
Einleitung.

Von Interessenvertretung zu „Lobby Work“

Annette Zimmer und Rudolf Speth

1 Zur Vielfalt der Zugänge und Perspektiven

Die Analyse, welche Interessen gebündelt, vertreten und im politischen Prozess wirksam werden, war lange Zeit primär ein Thema der Politikwissenschaft. Hierbei standen vorrangig Mitgliederorganisationen – Verbände und Gewerkschaften – als zentrale Akteure der Interessenvermittlung im Fokus. Dies hat sich inzwischen grundlegend geändert. Und auch die Art und Weise, wie Interessenvertretung erfolgt und wie auf den politischen Prozess Einfluss genommen wird, hat sich merklich diversifiziert. Das Spektrum reicht hier von „Strippenziehen“ (Die Welt 2014; Leif 2006; Gammelmin und Haman 2005) als Metapher für wenig transparente Einflussnahme bis hin zur „Meinungsmache“ (Müller 2009) als langfristig angelegte Spielart eines politischen Agenda-Setting im Dienst spezifischer Interessen mit teilweise sogar manipulativem Charakter.

Aufgrund der Diversifikation sowohl des Akteursspektrums wie auch der Formen und Verfahren der Vertretung von Interessen lässt sich inzwischen eine Differenzierung des Zugangs zur Thematik feststellen. „Interessenvertretung“ ist nicht mehr nur Domäne der Politikwissenschaft, sondern ein generelles Thema der Sozialwissenschaften wie auch der journalistischen Berichterstattung. In gewisser Weise changiert die Thematik aktuell zwischen Theorie und Praxis einerseits und zwischen organisationsbezogenen und medialen Analysen andererseits. Ohne Anspruch auf Vollständigkeit zu erheben, lassen sich literaturgestützt folgende Zugänge zum Thema „Interessenvertretung“ feststellen:

- Theoriegeleitete Arbeiten, die sich mit dem Wandel und spezifischen Veränderungen des Systems der Interessenvertretung auseinandersetzen. Im Fokus

stehen hierbei nach wie vor die „Klassiker“ unter den Interessenvertretungsorganisationen: Verbände und Gewerkschaften. Es handelt sich um Analysen, die häufig enge Bezüge zur empirischen Demokratietheorie und -forschung aufweisen (Hassel 2014; Streeck 2010; Crouch und Streeck 2006) und die in der Regel bei der klassischen Unterscheidung zwischen einem eher pluralistisch oder eher neo-korporatistisch angelegtem System der Interessenvertretung und -vermittlung ansetzen. Die Arbeiten sind mehrheitlich der Sub-Disziplin der Politischen Soziologie zuzurechnen (Schroeder 2014; Schroeder et al. 2011; Schroeder und Weißels 2010; Reutter 2014; Wehlau 2009; Winter und Willems 2007).

- Handbücher, die sich als Anleitung zur politischen Praxis verstehen und in Form eines „How-to-do“ in den Arbeitsalltag des Lobbyismus einführen. Hierbei handelt es sich um einen in jüngster Zeit vergleichsweise boomenden Bereich, wobei Lobbying in Brüssel im Zentrum steht (Köppel 2003; Busch-Janser 2012; Vondenhoff und Busch-Janser 2012). Die Handreichungen sind z. T. von Insidern verfasst, die aufgrund ihrer professionellen Erfahrung als Journalisten, Mitarbeiter von Public Affairs Agenturen oder eigenen Lobbyerfahrungen einen Einblick hinter die Kulissen vermitteln.
- Analysen und Beiträge, häufig aus journalistischer Feder, die sich auch kritisch mit den Praktiken und demokratietheoretischen Folgen von Lobbying insbesondere in Brüssel auseinandersetzen und häufig für eine stärkere Regulierung der Zugänge für Lobbyisten zur politischen Arena eintreten (Dialer und Richter 2014; Gammel und Löw 2014; Classen 2014). Zentrale Akteure in Deutschland sind das Netzwerk Lobby-Control¹, eine NGO und Interessenvertretungsorganisation neuen Typs, die sich maßgeblich über Spenden und Fördermitgliedschaften finanziert, sowie das *netzwerk recherche*², das der Förderung des investigativen Journalismus dient.
- Bücher und Beiträge, die an der Schnittstelle zwischen Politik- und Kommunikationswissenschaft anzusiedeln sind und „Interessenvertretung“ unter dem Blickwinkel der „Meinungsmache“ bzw. des Public Affairs Management thematisieren. Auch hierbei handelt es sich um einen boomenden Bereich. Und auch hier lässt sich zwischen eher analytisch angelegten Arbeiten (Van Schendelen 2012; Joos 2010; Michalowitz 2007; Rieske 2007) einerseits und primär auf die politische Praxis oder das konkrete Vorgehen bei der „Meinungsmache“ abzielenden Handbüchern andererseits unterscheiden (Vondenhoff und Busch-Janser 2012).

