

# Kampf der Interessen

Idealerweise unterstützen und informieren Lobbyisten die Politiker in Fachfragen – Interessensgruppen versuchen dabei, wichtige Themen zu platzieren. Auch die Bauwirtschaft engagiert sich in Sachen Lobbying.



Foto: photos.com

**Lobbying ist die hohe Kunst der Kommunikation**, an der „richtigen“ Stelle Botschaften, Themen und Diskussionsansätze anzubringen.

Schon Pate Vito Corleone hat es in Mario Puzos Roman richtig erkannt: Keine Killer, Rechtsanwälte braucht es in der modernen Wirtschaftswelt. Heute jedoch würde seine Wahl wohl auf Lobbyisten fallen. Meint zumindest Lobbying-Coach **Wolfgang Lusak**. Spätestens seit Ex-Innenminister Ernst Strassers „investigativem Brüssel-Einsatz“ ist jedenfalls bekannt, wie scheinbar einfach politische Entscheidungen zu beeinflussen sind – und was es für ein solches Vorgehen braucht.

„Das ist nur die Spitze des Eisbergs. Im Moment ufert es aus“, sichtet **Lusak** eine bereits „durchsuchte Demokratie“. Allerdings, man muss unterscheiden zwischen gutem und schlechtem Lobbying, zwischen Korruption und Meinungsbildung. Lobbying sei mit einer Axt zu vergleichen: Denn damit können Schädel eingeschlagen, aber auch Holz für den Hausbau gehackt werden. „Gutes Lobbying ist, wenn einige etwas für viele tun.

Schlechtes, wenn einige nur aus Eigennutzen agieren“, zieht **Lusak** eine entscheidende Grenze. Letzteres wird in der Öffentlichkeit aktuell weit deutlicher wahrgenommen. Hier bescheinigt Ex-Vizekanzler Ewald Busek der umstrittenen Branche kein gutes Image in der Öffentlichkeit: „Lobbying wird in Österreich prinzipiell als etwas Schräges, wenn nicht Kriminelles missverstanden. Unter Lobbying ist nichts anderes zu verstehen als ein Einsatz für bestimmte Lösungen, meistens punktuell. Es ist allerdings zwischen Lobbying und Entscheidungsfindung ganz eindeutig zu trennen.“

Selbstverständlich hat Lobbying auch längst in der Bauwirtschaft Einzug gehalten. Die Initiative „Bau Massiv“ etwa bekennt sich auf ihrer Webseite klar als „Lobbying-Plattform der Hersteller mineralischer Baustoffe im Fachverband der Stein- und keramischen Industrie in der Wirtschaftskammer Österreich“. Aber auch sonst sind beinahe alle Gruppie-

rungen der heimischen Baubranche nach Produkt und Interesse zielorientiert vertreten – von Befürwortern von Zement über Holz und Polystyrol bis zum Passivhaus. Und bei einer Fülle an politischen Entscheidungen entsteht durchaus der Eindruck, dass Interessenvertretungen ihren Teil beigetragen haben. Wie kommt es etwa, dass heuer die natürlich für den Bau positive Förderaktion zur thermischen Sanierung trotz Sparkurs wiederholt wurde? Warum senkt Oberösterreich seine Kriterien bei der Wohnbauförderung? Schwellenwerte, Konjunkturpakete, Abfallwirtschaftsgesetze? Und warum gelingt anderen Forderungen wie dem Handwerkerbonus oder der Zweckbindung der Wohnbauförderung trotz bester Argumente kein Durchbruch?

## Notwendige Infos für Politik

„An Lobbying ist im Prinzip nichts Anrüchiges. Dafür, dass viele in der Branche auf gut Glück unterwegs sind und

nicht viel beeinflussen können, werden aber schon hohe Rechnungen gelegt“, meint Roman Rusy, der sich selbst als PR-Manager in der Bauwirtschaft sieht, auch wenn er etwa als Funktionär für die Gesellschaft für Ökologie und Abfallwirtschaft durchaus auch meinungsbildend unterwegs ist. Er sieht im Lobbying sogar eine gewisse Notwendigkeit: „Verschiedene wirtschaftliche und technische Prozesse sind derart komplex, dass viele Beamte oder Politiker sie gar nicht durchschauen oder verstehen können. Da ist das eine gute Sache.“

### In Brüssel unterwegs

Das kann Carl Hennrich, Geschäftsführer des WKO-Fachverbandes der Stein- und keramischen Industrie, nur bestätigen. Seit drei Jahren leistet sich die Interessenvertretung abseits eigener Tätigkeit einen eigenen Lobbyisten in Brüssel. Angesichts der Entwicklung des Klima- und Energiepakets habe man sich entschlossen, sich stärker auf europäischer Ebene einzubringen und etwas unabhängiger von Wirtschaftskammer und internationalen Verbänden zu sein. Hennrich erklärt: „Beim Thema Emissionen gibt es unterschiedliche Vorstellung, die



