https://gen-ethisches-netzwerk.de/node/3398

Gen-ethischer Informationsdienst

„Lobbyismus muss reguliert werden“

Ein Blick in den bundesdeutschen Lobbydschungel

AutorIn
Christina Deckwirth

Seit 2005 wirft der Verein *LobbyControl* einen kritischen Blick in den bundesdeutschen Lobby-Dschungel und klärt auf über Denkfabriken, Netzwerke, wirtschaftsnahe Kampagnen und die Tricks der PR-Agenturen. Unter anderem setzt er sich für die Einführung eines verpflichtenden Lobbyregisters ein. Der GID sprach mit Campaignerin Christina Deckwirth über die Forderung nach Transparenz und über sinnvolle Möglichkeiten, Lobbyismus zu regulieren.

(pdf)

Frau Deckwirth, Sie beschäftigen sich seit fünf Jahren bei Lobbycontrol kritisch mit Lobbyismus. Was ist das eigentlich?

Beim Lobbyismus geht es um die Einflussnahme auf die Politik, also auf Gesetzgebungsverfahren, durch Dritte - also durch alle möglichen Interessenvertreter oder Interessenvertretungen. Lobbyismus wird ja häufig mit Lobbyismus aus der Wirtschaft in Verbindung gebracht, aber Lobbyismus umfasst wirklich alle gesellschaftlichen Gruppen: Wirtschaftsverbände, Gewerkschaften, aber auch Umweltverbände, Verbraucherverbände, Sozialverbände und so weiter. Auch Unternehmen und Lobby-Agenturen, und auch Einzelpersonen, sofern sie in irgendeiner Form organisiert sind. Wenn jetzt einfach der Bürger den Politiker anruft und was möchte, das ist natürlich keine Form des Lobbyismus.

Und wie funktioniert Lobbyismus in der Praxis?

Wir unterscheiden zwischen direktem und indirektem Lobbyismus: Der direkte Lobbyismus ist der klassische Lobbyismus, an den man sicherlich als erstes denkt: Hinterzimmergespräche, Stellungnahmen schreiben, Politiker zu Treffen einladen, als Lobbyist selbst in den Bundestag oder in Ministerien gehen, oder als Sachverständiger bei Anhörungen auftreten. Der indirekte Lobbyismus hingegen ist ein Lobbyismus, der über Bande geht: Er richtet sich an verschiedene Formen der Öffentlichkeit und versucht so, indirekt auf politische Prozesse Einfluss zu nehmen. Da geht es um Pressearbeit, also zum Beispiel Studien zu lancieren

mit dem Ziel, dass deren Ergebnisse dann von Presse-Organen aufgenommen werden, oder auch Grafiken zu produzieren. Der indirekte Lobbyismus richtet sich auch über Plakataktionen zum Beispiel an die ganz breite Öffentlichkeit, oder auch an die Wissenschaft. Was wir viel beobachten, ist zudem Lobbyismus an Schulen, also wo wirklich schon Kinder beeinflusst werden. Auch da geht es darum, bei den Kindern und ihren Eltern und Lehrern ein positives Bild des Unternehmens zu verankern, was dann auch Rückwirkungen auf die Politik haben kann, wenn etwa ein Gesetz diskutiert wird, von dem das Unternehmen profitieren könnte.

Gibt es Formen des Lobbyismus, die legitimer sind als andere? Wo ist eine Grenze erreicht, jenseits derer Sie Lobbyismus für nicht mehr akzeptabel halten?