1 <https://www.lobbycontrol.de/initiative/>

2 <https://netzwerkrecherche.org>

- Handbücher, die sich grundlegend mit spezifischen Verfahren der „Meinungsmache“ als Informationspolitik und PR sowie als gezielte politische Mobilisierung und Campaigning auseinandersetzen (Speth 2012; Bernsdorff 2012; Hoffmann und Stahl 2010; Röttger et al. 2014). Hier sind die Schnittstellen zwischen Kommunikationswissenschaft und Politischer Soziologie überlappend.
- Und schließlich Arbeiten, die sich im Anschluss an die Partizipations- und Soziale Bewegungsforschung mit den veränderten Mustern politischer Beteiligung auseinandersetzen (Leggewie 2011; Roth 2011) sowie unter dem Leitmotiv der „demokratischen Innovationen“ analysieren, wie die politische Praxis auf die veränderte politische Partizipation von BürgerInnen reagiert (Geißel 2011), und inwiefern es sich aus demokratietheoretischer Sicht hierbei um einen Zugewinn oder eher um „Politisches Marketing“ handelt.

2 Interessenvertretung – ein interdisziplinärer Sammelbegriff

Vor dem Hintergrund dieser Komplexität und Diversität der Zugänge ist es Zielsetzung des vorliegenden Bandes, einen ersten Beitrag zur Zusammenführung der unterschiedlichen Betrachtungsweisen und Diskursstränge zu leisten. Es ist den HerausgeberInnen bewusst, dass auch die Beiträge dieses Bandes eher einen selektiven Blick auf das breite Thema Interessenvertretung werfen. Auch kann keineswegs die gesamte Bandbreite der Ansätze und Perspektiven sowie disziplinären Zugänge zum Thema Interessenvertretung abgedeckt werden. Dennoch soll, in Abgrenzung von der klassischen Sicht der Politikwissenschaft, „Interessenvertretung“ der Stellenwert eines Sammelbegriffs zurückgegeben werden, wobei auf das gestalterische Moment bzw. auf das Wie der Interessenvertretung fokussiert wird und der traditionelle Organisationsbezug mit dem Fokus auf Verbände und Gewerkschaften eher in den Hintergrund tritt.

Aus klassisch politikwissenschaftlicher Perspektive stellt sich Interessenvertretung vorrangig als organisationsbasierter Prozess politischer Beteiligung dar. Ausgehend von den Interessen von Einzelpersonen oder Kollektiven kommt es zur Organisationsbildung (Verbände, Gewerkschaften, Vereine, NGOs) im Dienst der Manifestation und Auf-Dauerstellung spezifischer Interessen. Der politikwissenschaftliche Schwerpunkt lag dementsprechend lange Zeit primär auf der Analyse der Bedeutung und Wirkungsmacht „organisierter Interessen“ (Alemann 1989) im Hinblick auf ein ganzes Bündel von Parametern, darunter deren Organisations- und Konfliktfähigkeit (Offe 1972), die Art und Weise ihrer Einbindung in das politi-

sche System (pluralistisch oder neo-korporatistisch), ihre demokratietheoretische Legitimation (Schmidt 2010, S. 319ff) sowie ihr jeweiliger Policy-Einfluss. Die dominanten Begriffe waren „organisierte Interessen“ und „Interessengruppen“.

