

Gerhard Göhler/Katrin Grothe/
Cornelia Schmalz-Jacobsen/Christian Walther (Hrsg.)



Public Affairs

Die neue Welt
des Lobbyismus

Mit Beiträgen von
Peter Lösche
Marianne Tritz
Christine Kolmar
Andrea Fischer
Wolf-Dieter Zumpfort
Heiko Kretschmer
Dominik Meier
Nina Katzemich
Helena Kane Finn
Gesine Schwan

**OSI
CLUB**

Verein der Freundinnen und Freunde
des Otto-Suhr-Instituts e.V.

Edition OSI-Club

PETER LANG

Internationaler Verlag der Wissenschaften

Public Affairs

Gerhard Göhler/Katrin Grothe/
Cornelia Schmalz-Jacobsen / Christian Walther (Hrsg.)

Public Affairs

Die neue Welt des Lobbyismus

Redaktion:

Katrin Grothe, Ina-Maria Maahs
und Deniz Üster

Redaktionelle Mitarbeit:

Philipp Koch und Antonia Stahl



PETER LANG

Frankfurt am Main · Berlin · Bern · Bruxelles · New York · Oxford · Wien

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

ISBN 978-3-653-01571-3 (E-Book)

DOI 10.3726/978-3-653-01571-3

ISBN 978-3-631-61345-0 (Print)

© Peter Lang GmbH

Internationaler Verlag der Wissenschaften

Frankfurt am Main 2012

Alle Rechte vorbehalten.

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

www.peterlang.de

Inhalt

Vorwort der Herausgeber	7
Prof. Dr. Peter Lösche <i>Lobbyismus – Gefährdung oder Stärkung der parlamentarischen Demokratie?</i>	9
Marianne Tritz <i>Thank you for smoking! Fiktion und Wirklichkeit des Zigarettenlobbyings</i>	19
Dr. Christine Kolmar <i>WWF – politische Kraft mit Nachhaltigkeit</i>	35
Andrea Fischer <i>Aus dem Inneren des Haifischbeckens: Erfahrungen mit Lobbyismus in der Gesundheitspolitik</i>	41
Dr. Wolf-Dieter Zumpfort <i>Die Arbeit der TUI-Konzernrepräsentanz – Lobbying für die Liberalisierung des Welthandels</i>	51
Heiko Kretschmer <i>Interessenvertretung im Interesse des Kunden – Rolle und Aufgaben der politischen Kommunikationsberatung</i>	57
Dominik Meier <i>Zwischen Transparenz und Diskretion – professionelle Politikberatung in Deutschland</i>	67
Nina Katzemich <i>Ungleiche Ressourcen, intransparente Methoden – warum Transparenz und Schranken für den Lobbyismus notwendig sind</i>	75
Dr. Helena Kane Finn <i>Smart Power und die Kunst der Diplomatie</i>	85
Prof. Dr. Gesine Schwan <i>Demokratie oder Lobby? Zur Artikulation gesellschaftlicher Interessen in der Politik</i>	93

Vorwort der Herausgeber

Glaut man Schätzungen, sind derzeit rund 5000 Lobbyisten in Berlin aktiv. Abseits der Öffentlichkeit betreiben diese „Einflüsterer“ ihr Geschäft, so heißt es, kaum jemand kenne ihr Gesicht. Und trotzdem wird die Straße „Unter den Linden“ mittlerweile spöttisch „Unter den Lobbyisten“ genannt. Denn zehn Jahre nach dem Umzug von Parlament und Regierung aus Bonn haben sich dort und in den umliegenden Straßen zahlreiche Büros von Verbänden, Unternehmen und Agenturen angesiedelt. Hinzu kommen international agierende Kanzleien und Unternehmensberatungen, Botschaften, Stiftungen und NGOs. Damit gilt Berlin als das Zentrum einer nicht neuen, aber in dieser Dimension unbekannteren Branche.

