

RUSH HOUR

Ministerium für Enteignung

Personalversammlung im Finanzministerium. Der Minister selbst spricht. Mit dem Finanzmarktstabilisierungsgesetz ist das Haus zur Enteignungsbehörde geworden. Das sind fundamental neue Aufgaben, die man annehmen muss, sagt der Minister. Enteignen muss man auch wollen, sagt er und blickt alle an. „Kein Problem“, sagt einer der Personalräte, „endlich werden Außenanschein und Selbstbild unseres Hauses offiziell in Einklang gebracht. Enteignungsbehörde. Das ist gut für die Mitarbeitermotivation.“



URSULA WEIDENFELD
Kolumnistin
Handelsblatt

Wenn die Leute mit ihrem Eigentum nicht ordentlich umgehen können, dann muss man ihnen doch dabei helfen. „Diese Banker, seit Wochen gehen sie ein und aus und benehmen sich, als gehöre ihnen das alles hier. Rumpfen die Nase, wenn wir etwas sagen. Dabei haben sie doch die Probleme. Jetzt kommt es anders, einfach andersherum. Jetzt sind wir dran!“ triumphiert einer.

„Warum ist eine Bank etwas anderes als ein Autozulieferer, steuerlich sind sie doch auch gleich“, findet ein anderer, und man kommt zu dem Schluss, dass man die doch, ähm, enteignen könnte, wenn sie sich nicht freiwillig von ihrem, sagen wir, versärgerten unternehmerischen Leben trennen wollen. „Und den Eltern, die es nicht können, nehmen wir die 100 Euro Konjunkturpritsche für ihre Kinder auch wieder weg. Enteignung. Dann kaufen wir den Kindern die Bleistifte, Taschenrechner und nur Mathebücher. Das werden bessere Kinder!“

Dann sagt einer, wieder bitter: „Was sind aufgeblasene Manager und blöde Eltern gegen Schamschläger, die den ehrlich Arbeitenden ihren sauer verdienten öffentlichen Ruhm streitig machen?“ „Du meinst das affige neue Wirtschaftsministerium? Da könnten wir anfangen. Enteignungsbehörde. Wir müssen das tun. Öffnen Sie die Tür.“ So wird alles gut. weidenfeld@handelsblatt.com

Rush Hour gibt es auch als Buch. Ursula Weidenfeld: Karrierekiller – Karrierekiller. Die besten Kolumnen aus dem Handelsblatt, Redline, 15,90 Euro zzgl. Versandkosten bei: www.handelsblatt-shop.com

| |
|---------------------------|
| UNTERNEHMENSPRAXIS |
| MO FAMILIENUNTERNEHMEN |
| DI TECHNIK & INNOVATION |
| MI RECHT & STEUERN |
| DO MARKETING |
| FR MANAGEMENT & STRATEGIE |

Strippenzieher an der Spree

Neue Verordnungen und Gesetze können ganze Branchen in Existenznot bringen. Ein Lobbyist erzählt, wie sich Unternehmen wehren.

KLAUS STRATMANN | BERLIN

Was darf's denn sein? Suchen Sie nur den direkten Kontakt zu einem entscheidenden Politiker? Geht's um die etwas wohlwollendere Formulierung eines Absatzes in einer steuerrechtlichen Verordnung? Um ein Gutachten, mit dem das umstrittene Wirken Ihrer Branche plötzlich in hellsten Farben erstrahlt? Allein in Berlin gibt es mindestens 5 000 Menschen, die Ihnen bei der Erfüllung all dieser Wünsche gern behilflich sind.

Gerade in Zeiten der Krise haben Lobbyisten Hochkonjunktur. Denn nie war es für Unternehmen wichtiger, die Politik auf ihre Seite zu ziehen – Opel und Schaeffler lassen grüßen. Nachteilige politische Weichenstellungen können Betriebe oder auch ganze Branchen direkt in die wirtschaftliche Katastrophe lenken. „Es fehlt das Polster. Falsche Entscheidungen der Politik, die ein Unternehmen sonst ohne weitere wegstecken kann, können fatale Folgen haben“, sagt ein Lobbyist, der sich über gute Geschäfte freut, aber seinen Namen lieber nicht in der Zeitung lesen möchte.