**Vorbild Brüssel:** Lobbying-Kultur wird hier gelebt – alle Beteiligten werden jeweils einbezogen.

mit Briefen, E-Mails oder Broschüren ist heute einfach niemand mehr zu beeindrucken. Das geht nur, wenn persönlich mit Leuten gesprochen wird.“

Und Hennrich gibt einen Einblick, wie Lobbying in Brüssel abläuft: Ein übliches Format sind, abgesehen von Geschäftsessen, diverse Fachveranstaltungen, ähnlich

auf die Idee, mit allen Beteiligten auf breiter Ebene zu sprechen. Man kommt erst, wenn es brennt.“ An bauspezifische Enquetes etwa kann sich Hennrich nur an zwei in den letzten beiden Jahrzehnten in Österreich erinnern, in Brüssel finden solche fachspezifischen Veranstaltungen viermal im Jahr statt.

### Lobbying-Erfolge

Die Lobbying-Mühen lohnen sich zuweilen, wenn auch nicht immer. Als erfolgreiches Beispiel nennt Hennrich die Förderaktion zur thermischen Sanierung: Schon bei der ersten Aktion war der Fach-



Foto: WKO

„Transparenz und Integrität sind auf politischer Seite erforderlich“

CARL HENNRICH

nicht auf einen Nenner zu bringen sind. Die Politik ist darauf angewiesen, dass ein Überblick ermöglicht wird. Wir wollen dazu beitragen, dass Europa weiterhin ein Standort für die Bauproduktion bleibt. Das geht aber nur, wenn weiterhin Rohstoffe zu Zement oder Putze verarbeitet werden dürfen.“

Der Lobbyist vor Ort hat die zentrale Aufgabe, frühzeitig an entsprechende Entwürfe und Dokumente zu geplanten Beschlüssen zu gelangen. Hennrich: „Je früher man davon erfährt, desto eher ist Einfluss möglich.“ Dann kommt er selbst zum Einsatz, erst vor wenigen Tagen war Hennrich in Brüssel: „Ich sehe die Debatte sehr locker. Wir haben uns nichts vorzuwerfen. Ganz im Gegenteil: Mit unseren direkten Aktivitäten sind wir den richtigen Schritt gegangen. Denn

Symposien, wie erst vergangene Woche eines zum Thema „Mineralische Rohstoffe – Ressourceneffizienz“ im EU-Abgeordnetenrestaurant stattgefunden hat. Dazu lädt ein Abgeordneter Kollegen und Vertreter aus Wirtschaft und Non-Government-Organisationen (NGO) ein, denn sonst wird externen Personen der Zutritt in die heiligen Hallen verwehrt. Nach diversen Stellungnahmen oder Vorträgen wird das jeweilige Thema diskutiert, die Politik kann sich somit ein Bild samt unterschiedlicher Standpunkte machen. Voraussetzung dafür ist ein gewisses Interesse der Politiker. Hier stellt Hennrich der heimischen Landschaft kein gutes Zeugnis aus: „Die Brüsseler Kultur ist da wesentlich weiterentwickelt. Was dort abgeht und was bei uns – da liegen inzwischen Welten dazwischen. Hierzulande kommt man nicht

### Lobbying, PR, Networking

Lobbying, Public Relations, Networking – was steckt eigentlich hinter diesen Begriffen? Lobbying, oder etwas abfällig Lobbyismus, ist eine Form von Interessenvertretung in der Politik, mit der unterschiedlichste Gruppen versuchen, Exekutive oder Legislative, aber auch die öffentliche Meinung über persönliche Kontakte zu beeinflussen. Es werden dazu eigene Lobbys gegründet. Im Gegensatz zu Netzwerken, wo an vorhandene Lobbys „angedockt“ wird. Public Relations wiederum dient rein zur Kommunikation in erster Linie mit Medien, kann aber durchaus auch als Überbegriff angesehen werden.

Trotz weitgehend klarer Definitionen, können zwischen diesen drei Bereichen tatsächlich keine eindeutigen Grenzen gezogen werden.

verband gemeinsam mit der Bundesin-  
nung Bau und der Baugewerkschaft maß-  
geblich beteiligt und hat hinter den Kulis-  
sen gewerkt.

