

Zu welchen Themen wird lobbied?
 Interessenvertretung findet in allen **Politikfeldern** bzw. **Gesellschaftsbereichen** statt, z. B. in der Industrie, im Sport, Gesundheits- und Bildungsbereich oder im Agrar-, Verkehrs- und Energiesektor. In Medien und Öffentlichkeit werden dann häufig Begriffe wie „Rüstungs-“, „Bauern-“, „Tabak-“ oder „Autolobby“ gebraucht.

Wer betreibt Lobbying?
 Im Prinzip kann jede gesellschaftliche Interessengruppe Lobbying betreiben. Klassische Akteure sind:

- **Interessenverbände** wie Wirtschafterverbände, Gewerkschaften oder Umwelt- und Verbraucherverbände
- **Nichtregierungsorganisationen** („Non-Governmental Organizations“ (NGOs), Vereine, Stiftungen, Kirchen oder Bürgerinitiativen (z. B. Fridays for Future))
- **Public-Affairs-Agenturen**, die für ihre jeweiligen Auftraggeber (z. B. Wirtschaftsunternehmen oder Verbände) professionell Lobbying betreiben
- **„Think Tanks“** und andere Forschungsinstitute im Auftrag von Interessenverbänden (z. B. Arbeitgeberverbände, Gewerkschaften, Sozial-/Bauern-/Umweltverbände)
- **Staatliche Akteure** wie Kommunen, Bundesländer oder Bundesministerien, wenn sie z. B. um Fördergeld internationaler Organisationen für ihre Stadt, ihr Bundesland oder ihr Ministerium werben oder Austragungsort eines Sportgroßereignisses werden wollen

Einflussnahme einer Interessengruppe auf ...
 die Themenset-
 zung politischer
 Debatten („Agenda-Setting“) (1)
 → den Gesetzgebungs-
 prozess (Regierungs-
 initiativen, Gesetz-
 entwürfe, Parlaments-
 abstimmungen) (2)
 → die Umsetzung
 von Gesetzen
 durch die
 Verwaltung (3)
 („Implementation“)

Einflussnahme für die Interessengruppe erfolgreich, wenn ...
 sie zu Gespächen
 eingeladen wird
 oder das Thema
 in den Medien ist
 → die Interessengruppe
 an die Bedürfnisse
 von Vorteil ist
 → die Interessengruppe
 angepasst
 werden
 Lobbying geschieht für alle sichtbar in **formellen** Gremien (z. B. bei öffentlichen Anhörungen von Expert/-innen in Parlamentsausschüssen), aber auch für die Öffentlichkeit vorborgen **informell** (z. B. in Telefonaten, bei Abendessen).

Neben der horizontalen Unterscheidung wird vertikalen Mehrebenensystem Lobbyakteure Politik beeinflussen: von der regionalen Ebene (Kommunen, Bundesländer), über den Nationalstaat und die EU-Ebene (Beeinflussung der EU-Kommission und anderer Institutionen der Europäischen Union) bis hin zur internationalen Ebene mit Organisationen wie z. B. der Weltbank. Allein bei der EU sind 13.000 Lobby-Akteure registriert.

„Lobbyismus“ oder „Interessenvertretung“?
 Da die Begriffe „Lobbyismus“ und „Lobbyist/-in“ häufig (ab)wertend verwendet werden, wird in der Politikwissenschaft **zunehmend neutral von „Interessenvertretung“ und „Interessenvertreter/-innet“ gesprochen.**
In diesem Spicker werden beide Begriffe verwendet. Dass Interessenverbände die Interessen verschiedener Gruppen in der Gesellschaft artikulieren und vertreten (also Lobbying betreiben), gehört zur Demokratie. Sie übernehmen somit eine Vermittlungsfunktion zwischen Bürger/-innen und Politik.

