

25. Mai 2004, 21:59, Neue Zürcher Zeitung

Mit Aida auf Stimmenfang

Wie Lobbyisten arbeiten und Anerkennung suchen

Kommende Woche beginnt eine neue Session, und damit füllt sich die Wandelhalle nicht nur mit Parlamentariern, sondern auch mit Lobbyisten. Im hiesigen Milizsystem erfreuen sich die Überbringer partikulärer Interessen keines besonders guten Rufes. Einige von ihnen setzen sich daher für eine transparente und faire Arbeitsweise ein.

hof. Die Mitarbeiterin des Parlamentsdienstes im Bundeshaus schiebt einem zwei einfach geheftete Broschüren zu: die Listen der Zutrittsberechtigten des Stände- und des Nationalrates. Jedes Ratsmitglied hat gemäss dem im Dezember 2003 in Kraft getretenen Parlamentsgesetz das Recht, zwei Personen seiner Wahl den Zutritt ins Bundeshaus zu ermöglichen. Die Namenlisten darf man lediglich «einsehen». Dass man sie weder ins Internet stellt noch sie zum Kopieren freigibt, steht sinnbildlich dafür, dass Lobbying in der Schweiz ein zwar weitverbreitetes, aber nicht allgemein akzeptiertes Tun ist.

Als im vergangenen Winter hohe Vertreter der Tabakbranche Bundesrat Couchepin trafen, titelte der «Blick»: «Die Tabaklobby will Couchepin einnebeln.» Anders als etwa in Deutschland oder den USA widmet sich auch die Wissenschaft dem Lobbying hierzulande nur sehr spärlich.

Familienmitglied gleich Lobbyist

Die beiden Listen lesen sich wie ein «Who's who» der hiesigen Politszene. Viele, die darin auftauchen, sitzen oft in der «Arena» von SF DRS, allerdings in der zweiten Reihe. Die Lektüre bietet auch einen Einblick in die Eigenheiten der Schweizer Lobbylandschaft: Eingeteilt sind die mit einem Ausweis Bedachten in die vier Kategorien «persönliche Mitarbeiter», «Familie», «Lobbyist» und «Übrige», wobei in der kleinräumigen Schweiz die eine mit der anderen schon einmal deckungsgleich ist. So verschafft FDP- Ständerätin Erika Forster einem gewissen Ueli Forster den Zugang ins Heiligtum der Schweizer Demokratie: Er ist ihr Ehemann und vertritt als Präsident der Economiesuisse die Interessen der Wirtschaft.

Auf insgesamt 300 bis 400 schätzt man die Zahl der Lobbyisten in der Schweiz, derjenigen Männer und Frauen also, die definitionsgemäss spezifische Interessen ihrer Auftraggeber gegenüber politischen Entscheidungsträgern vertreten. Der überwiegende Teil der Lobbyisten steht in einem Anstellungsverhältnis zu einem Verband, einer Unternehmung oder einer Nichtregierungsorganisation. Etwa ein Viertel der Lobbyisten sind Freischaffende, die auf eigene Rechnung verschiedene Mandate betreuen. Einer davon hat einen seiner Arbeitsplätze nur wenige hundert Meter vom Bundeshaus entfernt. Es ist Renatus Gallati, den man als den höchsten Lobbyisten der Schweiz bezeichnen könnte. Denn Gallati ist Präsident der 1999 gegründeten Schweizerischen Public-Affairs-Gesellschaft (SPAG), des Berufsverbandes der Lobbyisten. Zu den Zielen der SPAG gehöre es, das Ansehen der Lobbyisten in der Schweiz zu verbessern, sagt Gallati. Diesem Berufsstand hänge noch immer ein etwas negatives Bild an, gemäss dem Bonmot: «Sag meiner Mutter nicht, dass ich als Lobbyist arbeite - sie glaubt, ich sei Pianist in einem Bordell.» Gerne würden sich

die Berufslobbyisten im Bundeshaus ähnlich wie Bundeshausjournalisten akkreditieren können. Bisher ist dieses Anliegen im Rat gescheitert. Lobbyisten, die in den nichtöffentlichen Teil des Bundeshauses wollen, sind auf einen Parlamentarier angewiesen, der ihnen einen Ausweis zuhält.

Überschätzte Wandelhalle

Entscheidend für die Anerkennung der Lobbyisten im politischen System sei, dass diese korrekt arbeiteten, sagt Gallati. Korrekt bedeutet für ihn: kompetent, zuverlässig, vertrauenswürdig, flexibel, transparent, sachlich und diskret. Ein Lobbyist sei in erster Linie damit beschäftigt, Informationen zu beschaffen, diese aufzubereiten und sie zum richtigen Zeitpunkt am richtigen Ort der richtigen Person zu vermitteln. Dazu bedürfe es guter Kenntnisse der politischen Spielregeln. Es gelte, früh im politischen Prozess seine Anliegen einzubringen. Wenn die Sache bereits im Parlament verhandelt werde, sei es in der Regel zu spät. Die Bedeutung der Wandelhalle werde überschätzt. Für Gallati ist sie ein guter Ort, um Politiker zu treffen, mehr aber nicht.