Anders Andreas Geiger. Der Rechtsanwalt und Managing Partner der Kanzlei Alber & Geiger, steht zu seinem Metier. Der Lobbyist pendelt zwischen Brüssel und Berlin, zwischen EU-Kommission, Politik, Ministerien und Unternehmen. „Die Deutschen lernen langsam, dass Lobbyismus nichts mit Mausecheln und Intransparenz zu tun haben muss. Im Gegenteil. Unsere Tätigkeit hat zum Ziel, Gesetzgebungsprozesse und Verwaltungsverfahren zu verbessern, sie durchschaubarer zu gestalten“, ist Geiger überzeugt.

Der Anwalt sitzt in seinem Berliner Büro direkt am Checkpoint Charlie in unmittelbarer Nachbarschaft zu vielen Kanzleien und Agenturen, die sich auf die Lobbyarbeit spezialisiert haben. Sie springen in eine Bresche, die Verbände auf vielen Politikfeldern haben entstehen lassen. Geiger: „Das Problem des Gesetzgebers in Deutsch-

land ist, dass er oftmals nicht den ausreichenden Input von Fachleuten und Praktikern bekommt.“ Institutionalisiert sei der Input im Gesetzgebungsverfahren nur über die Verbändeanhörung. Doch die reiche nicht mehr aus.

Wie Lobbying in der Praxis abläuft, erzählt Geiger an diesem Fall: Der Deutsche Lottoverband wehrt sich gegen den Glücksspielstaatsvertrag, der es Privatunternehmen verbietet, via Internet die Teilnahme am staatlichen Lotteriospiel zu vermitteln. Vor dem Europäischen Gerichtshof (EuGH) sind gleich mehrere Verfahren gegen dieses Verbot anhängig, das es so auch in anderen EU-Staaten gibt. Parallel laufen Klagen gegen den Vertrag vor einem deutschen Verwaltungsgericht, und EU-Binnenmarktkommissar Charlie McCreevy leitet ein Vertragsverletzungsverfahren gegen Deutschland und andere Staaten ein.

Das Problem in diesem Fall: Die Verfahren hängen. Entscheidungen können Jahre dauern. „So lange können die Lotteriomittler nicht warten“, sagt Geiger. An dieser Stelle kommen Lobbyisten ins Spiel wie Alber & Geiger. Sie unterhalten sich zunächst auf Arbeitsebene mit der Kommission, schließlich auch mit McCreevy selbst.

Der Kommissar müsste für eine rasche Entscheidung auf seine Amtskollegen auf seine Seite ziehen. Doch nicht alle Kommissare wollen in dieser Frage klar Stellung beziehen, haben die jeweiligen Interessen ihrer Länder im Hinterkopf. Schließlich bitten die Lobbyisten die Politik um Hilfe. Ein Europaparlamentarier stellt eine parlamentarische Anfrage an McCreevy – will wissen, warum die Vertragsverletzungsverfahren nicht vorangehen.

Jetzt bekommt McCreevy die Bühne, die er braucht. Er räumt auf mit der offiziellen Sichtweise der deutschen Behörden, die Tätigkeit der Vermittler sei als verbotenes Glücksspiel anzusehen. McCreevy macht unmissverständlich klar, dass er die Position der Deutschen für europarechtswidrig hält. Angesichts dieser eindeutigen Po-

Berlin-Mitte: Die kurzen Wege der Lobbyisten

| | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|
| 1 Verband der Chemischen Industrie | 21 Bundesrat |
| 2 RWE, Wilmer Hale | 22 Finanzministerium |
| 3 Fischer Appelt | 23 Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft |
| 4 Konvent für Deutschland, Informationsforum RFID | 24 Rheinmetall, Förderkreis Heer |
| 5 Pro Generika | 25 Gesamtmetall |
| 6 Zollernhof, Glaxo-Smithkline, Deutsche Börse, Eon, ZDF, Eutop | 26 Bertelsmann, Bertelsmann Stiftung |
| 7 Café Einstein, Deutscher Zigarettenverband, Verband Deutscher Maschinen- und Anlagenbau, BMW | 27 Deutsche Bank |
| 8 Russische Botschaft | 28 VW, Tui |
| 9 Vertretung der Europäischen Kommission | 29 DBB Forum |
| 10 Hotel Adlon, China Club | 30 Borchardt |
| 11 Bayer, BP, DZ Bank | 31 RAG/Evonik, Bundesverband Investment und Assetmanagement |
| 12 US-Botschaft | 32 Scholz & Friends, Hill & Knowlton |
| 13 Commerzbank | 33 Verband der privaten Krankenkvers. |
| 14 Tucher, Palais am Pariser Platz | 34 Burson-Marsteller |
| 15 Reichstag | 35 Stiftung Marktwirtschaft, Zentralverband des Deutschen Handwerks |
| 16 Deutsche Parlamentarische Gesellschaft | 36 Berlin Capital Club |
| 17 In den Ministertgärten | 37 Evangelische Kirche in Deutschland |
| 18 Deutsche Bahn | 38 Informationszentrum Klima |
| 19 EADS, Freshfields Bruckhaus Deringer | 39 Pleon |
| 20 Daimler | 40 Verband Forschender Arzneimittelhersteller |