Während Interessenvertretung traditionell als eine Art Sammelbegriff für den komplexen Vorgang von der Aggregation bis hin zur politischen Wirkungsmacht von Interessen verwandt wurde (vgl. Lösche 2007, S. 12f; Massing 1991), lag dem Begriff „Lobbying“ zunächst ein eher enges Verständnis zugrunde. Es ging hierbei vorrangig um eine zeitlich begrenzte Einflussnahme im Hinblick auf ein konkretes Vorhaben der Politik (Gesetz, Verordnung, öffentlicher Auftrag), wobei Informationen meist von Einzelpersonen – den Lobbyisten – mit der Zielsetzung an Vertreter der Politik weitergegeben werden, deren Entscheidungsverhalten zu beeinflussen und eine bestimmte Richtung zu geben (vgl. Schmidt 1995, S. 567). Inzwischen werden Interessenvertretung und Lobbying zunehmend synonym verwendet und als Versuche der politischen Einflussnahme von Vertretern gesellschaftlicher Interessen definiert, um Politikergebnisse in ihrem Sinne zu verändern (vgl. Kleinfeld et al. 2007, S. 10; Leif und Speth 2006, S. 12f). Doch nach wie vor haftet dem Begriff Lobbying eine negative Konnotation der illegitimen Einflussnahme an, während der Begriff Interessenvertretung neutral verwendet wird.

Dass der Begriff „Lobbying“ in der Fachliteratur wie in der Alltagssprache an Bedeutung gewonnen hat und demgegenüber „Interessenvertretung“ zunehmend in den Hintergrund getreten ist, signalisiert aber nicht nur eine semantische Verschiebung. Vielmehr ist dies auch ein Indiz für die grundlegende Veränderung von Interessenvertretung heute. In gewisser Weise wird aktuell die Macht der „Organisation“ durch die Macht der „Information und Kommunikation“ ersetzt und verdrängt. Während Organisationsmacht auf der Bündelung von Mitgliederinteressen und ihrer Vertretung in der Politik beruht, basiert Lobbying auf Informationstransfers. In der ursprünglichen Lesart war dieser Informationstransfer auf den vergleichsweise engen Kreis derjenigen beschränkt, die direkt – etwa als Abgeordnete oder MitarbeiterInnen der Ministerialbürokratie – in die Gestaltung und Ausformung von Politik involviert sind. Heute dagegen wird der Begriff Lobbying zunehmend in enger Verbindung mit der Zurverfügungstellung und des Monitoring von Information gebraucht. Diese können an einen engen Kreis, der direkt in Politik Involvierten, adressiert sein; es geht aber in gleichem Maße um Informationen, die die allgemeine Öffentlichkeit adressieren oder sich an spezielle Gruppen – wie etwa VerbraucherInnen oder NaturschützerInnen – richten. Dadurch dass Interessenvertretung heute breit angelegt ist und Fragen der Legitimität politischer Handlung tangiert, kommt der „öffentlichen Meinung“ ein wichtiger Stellenwert zu. Lobbying ist insofern zu einem guten Teil heute auch immer „Meinungsmache“, wobei den Medien, aber auch NGOs und ihren Kampagnen wie auch Firmen und

ihrer PR-Arbeit neben den Verbänden als klassischen Interessenvertretungsorganisationen ein zunehmend wichtiger Stellenwert zukommt (vgl. Hoffmann und Stahl 2010; Priddat 2009; Oehmer 2012).