Oder anlässlich der schrecklichen  
Unglücks in Lassing 1998, als ein Berg-  
werk einstürzte und neun Menschen  
unter sich begrub. Hennrich: „Die Poli-  
tik verschärfte daraufhin auch die Vor-  
schriften für die Gewinnung von Bauroh-  
stoffen. Ein Gürtel, der uns kaum Luft  
verschaffte. Zwei Jahre später gingen  
wir das Thema wieder an, und die Bemü-  
hungen haben zu einer Novelle geführt.  
Damals haben wir auch erkannt, dass  
wir nicht erfolgreich sein können, wenn  
wir nicht mit allen Beteiligten sprechen –  
auch mit den NGOs.“ Es war der wirkliche  
Start des Lobbying für den Fachverband  
Steine-Keramik, insgesamt 68 Sitzungen  
und Vorsprechen wurden absolviert. „Nur  
auf diesem Weg ist es gelungen, die existenz-  
bedrohlichen Bestimmungen wieder  
auf ein vernünftiges Maß zu führen“,  
erklärt Hennrich.

Auch Felix Friembichler, Geschäftsführer  
der Vereinigung der Österreichischen  
Zementindustrie, kann von Erfolgen spre-  
chen. Rund um die Etablierung von Beton  
als Energiespeicher ist einiges gelungen.  
„Mit finanziellem und persönlichem Ein-  
satz. Natürlich sind wir da auch mit Poli-  
tik und Entscheidungsträgern in Kontakt  
getreten. Das ist Überzeugungsarbeit.  
Wir vertreten Dinge, die erreichbar sind  
und auch für die Allgemeinheit Sinn erge-  
ben.“ Letzteres war auch bei der ther-  
mischen Sanierungsaktion wesentlich:  
Zwar sei man im Interesse der Bauwirt-  
schaft aufgetreten, profitiert haben aber  
alle Beteiligten: der Bau, die Immobilien-  
besitzer und schlussendlich umweltpoli-  
tisch auch die Gesellschaft.

### Kritik an Interventionen

Aber des Öfteren geht es dann, je nach  
Blickwinkel, schon auch in die falsche  
Richtung. Ein Paradebeispiel sei da  
laut PR-Mann Rusy die aktuelle Novelle  
zum Altlastensanierungsgesetz: „Da  
stellt es einem die Fingernägel auf. Man  
braucht mehr Geld für die Altlastensanie-  
rung, trotzdem schaffen es Abgeordnete,  
Ausnahmen durchzudrücken. Für eine  
bestimmte Klientel wird ein Gesetz aufge-  
weicht. Das ist unverantwortlich und meiner  
Meinung nach nicht im Interesse einer  
Volkswirtschaft.“ Damit sind Ausnahmere-  
gelungen gemeint, die zum Beispiel Stahl-  
werksschlacken eine Steuerbefreiung  
ermöglichen. „Da muss jemand die Klin-

ke sehr erfolgreich geputzt haben“, stellt  
Rusy in den Raum.

An schlechten Beispielen für Lobbying  
mangle es jedenfalls nicht, das kann auch  
Hans Kronberger berichten. Der ehema-  
lige EU-Parlamentarier erinnert sich nur zu  
gut an ein Wechselspiel zwischen „sehr  
lästigen Leuten und sinnvoller Informati-  
onstätigkeit“. Heute ist er als Präsident  
des Bundesverbands Photovoltaik Austria  
selbst Lobbyist. Und er erkennt seine  
Kontrahenten der Elektrizitäts- und fossi-  
len Wirtschaft als Verhinderer der drin-

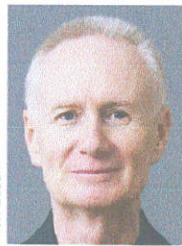


Foto: Lusak

„Wir leben längst in einer Lobbykratie.  
Weniger der Wählerwille als große Lobbys  
dominieren.“

WOLFGANG LUSAK, LOBBYING-COACH

gend notwendigen Energiewende. „Poli-  
tisch werden hier historische Fehler und  
Fehleinschätzungen begangen. Dabei  
müssten alle Parameter selbst den Blinden  
erkennbar sein“, sichtet Kronberger enorme  
Einflussnahme einzelner Wirtschaftszweige.  
So sei es einfach unverständlich, dass in den  
Gremien zur Energiestrategie Vertreter der  
fossilen Wirtschaft so Oberhand gehabt hät-  
ten, bei der Roadmap für Photovoltaik die  
Elektrizitätswirtschaft massiv und erfolg-

wenn keine Geldkoffer verteilt werden.  
Doch der Photovoltaik Austria fehlt es  
an den entsprechenden Mitteln wie auch  
an personellen Ressourcen. David gegen  
Goliath also. Das sieht auch Lusak ähn-  
lich: Ohne Geld geht's nicht. Zwei große  
Lobbygruppen seien es, die dominieren,  
nämlich „die kapitalistischen der Kon-  
zerne und die Klientel der Großsoziallob-  
bys wie Pensionisten, Lehrer oder Ärzte“.  
„Es ist ein Wechselspiel der Gesell-  
schaft und der politischen Gruppen.“



Foto: MBI/Korber

Ex-Innenminister Ernst Strasser löste die Eu-weite Debatte über Lobbying aus; „My clients pay me for  
a year 100.000 Euro.“