09.2008, organisiert von netzwerkrecherche e.V. mit Unterstützung der Friedrich-Ebert-Stiftung.
- O'Donovan, Orla (2005): Time to weed out the astroturf from the grassroots? Exploring the implications of pharmaceutical industry funding of patients' advocacy organisations. Paper, präsentiert im Rahmen der ISTR/ EMES European Conference, 27.-29.04.2005 Paris. http://www.emes.net/fileadmin/emes/PDF_files/ISTR_EMES_Paris/PS_6/PS6_S3/PS6_S3b_ISTR-EMES_Odonovan.pdf, Stand: 10.02.2010.
- Olényi, Sebastian (2010): Von Beruf Lobbyist. Die Überzeugungstäter. In: SPIEGELonline. 27.04.2010. <http://www.spiegel.de/unispiegel/jobundberuf/0,1518,690457,00.html>, Stand: 30.04.2010.
- Oliver, Christine (1991): Strategic Responses to Institutional Processes. In: Academy of Management Review. 16(1), S. 145-179.
- Peter, Claudia (2002): Digging up Astroturf. In: Lubbers, Eveline (Hrsg.): Battling Big Business. Countering Greenwash, Infiltration and other forms of Corporate Bullying. Greenbooks, Foxhole, Dartington, Totnes, Devon. S. 147-154.
- Phillips, Leigh (2009): Industry and greens battle over pseudoscience in EU capital. In: EUobserver, 23.09.2009. <http://euobserver.com/9/28704>, Stand: 12.01.2010.
- Priddat, Birger P./ Speth, Rudolf (2009): Das neue Lobbying von Unternehmen. Public Affairs als Netzwerkeinfluss. In: Priddat, Birger P. (Hrsg.): Politik unter Einfluss. Netzwerke, Öffentlichkeiten, Beratungen, Lobby. VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden. S. 167-217.
- Public Citizen (2007): Organizing Astroturf: Evidence Shows Bogus Grassroots Groups Hijack the Political Debate; Need for Grassroots Lobbying Disclosure Requirements. <http://www.cleanupwashington.org/documents/astroturf.pdf>, Stand: 02.04.2009.
- Public Relations Institute of Australia (2006): Where the grass is not greener. Astroturfing not an import Australia wants to grow. http://www.pria.com.au/resources/asset_id/163/cid/262/parent/0/t/resources/title/where-the-grass-is-not-greener, Stand: 02.04.2009.
- Rieksmeier, Jörg (Hrsg.) (2007): Praxisbuch politische Interessenvermittlung. Instrumente – Kampagnen – Lobbying. VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden.
- Riss, Jorgo (2010): Chemical warfare – the lobbying battle on REACH. In: ALTER-EU (Hrsg.): Bursting the Brussels Bubble. The battle to expose corporate lobbying at the heart of the EU. S. 33-47. <http://www.alter-eu.org/book/bursting-the-brussels-bubble>, Stand: 05.05.2010.
- Riss, Jorgo (2007): Alle reden über Lobbyismus – wer tut was dagegen? Probleme der EU-Lobbykratie, aus Sicht einer Umweltschutzorganisation. In: Dagger, Steffen/ Kambeck, Michael (Hrsg.): Politikberatung und Lobbying in Brüssel. VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden. S. 123-135.
- Rogers, Everett M. (1962): Diffusion of innovations. Free Press, New York.