Vor diesem Hintergrund ist es Zielsetzung des vorliegenden Bandes, das breite Spektrum von Interessenvertretung einzufangen und dieses als „Lobby Work“, als Interessenvertretung unter den veränderten Bedingungen einer medienaffinen, hoch-strukturierten und im Grundsatz auch marktaffinen bzw. kapitalistischen Gesellschaft, die in weiten Bereichen inzwischen vorrangig gemäß betriebswirtschaftlicher Kosten-Nützen-Kalküle durchorganisiert ist, zu behandeln. Insofern verwundert es auch nicht, dass „Lobby Work“ auch das Outsourcing von Interessenvertretung umfasst. So werden medienwirksame Kampagnen mittels Public Affairs-Agenturen durchgeführt, die als Wirtschaftsunternehmen arbeiten, und die Mobilisierung von AktivistInnen erfolgt im Netz mittels der gezielten Lobby-Arbeit einer NGO, die sich über Spenden finanziert. Diese Art von Interessenvertretung – eben Lobby Work – hat nicht mehr viel zu tun mit der „guten alten Zeit“ neo-korporatistischer Interessenvertretung (Streeck 1994; Czada 1994), in der die Welt noch in Ordnung und der Vertreter des Bauernverbandes a priori Mitglied des Bundeskabinetts war (Wolf 2001), und die Wohlfahrtsverbände maßgeblich verantwortlich waren für die Ausformulierung der Sozialgesetze (Schmidt und Mansour 2007).

Doch Lobby Work beschreibt in gewisser Weise auch die Verbetriebswirtschaftlichung der Interessenvertretung. Im Zuge dessen droht Interessenvertretung und -vermittlung nahezu aus dem Akteursspektrum demokratischer Willensbildung auszuwandern. Outsourcing ist eine andere Bezeichnung für die Erledigung von Aufgaben durch in der Regel professionelle Dienstleister. Dies trifft inzwischen in hohem Maße auch für den Bereich der Interessenvertretung zu. Das Spezialistentum hat hier in den letzten Jahren deutlich zugenommen. Indizien hierfür sind der bemerkenswerte Boom von Public Affairs-Agenturen ebenso wie die Ubiquität der Lobbyisten. Diese betreiben Interessenvertretung mittels Kommunikation und PR als Beruf. Aber auch andere Professionelle, wie etwa MitarbeiterInnen von NGOs, sind in diesem Metier heute voll beruflich tätig.

Insofern wird es immer schwieriger, die Komplexität von Interessenvertretung und -vermittlung zu reduzieren und modellhaft abzubilden. Nicht zuletzt aus diesem Grund „hinkt“ die sozialwissenschaftliche Theoriebildung in diesem Bereich der aktuellen Praxis auch hinterher. Noch immer markieren „Pluralismus“ und „Korporatismus“ die beiden konträren Eckpunkte einer theoretischen Verortung und analytischen Beschreibung unterschiedlicher Systeme der Einbindung „organisierter Interessen“ in das politische System. Dass diese Zuordnung längst nicht mehr die Komplexität aktueller Prozesse von Interessenvertretung und -vermittlung abbildet, ist unbestritten. Die zentrale Bedeutung, die die „öffentliche Meinung“ bzw. die

Medien und ihre Meinungsmaschinerie hier in den letzten Jahren gewonnen haben, wird hierbei ebenso wenig berücksichtigt wie die Auffächerung des Akteursspektrums jenseits der klassischen großen Mitgliederorganisationen und Verbände.

