

Referat „Lobbying in Bern – Mythen und Realität“

Mi. 14. Mai 2008, Stadtzunft Zürich

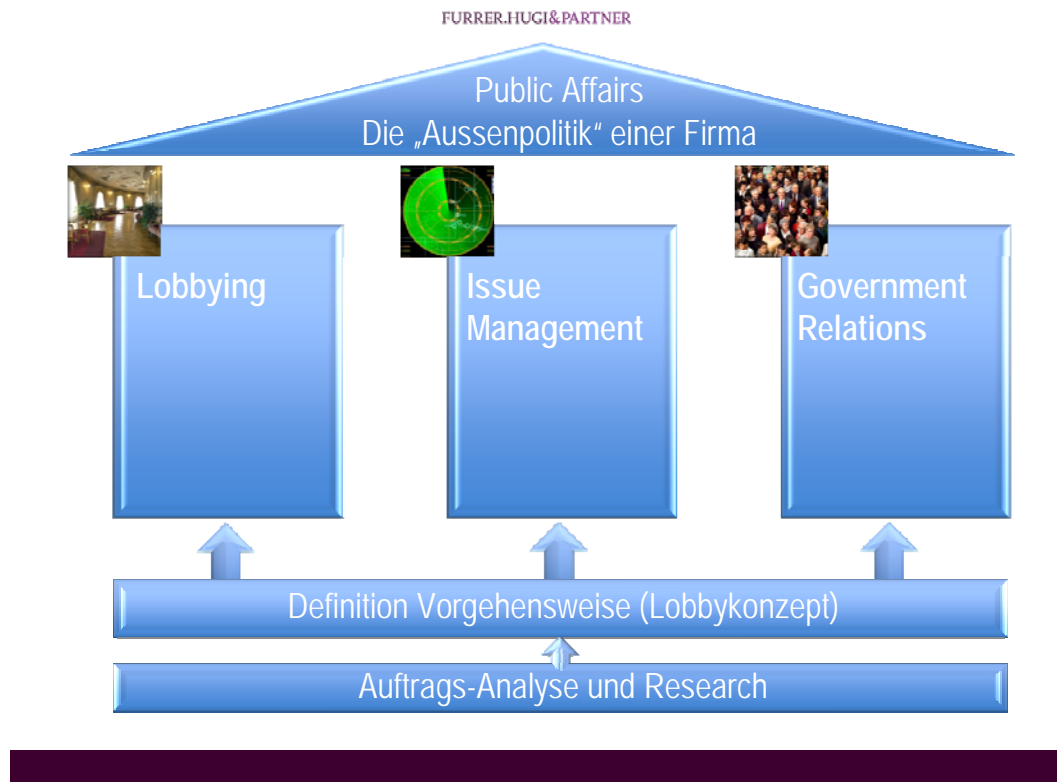
Die Begriffe Lobbying und Lobby stammen aus dem englischsprachigen Raum. Die Lobby umschreibt die Wandelhalle im englischen und amerikanischen Parlament und dient der Begegnung zwischen Abgeordneten und Interessenvertretern. Die USA haben sich schon früh mit „Interessenvertretungen“ beschäftigt. So ist die Lobbying-Tätigkeit in gesetzliche Regelungen eingebunden, die eine minimale Transparenz herstellen sollen. Als Lobbyisten werden nur diejenigen Personen anerkannt, die sich am Sitz des Parlamentes niedergelassen haben und die für Wirtschaft und Politik professionelle Information und Beeinflussung betreiben. Während in den USA die Erscheinung des Lobbying resp. die Tätigkeit der Lobbyisten als positiv bewertet wird, besteht in der Schweiz immer noch eine eher skeptische Haltung in der Öffentlichkeit gegenüber solchen Interessenvertretern.

