

MANFRED STRAUCH (Hrsg.)

# LOBBYING

WIRTSCHAFT UND POLITIK  
IM WECHSELSPIEL

^ranffurterjUlgetimne

TCITHD\* rER RUDTCT of - No.

**GABLER**

# Inhalt

## Vorwort

### 1. Kapitel

#### Lobbying - die Kunst des Einwirkens

|   |    |
|---|----|
| <i>von Manfred Strauch</i> . . . . .  | 17 |
| Bedeutung des Lobbying in Gegenwart und Zukunft . . . . .                         | 19 |
| Der konkrete Nutzen für die Unternehmen. . . . .                                  | 19 |
| Warum Lobbying? . . . . .   | 28 |
| Business-Creation - Erschließung neuer Geschäftstätig-<br>keiten. . . . .         | 32 |
| Was kostet das Lobbying? . . . . .  | 34 |
| Darstellung des Lobbying am Beispiel eines industriellen<br>Unternehmens. . . . . | 35 |
| Methoden des Lobbying. . . . .  | 40 |
| Die Definition in den USA und Europa. . . . .                                     | 40 |
| Die Radar- und Monitoringfunktion. . . . .  | 45 |
| Die Bedeutung des Netzwerkes. . . . .   | 47 |
| Eigenschaften des Lobbyisten. . . . .   | 48 |
| Der Lobbyist in Bonn. . . . .   | 48 |
| Der Lobbyist in Brüssel. . . . .  | 52 |
| Das Sprachenproblem. . . . .  | 53 |
| Die Kulturmauern. . . . .   | 54 |
| Der Lobbyist braucht eine Lobby. . . . .  | 55 |
| Backing durch das Unternehmen. . . . .  | 55 |
| Rückstand in den Unternehmensstrukturen. . . . .                                  | 56 |
| Die Beschleunigung von Unternehmensentscheidungen ..                              | 57 |
| Tandem Bonn-Brüssel . . . . .   | 58 |

## 2. Kapitel

### Lobbying in Bonn und Brüssel

|   |    |
|---|----|
| <i>von Manfred Strauch</i> . . . . .  | 61 |
| Lobby, Lobbying und Lobbyisten in Bonn . . . . .                            | 63 |
| Die gesetzlichen Grundlagen . . . . .                                       | 63 |
| Die Registrierung . . . . .   | 63 |
| Das Einwirken auf die Bundesministerien . . . . .                           | 65 |
| Die Firmenvertreter . . . . .   | 66 |
| Was unterscheidet das Bonner Lobbying vom Lobbying in<br>Brüssel? . . . . . | 67 |
| Lobby, Lobbying und Lobbyisten in Brüssel . . . . .                         | 70 |
| Die Brüsseler Landschaft . . . . .  | 70 |
| Aufrufe, mehr Lobbying zu betreiben . . . . .                               | 70 |
| Die Triade . . . . .  | 74 |
| Die Verbände . . . . .  | 74 |
| Die Großunternehmen . . . . .   | 77 |
| Die anderen Akteure . . . . .   | 77 |
| Die unabhängigen „Lobbying-Consultants“ . . . . .                           | 78 |
| Das Arbeitsfeld der Lobbyisten in Brüssel . . . . .                         | 79 |
| Brüsseler Initiative und Initiativen der Mitgliedsstaaten ..                | 82 |
| Die Japaner in Brüssel . . . . .  | 83 |
| Das japanische Lobbying in den USA . . . . .                                | 83 |
| Das japanische Lobbying in Brüssel . . . . .                                | 84 |
| Lobbying in Zentraleuropa und den GUS-Staaten . . . . .                     | 86 |

## 3. Kapitel

### Stand der Lobby-Diskussion in Europa - ein Standesrecht für Lobbyisten?

|   |     |
|---|-----|
| <i>von Manfred Strauch</i> . . . . .                      | 91  |
| Warum die Lobbying-Diskussion gerade jetzt? . . . . .     | 93  |
| Stand der Diskussion . . . . .                            | 93  |
| Die Lobbying-Diskussion in Frankreich . . . . .           | 94  |
| Ist Lobby ein Schimpfwort? . . . . .                      | 97  |
| Die Verbandsdiskussion in Deutschland . . . . .           | 99  |
| Die Forderung nach Reglementierung des Lobbying . . . . . | 102 |