Die Beiträge des vorliegenden Bandes bieten einen ersten Anstoß zur Sensibilisierung. Es ist nicht beabsichtigt, die bestehende „Theorielücke“ zu schließen. Allerdings ist es schon die Zielsetzung des Bandes, aktuelle Trends deutlich zu machen und insbesondere auf dysfunktionale Entwicklungen im Bereich Interessenvertretung und -vermittlung hinzuweisen. Zu diesen Trends zählen zum einen die zunehmende Professionalisierung bis hin zur Entwicklung einer Lobby-Dienstleistungsindustrie in Form von Public Affairs-Agenturen und ferner die Auffächerung der Interessenvertretung in einen sehr konkreten bei den politischen Akteuren ansetzenden (alten) Lobbyismus sowie in eine strategisch ausgerichtete und mit langem Atem geplante über die allgemeine Öffentlichkeit und die Medien arbeitende Beeinflussung bzw. Meinungsmache als Vorbereitung, Begleitmusik und Legitimationsressource von Politik. Ein zentrales und in den Beiträgen des Bandes wiederholt angesprochenes Thema ist ferner ist zunehmende Asymmetrie zwischen „starken“ und „schwachen“ Interessen. Bei den starken Interessen handelt es sich in der Regel um Wirtschaftsinteressen und Anliegen der international tätigen Konzerne, die über eine ausreichende Ressourcenausstattung verfügen, um sich professionelle Meinungsmache wie auch gezielte, direkt an der Politik ansetzende Lobbyarbeit leisten zu können. Dem stehen die „schwachen Interessen“ der Zivilgesellschaft gegenüber, die weder über die entsprechenden Einflusskanäle noch über die Ressourcen verfügt, jeweils professionell national, europäisch wie international sowie in Form von Kampagnen und Aktionen sowie Medienaktivitäten ubiquitär vertreten zu sein, um eine Countervailing Power darzustellen und eine Gegenmeinung und Gegenmacht zur Dominanz wirtschaftlicher Interessen zu garantieren. Insofern stellt sich die Frage nach der demokratietheoretischen Relevanz von Interessenvertretung und -vermittlung neu. Kann es gelingen, durch neue Formen des Campaignings, durch Kampagnen-Plattformen und durch die Einbindung des Internets themenbezogen auch vermeintlich schwache Interessen im politischen Alltag geltend zu machen? Ohne dass eine Bewertung beabsichtigt ist, zeigen einzelne Beiträge in diesem Band anhand von Fallbeispielen Option auf.

3 Zur Gliederung und zu den Beiträgen des Bandes

Der vorliegende Band ist in zwei größere Kapitel gegliedert. Teil I „Interessenvertretung im Wandel“ thematisiert die veränderten Rahmenbedingungen für

Lobbying. Behandelt und kritisch hinterfragt werden aktuelle Großtrends, die aus struktureller wie auch aus Akteursperspektive einen maßgeblichen Einfluss auf Interessenvertretung als Politikgestaltung und Lobby Work haben. Im Teil II „Lobby Work konkret“ geht es um die neuen Akteure der Interessenvertretung jenseits der klassischen Verbände und Gewerkschaften. Fokussiert wird auf die Adressaten von Lobbying und exemplarisch vorgestellt werden ausgewählte Themen und Kampagnen einer veränderten Interessenvertretung als Lobby Work.

Die Beiträge sind aus einer Tagung im Dezember 2012 in der katholischen Akademie Franz-Hitze-Haus in Münster hervorgegangen. Sie spiegeln den Diskussions- und Sachstand von 2013 wider. Die einzelnen Beiträge gehen von unterschiedlichen Definitionen von Lobbying aus, sodass in diesem Band der Blick auf das Lobbying durch eine heterogene Perspektive bestimmt wird.

3.1 „Interessenvertretung im Wandel“

Die Beiträge des Teiles I „Interessenvertretung im Wandel“ behandeln als Überblicksartikel zentrale Veränderungen der Kontextbedingungen sowie der Verfahren und Methoden von Interessenvertretung und -vermittlung. Es handelt sich hierbei nicht um Artikel mit explizitem Handbuchcharakter, sondern eher um einführende Darlegungen komplexer Prozesse der Veränderung.