Den heterogenen Akteuren dieser Branche ist eines gemein: Sie versuchen in Berlin ihre Interessen gegenüber der Politik, der Gesellschaft sowie dem Journalismus zu vermitteln – selten mit dem Etikett „Lobbyismus“, oft unter dem Namen „Öffentlichkeitsarbeit“ und immer öfter unter dem Label *Public Affairs*.

Was aber macht ein Lobbyist eigentlich genau? Trifft das Klischee von rauchenden alten Herren in dunklen Hinterzimmern noch immer zu – oder hat sich die Branche seit dem Umzug von Bonn nach Berlin geändert? Und: Ist Lobbyismus ein notwendiger Bestandteil der Demokratie – oder die Dominanz partikularer Interessen über das Gemeinwohl? Muss die Public-Affairs-Sphäre kontrolliert und reglementiert werden oder reichen Selbstregulierungsmechanismen aus?

Diese und andere Fragen waren Anlass genug für den *OSI-Club*, diesem kontroversen Thema mit einer Ringvorlesung am *Otto-Suhr-Institut* der *Freien Universität Berlin* nachzugehen. Von der Zigarettenlobby bis zum Kampf für den Erhalt des Urwalds – die Ringvorlesung im Sommer 2010 machte deutlich, dass Interessenvertretung viele Gesichter hat.

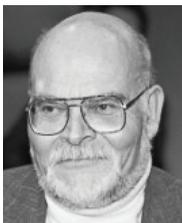
Die Vorträge von Vertretern aus Politik, Wirtschaft und Wissenschaft wurden anschließend für den Druck in der *Edition OSI-Club* transkribiert. Auf größere Änderungen und Ergänzungen wurde verzichtet, um sie möglichst authentisch und zeitnah zu präsentieren.

Die Herausgeber danken der *Friedrich-Naumann-Stiftung für die Freiheit* für ihre Kooperation, vor allem aber den Referentinnen und Referenten, die mit ihrer Zeit, ihrem Wissen und dem Verzicht auf Honorar die Ringvorlesung und die Publikation ermöglicht haben.

Gerhard Göhler, Katrin Grothe, Cornelia Schmalz-Jacobsen, Christian Walther

Prof. Dr. Peter Lösche

Lobbyismus – Gefährdung oder Stärkung der parlamentarischen Demokratie?



Lobbyismus – Gefährdung der parlamentarischen Demokratie oder Stärkung der parlamentarischen Demokratie? Wenn sie Hans Jürgen Papier, Präsident des Bundesverfassungsgerichtes im Ruhestand, dazu befragen, dann würde dieser sagen, Lobbyismus ist eine Gefährdung der Demokratie. Lobbyismus, das wissen wir alle, ist ein anrüchiger Begriff. Die Assoziationen, die sich einstellen, wenn man diesen Begriff hört, sind illegitime Interessen, heimliche Macht, Korruption, Patronage gegen das Gemeinwohl. Interessen, die den Staat kolonialisieren, Herrschaft des Kapitals, Herrschaft der Verbände. Dies alles sind Mystifikationen. Der Begriff Lobbyismus mobilisiert Vorurteile, Emotionen, obrigkeitstaatliche deutsche politische Kultur. Ernst Fraenkel, den man ja tunlichst zitieren kann hier im Haus, hat von ‚Verbandsprüderie‘ gesprochen, der, wenn sie so wollen, Zwillingsschwester des ‚Antiparteienaffektes‘.

Und immer wieder wird der Lobbyismus in einen falschen Kontext gestellt. In der SPD-Fraktion des Bundestages in der vorherigen Legislaturperiode gab Günter Grass sich die Ehre. Natürlich war die Fraktion begeistert, Grass wieder einmal bei sich zu haben. Grass sagte u.a.: „Können Sie nicht endlich etwas dafür tun, das die Schriftsteller sozial besser gestellt sind, dass der Schriftstellerverband anerkannt wird als Interessenvertretung der Schriftsteller.“ Drei Minuten später sagte er: „Lobbyisten dürfen nicht in den Reichstag. Nehmen sie den Lobbyisten die Ausweise weg.“ Er hatte nicht gemerkt, dass er selbst als Lobbyist aufgetreten war.