- Roth, Roland (2005): Transnationale Demokratie. Beiträge, Möglichkeiten und Grenzen von NGOs. In: Brunnengräber, Achim/ Klein, Ansgar/ Walk, Heike (Hrsg.): NGOs im Prozess der Globalisierung. Mächtige Zwerge – umstrittene Riesen. VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden. S. 80-128.
- Savage, J. A. (1995): Astroturf Lobbying Replaces Grassroots Organizing. In: Business and Society Review. 95. S. 8-10.
- Schäfer, Velten (2009): Tief wurzelnder Kunstrasen. Die rechten Proteste gegen die Obama-Regierung arbeiten mit gefälschten Basisbewegungen. Auch in Deutschland ist das ‚Astroturfing‘ auf dem Vormarsch. In: derFreitag. 05.09.2009. <http://www.freitag.de/politik/0936-astroturfing-usa-deutschland-gefaelschteproteste>, Stand: 12.12.2009.
- Schendelen, Rinus van (2007): Trends im EU-Lobbying und in der EU-Forschung. In: Kleinfeld, Ralf/ Zimmer, Annette/ Willems, Ulrich (Hrsg.): Lobbying. Strukturen. Akteure. Strategien. VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden. S. 65-91.
- Schmidt, Holger (2009): Landwirte sollten anonym Lobby machen. In: FAZonline. 16.06.2009. <http://www.faz.net/s/RubE2C6E0BCC2F04DD787CDC274993E94C1/Doc~ED19DFCCDEE224358B9DC9F14CCF87C26~ATpl~Ecommon~Scontent.html>, Stand: 06.01.2010.
- Schnedler, Thomas (2008): Getrennte Welten? Journalismus und PR in Deutschland. Werkstatt Nr. 8. netzwerkrecherche e.V., Wiesbaden.
- Schnell, Rainer/ Hill, Paul B./ Esser, Elke (1999): Methoden der empirischen Sozialforschung. 6. völlig überarbeitete und erweiterte Auflage. R. Oldenbourg Verlag, München.
- Schreyögg, Georg (2000): Organisation. Grundlagen moderner Organisationsgestaltung. 3. Auflage. Gabler Verlag, Wiesbaden.
- Sebaldt, Martin (2007): Strukturen des Lobbying. Deutschland und die USA im Vergleich. In: Kleinfeld, Ralf/ Zimmer, Annette/ Willems, Ulrich (Hrsg.): Lobbying. Strukturen. Akteure. Strategien. VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden. S. 92-123.
- Sebaldt, Martin/ Straßner, Alexander (2004): Verbände in der Bundesrepublik Deutschland. VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden.
- Showalter, Amy/ Fleisher, Craig S. (2007): The Tools and Techniques of Public Affairs. In: Harris, Phil/ Fleisher, Craig S. (Hrsg.): The Handbook of Public Affairs. 2. Auflage. Sage Publications, London, Thousand Oaks, New Delhi, Singapore. S. 109-122.
- Speth, Rudolf (2010): Corporate Citizenship als strategische Partnerschaften, Lobbying und Regierungsbeziehungen. In: Backhaus-Maul, Holger/ Biedermann, Christiane/ Nährlich, Stefan/ Polterauer, Judith (Hrsg.): Corporate Citizenship in Deutschland. Gesellschaftliches Engagement von Unternehmen. Bilanz und Perspektiven. 2. Aktualisierte und erweiterte Auflage. VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden. S. 339-352.
- Speth, Rudolf (2006): Wege und Entwicklungen in der Interessenpolitik. In: Leif, Thomas/ Speth, Rudolf (Hrsg.): Die fünfte Gewalt. Lobbyismus in Deutschland. Bundeszentrale für politische Bildung, Bonn. S. 38-52.
- Stamm, Karl-Heinz (1988): Alternative Öffentlichkeit. Die Erfahrungsproduktion neuer sozialer Bewegungen. Campus Verlag, Frankfurt, New York.
- Stauber, John/ Rampton, Sheldon (2006): Giftmüll macht schlank. Medienprofis, Spin Doctors, PR-Wizards. Die Wahrheit über die Public-Relations-Industrie. Orange Press, Freiburg.
- Strothmann, L./ Sander, L. (2010): Stromanbieter tarnt Werbeaktion als Demo. Kunstschnee gegen den Klimawandel. In: tazonline. 22.01.2010. <http://www.taz.de/1/berlin/artikel/1/kunstschnee-gegen-den-klimawandel/>, Stand: 21.03.2010.
- Titley, Simon (2007): The Rise of the NGOs in the EU. In: Harris, Phil/ Fleisher, Craig S. (Hrsg.): The Handbook of Public Affairs. 2. Auflage. Sage Publications, London, Thousand Oaks, New Delhi, Singapore. S. 215-223.
- Toiviainen, Hanna K./ Vuorenkoski, Lauri/ Hemminki, Elina (2004): Survey on Finnish patient organizations shows economic and other interactions with drug industry. First annual meeting