Eher akzeptiert werden in der Schweiz die Public Relations. Lobbying und Public Relations ist gemein, dass sie Forum oder Instrument von Interessengruppen darstellen, die ihre Standpunkte in die politische Debatte einzubringen versuchen. Ein wesentlicher Unterschied besteht aber darin, dass Lobbying durch eine direkte Beeinflussung der Akteure des politischen Systems in die Entscheidungsprozesse einwirkt. Die Entscheidungsträger werden von den Lobbyisten in der Regel mit exklusiven Informationen aus Wirtschaft und Politik versehen; die Entscheidungsfindung wird auf diese Weise durch die Lobbyisten beeinflusst. Bei Public Relations geht es demgegenüber darum, über die Mobilisierung von gesellschaftlichen Gruppierungen, der Öffentlichkeit und den Medien Einfluss auf die politische Entscheidungsfindung zu nehmen. Während Lobbying nicht primär Öffentlichkeit herstellen will – Öffentlichkeit ist allenfalls ethisches Gebot, nicht aber Ziel – wird mit Public Relations versucht, öffentlichen Druck zu erzeugen und über die öffentliche Meinung auf den Entscheidungsprozess einzuwirken.

Anders als in den USA und Grossbritannien hat sich Lobbying in der schweizerischen Politiklandschaft als anerkannte Profession noch nicht durchgesetzt; ihm kommt eher eine undefinierte Stellung zu. Ausdruck davon ist sein ungeklärter Status im Bundeshaus. So gibt es in der Schweiz zum Beispiel keine Akkreditierung für Lobbyisten.

Wie funktioniert Lobbying:

Wir sprechen in unserer Arbeit von „Public Affairs“ im Sinne eines Oberbegriffs unserer Tätigkeitsgebiete. Public Affairs ist die „Aussenpolitik“ einer Unternehmung, einer Organisation und umfasst vereinfacht gesagt die folgenden **drei Bereiche**:



a) Issue Management: „Radar“ und „Landkarte“

- **Umfeld-Analyse (Arena Analysis):** Bestimmen des Handlungsspielraums,
 - Risiko-Analyse (Identifikation der Gefahren)
 - Stakeholder-Analyse (Inventur der Anspruchsgruppen)
 - Issues-Analyse (Positionen), Zeitverlauf, Arena-Grenzen
- **Issue- und Stakeholder Management:** Risiken minimieren, Optionen nützen. Steuerung, Mobilisierung und Ausbalancierung divergierender Erwartungen, um eigene Unternehmensziele mit möglichst geringem Widerstand zu erreichen.

b) Lobbying: Das Beeinflussen im parlamentarischen Umfeld

relevante Entscheidungen beeinflussen resp. (Durchsetzung der Unternehmensinteressen bei allen wichtigen Entscheidungen). Das Motto lautet hier: „Lieber 60 gute Einzelgespräche als eine Veranstaltung mit 60 Teilnehmern und viel Smalltalk.“

- **Direktes Lobbying:** Direkte persönliche Kommunikation mit dem zuständigen Entscheidungsträger (und / oder Mitarbeiter): Persönliche Briefings, parlamentarische Instrumente (Anträge, etc.), Formulierung von Gesetzesmaterien, Schaffung von Entscheidungsgrundlagen (Positionspapiere, etc.), Kanalisierung von Fakten (Studien, Gutachten, etc.), Erarbeitung von Piktationen (pros / cons)
- **Indirektes Lobbying:** Indirektes Vorgehen über Dritte, um Entscheidung zu beeinflussen. (Third-Party Involvement/ Endorsement)
 - Cross Lobbying: Mobilisierung von Verbänden, Kammern oder Parteien und Nutzung von Built-In-Lobbyisten
 - Interessenskoalitionen: „Objektivierung“ durch Verbreiterung, mehr Aufmerksamkeit, höhere politische Affinität
 - Multiplikatoren-Management: (Grass Roots, Grass Tops) Mobilisierung von „Massen“ oder Meinungsführern zu bestimmten Handlungen

c) Government Relations:

Pflege tragfähiger Arbeitsbeziehungen zu Regierung und Verwaltung, wobei der Kontakt zur Verwaltung an Wichtigkeit enorm zugenommen hat: Hier spielt die Musik!