Lobbyismus per se ist erstmal weder gut noch böse, sondern gehört zur Demokratie dazu. Also Lobbyismus im Sinne von einfacher Interessensvertretung, denn es ist wichtig für die Politik, sich Meinungen und auch Expertise von außen heranzuholen, und da sind natürlich die organisierten gesellschaftlichen Kräfte zunächst auch wichtige Ansprechpartner. Problematisch wird Lobbyismus dann, wenn er intransparent ist, also wenn nicht genau nachvollziehbar ist, wer zum Beispiel für wen spricht oder mit welchen Budgets hantiert wird. Lobbyismus wird auch dann problematisch, wenn nach außen etwas anderes vermittelt wird, als es von der Politik verlangt wird. Also das berühmte Greenwashing zum Beispiel: Man gibt sich als grünes Unternehmen, aber wenn es dann um Gesetzesentwürfe geht, setzt man sich doch gegen den Klimaschutz ein. Und, das geht ein bisschen in dieselbe Richtung, Lobbyismus ist auch dann problematisch, wenn er irgendwie irreführend oder manipulativ wird: wenn Sachen verdreht oder anders dargestellt werden, oder wenn Tatsachen verschwiegen werden. Und Lobbyismus ist auch insgesamt problematisch, weil die Interessenvertretung nicht so funktioniert, dass sich alle gleichermaßen äußern können und auch alle gleichermaßen angehört werden. Es gibt einige gesellschaftliche Gruppen - und das sind vor allem Unternehmen und Wirtschaftsverbände - die über sehr viel mehr Ressourcen verfügen als etwa Umweltorganisationen oder Sozialverbände. Diese großen finanz- und ressourcenstarken Interessengruppen verfügen einfach über viel bessere Zugänge und über viel mehr Möglichkeiten, sich Gehör zu verschaffen. Das führt auch zu einem Ungleichgewicht bei der politischen Entscheidung.

Gibt es ein aktuelles Beispiele für dieses Ungleichgewicht?

Ich finde, der Diesel-Skandal ist ein gutes Beispiel. Da geht es ja um Verkehrspolitik, und die müsste natürlich eigentlich sehr viele gesellschaftliche Gruppen umfassen: Umwelt spielt da eine große Rolle, Verbraucherschutz spielt da eine große Rolle, Arbeitnehmer-Interessen spielen eine große Rolle, und dann natürlich auch die Unternehmen und die Wirtschaftsverbände. Wenn man sich jetzt aber anschaut, mit wem die Bundesregierung eigentlich über Auto- und Verkehrspolitik redet - dann sind das vor allem die Unternehmen und der VDA, also der große *Verband der Automobilindustrie*.

Zu Ihren konkreten Forderungen gehört die Einführung eines Lobbyregisters. Dazu hat LobbyControl zusammen mit abgeordnetenwatch.de kürzlich einen Gesetzesvorschlag vorgelegt.[1] Worum geht es da genau?

Es gibt einerseits viel Unterstützung für die Einführung eines Lobbyregisters, auch im Bundestag. Andererseits kommt vor allem von Seiten der CDU/CSU viel Kritik. Häufig ist dabei offensichtlich, dass sich die Abgeordneten eigentlich gar nicht richtig mit dem Thema auseinander gesetzt haben und gar nicht wissen, wie so ein Register eigentlich aussehen soll. Deswegen war unsere Idee, einfach mal einen konkreten Entwurf vorzulegen - nur dann kann auch wirklich Klartext geredet werden.

Was ist die zentrale Idee hinter dem Lobbyregister?

Lobbyismus muss reguliert werden. Dazu gehört Transparenz, und um die zu erreichen ist das Lobbyregister unsere zentrale Forderung. Es geht darum, dass sich Lobbyisten registrieren müssen und dass sie offenlegen müssen, wieviel Geld sie für Lobby-Arbeit ausgeben und in welchen Bereichen sie aktiv sind. Wenn es sich um Lobby-Agenturen handelt, müssen die auch ihre Kunden offenlegen, damit überhaupt nachvollziehbar ist, wer Lobby-Arbeit macht. Das dient der Öffentlichkeit, aber natürlich auch interessierten Journalisten, die diese Informationen dann aufbereiten könnten. Ziel ist es ja, Transparenz zu schaffen, und Transparenz dient eben der Kritik und der Kontrolle. Nur was ich beobachten kann, kann ich überhaupt kommentieren, kritisieren, oder vielleicht als Bürgerin oder NGO auch versuchen, dagegen vorzugehen. Ich kann es öffentlich machen, ich kann eine öffentliche Debatte darüber anregen. Und gerade im Bereich Lobbyismus ist die öffentliche Debatte für uns sehr wichtig, denn die führt dann auch zu Veränderungen. Das zeigt zum Beispiel TTIP. Das Lobbyregister dient aber ganz konkret auch der Politik selbst. Teilweise wissen auch Bundestagsabgeordnete manchmal gar nicht, mit wem sie es da eigentlich zu tun haben oder für wen eine bestimmte Organisation steht. Das Lobbyregister ist also unsere wichtigste Transparenz-Forderung, aber Transparenz umfasst noch mehr.

