



KOMMUNIKATIONS- UND LOBBYARBEIT IN DER EU-HAUPTSTADT

Mehr Fairness im Kampf um politischen Einfluss!

VON FOUAD HAMDAN

BEST PRACTICE

> Das erweiterte Europa sowie die immer einflussreichere EU-Kommission in Brüssel führen dazu, dass Wirtschaftsverbände und Nichtregierungsorganisationen (NROs) ihre Kommunikations- und Lobbyarbeit in Brüssel verstärken müssen. Die europäische Chemieindustrie hat es längst erkannt und ihr Lobbybüro in Brüssel, CEFIC, mit etwa 150 Mitarbeitern und einem Jahresbudget von 40 Millionen Euro ausgestattet. NROs wie Friends of the Earth Europe oder Birdlife International haben zwar

viel bescheidenere Budgets als CEFIC, dennoch erweitern sie ihre Kampagnenarbeit, um ihren politischen Einfluss zu verstärken.

Ein großartiges Friedensprojekt

Immer lauter spielt die Musik in den EU-Institutionen in Brüssel, komponiert wird aber noch in den Hauptstädten der 27 Mitgliedsstaaten, und Entscheidungen werden von den 27 Dirigenten – Premierministern und Kanzlern – getroffen. Aber Einfluss und Bedeutung der EU steigen, umso mehr, wenn mittelfristig

eine europäische Verfassung in Kraft tritt, die u.a. dem EU-Parlament in Brüssel mehr Machtbefugnisse gibt. Daran führt kein Weg vorbei.

EU-weit wird immer mehr in Brüssel geregelt, und so muss es auch sein. Die Zahlen in Brüssel sprechen für sich: Mehr als 20.000 Eurokraten verwalten die Europäische Union und regieren überall mit. Sie entwickeln die Wirtschafts- und Arbeitsmarktpolitik mit und beeinflussen z.B. Verbraucherschutz- und Umweltgesetzgebung bis auf die Lokalebene in München oder auf Sylt. Beeinflusst werden sie von etwa 15.000 Lobbyisten



in Brüssel, etwa zwei Drittel davon arbeiten für die Wirtschaft.

Politische Kommunikation auf europäischer Ebene ist also eine Notwendigkeit, und sie muss die Lobbyarbeit in Hauptstädten wie Stockholm, Berlin oder Budapest ergänzen. Wer in der EU-Hauptstadt keine professionelle Kommunikations- und Lobbyarbeit leistet, den bestrafen die Öffentlichkeit und in manchen Fällen auch die Aktienbesitzer.

Gewiss: Diskutiert und mühsam verhandelt wird in Brüssel manchmal über Jahre, wie im Fall der Chemiegesetzgebung REACH, die Ende 2006 endlich verabschiedet wurde. Aber die Vertreter von 25 Staaten – seit dem 1. Januar sind es mit Bulgarien und Rumänien 27 – einigen sich irgendwann immer auf einen Kompromiss. Friedlich. Die EU ist gerade in der heutigen Zeit ein großartiges Friedensprojekt – 50 Jahre nach ihrer Entstehung als Europäische Wirtschaftsgemeinschaft am 25. März 1957. Immer noch skeptisch? Dann empfiehlt sich ein Blick auf die desolante Arabische Liga und auf die deprimierende Afrikanische Union. Zur Ernüchterung.

Wenn es in Brüssel um die Kommunikation von Inhalten geht, dann kämpfen europäische NROs gegen Unternehmen, die die Print- und Webseiten der EU-Medien mit irreführenden Botschaften pflastern und von den von ihnen verursachten Problemen systematisch ablenken wollen (BP: „Beyond Petroleum“; ExxonMobil: „Driving for efficiency“). Das Online-Informationsportal EurActiv.com wird u.a. von Shell, Total, ExxonMobil, Dupont und der Chemielobby CEFIC gesponsert. Bemerkenswert ist die starke Präsenz von Branchen wie Öl und Chemie, die ihr Image mit massiven PR-Maßnahmen zu verbessern versuchen.

Faire Lobby- und Kommunikationsarbeit

Zahlreiche Think-Tanks organisieren in der EU-Hauptstadt medienwirksame Workshops, Podiumsdiskussionen und Vorträge zu den wichtigsten politischen Themen der EU. Sie sind einflussreich und spielen eine zentrale Rolle in der Brüsseler Politarena. Unterstützt werden sie u.a. von dem französischen Atomkraftwerksbauer Areva, von Ölkonzernen

wie Total und ExxonMobil, vom Medikamentenhersteller Pfizer, von Microsoft und dem Pro-Gentechnik-Verband Crop Life. Es gibt in Brüssel kaum ein EU-Medium oder einen Think-Tank, der nicht von internationalen Konzernen mit viel Werbung oder mit Sponsoring-Euros beglückt wird. Fairerweise muss erwähnt werden, dass einige Think-Tanks wie Friends of Europe und das European Policy Center politisch ausgewogen handeln, indem sie NROs zu Debatten aller Art einladen.