So diskutiert der Beitrag von Britta Rehder – „Justizialisierung statt Korporatismus? Verrechtlichung der Interessenvermittlung in den Arbeitsbeziehungen“ –, ob und inwiefern, analog zum Vorbild USA, auch in Deutschland Interessen mittlerweile zunehmend auf dem Rechtsweg mittels entsprechender Klageverfahren vertreten und vermittelt werden. Die Berufsgruppe, die von diesem Trend profitiert, sind die Anwälte, die ein professionelles Interesse an der Justizialisierung von Interessenvertretung haben. Empirisch wird anhand des Politikfeldes Arbeitsbeziehungen gezeigt, dass auch in Deutschland anstelle eines Arbeitskampfes zunehmend geklagt wird. Insofern sind die Wachstumsraten der Fachanwaltschaften in diesem Bereich beachtlich.

Unter dem Leitmotiv „Medialisierung der Politik. Veränderte Bedingungen politischer Interessenvermittlung“ thematisiert Frank Marcinkowski, was grundsätzlich unter Medialisierung zu verstehen ist und welche Bedeutung dies für Interessenvertretung und -vermittlung im Sinne eines Lobby Work hat. Deutlich wird, dass Medialisierung, verstanden als Bedeutungsgewinn publizistischer Kalküle in nahezu allen gesellschaftlichen Bereichen einen nachhaltig verändernden Einfluss auf politische Kommunikation hat. Zudem führt Medialisierung zu neuen Ungleichheiten und Asymmetrien in der Interessenvermittlung, und zwar gemäß

der Gleichung, dass diejenigen, die das Geld haben, sich kostspielige PR-Arbeit um großangelegte Kampagnen leisten können, während im Kampf um die allgemeine Aufmerksamkeit „schwache Interessen“ aufgrund ihrer limitierten Ressourcen und insofern mangelnden medialen Präsenz auf der Strecke bleiben bzw. nicht oder nur bedingt wahrgenommen werden. Die Formel „Wer das Geld hat, hat auch die Macht“ ließe sich daher dahingehend umformulieren, dass „Wer das Geld hat, der steht auch im medialen Rampenlicht und bekommt oder behält insofern auch die Macht“.

Um die Machtfrage geht es auch im Beitrag von Doris Fuchs und Antonia Graf „Interessenvertretung in der globalisierten Welt“, der auf die zunehmende Internationalisierung von Interessenvertretung und -vermittlung eingeht und sich sehr kritisch mit der politischen Macht wirtschaftlicher Akteure, insbesondere international agierender Konzerne auseinandersetzt. Mit dem Thema Macht wird wieder ein klassisch politikwissenschaftliche Fragestellung bzw. Perspektive betont. In der Interessengruppenforschung war das Thema Macht bzw. Machtungleichgewicht lange kein Thema, abgesehen von „starken/schwachen Interessen“. Die Autorinnen differenzieren zwischen akteursspezifischer und struktureller Macht und innerhalb der strukturellen zwischen ideeller und materieller Macht. Sie argumentieren überzeugend, dass insbesondere internationale Konzerne als zentrale politische Player ihre akteursspezifische Macht im Sinne des klassischen Lobbying und im Dienst konkreter politischer Einflussnahme nutzen, während diese gleichzeitig ihre strukturellen Machtressourcen subtiler und pervasiver im Sinne eine Lobby Work einsetzen, um „von langer Hand“ in ihrem Sinne und im Dienst ihrer wirtschaftlichen Interessen auf Politikgestaltung Einfluss zu nehmen. Auch dieser Beitrag weist, wie auch der von Frank Marcinkowski, auf die zunehmenden Vertretungs- bzw. Machtasymmetrien hin, die sich aufgrund der starken Präsenz der Wirtschaftsinteressen ergeben, denen in Form der Zivilgesellschaft nur eine vergleichsweise schwache Countervailing Power gegenübersteht.