Zum Beispiel?

Zum Beispiel bei der Parteienfinanzierung: Wir fordern, dass Parteispenden ab einer bestimmten Höhe offengelegt werden müssen. Transparenz ist aber nur das Eine, Transparenz ist wichtig, um Kritik und Kontrolle zu ermöglichen. Aber wir brauchen auch Schranken, also ganz klare Grenzen, was Lobbyismus angeht. Und da kommen wir bei der Parteienfinanzierung zum Beispiel zur Forderung nach Obergrenzen: Wir wollen, dass Parteispenden begrenzt werden auf 50.000 Euro pro Spender und Jahr. Wir fordern auch Grenzen für Seitenwechsler, das wurde im letzten Jahr breit diskutiert, die sogenannte Karenzzeit-Regelung oder Abkühl-Phase: Politiker, die in Lobby-Jobs wechseln, sollen das nicht nahtlos tun dürfen, sondern erst nach einer dreijährigen Karenzzeit. Ein bis eineinhalb Jahre wurden mittlerweile eingeführt - ein kleiner Fortschritt, aber wir fordern noch klarere Regelungen.

Wie steht Deutschland eigentlich im internationalen Vergleich da, wenn es um die Regulierung von Lobbyismus geht?

Ein interessanter Vergleich für uns ist immer der mit den USA. Die USA würde man vielleicht nicht damit verbinden, dass sie besonders fortschrittlich sind, was Lobby-Regulierung angeht, aber das ist falsch. In den USA gibt es ein Lobbyregister, das sehr viele Informationen hergibt und gut ausgewertet werden kann. Das ist ein wirkliches Vorbild für uns und ein hilfreiches Beispiel, auf das wir uns auch berufen können. In Europa gibt es vor allem in den jüngeren Demokratien Mittel- und Osteuropas Lobbyregister, die in den Neunziger Jahren eingeführt wurden, aber auch in einigen anderen Ländern wie Irland oder Österreich. Es gibt auch viele Länder ohne Lobbyregister, Frankreich zum Beispiel. Daher würde ich sagen, dass Deutschland in Bezug auf die Lobbyismus-Regulierung eher so im Mittelfeld liegt. Ich würde auch sagen, dass sich hierzulande durchaus einiges getan hat in den letzten Jahren, wir haben hier mittlerweile - auch bedingt durch verschiedene Lobby-Skandale in den letzten Jahren - eine kritische Öffentlichkeit zu Lobbyismus-Themen. Aber beim Thema Lobbyregister gibt es leider immer noch keine Regelung, weil die Union hier noch blockiert.

Gibt es Branchen, die intensiver oder erfolgreicher Lobbying betreiben als andere?

In Deutschland gehört sicherlich die Automobilindustrie zu den stärksten, mächtigsten und einflussreichsten Lobby-Akteuren. Ganz allgemein wird aus denjenigen Branchen besonders intensiv Lobbying betrieben, die viel von Regulierung betroffen sind. Also zum Beispiel Klimaschutz-Regelungen im Verkehrsbereich, oder Verbraucherschutz- oder Gesundheitsschutz-Regelungen in der Pharma-Industrie. Diese Branchen haben sozusagen einen Anlass dafür, die Bundesregierung zu lobbyieren mit dem Ziel, solche Regelungen abzuwehren. Auch auf EU-Ebene gehören die Auto- und die Pharma-Lobby zu den stärksten Akteuren. Ihre Lobbyverbände stehen daher auf der Kandidatenliste für unseren *Democracy for Sale*-Preis, den wir im Oktober gemeinsam mit anderen Organisationen vergeben werden: Ein Negativpreis für diejenigen, die im Rahmen der TTIP-Verhandlungen am dreistesten lobbyiert haben.2