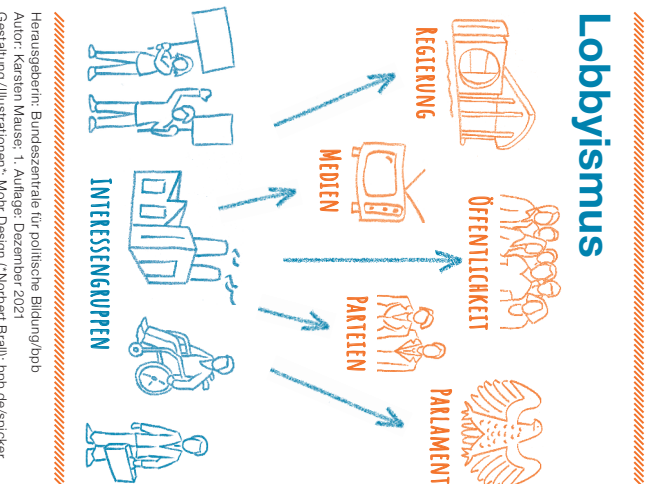


Was ist Lobbyismus?
 Lobbyismus bezeichnet das Phänomen, dass Interessengruppen versuchen, in ihrem Sinne Einfluss auf politische Entscheidungen zu nehmen. Diese Tätigkeit wird auch „Lobbying“ genannt.
 Historisch geht Lobbyismus auf den Begriff „Lobby“ zurück, mit dem in Großbritannien und den USA die Empfangshalle des Parlaments bezeichnet wird. Die Vertreter/-innen von Interessengruppen, die keinen Zugang zum Sitzungssaal hatten, konnten sich in der Lobby mit Politikern/-innen treffen, um im Gespräch für ihre Interessen zu werben.
 In modernen Demokratien kann zwischen zwei Arten der Einflussnahme unterschieden werden:

Informelles Lobbying
 Interessensverbände stellen für Politiker/-innen oder Verwaltungsmitarbeiter/-innen Informationen bereit (E-Mails, Broschüren, Gespräche usw.), um für ihre Positionen zu werben.
Parteispensden
 Wirtschaftsunternehmen, Interessensverbände und andere Organisationen oder Einzelpersonen spenden politischen Parteien Geld, auch damit diese Politik in ihrem Sinne machen.
Politikspensoring
 Unternehmen oder Interessensverbände können auch politische Parteien, Ministerien oder Politiker/-innen auch dadurch sponsorn, dass sie ihnen nicht direkt Geld spenden, sondern Veranstaltungen ausrichten und bezahlen, bei denen Interessensvertreter/-innen für sich werben können und in Kontakt mit politischen Entscheidungsträgern/-innen kommen.

Drehtür-Effekt (engl. Revolving Door)
 Lobbyisten/-innen wechseln – quasi „durch die Drehtür“ – in die Politik, wodurch die Interessengruppe an Einfluss gewinnen kann. Oder ehemalige Politiker/-innen wechseln zu einem Interessenverband („durch die Drehtür hinaus“), wodurch dieser Verband bessere Verbindungen in die Politik bekommen kann.

Nebentätigkeiten/Nebeneinkünfte
 Manche Politiker/-innen sind neben ihrem Mandat noch unentgeltlich oder gegen Bezahlung bei Unternehmen oder Interessenverbänden beschäftigt (z. B. im Aufsichtsrat eines Unternehmens). Solche Verbindungen können für die jeweiligen Auftraggeber nützlich sein, um ihren Interessen mehr Gehör in der Politik zu verschaffen.



Herabzugeben: Bundeszentrale für politische Bildung/bpb
 Autor: Karsten Mause, 1. Auflage: Dezember 2021
 Gestaltung/Illustrationen: Mohr Design, (*Nobert Brall), bpb.de/spicker

Lobbyismus kontrollieren... aber wie?
 In Deutschland gibt es verschiedene Kontrollinstrumente:

- **Lobbyregister:** Wer ab 2022 als Interessenvertreter/-in Kontakt mit Mitgliedern des Bundestages oder der Bundesregierung aufnehmen, muss sich in ein öffentlich einsehbares Register eintragen. Auf EU-Ebene gibt es seit 2011 ein „Transparenzregister“.
- **Parteispendenkontrolle:** Spenden über 10.000 Euro im Jahr müssen veröffentlicht werden. Viele kritisieren diese Grenze jedoch als zu hoch.
- **Öffentlichkeitspflichten:** 2021 wurde beschlossen, dass Bundesgesetzgebende Unternehmensbeiträge und Nebeneinkünfte ab 1.000 Euro monatlich oder 3.000 Euro jährlich künftig veröffentlicht müssen.
- **Karenzzetten (Drehtür-Effekt):** Regierungsmitglieder, die zu Unternehmen oder Verbänden wechseln wollen, können mit einer Sperrzeit von bis zu 18 Monaten belegt werden.