|  |     |
|--|-----|
| Die neue Verbandsdiskussion in Deutschland . . . . .   | 105 |
| Lobby, Lobbying und Lobbyisten - eine babylonische<br>Sprachverwirrung . . . . .   | 107 |
| Das Kriterium der Strategie. . . . .   | 113 |
| Die semantischen Probleme. . . . .   | 113 |
| Lobbying ist die Kunst des Einwirkens . . . . .  | 115 |
| Die Information als Rohstoff . . . . .   | 115 |
| Neue Bestrebungen zur Reglementierung . . . . .  | 116 |
| „Ein offener und strukturierter Dialog zwischen der<br>Kommission und den Interessengruppen" . . . . .                           | 128 |
| I. Einleitung . . . . .  | 128 |
| II. Interessengruppen. . . . .   | 129 |
| III. Künftige Politik . . . . .  | 133 |
| IV. Maßnahmen . . . . .  | 136 |
| Anhang I . . . . .   | 138 |
| A. Mitgliedsstaaten . . . . .  | 138 |
| B. Sonstige Gemeinschaftsorgane . . . . .  | 139 |
| C. Drittländer. . . . .  | 140 |
| D. Sonstige internationale Organisationen . . . . .  | 141 |
| Anhang II . . . . .  | 142 |
| Mindestanforderungen eines Verhaltenskodex für die<br>Beziehungen zwischen der Kommission und den<br>Interessengruppen . . . . . | 142 |
| <br>   |     |
| <b>4. Kapitel</b>  |     |
| <b>Lobbying - Die Rolle der Verbände in Deutschland</b>  |     |
| <i>von Ludolf Georg von Wartenberg.</i> . . . . .  | 147 |
| Die Verbände: Brücke zwischen Einzelperson und Staat . . . . .   | 149 |
| Verbände im Zentrum gesellschaftspolitischer<br>Arbeitsteilung . . . . .   | 151 |
| Vorbehalte: Kniefall des Staates vor Verbandsinteressen? . . . . .   | 152 |
| Verbände - Ausdruck gesellschaftlichen Konflikt-<br>managements. . . . .   | 153 |
| Verbände und Gemeinwohl. . . . .   | 153 |
| Zukunft bleibt machbar - Beitrag der Verbände. . . . .   | 155 |

## 5. Kapitel

### Deutscher Industrie- und Handelstag - Lobby seit 1949

|   |     |
|---|-----|
| <i>von Philipp Graf von Walderdorff</i> . . . . . | 157 |
| Die Wiederauferstehung des DIHT. . . . .          | 159 |
| Der DIHT und die Auslandsbeziehungen. . . . .     | 161 |
| Die Organisation des DIHT. . . . .                | 161 |
| Die Verbandsdiskussion. . . . .                   | 162 |
| Die Methoden. . . . .                             | 168 |
| Die Veranstaltungen. . . . .                      | 169 |
| Das Netzwerk. . . . .                             | 170 |

## 6. Kapitel

### Lobbying in Brüssel

|  |     |
|--|-----|
| <i>von Karina Forster</i> . . . . .  | 171 |
| Brüssel - wirtschaftspolitisches Entscheidungszentrum . . . .  | 173 |
| Was bedeuten diese europäischen Meilensteine für die<br>Entwicklung des Lobbying in Brüssel? . . . . . | 174 |
| Methoden des Lobbying in Brüssel. . . . .  | 183 |
| Die europäischen Institutionen. . . . .  | 185 |
| Kommission. . . . .  | 185 |
| Ministerrat . . . . .  | 189 |
| Komitologie. . . . .   | 192 |
| Europäisches Parlament. . . . .  | 196 |
| Wirtschafts- und Sozialausschuß. . . . .   | 200 |
| Regionalausschuß. . . . .  | 200 |
| Gesetzgebungsverfahren. . . . .  | 200 |

## 7. Kapitel

### Lobbying in Brüssel aus Sicht der deutschen Verbände

|  |     |
|--|-----|
| <i>von Eberhard Meiler</i> . . . . .                       | 203 |
| Brüssel — neues Zentrum der Lobbyisten. . . . .            | 205 |
| Lobby hat bereits Tradition. . . . .                       | 206 |
| Neue Anforderungen an die deutsche Wirtschaftslobby. . . . | 208 |

|  |     |
|--|-----|
| EG-Lobby des BDI . . . . .                               | 209 |
| Kooperation mit den EG-Institutionen. . . . .            | 213 |
| Perspektiven des Euro-Lobbying für die Verbände. . . . . | 215 |