Ich will im Folgenden zunächst einmal klären, was Lobbyismus ist, wer eigentlich lobbysiert und wer Adressat des Lobbying ist und mich dann der Positiv-/Negativfrage, die im Thema vorgegeben ist, zuwenden.

Der Begriff ‚Lobbyismus‘ geht ursprünglich zurück auf die vor dem Plenarsaal eines Parlaments gelegene Wandelhalle, eben die Lobby, in der Vertreter von Unternehmen, Interessengruppen, anderen Organisationen, eben Lobbyisten, die Parlamentarier anzusprechen vermochten, um sie entsprechend der von ihnen repräsentierten Interessen zu beeinflussen und zu überzeugen. Im übertragenen Sinn wird dann heute unter Lobbyismus die Beeinflussung von primär staatlichen Repräsentanten von der Kommune bis zur nationalen und europäischen Ebene verstanden, um im eigenen partikularen Interesse die Gesetzgebung und die Durchführung der Gesetze, unter Umständen auch Personalentscheidungen, zu beeinflussen. Mithin bezeichnet ‚Lobbyismus‘ ein elementares, legitimes Mittel in einer Demokratie. Lobbyisten richten sich also primär an den Staat. An Mitglieder der Legislative und Exekutive sowie deren Mitarbeiter auf allen Ebenen des politischen Systems. Historisch könnte argumentiert werden, dass je intensiver und je extensiver der staatliche Eingriff in Wirtschaft und Gesellschaft stattfindet, die Zahl der Lobbyisten umso mehr steigt.

Anders formuliert: Je differenzierter und komplexer ein Sozialstaat, umso ausgeklügelter, geschickter und auch professioneller agieren die Lobbyisten bei ihrer politikberatenden und zugleich interessenvermittelnden und interessen-durchsetzenden Tätigkeit. Allerdings ist vor Verallgemeinerungen zu warnen, denn Lobbying findet immer situativ, in einem bestimmten ökonomischen, sozialen, politischen und kulturellen Kontext zu einem ganz konkreten historischen Zeitpunkt statt. Politikberatung, Politikbeeinflussung, Lobbying durch Lobbyisten bezieht sich auf alle Stadien, die ein Gesetzentwurf durchläuft, vom *Agenda Setting* bis zur Evaluation über Referentenentwurf, Kabinettsvorlage, parlamentarischer Beratung in Ausschüssen, Fraktionen und Plenum sowie dann Unterzeichnung der Vorlage. Dabei ist der Lobbyismus ständigen Veränderungen unterworfen. Momentan scheint der Lobbyismus eine Phase des Umbruchs zu durchlaufen. Verbände und Lobbyisten werden konfrontiert mit der Globalisierung, der europäischen Integration, mit massivem technologischem Wandel sowie mit Individualisierung und Pluralisierung der Lebensverhältnisse.

Wer sind die Lobbyisten? Am Anfang des Lobbyismus stehen die Verbände. Ursprünglich sind sie die eigentlichen Akteure und bis heute stehen sie – trotz erheblicher Veränderung der Lobbylandschaft – im Mittelpunkt. Je nachdem, wie der Verbandsbegriff gefasst wird (ob z. B. Vereine eingeschlossen werden oder nicht) agieren in den nationalen Hauptstädten, in Brüssel, aber selbst in den Hauptstädten der Bundesländer Tausende von Verbandsvertretern. Neben die Verbände sind in den letzten zwei Jahrzehnten neue lobbyistische Akteure getreten, nämlich Rechtsanwaltskanzleien, klassische Unternehmensberatungen, neu entstandene Agenturen für *Public Affairs* sowie freie Berater, darunter frühere Minister, Staatssekretäre und auch Ministerialbeamte.