Einerseits schaffen diese Regulierungen Transparenz, Verstöße können geahndet und sanktioniert werden. Andererseits weisen die Instrumente Schwachstellen auf und bieten Schlupflöchern die Lobbyregeln zu umgehen. Das Konzept eines **legislativen Fußabdrucks**, wie es Thüringen auf Landesebene eingeführt hat, könnte für mehr Transparenz sorgen: Damit müsste über den gesamten Gesetzgebungsprozess hinweg offengelegt werden, welche Interessengruppen beteiligt waren. Daneben haben auch Organisationen wie Lobbycontrol oder abgordnetemwatch.de sowie investigative Medien eine wichtige Aufklärungsfunktion, indem sie mehr Licht in zuvor wenig transparente Bereiche der Interessenvermittlung bringen und Missstände aufdecken.

Lobbying, Korruption und Gemeinwohl
 Die genannten Lobbying-Aktivitäten sind innerhalb der jeweils geltenden gesetzlichen Regelungen legal, d. h. Parteispenden, Nebentätigkeiten von Politikern/-innen und der Einsatz anderer Instrumente sind in Deutschland derzeit nicht verboten, unterliegen aber bestimmten rechtlichen Regelungen (→ S. 8). Dagegen ist **politischer Korruption** in Deutschland verboten:

- **Korruption im politischen Bereich bedeutet, dass sich ein Amtsträger (z. B. Politiker/-in, Beamter/-in) mit Geld oder Geschenken bestechen lässt.**
- **Dafür erbringt er eine Gegenleistung (z. B. eine Baugenehmigung, Subventionen, vorteilhafte Gesetze).**
- **So missbraucht der Amtsträger sein öffentliches Amt zum eigenen Vorteil.**

In der Praxis muss im Einzelfall genau untersucht werden, ob es sich z. B. bei einer Geldspende noch um legale Einflussnahme auf den politischen Prozess (Lobbyismus) oder um eine gezielte Bestechung handelt (Korruption). Zudem ist zu prüfen, ob Lobbying-Aktivitäten bestimmter Interessensgruppen negative Effekte für andere Gesellschaftsmitglieder haben bzw. zum Schaden der Allgemeinheit stattfinden.

Neben der Legalität der Interessenvertretung stellt sich im Einzelfall auch stets die Frage nach deren Legitimität, also der gesellschaftlichen Akzeptanz von Lobbyismus. So kommt es vor, dass rechtlich legale Lobbying-Aktivitäten wie sehr hohe Parteispenden von anderen Politikern/-innen, Interessensgruppen, Medien oder der Zivilgesellschaft als moralisch illegitim („das tut man doch nicht“) missbilligt werden.

Weitere Formen der Einflussnahme
Politikberatung als Lobbying
 Zu vielen gesellschaftlichen Problemen stellen Forschende und andere Experten/-innen der Politik Informationen (Studien, Expertenanhörungen usw.) bereit. Hier besteht die Gefahr, dass Politikberater/-innen nicht objektiv bzw. unparteiisch informieren, sondern einseitig die Interessen bestimmter Gruppen (z. B. Arbeitgeberverbände, Gewerkschaften) vertreten.
Grassroots-Lobbying
 Unternehmen oder Interessensverbände können auch versuchsweise, möglichst große Teile der Bevölkerung für ihre jeweiligen Interessen zu mobilisieren, damit diese Druck gegenüber der Politik aufbauen (z. B. über Social Media, E-Mails, Leserbriefe in Zeitungen). Diese Form des Lobbyings setzt sinnbildlich an der Graswurzel („grassroots“) der Demokratie, den Bürgern/-innen, an.

Erweitertes („deep“) Lobbying
 Ähnlich wie beim Grassroots-Lobbying wird Lobbyarbeit auf die ganze Gesellschaft ausgeweitet, um langfristig Einfluss auf Einstellungen, Meinungen und Diskussionen zu nehmen. So bieten z. B. Unternehmen Materialien für den Schulunterricht an, die ihre wirtschaftlichen Interessen widerspiegeln.

Bei den genannten Instrumenten handelt es sich um mögliche Formen der Einflussnahme: Nicht jede Lobbygruppe nutzt immer alle aufgezählten Instrumente. Auch sind manche gesellschaftliche Gruppen stärker (finanzielle Mittel, Organisationsgrad, Macht/fülle) als andere, die im Extremfall kein Gehör finden.