Gibt es einen aktuellen Trend oder aktuelle Veränderungen beim Ausüben vom Lobbyismus? Ich habe zum Beispiel den Eindruck, dass der indirekte Lobbyismus in den letzten Jahren an Bedeutung gewinnt und die Beeinflussung der öffentlichen Meinung immer wichtiger wird.

Die Beeinflussung der öffentlichen Meinung gab es auch vorher schon, das ist jetzt nicht unbedingt neu. Was aber neu ist, sind einige Akteure. Der klassische Verbände-Staat, also das korporatistische Modell - dass also Wirtschaftsverbände, Gewerkschaften und der Staat miteinander verhandeln - löst sich so ein bisschen auf. Zu diesem korporatistischen Modell sind neue Akteure dazu gekommen, zum Beispiel die Unternehmen selbst. Mittlerweile haben ja fast alle großen Unternehmen eine eigene Lobby-Repräsentanz in Berlin, und in Brüssel natürlich auch. Weitere neuere Akteure sind die Agenturen, also so genannte Lobbyismus-Agenturen, die teilweise auch auf dem Gebiet der Werbung aktiv sind - also sowohl PR (*Public Relations*) als auch PA (*Public Affairs*) betreiben. Auch Anwaltskanzleien gehören zu den neueren Akteuren. Die machen eben nicht mehr nur die rein juristische Beratung, sondern gehen bei ihrer Beratung auch in das politische Feld über. Eine weitere neuere Entwicklungen ist natürlich der Lobbyismus im Netz, also dass die Öffentlichkeit auch vermehrt über Blogs oder über Social Media angesprochen wird.

Noch eine letzte Frage: Wie sollten Bundestagsabgeordnete Ihrer Ansicht nach mit Lobbyismus umgehen? Manche Abgeordnete veröffentlichen ja beispielsweise all ihre Lobby-Termine auf ihrer Webseite, ist das eine sinnvolle Maßnahme?

Wir finden es grundsätzlich nicht schlecht wenn jemand so was macht, es ist interessant und lobenswert. Kontakte offenzulegen kann hilfreich sein, aber es gibt da auch Probleme, beispielsweise bei Treffen mit Whistleblowern. Wenn gleich viele Treffen mit gegensätzlichen Interessensgruppen stattfinden, am Ende aber doch der einen Gruppe mehr Gehör geschenkt wird, kann diese Offenlegung außerdem ein Gleichgewicht vorgaukeln, das so gar nicht existiert. Daher ist die Offenlegung der Termine keine Forderung von uns. Sondern wir wünschen uns, dass Abgeordnete die unterschiedlichen Gruppen gleichermaßen anhören und natürlich auch gleichermaßen berücksichtigen. Und genau hinschauen: Für wen spricht denn eine Organisation, wessen Interessen vertritt die? Das liegt natürlich in der Verantwortung der einzelnen Politiker. Außerdem wünschen wir uns natürlich von den Abgeordneten, dass sie sich für die Einführung des Lobbyregisters einsetzen.

Frau Deckwirth, wir danken Ihnen sehr herzlich für das Gespräch.

Das Interview führte Anne Bundschuh.

- 1Der Geseztesentwurf zum Lobbyregister kann online angesehen und kommentiert werden unter www.lobbyregister.org.

- 2Mehr zum Democracy for Sale-Preis sowie die Möglichkeit zur Online-Abstimmung findet sich unter www.democracyforsale.eu/de.

Informationen zur Veröffentlichung

Erschienen in:
GID Ausgabe 238 vom November 2016
Seite 19 - 21