



Lobbying in der Schweiz

PARTIKULÄRINTERESSEN
UNTER DER BUNDESKUPPEL

Herausgegeben von
Othmar Baeriswyl

VERLAG MEDIATA SA, VILLARS-SUR-GLÂNE

Vorwort

Louis Bosshart

Dr. phil. I., Professor für Medien- und Kommunikationswissenschaften an der Universität Fribourg.

Lobbying: Ein theoretischer Augenschein

Monika Spring

Kommunikationschefin CVP Schweiz.

Typisch helvetisch!

Othmar Baeriswyl

Dr. phil. I., selbständiger PR-Berater und Dozent an der Universität Fribourg.

Professionalisierung als Maxime

Renatus Gallati

Dr. rer. pol., selbständiger Wirtschaftsberater.

Lobbying für Wirtschaftsverbände

Kuno Hämmisegger

Delegierter der Schweizerischen Bankiervereinigung (SBVg) für Public Affairs, Vorstandsmitglied der Schweizerischen Public Affairs-Gesellschaft SPAG.

Wie viel Lobbying braucht Demokratie

Edgar Fasel

lic. iur., selbständiger Berater für Kommunikationsfragen.

Der Einfluss des Lobbyings auf politische Entscheidungsfindungen aus Sicht einer Parlamentarierin

Christa Markwalder

Nationalrätin, freie Mitarbeiterin am Institut für Europa- und Wirtschaftsvölkerrecht der Universität Bern.

Lobbyisten im Ratssaal

Pascale Bruderer

Nationalrätin, Präsidentin der Gesundheitsligenkonferenz Schweiz.

Profil eines Lobbyisten

Lea Hellmüller und Regina Michel

Studentinnen für Medien- und Kommunikationswissenschaften an der Universität Fribourg.

In der Schweiz spricht man nicht gerne über Einkommen und Besitz. Man bleibt auch diskret, wenn es um Lobbying geht. Aber wenn es in den Medien thematisiert wird, werden Politiker beschimpft, «Verfilzungen» aufgedeckt oder «Strippenzieher entblösst». Und dabei ist die Schweiz aufgrund ihrer überschaubaren Grösse, des Milizsystems, des Föderalismus und der Demokratie gerade dazu prädestiniert, dass so genannte Partikularinteressen in die politische Entscheidungsfindung mit einfließen.

Die in diesem Buch enthaltenen Beiträge setzen sich mit der typisch helvetischen Interessenvertretung unter der Bundeskuppel auseinander. Dabei kommen verschiedene Perspektiven und auch unterschiedliche Werthaltungen zur Sprache.

Die Publikation kann nicht alle Fragen beantworten, die sich bei einer intensiven Auseinandersetzung mit diesem Thema stellen. Die Beiträge der Kommunikationsspezialisten, Politikerinnen und der Akademikerinnen sollen vielmehr dazu anspornen, sich intensiver und offener mit dem Wesen von Lobbying auseinander zu setzen. Es soll nicht zuletzt dazu beitragen, dass Diskussionen über die Vertretung so genannter Partikularinteressen vermehrt auf einer sachlichen Basis stattfinden und weniger von emotionalen Vorurteilen geleitet werden.



Bestellformular «Lobbying in der Schweiz»

Ich bestelle _____ Exemplar(e) zu 39.– CHF (+ Porto)

Name: _____ Vorname: _____

Strasse: _____ PLZ, Ort: _____

Firma: _____ E-Mail: _____

Tel.: _____

Datum, Ort: _____ Unterschrift: _____

Bestellung per Post an mediata sa, Postfach 47, 1752 Villars-sur-Glâne
oder per Fax an +41 (0)26 4000434 oder per E-Mail an office@mediata.ch senden

Verlag mediata sa

Postfach 47

Rte du Bugnon 47

1752 Villars-sur-Glâne

Tel.: +41 (0)26 4000430

Fax: +41 (0)26 4000434

E-Mail: office@mediata.ch

Web: <http://www.mediata.ch>

Bitte
frankieren

Verlag mediata sa

Postfach 47

1752 Villars-sur-Glâne