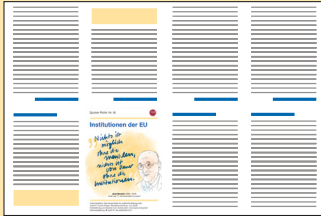
Spicker Politik Nr. 24



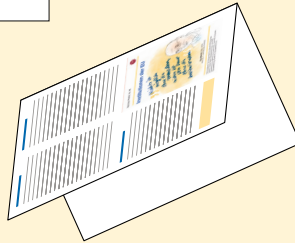
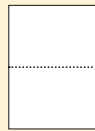
Spicker – der Wissenspeicher zum Selberbasteln

Die wichtigsten Informationen zu Themen aus Politik und Gesellschaft
zusammengefasst auf einer DIN-A4-Seite und zum Falten für die Hosentasche

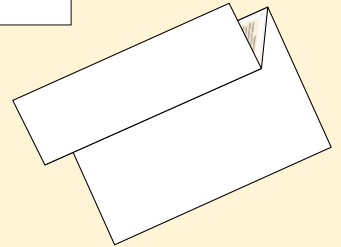
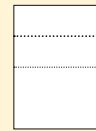
Vorab: Den Spicker aus dem Heft heraustrennen. Beim Kopieren der herausgetrennten Seite 0,5 cm Abstand zur Außenkante des Scanners lassen. Noch besser: den Spicker als PDF herunterladen und in der gewünschten Anzahl auf A4 ausdrucken (bei den Druckereinstellungen darauf achten, dass in Originalgröße gedruckt wird)



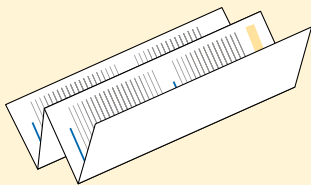
1. Das Blatt quer mittig falten, die bedruckte Seite zeigt nach außen



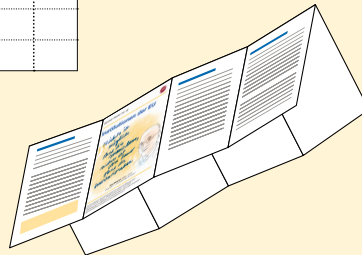
2. Einen der beiden Ränder bis zur Mittelfalte falten



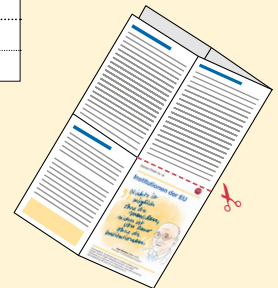
3. Den anderen Rand bis zur Mittelfalte falten



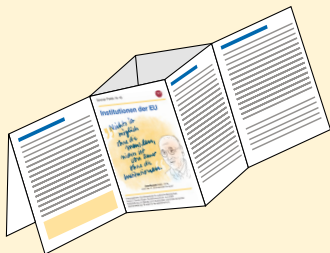
4. Das Blatt wieder entfalten und diesmal längs mittig falten, die bedruckte Seite zeigt nach außen



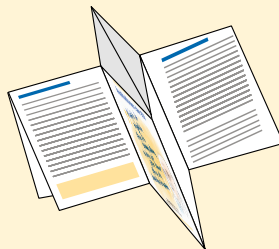
5. Jetzt wieder quer falten und mit einer Schere entlang der gestrichelten roten Linie schneiden



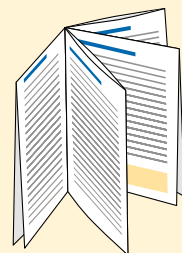
6. Das Blatt wieder entfalten und erneut längs mittig falten; dann von beiden Enden so zusammendrücken, dass die eingeschnittene Mitte auseinandergeht



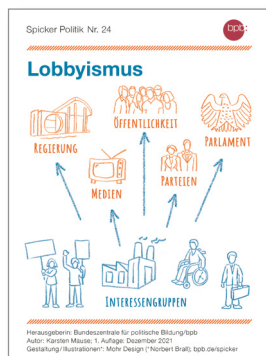
7. Jetzt bis zum Anschlag drücken



8. Den Ausdruck nun von links so zusammenfalten, dass das Titelblatt oben ist. Jetzt ist es ein echter Spicker, der in die Hosentasche passt!



**ZULETZT
ERSCHIENEN**



Die aktuellen und alle bereits erschienenen Spicker gibts zum Download unter www.bpb.de/spicker oder als Beilage in der aktuellen Themenblätter-Ausgabe!

Fragen, Kritik, Anregungen?
edu@bpb.de