sitionierung des EU-Kommissars dürfte sich hierzulande jeder Staatsanwalt dreimal überlegen, ob er gegen die privaten Lotteriomittler strafrechtlich vorgehen will. Geiger: „Das hilft unseren Mandanten enorm.“ Der Fall ist ganz typisch. Lobbyisten heben Verfahren, die auf der Ar-

beitsebene hängen, auf die politische Ebene. „Das ist völlig legitim und hilft, Klarheit für alle Beteiligten zu schaffen“, betont Geiger. Ob Anti-Dumping-Verfahren oder Telekomderegulierung – Lobbyisten müssen oft als Übersetzer zwischen Politik und Verwaltung einspringen. Was früher ein

Branchenverband allein erledigte, geschieht häufig mit Unterstützung einer auf die Lobbyarbeit spezialisierten Agentur oder Kanzlei. Immer gezielter erfolgt der Einsatz solcher „hired guns“. Geiger: „Wir machen den Entscheidern deutlich, welche fatalen Konsequenzen eine einzelne Verwal-

tungsentscheidung für ein Unternehmen oder eine Branche haben kann.“ Lobbyisten weisen unverblümt darauf hin, welche Schadensersatzforderungen von Firmen auf die Politik zukommen, sollten Neuregelungen durch Gerichte wieder gekippt werden.

Einen anschaulichen Überblick über die Mittler zwischen Politik und Wirtschaft gibt der „Lobby-Planet Berlin – Der Reiseführer durch den Lobbydschungel“, den die Organisation Lobby-Control kürzlich herausgegeben hat. Die Karte zeigt, dass Lobbyisten in Berlin-Mitte ganze Straßenzüge bevölkern. Im Internationalen Handelszentrum etwa findet sich Wilmer Hale. Die Kanzlei hat sich auf Beratung an der Schnittstelle von Recht, Wirtschaft und Politik spezialisiert. Sie beschäftigt über 1000 Anwälte weltweit. In direkter Nähe hat sich die Agentur Fischer Appelt niedergelassen, zu deren Spezialitäten ebenfalls das Lobbying zählt. Auch auf der Friedrichstraße sind Kommunikationsberatungen wie Hill & Knowlton oder Burson-Marsteller zu finden.

Lobby-Control will mit dem Reiseführer das Bewusstsein für die Schattenseiten der Lobbyarbeit wecken: „Unethische Lobbypraktiken, privilegierte Zugänge und Machtungleichgewichte gefährden unsere Demokratie“, heißt es im Vorwort. Lobby-Control bemängelt den wachsenden Einfluss der Lobbyisten und wirft der gesamten Branche mangelnde Transparenz vor.

Tatsächlich gibt es keine gesetzlichen Regeln für die Arbeit der Lobbyisten, selbst ein verpflichtendes Register – in Ländern wie den USA längst üblich – sucht man hierzulande vergebens. Völlig unklar ist in den meisten Fällen auch, welcher Berater von welchem Unternehmen oder Verband für welche Arbeit wie bezahlt wird. Längst haben große Teile der Branche erkannt, dass es so nicht weitergeht. Die Forderung nach größerer Transparenz findet immer mehr Anhänger.

Auch Lobbyist Geiger bemüht sich, das Image seiner Branche zu verbessern. „In Deutschland herrscht in den Köpfen einiger noch immer das Bild von der Hinterzimmer-Kungelei vor. Doch darum geht es beim Lobbyismus, wie wir ihn verstehen, überhaupt nicht. Im Gegenteil: Ich bin für größtmögliche Transparenz. Jeder soll wissen, für wen wir handeln.“

Hinzu kommt: Lobbyisten für Firmen oder Verbände bekommen immer mehr Gegenwind von Umwelt- und Verbraucherschützern. Diese haben ihre Arbeit in höchstem Maße professionalisiert und stoßen in der Politik auf offene Ohren. „Da müssen die Wirtschaftslobbyisten kräftig dagegen halten, wenn sie wahrgenommen werden wollen“, sagt ein Branchenvertreter.

