

von Michael Wedell

Responsible Lobbying – Interessenvertretung mit gesellschaftlicher Verantwortung

Der Begriff des Lobbying ist insbesondere in Deutschland schwer beschädigt. Er steht im Volksmund oftmals für einen undemokratischen Prozess, bei dem machtvolle Organisationen ihren Einfluss ausnutzen, um Partikularinteressen durchzusetzen. Lobbying, so die verbreitete Meinung, hat etwas Unlauteres, etwas Intransparentes, geschieht in Hinterzimmern und zu Lasten des Gemeinwohls oder der Mitbewerber. Auch ein neuer Begriff ändert aber an diesem Grundverdacht nichts. Zum Teil ist dieses Bild berechtigt, zum Teil ist es überzeichnet, vor allem aber beschreibt es eine Praxis, die zunehmend nicht mehr zeitgemäß ist.

Unter dem Fachbegriff Responsible Lobbying wird seit einiger Zeit diskutiert, wie politische Interessenvertretung transparenter und im Sinne der Gesellschaft gestaltet werden kann, um in einer Demokratie einen legitimen Platz zu finden. Denn aus dem modernen Politikbetrieb ist „Lobbying“ als solches nicht mehr wegzudenken: Zu komplex sind die zu berücksichtigenden Interessen geworden, zu unübersichtlich die Zahl der Anspruchsgruppen und zu massenhaft das technologische Wissen. „Kaum ein noch so gründlicher Gesetzesinitiator könnte für sich in Anspruch nehmen, einen Entwurf auf alle Auswirkungen in die verschiedensten Bereiche des gesellschaftlichen Lebens geprüft zu haben“, sagt Martin Schulz, Präsident des Europäischen Parlaments. „Für eine komplette und ausgewogene nachhaltige Gesetzgebung brauchen wir auch die Politikberatung der Lobbyisten.“

Den Unterschied zwischen klassischem und Responsible Lobbying machen sowohl die Prozesse, als auch die Inhalte aus. Die Prozesse des Responsible Lobbying sind durch ein hohes Maß an Transparenz gekennzeichnet. Die eigenen Ziele sowie deren Durchsetzungsmethoden sind klar erkennbar; gegenüber allen Gesprächspartnern werden die gleichen Botschaften kommuniziert. Die Inhalte des Responsible Lobbying orientieren sich an gesamtgesellschaftlichen Zielen und dienen eben nicht dem Erwerb von Privilegien zu Lasten Dritter. Vielmehr stehen sie mit der Nachhaltigkeitsstrategie des Unternehmens im Einklang.

Responsible Lobbying setzt auf Offenheit, Ehrlichkeit und Integrität. Motive und Ziele werden klar benannt, manchmal auch auf Nachfrage, denn es geht nicht um ein Zuviel an Information, sondern darum, berechtigtes Informationsinteresse auch zu beantworten. Nur so kann ein langfristiges Vertrauensverhältnis aufgebaut werden, das für eine erfolgreiche Politikberatung unerlässlich ist. Transparenz ist jedoch nicht nur für die unmittelbar Beteiligten wichtig. Gerade in einer Demokratie muss nachvollziehbar bleiben, wie Entscheidungen zustandekommen und wer daran in welchem Maße mitwirkt. Die Transparenz wirkt hier als entscheidendes Werkzeug, um von bestehenden Ungleichgewichten in Machtverhältnissen zu abstrahieren und

allen Beteiligten einen gleichberechtigten Zugang zum Entscheidungsprozess zu gewährleisten. Somit kann dieser Einfluss unabhängig von finanzieller oder personeller Ausstattung geltend gemacht werden.

Die entscheidende Frage ist, wie diese Transparenz eingefordert bzw. durchgesetzt werden kann. Die eingeführten Transparenzregister sind ein erster Schritt, um (eine interessierte) Öffentlichkeit mit den notwendigen Informationen zu versorgen. Auch Projekte wie abgeordnetenwatch.de erfüllen hier eine wichtige Teilfunktion. Doch Transparenz alleine macht noch keine verantwortliche Interessenvertretung, wichtig ist, auch in schwierigen Situationen mit Klarheit zu überzeugen. Responsible Lobbying ist auch eine Art „Apollo-Projekt“, denn es gibt ein übergreifendes Ziel: Der Ordnungsrahmen und seine „Spielregeln“ sollen so gestaltet werden, dass die Kraft des Wettbewerbs einen Wettlauf um die nachhaltigste Lösung ermöglicht. So kann eine gesamte Branche oder die Wirtschaft insgesamt auf der Grundlage gemeinsamer Regeln nachhaltiger werden. Denn in diesem Sinne ist Politikberatung, ist Lobbying, weit mehr als nur ein Mittel zur Durchsetzung partikularer ökonomischer, ökologischer oder sozialer Interessen. Es ist ein Mittel, um durch organisierte Interessenvertretung eine zukunftsfähige Gesellschafts- und Wirtschaftsordnung mitzugestalten. Daher finde ich, ist Lobbyist einer der interessantesten denkbaren Berufe, die ich mir vorstellen kann.

► *Der Autor: Michael Wedell ist Bereichsleiter bei der METRO AG und leitet die Politik und die Außenbeziehungen der METRO GROUP für Deutschland und die Europäische Union (EU). Zuvor war er Direktor der Dresdner Bank und Leiter des Bereiches Corporate Affairs mit den Abteilungen Politik, CSR, Kunst und Stiftungen. Michael Wedell hat Katholische Theologie und Politikwissenschaften studiert und ist ausgebildeter Supervisor und Coach. Er wurde jüngst in das Zentralkomitee der deutschen Katholiken (ZdK) gewählt und ist Berater der Kommission VI der Deutschen Bischofskonferenz (DBK). www.metrogroup.de/politik, www.twitter.com/dasGuteessen*



Foto: Oasenbrink