Das Vernehmlassungsverfahren und die Kommissionsberatungen sind wichtige Zeitpunkte für die Lobbyisten. Dann müssen sie sich nicht nur darum bemühen, Informationen einzuspeisen, sondern auch versuchen, Gesetzesvorlagen zu verzögern oder zu beschleunigen. Arthur Einsele, Lobbyist der Ernährungsindustrie, sagt, dass man bereits vor dem Vernehmlassungsverfahren seine Fühler in die Parteien, Verbände und die Verwaltung ausgestreckt haben müsse, also bevor die Meinungen gemacht seien. Dafür sei ein gut ausgebautes Netzwerk notwendig.

Ein Netzwerk ist kein Filz

Doch ist «Netzwerk» nicht ein beschönigendes Synonym für den berüchtigten Filz? Othmar Baeriswyl verneint dies. Baeriswyl verdiente seine Lobbyisten-Sporen in der Tabakindustrie ab und hat nun neben seiner PR-Tätigkeit einen Lehrauftrag in Medien- und Kommunikationswissenschaft an der Universität Freiburg inne. «Ein guter Lobbyist handelt nicht mit seinen Informationen», sagt er. Lobbyieren bedeute nicht, jemandem einen Gefallen zu tun, damit dieser einem dann später auch entgegenkomme. Der Lobbyist, der sich immer als solcher offenbaren müsse, übergebe dem Politiker seine Information. Dem Politiker sei es selbst überlassen, was er damit mache. Baeriswyl mag auch das Wort «beeinflussen» nicht. Ein Lobbyist soll nichts «unterjubeln», sondern prägnant sagen, was Sache ist, ohne zu lügen. Dabei folge er der AIDA-Regel: Attention (der Politiker wird auf das Argument aufmerksam), Interest (der Politiker zeigt Interesse), Desire (der Politiker ist überzeugt), Action (der Politiker vertritt das Argument).

Baeriswyl, der zurzeit am ersten Buch über den Lobbyismus in der Schweiz arbeitet, versteht den Lobbyisten auch als Brückenbauer. So bringe man einen Unternehmer und einen Politiker bei einem Essen zusammen und spiele den Dolmetscher, sagt er. Denn vielfach würden sich diese überhaupt nicht verstehen. Ohne eine Vermittlung der Interessen bliebe es beim Austausch von Nettigkeiten, und dann gingen beide wieder enttäuscht auseinander. Von grossartig inszenierten «Events» hält Baeriswyl deshalb wenig. Am effizientesten seien die persönlichen Gespräche - am besten mit den «Opinion Leaders». Auch Einsele betrachtet fulminante Einladungen ins Berner Nobelhotel «Bellevue» lediglich als «Zückerchen». Lobbying sei «Knochenarbeit». Oft müsse über Nacht gearbeitet werden, damit der Politiker am nächsten Morgen gut gerüstet in eine Sitzung gehen könne. Und weil ein Lobbyist nicht mit allen Politikern sprechen kann, sei er auf Vertrauenspersonen angewiesen, die die Informationen dann in die Fraktionen weitertragen.

Konkurrenz zu den Milizpolitikern

Das ist selbstverständlich auch den Politikern bewusst, weshalb diese mit Argusaugen beobachten, wer sich mit wem austauscht. Überhaupt sind die Lobbyisten nicht bei allen Politikern gut angeschrieben. «In der Schweiz ist der Politiker eben selber der grösste Lobbyist», sagt Baeriswyl. Teilzeitparlamentarier, die nebenbei noch Bauernverbandspräsidenten (Hansjörg Walter, svp.) oder Konsumentenschützerinnen (Simonetta Sommaruga, sp.) sind, vertreten nicht nur die Interessen der Allgemeinheit, sondern - wie die Lobbyisten - auch diejenigen ihrer Klientel. So überraschte es kaum, als kürzlich bekannt wurde, dass der FDP- Nationalrat Peter Weigelt, der im Parlament für den Klimarappen wirbt, gleichzeitig in seinem Beruf als PR-Berater ein Mandat der Erdölvereinigung in ebendiesem Dossier betreut. Übernehmen nun die Lobbyisten einen Teil der Aufgaben der Parlamentarier, nämlich die Informationsbeschaffung für die zunehmend komplexeren Geschäfte, befürchten diese einen Machtverlust. Kommissionsmitglieder, die sich erst in eine Materie einarbeiten müssten, zeigten sich allerdings durchaus offen für Lobbying, insbesondere die jüngeren Parlamentarier, sagt Gallati. Er geht daher davon aus, dass in einem zeitlich immer stärker belasteten Parlament der Einfluss der Lobbyisten ständig zunehmen werde.

.....

Diesen Artikel finden Sie auf NZZ Online unter:

<http://www.nzz.ch/2004/05/26/il/t-article9LCE8.htm>

.....

Copyright© Neue Zürcher Zeitung AG

.....