Ein Plädoyer für Lobbyisten – Warum eine moderne Demokratie Lobbyisten braucht

Eine provokative Aussage zu Beginn: Lobbyisten sind nützlich! Warum ist diese Aussage provokativ? Blenden wir kurz zurück in den bei uns allen weit zurückliegenden Staatskundeunterricht: Die altrömische Republik und das Staatsverständnis der französischen Revolution haben ein Bild vom Staat gefestigt, dass davon ausgeht, dass dieser Staat im Sinne aller handelt und das Gemeinwohl aller anstrebt, in den Worten Jean-Jacques Rousseaus: „la volonté générale et la volonté des tous“. Das deutsche Staatsverständnis wurde mit Hegels Formeln von der „Sittlichen Reinheit des Staates“ in die selbe Richtung gefestigt. Die Angelsachsen hatten hier schon seit jeher ein anderes Verhältnis zum Staat, der primär als Bedrohung respektive als etwas Einzuschränkendes angesehen wurde. Schon 1215 liessen die englischen Barone den König parlamentarische Rechte unterzeichnen und ihren König köpften die Engländer schon 150 Jahre vor der französischen Revolution. Auch die amerikanische Verfassung atmet das Misstrauen gegenüber staatlichen Institutionen und unser alemannisches, schweizerisches Staatsverständnis geht in die gleiche Richtung. Ein schönes Beispiel dafür ist unser Vernehmlassungssystem, welches es allen interessierten Interessensgruppierungen – also Lobby-

Organisationen! – erlaubt, zu einem neuen Gesetz vor dem parlamentarischen Prozess Stellung zu nehmen. Auch unser Referendums- und Initiativrecht ist eine starke Interventionsmöglichkeit, wie geschaffen für politische Lobbygruppierungen und pressure groups.

Wir sehen den politischen Prozess in der Schweiz eher als Abgleich von unterschiedlichen Interessen. Dass Parlamentarier gleichzeitig Verbandssekretäre, Unternehmer, Angestellte, Gewerkschafter oder Bauernvertreter sind, ist in unserem Verständnis des Staatswesens nicht wirklich ein Problem. Unsere Parlamentarier vertreten eigene Interessen, die sie sorgsam in einer Liste der Interessensbindungen offenlegen, und das ist für die Mehrzahl der Bürger unseres Landes so in Ordnung. Dies bedeutet aber auch, dass wir an die Politik nicht den Anspruch haben, dass sie „das Allgemeinwohl“ vollumfänglich erkennen und vertreten kann

Und hier kommen wir zur Nützlichkeit der Lobbyisten: Denn wenn es keine direkt einleuchtenden, allgemeinen Vernunftzustände nach Art von Rousseau oder Hegel gibt in der Politik, dann kann nur das Wechselspiel der Interessen und ihr Abgleichen den Weg des politischen Prozesses darstellen und zum legitimen Resultat führen. In dieses Abwägen aber dürfen alle gesellschaftlichen Kräfte eingreifen, sie sind geradezu aufgerufen. Lobbyisten öffnen diesen demokratischen Meinungsbildungsprozess auch gegenüber den Organisationen, Firmen und Gruppen, die nicht bereits fest in unserem politischen System verankert sind. Dass die Politiker etwas gegen Lobbyisten haben, die glauben, sie alleine können die Summe der verschiedenen Interessen in unserem Lande abbilden, liegt auf der Hand. Das sind aber nicht sehr viele.

Zusammengefasst: Lobbyisten sind nützlich und legitim. Sie sind Bestandteil eines demokratischen Meinungsbildungsprozesses. Man kann sogar zugespitzt sagen: Das Mitwirken von Organisationen und Firmen an der Ausgestaltung des sie beeinflussenden und regulierenden politischen Umfeldes ist nicht nur legitim, sondern gehört zur unternehmerischen Sorgfaltspflicht. Bis vor etwa 10 Jahren verfügten viele Firmen und Organisationen über ihre eigenen Kanäle in unsere politisches System – man nannte das ab der 80er Jahre Filz und verdamnte es. In der Folge wurde auch das kleinste polit. Engagement von Kadermitgliedern aufgrund von Effizienzüberlegungen in vielen Firmen nicht mehr gerne gesehen. Die Folge davon ist, dass viele Brücken zwischen der Wirtschaft und der Politik unwiederruflich abgebrochen wurden. Lobbyisten wie unsere Firma funktionieren deshalb heute als Brückenbauer und Übersetzer zwischen diesen beiden Welten, die sich ohne Hilfe nicht kennen und nicht verstehen würden. Ein spannendes Geschäftsfeld hat sich hier aufgetan, staatspolitisch ist diese Entwicklung hingegen nicht nur positiv zu beurteilen.