ARBEITSPLATZ: AXEL SCHWEITZER „Wir wagen oft zu wenig“

Erklären Sie in einem Satz, was Ihr Unternehmen tut!
Als eines der größten Recyclingunternehmen in Deutschland handeln wir mit allen Arten von Sekundärrohstoffen und bieten ein einzigartiges Spektrum an Umweltdienstleistungen – von der Batterierücknahme über die Kunststoffaufbereitung bis zum Stahlschrotthandel.

Womit beginnt Ihr Tag?
Seit sieben Monaten am liebsten mit dem Lächeln unseres Sohnes.

Tee oder Kaffee?
Milchkaffee.

Wie sind Sie als Chef?
Anspruchsvoll und fair.

... und was würden Ihre Mitarbeiter antworten?
Dass ich ihnen viel Freiraum und Eigenverantwortung lasse.

Was bringt Sie in Harnisch?
Absicherungsmentalität! In Deutschland wagen wir oft zu wenig.

Verraten Sie eine Marotte?
Wichtige Spiele von Alba Basketball Berlin muss ich sehen – zur Not auf dem Laptop, wenn ich dienstlich unterwegs bin.

Was war das bisher kniffligste Problem in Ihrem Job?
Frei nach Herberger: Die nächste Herausforderung ist immer die kniffligste.

Was war Ihr bisher bestes Geschäft?
Der Aufbau unserer ersten internationalen Aktivitäten.

Womit haben Sie Ihr erstes Geld verdient?
Mit dem Einsammeln und Verkaufen von altem Metall.

Ihr Spitzname?
AS.

Was war der klügste Rat, den Sie je bekamen?
Er stammt von meinem Vater. Er hat mir und meinem Bruder Eric beigebracht: „Jeder kann Fehler machen. Aber den gleichen Fehler zweimal zu machen, ist Dummheit.“

Was machen Manager häufig falsch?
Angestellte Manager denken oft zu kurzfristig. Als Unternehmer ist Verantwortung keine Frage der Vertragslaufzeit.

Wohin führen Sie Geschäftsfreunde am liebsten aus?
Zu einem Spiel von Alba Berlin in der neuen O2-Arena.

Mit wem würden Sie gerne für einen Tag den Job tauschen?
Mit Bundesumweltminister Sigmar Gabriel, um das längst überfällige Rohstoffgesetz endlich auf den Weg zu bringen.

Die Fragen stellte Katrin Terpitz.



Axel Schweitzer, 39, ist Vorstandschef von Interseroh, Köln, und Miteigentümer von Alba, Berlin. „Beim Basketball zeigt sich, dass Erfolg langfristig planbar ist – mit der richtigen Strategie und dem nötigen Durchhaltevermögen.“

Handelsblatt Seminar

Unternehmensdurchsuchungen.

Risikoprävention – Schadensminimierung – Professionelle Nachbereitung

Informieren Sie sich und Ihre Mitarbeiter gezielt und vorbeugend über diese Themen:

- Rolle der Belegschaft bei internen Ermittlungen
- Ablauf einer „Dawn Raid“
- Was tun, wenn Unterlagen beschlagnahmt werden – Tipps zur Vorgehensweise
- Umgang mit Medien und Öffentlichkeit: Wie wird man sprechfähig, auch wenn man nichts sagen soll?

Weitere Informationen erhalten Sie unter:
<http://vhb.handelsblatt.com/durchsuchungen>

1. April 2009, Frankfurt/Main
18. Juni 2009, Düsseldorf

Handelsblatt Veranstaltungen

Unternehmensdurchsuchungen.
Bitte faxen an: **0211.96 86-45 03**

Ja, ich nehme teil zum Preis von € 1.349,- zzgl. MwSt. p. P.
 am 1. April 2009 in Frankfurt/Main [P1200290M100]
 am 18. Juni 2009 in Berlin [P1200293M100]

Bitte senden Sie mir unverbindlich das detaillierte Seminar-Programm zu.
 Ich interessiere mich für Ausstellungs- und Sponsoringmöglichkeiten.

Name _____
 Firma _____
 Anschrift _____

 Telefon _____
 E-Mail _____
 Datum _____ Unterschrift _____

oder einschicken an: EUROFORUM, Informa Deutschland SE HB1
 Thomas Brauner, Postfach 111234, 40512 Düsseldorf,
 E-Mail: thomas.brauner@informa.com

Bitte rufen Sie uns an: 0211.96 86-35 03