Der Beitrag von Dieter Plehwe „Europäisierung von Interessenvertretung“ richtet den Blick nach Brüssel, das sich in den letzten Jahren zu einer Hochburg des Lobbying entwickelt hat. Die Gründe hierfür sind vorrangig in der Bedeutungszunahme der Europäischen Union als politischer Gestaltungsraum für einen eng verflochtenen Wirtschaftsraum von beachtlicher Größe zu sehen. Der Beitrag vermittelt einen guten Überblick über aktuelle Trends und Veränderungen der Interessenvertretung und -vermittlung. So wird auf die Professionalisierung und Entwicklung eines „Brüsseler Lobby-Dienstleistungskomplexes“ ebenso eingegangen wie auf die Diversifikation der Akteure und ihre exorbitante Zunahme. Auch dieser Beitrag weist kritisch auf die zunehmende Asymmetrie der Interessenvertretung hin. Danach vermag, so Plehwe, „eine größere Zahl wenig repräsentativer und

schwacher Interessen [...] den Niedergang von gut organisierten Massenverbänden, etwa den Verlust gewerkschaftlichen Organisationsgrades, kaum zu kompensieren“.

3.2 „Lobby Work konkret“

Teil II des Bandes „Lobby Work konkret“ ist in drei Unterkapitel gegliedert, die jeweils die Akteurs-, die Adressaten- und die Verfahrensdimension von Lobby Work in den Blick nehmen. Zunächst geht es in Teil II 1) „Jenseits der Verbändelandschaft“ um neue Akteure bzw. auch um die Bedeutungszunahme von Akteuren – wie etwa Stiftungen oder Kanzleien – die zwar immer schon im Bereich Interessenvertretung und -vermittlung aktiv waren, denen aber infolge der veränderten Kontextbedingungen ein wichtiger Stellenwert zukommt. Mehrheitlich handelt es sich hierbei nicht um Interessengruppen bzw. „organisierte Interessen“, sondern Think Tanks sowie um Dienstleister, die unternehmerisch tätig sind.

3.2.1 Jenseits der Verbändelandschaft

Zur letztgenannten Kategorie zählen zweifelsfrei Kanzleien und Rechtsanwälte, wie Ulrich Battis in seinem Beitrag „Interessenvertretung als Profession – Rechtsanwälte“ ausführt. Aus seiner Sicht ist „Interessenvertretung durch Anwälte [...] seit langem fester Bestandteil der Gesetzgebung“, da diese immer schon durch Stellungnahmen und Expertisen für Verbände, Parteien oder Unternehmen implizit im Prozesse der Interessenvertretung und -vermittlung involviert waren. Allerdings, so Battis, wird es zunehmend schwieriger, diese klassische Form der (Policy-)Beratung durch Kanzleien und Fachanwälte vom aktuellen Lobby Work zu unterscheiden. Der Grund hierfür liegt u. a. darin, dass Fachanwälte mit spezifischer Expertise sowohl intern (als Zuarbeiter zu Referentenentwürfen) wie auch extern (z. B. als Sachverständige) an Gesetzgebungsverfahren beteiligt sind. Welche konkrete Rolle jeweils wahrgenommen wird, ist nicht immer ersichtlich. So kommt es durchaus vor, dass Fachanwalt X im Auftrag eines multinationalen Konzerns tätig ist und für diesen eine Expertise erstellt, während seine Kanzlei ein „neutrales Gutachten“ oder gleich den gesamten Referentenentwurf für das betreffende Ministerium ausarbeitet. Mehr Transparenz erscheint hier das Gebot der Stunde.