In einem Fall sind einige Konzerne auf jeden Fall einen Schritt zu weit gegangen: Eine sogenannte NRO mit dem irreführenden Namen „Green Facts“ wurde 2001 mit finanzieller Unterstützung des Chemiekonzerns Solvay aus der Taufe gehoben. Heute wird „Green Facts“, neben Solvay, u.a. von Total, Ferrari, CEFIC und der European Crop Protection Association (Verband der europäischen Gentechnikkonzerne wie Monsanto und Pestizidherstellern wie Bayer und BASF) unterstützt. „Green Facts“ versichert, dass sie nur „komplizierte wissenschaftliche und konsensorientierte Reports über Gesundheit und Umwelt

an ‚Nichtexperten‘ verbreiten will“ – spricht an Eurokraten und Medienvertreter. Hier wird jedoch die Grenze zwischen NROs und Wirtschaft bewusst verwischt, indem mit angeblich ausgewogenen und grün angestrichenen Reports z.B. Gentechnik in Lebensmitteln und Atomenergie positiv dargestellt werden.

Was NROs in Brüssel immer wieder das Leben schwer macht, ist leider die Tatsache, dass Informationen oft schwer zugänglich sind. Fakt ist: NROs werden regelmäßig damit konfrontiert, dass die Wirtschaftslobby zu oft

„privilegierten Zugang“ zu Informationen erhält und zu Absprachen mit Eurokraten hinter geschlossenen Türen geladen wird, während andere Interessengruppen außen vor bleiben. Hier muss die EU noch viel transparenter werden. NROs dürfen aus Diskussionen zwischen Wirtschaft und Eurokraten über geplante EU-Gesetzgebung nicht ausgeschlossen werden. Wer in der EU-Politik mitreden will, der braucht Informationen. Und damit das demokratische System nicht untergraben wird, müssen diese für alle gleichermaßen zugänglich sein. Eine faire Lobby- und Kommunikationsarbeit funktioniert nur, wenn alle Karten auf dem Tisch liegen und jeder Einfluss auf EU-Gesetzgebung nehmen kann.

Und damit das demokratische System nicht untergraben wird, müssen diese für alle gleichermaßen zugänglich sein. Eine faire Lobby- und Kommunikationsarbeit funktioniert nur, wenn alle Karten auf dem Tisch liegen und jeder Einfluss auf EU-Gesetzgebung nehmen kann.

Ungleiches Kräfteverhältnis zwischen Wirtschaftsvertretern und NROs

Auch mit der Lobbytransparenz hakt es noch gewaltig. Bislang ist unklar, wie viel Einfluss Wirtschaftslobbyisten eigentlich auf die europäische Entscheidungsfindung haben, wessen Interessen sie vertreten und wie viel Geld dabei eingesetzt wird. NROs legen im Gegensatz dazu ihre Finanzen offen dar. Wer z.B.

wissen will, wer und welche Kampagnen Friends of the Earth Europe unterstützt, der braucht nur auf unsere Website zu gehen.

Mit der Absicht, mehr Transparenz zu schaffen, hat der EU-Kommissar für Verwaltung, Audit und Betrugsbekämpfung Siim Kallas im Mai 2006 den ersten Entwurf einer Europäischen Transparenz-Initiative (ETI) veröffentlicht. Dieser Entwurf sieht vor, ein Lobbyistenregister auf freiwilliger Basis einzuführen. Dies ist jedoch völlig unzureichend. Nötig sind vielmehr ein verpflichtendes Lobbyistenregister sowie Sanktionen gegen Lobbyisten, die ihre Daten über Kunden, Budgets usw. nicht offenlegen wollen oder falsche Angaben machen. Die EU-Kommission muss Lobbyisten zur Transparenz verpflichten, wie es z.B. in den USA längst geschehen ist. „Freiwillige Regeln“ täuschen Transparenz nur vor, denn wer etwas zu verheimlichen hat, wird freiwillig nicht damit aufhören. Echte Transparenz sowie verpflichtende Regeln für Lobbyisten sind notwendig, damit Europa noch demokratischer wird. Das jetzige System benachteiligt NROs, weil es durch selektiven Umgang mit Information sowie Lobbydeals hinter den Kulissen geprägt ist. Eine Politik der Heimlichtuerei schwächt die Demokratie in Europa und verstärkt das öffentliche Misstrauen gegenüber der EU. Und das kann weder im Interesse der europäischen Institutionen noch in dem der Konzerne und Wirtschaftsverbände hinter den Lobbyisten sein.

Das Kräfteverhältnis zwischen Wirtschaftsvertretern und NROs in Brüssel ist also extrem ungleich, und Wirtschaftslobbyisten haben immense Ressourcen zur Verfügung. Deshalb stellt die politi-

sche Kommunikation für NGOs in der EU-Hauptstadt eine Herausforderung dar. Kreative und spannende Kommunikation muss aber zum Glück nicht viel kosten. NROs müssen keine teuren Abendessen in Luxushotels organisieren, um Eurokraten und Journalisten zu locken. Mit viel weniger Ressourcen als ihre politischen Gegner können sie Druck ausüben und Debatten auslösen, indem sie immer wieder bohrende und schmerzende Fragen stellen und regelmäßig mehr Lobbytransparenz und Zugang zu Informationen fordern.

NROs haben seit Anfang der neunziger Jahre dazugelernt und untermauern ihre Forderungen und Lösungsvorschläge mit wissenschaftlichen Studien. Sie mobilisieren ihre Millionen von Mitgliedern und ehrenamtlichen Mitarbeitern in den EU-Mitgliedsstaaten, organisieren kreative Demonstrationen, schaffen emotionale Bilder und decken Skandale auf. Und professionell kommuniziert wird das Ganze schon seit langem. <

Fouad Hamdan ist Direktor von Friends of the Earth Europe (FoEE) in Brüssel, einer europäischen Dachorganisation mit 31 nationalen Mitgliedsgruppen