- of Health Technology Assessment International. Krakow, Poland, 30.05.-02.06.2004. http://groups.stakes.fi/NR/rdonlyres/849CCCD8-2A68-440C-9CD3-EA1DE0CAD750/4043/Hanna_Krakova04.pdf, Stand: 03.04.2010.
- trndAG (2009): Buzzador, BzzAgent und trnd schmieden erstes internationales Network für Word-of-Mouth Marketing. In: <http://www.openpr.de/news/272482/Buzzador-BzzAgent-und-trnd-schmieden-erstes-internationales-Network-fuer-Word-of-Mouth-Marketing.html>, Stand: 28.01.2010.
- Voss, Kathrin (2010): Grassrootscampaigning und Chancen durch neue Medien. In: *Aus Politik und Zeitgeschichte*. 19/2010. Bundeszentrale für politische Bildung, Bonn. S. 28-33.
- Walgenbach, Peter/ Meyer, Renate (2008): *Neoinstitutionalistische Organisationstheorie*. Verlag W. Kohlhammer, Stuttgart.
- Walker, Edward T. (2009): Privatizing Participation. Civic Change and the Organizational Dynamics of Grassroots Lobbying. *American Sociological Review* 74(1). S. 83-105.
- Walter, Melanie (1997): *Politische Responsivität – Messungsprobleme am Beispiel kommunaler Sportpolitik*. Universitätsverlag, Wiesbaden.
- Wehrmann, Iris (2007): Lobbying in Deutschland. Begriffe und Trends. In: Kleinfeld, Ralf/ Zimmer, Annette/ Willems, Ulrich (Hrsg.): *Lobbying. Strukturen. Akteure. Strategien*. VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden. S. 36-64.
- Winter, Thomas von (2007): Asymmetrien der verbandlichen Interessenvermittlung. In: Kleinfeld, Ralf/ Zimmer, Annette/ Willems, Ulrich (Hrsg.): *Lobbying. Strukturen. Akteure. Strategien*. VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden. S. 217-239.
- Winter, Thomas von (2004): Vom Korporatismus zum Lobbyismus. Paradigmenwechsel in Theorie und Analyse der Interessenvermittlung. In: *Zeitschrift für Parlamentsfragen*. 4(4). VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden. S. 761-776.
- Wittke, Ulla/ Conzelmann, Britta/ Schlicht, Anja (2007): Stakeholder Management. In: Rieksmeier, Jörg (Hrsg.): *Praxisbuch politische Interessenvermittlung. Instrumente – Kampagnen – Lobbying*. VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden. S. 51-57.
- Welt, Ralf (2007): Der politische Salon. In: Rieksmeier, Jörg (Hrsg.): *Praxisbuch politische Interessenvermittlung. Instrumente – Kampagnen – Lobbying*. VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden. S. 119-127.
- Zitty (2010): *Das Hauptstadtmagazin*. 2(34). 14.01.2010.
- Zucker, Lynne G. (1977): The Role of Institutionalization in Cultural Persistence. In: *American Sociological Review*. 42. S. 726-743.

Anhang

Interviewleitfaden

- *Was verstehen Sie unter Astroturf?*

Haben Sie den Begriff Astroturf schon einmal gehört? Sagt Ihnen der Begriff etwas? (Falls nein: Projektbeschreibung und Astroturfdefinitionsrahmen, z.B. Astroturf bezeichnet bürgerschaftliche Zusammenschlüsse, die scheinbar auf basispolitischer Ebene agieren. Tatsächlich jedoch werden diese im Wesentlichen durch Public-Relations-Agenturen bzw. Akteure politischer Interessenvertretung, z.B. Unternehmen oder Wirtschaftsverbände, konzipiert, gegründet und/oder finanziert, um das Erreichen derer spezifischen Organisationsziele zu unterstützen.) Wann trat aus Ihrer Sicht das Phänomen Astroturf erstmals auf? Womit (z.B. mit welchen Themen, Branchen, Medien etc.) assoziieren Sie bzw. bringen Sie Astroturf in Verbindung? Anhand welcher Merkmale würden Sie Astroturf charakterisieren?

- *Welche Rolle spielt Astroturf für Sie bzw. Ihre Organisation?*

Wie stark prägt Astroturf Ihre tägliche Arbeit? Wie geht Ihre Organisation mit Astroturf um? Wie mobilisiert Ihre Organisation (Mitstreiter, Meinungen usw.)? Wie verbreitet Ihre Organisation Ihre Standpunkte und setzt Ihre Ziele durch? Wendet Ihre Organisation selbst Astroturfstrategien an?

- *Wie beurteilen Sie Entwicklung und Potential von Astroturf in Deutschland?*

Von wem wird Astroturf in Deutschland praktiziert? Weshalb glauben Sie, wird Astroturf eingesetzt? Ist Astroturf eine häufige Kommunikationsstrategie in Deutschland? Wird Astroturf als Phänomen in Deutschland diskutiert? Wie würden Sie die Annahme werten, dass sich Astroturf als Merkmal der Veränderungsprozesse in der bisher üblichen Interessenvertretungspraxis ereignet? Wie schätzen Sie eventuelle Unterschiede von Astroturf in Deutschland im Vergleich zu Astroturf auf der EU-Ebene und in den USA ein?

- *SWOT-Analyse von Astroturf*

Welche Herausforderungen und Risiken ergeben sich durch das Phänomen Astroturf (v.a. im Hinblick auf Wirtschaft, Politik, Zivilgesellschaft, NGOs, Medien, Interessenvertretungspraxis in Deutschland)? Welche Chancen und Möglichkeiten bietet Astroturf (v.a. im Hinblick auf Wirtschaft, Politik, Zivilgesellschaft, NGOs, Medien, Interessenvertretungspraxis in Deutschland)? Welche Vor- und Nachteile sind mit Astroturf für Unternehmen, NGOs, Ihre Organisation verbunden? Weshalb würde jemand Astroturf einer anderen Kommunikationsstrategie vorziehen? Welche Auswirkungen auf Astroturf hätte eine Transparenzregelung, z.B. ein verpflichtendes Lobbyregister des Bundestages?

- *Generelle Anmerkungen*

Wen könnte ich noch ansprechen? Was wären aus Ihrer Sicht interessante Fallbeispiele?