## 8. Kapitel

### Presse und Lobbies in der Brüsseler Schattenwirtschaft

|   |     |
|---|-----|
| <i>von Marina Zapf</i> . . . . .                  | 217 |
| Lobbyisten im Pressesaal. . . . .                 | 219 |
| Durchblick im Dickicht der Informationen. . . . . | 220 |
| Informationsvielfalt ist ein Plus. . . . .        | 222 |
| Kommunikationsprobleme. . . . .                   | 224 |
| Das informelle Parkett . . . . .                  | 226 |
| Verwischte Grenzen. . . . .                       | 228 |

## 9. Kapitel

### Lobbying in Frankreich

|   |     |
|---|-----|
| <i>von Patrice Allain-Dupre</i> . . . . .                   | 231 |
| Diplome der großen Schulen - Eintrittskarten zur Macht_____ | 233 |
| Zusammenarbeit mit den Netzwerken der Macht. . . . .        | 234 |
| Drei Gruppen von Lobbyisten . . . . .                       | 235 |
| Internationale Lobbying-Consultancy. . . . .                | 237 |

## 10. Kapitel

### Lobbying in Italien

|   |     |
|---|-----|
| <i>von Samaritana Rattazzi</i> . . . . .                      | 239 |
| Ausdehnung des Phänomens der gesellschaftlichen               |     |
| Interessenvertretung: Von der Gewerkschaft zur Lobby. . . .   | 241 |
| Die Gewerkschaft . . . . .                                    | 241 |
| Die Confindustria. . . . .                                    | 241 |
| Die sonstigen gesellschaftlichen Interessenvertretungen ..    | 242 |
| Die derzeitigen gesellschaftlichen Interessenvertretungen ... | 243 |
| Repräsentativitätskriterien. . . . .                          | 243 |
| Institutionelle Beziehungen. . . . .                          | 243 |
| Effizienz der Tätigkeit. . . . .                              | 244 |

|  |     |
|--|-----|
| Die künftigen gesellschaftlichen Interessenvertretungen . . . .                                | 244 |
| Zusammenschluß oder Aufspaltung? . . . . .   | 244 |
| Regionale und kommunale Vertretungen. . . . .  | 245 |
| Europäische Vertretungen - Organisatorische und<br>institutionelle Beziehungen zur EG. . . . . | 246 |

## **11. Kapitel**

### **Lobbying in der Schweiz**

|                                       |     |
|---------------------------------------|-----|
| <i>von Jacques Torrent.</i> . . . . . | 249 |
|---------------------------------------|-----|

## **12. Kapitel**

### **Lobbying - ein neuer Beruf in Portugal**

|   |     |
|---|-----|
| <i>von Luis Nandin de Carvalho.</i> . . . . . | 255 |
|---|-----|

|  |     |
|--|-----|
| Die Entwicklung bis in die 80er Jahre. . . . .                               | 257 |
| Der Einfluß von Brüssel. . . . .   | 258 |
| Lobbying als Technik des Dialogs zwischen Politik und<br>Wirtschaft. . . . . | 259 |
| Das internationale Netzwerk . . . . .  | 260 |

## **13. Kapitel**

### **Lobbying in den Vereinigten Staaten - eine Fallstudie**

|                                       |     |
|---------------------------------------|-----|
| <i>von Donald G. Agger.</i> . . . . . | 263 |
|---------------------------------------|-----|

|  |     |
|--|-----|
| Der Fall: Konkurrenzkampf um einen Army-Vertrag . . . . .            | 265 |
| Herbst 1982 - Wie alles anfing. . . . .                              | 266 |
| Februar 1983 - Thomson-CSF engagiert eine<br>Lobbyingfirma . . . . . | 268 |
| Frühling und Sommer 1985 - Das französische Dilemma ...              | 269 |
| Der GTE-Coup. . . . .  | 270 |
| Die CAIG-Studie. . . . .   | 271 |
| Herbst 1985 - Lobbying-Gegenzüge. . . . .                            | 273 |
| Schlußbetrachtung. . . . .   | 274 |

|                                     |     |
|-------------------------------------|-----|
| <b>Autorenverzeichnis</b> . . . . . | 277 |
|-------------------------------------|-----|

|                                       |     |
|---------------------------------------|-----|
| <b>Literaturverzeichnis</b> . . . . . | 281 |
|---------------------------------------|-----|