„Public Affairs Agenturen“ gehören, wie Rudolf Speth ausführt, zu den neuen Playern im Bereich Interessenvertretung. Seit Beginn der 1990er Jahre lässt sich ein stetiges Wachstum feststellen. Ihre Zahl wird in Berlin inzwischen auf rund 100 mit circa 1.000 Beschäftigten beziffert. Public Affairs Agenturen sind Dienstleister, die auf Auftragsbasis politische Kommunikation aufbauen, gestalten und optimieren. D. h. die Agenturen sind nicht im eigentlichen Sinn Lobbyisten, vielmehr betreiben

sie „Meinungsmache“ und „Kontaktmanagement“ als Geschäft. Ihr Kundenspektrum reicht hierbei von Unternehmen über Verbände bis hin zu Parteien und staatlichen Stellen wie Ministerien oder Behörden. Sie sind ad hoc tätig, verstehen sich als „Übersetzer“ und Kommunikatoren zwischen Politik und Wirtschaft sowie zwischen Politik und BürgerInnen, wobei sie intensiv Medienarbeit betreiben. Der Boom der Public Affairs Agenturen ist sicherlich Ausdruck der Veränderung politischer Kommunikation. Doch sie sind sicherlich auch ein Indiz für die zunehmende „Verbetriebswirtschaftlichung“ von Interessenvertretung. Auch hier wird längst strategisch unter Einsatz gezielter Maßnahmenkataloge vorgegangen. Schade, dass sich nicht jedes Interesse die Investition in Agenturen leisten kann und somit die Mehrheit der Interessen leider weniger „gut aufgestellt sind“.

Zu den Akteuren, die in jüngster Zeit unter dem Einfluss der Medialisierung sowie der „Meinungsmache von langer Hand“ an Bedeutung in Deutschland gewonnen haben, zählen sicherlich die Stiftungen. Einige arbeiten inzwischen primär als Think Tanks, einige wurden neuerdings sogar spezifisch mit der Zielsetzung der Politikberatung gegründet, wie Knut Bergmann und Rupert Graf Strachwitz in ihrem Beitrag „Lobbyisten, Marketing-Instrumente, Themenanwälte, Think Tanks, unpolitische Berater oder Wächter? – Stiftungen im Kontext aktiver Politikgestaltung“ zu berichten wissen. Den Grund, warum Stiftungen sich heute mehr und mehr in der Interessenvertretung und -vermittlung engagieren, sehen die Autoren im Zerbröseln der korporatistischen Arrangements, aufgrund dessen sich Freiräume für Einflussnahme auf Politik jenseits der klassischen Verbandskanäle eröffnen. Der Bertelsmann-Stiftung kommt unter den Stiftungen in Deutschland, die sich aktiv, strategisch und mit langem Atem für spezifische Anliegen und Konzepte engagieren und gestalterisch auf den politischen Raum Einfluss nehmen, eine Pionierrolle zu. Die Gestaltungsformen und Verfahren des Lobby Work als politische Einflussnahme sind komplex und facettenreich. Das Spektrum reicht von Tagungen, Expertisen, Veröffentlichungen und Symposien bis hin zum „Kontakt halten auf Tuchfühlung“ mit zentralen Entscheidern in der Politik. Von den Autoren wird auch diskutiert, wie diese Form der Interessenvertretung durch Stiftungen zu bewerten ist. Es geht um die Frage der Legitimität, wobei nach Meinung der Autoren nicht pauschal geurteilt werden kann: Es kommt auf den Einzelfall an, wobei auch hier Transparenz als Gebot der Stunde gilt. Ferner ist Pluralität im Stiftungswesen notwendig. Oder anders ausgedrückt: Erforderlich ist, dass jenseits des „neoliberalen Mainstream“ sich Stiftungen insbesondere auch als Themenanwälte schwacher Interessen verstehen und dass sie sich ferner ihrer zivilgesellschaftlichen Einbindung stets bewusst sind und insofern auch bei Lobby Work-Aktivitäten Distanz zum Staat wahren.

Auch das Interview „Pragmatische Lösungen für gesellschaftliche Probleme“ geführt von Rudolf Speth mit Sebastian Gallander fokussiert auf die Lobbyarbeit von

Lobby Work

Interessenvertretung als Politikgestaltung

Speth, R.; Zimmer, A. (Hrsg.)

2015, VIII, 351 S., Softcover

ISBN: 978-3-658-09432-4