

LOBBYING Die OMV, Telekom Austria, ÖBB und die E-Wirtschaft haben eigene Vertreter in der EU-Hauptstadt

Unternehmen kämpfen vor Ort für ihre Interessen

Mehr als 80 Prozent der Wirtschaftsregeln haben ihren Ursprung in Brüssel. Überzeugungsarbeit vor Ort wird für Betriebe immer wichtiger – auch für österreichische.

Brüssel. Kaum ein Lebensbereich bleibt von EU-Recht unberührt. Das zeigt ein Blick in die Liste der Vereinigungen, die in Brüssel aktiv sind: Die Gesellschaft zur Erhaltung alter und gefährdeter Haustierrassen ist ebenso vertreten wie General Electric, die Radfahrvereinigung oder die Scotch Whisky Association.

Ein Hauptadressat der EU-Regeln ist die Wirtschaft. Die Anliegen rot-weiß-roter Unternehmen werden in Brüssel von der Wirtschaftskammer, der Industriellenvereinigung und zahlreichen Branchenverbänden vorgebracht.

Etliche Unternehmen versuchen zudem, durch eigene Vertreter in Brüssel an den Schrauben der EU-Rechtsetzungsmechanik zu drehen: Die Telekom Austria (TA) hat seit Oktober 2000 ein Büro in der EU-Metropole. Heißes Thema ist derzeit die Reform des Rechtsrahmens für den Telekomsektor. Laut TA-Repräsentant Wilfried Stratil sind Kommission und Parlament für Inputs aus der Wirtschaft durchaus offen: „Es wurde erkannt, dass dies eine Chance bietet, ausreichend breite Sachkunde über entscheidende Themen zu erlangen.“

Auch Michael Sebanz, der das Büro des Verbands der Elektrizitätsunternehmen Österreichs leitet, sieht das Verhältnis zwischen Unternehmensvertretern und Institutionen positiv: „Die Beamten bemühen sich nach Möglichkeit, den Wunsch nach Informationen zu erfüllen.“

Rot-weiß-rote Vertreter

Auch die OMV lobbyiert vor Ort – unter anderem, um Unterstützung für das Pipeline-Projekt Nabucco sicherzustellen. Weitere Repräsentanten der rot-weiß-roten Wirtschaft in Brüssel sind die ÖBB, der Österreichische Rechtsanwaltskammertag, die Notariatskammer, der Sparkassenverband, die RZB und der Apothekerverband.

SABINE BERGER

sabine.berger@wirtschaftsblatt.at

ZAHLEN

15.000
Lobbyisten

In der EU-Hauptstadt tummeln sich Schätzungen zufolge rund 15.000 Lobbyisten. Genaue Zahlen gibt es allerdings nicht. Die EU-Kommission hat im Juni des Vorjahres ein Online-Register gestartet, in dem sich Unternehmen und Verbände freiwillig vermerken können. In der Branche ist das Register allerdings aus mehreren Gründen umstritten. Derzeit gibt es rund 1500 Eintragungen.



Die Bedeutung des EU-Parlaments ist in den vergangenen Jahren gestiegen. Es ist zu einer beliebten Anlaufstelle für Interessenvertreter geworden

INTERVIEW GREGOR KREUZHUBER

„Viele in Österreich sind überrascht, wie transparent und zugänglich das System ist“

WirtschaftsBlatt: Sie arbeiten für das Consultingunternehmen GPlus. Auf der Homepage kommt das Wort Lobbying nicht vor. Ist das Absicht?

Kreuzhuber: Das eigentliche Lobbying im Sinne von Überzeugungsarbeit müssen Unternehmen oder Verbände selbst machen. Es ist nicht effizient, wenn wir in die Kommission gehen und Anliegen der Firmen X und Y vorbringen. Die Beamten würden fragen, warum die nicht selbst kommen. Unser Job ist es, den Boden zu bereiten und Unternehmen zu helfen, Argumente zu ordnen und in eine Sprache zu übersetzen, die in Brüssel verstanden wird. Es ist wichtig, mit einem Beamten oder einem Parlamentarier richtig umzugehen, damit ein Termin nicht zum Desaster wird.

Sollte man in der Kommission anders argumentieren als im Parlament?

In der Regel findet man offene Türen, wenn man erklären kann, warum sich eine Person Zeit nehmen sollte. Viele in Österreich sind überrascht, wie transparent und zugänglich das System ist. Die Kommission braucht Expertise, um Vorschläge machen zu können. Sie ist interessiert, nicht nur die Meinung eines Verbandes zu hören, sondern auch die Position eines Unternehmens,

das die Folgen einer Rechtsnorm detailliert erklären kann. Das Parlament ist etwas anders gepolt. Ein Parlamentarier hat viel um die Ohren und ist womöglich kein Experte in der vorliegenden Frage. Die Infos sollten weniger technisch sein und eher das große Bild beschreiben. Außerdem sticht im Parlament die nationale Karte. Ein Abgeordneter wird sich stärker für ein Thema interessieren, wenn Betriebe aus seiner Heimat betroffen sind.

Hat sich die Rolle des Parlaments geändert?

Das Parlament ist wesentlich professioneller und wichtiger geworden. Heutzutage werden die Vorschläge der Kommission teilweise stark abgeändert. Das war vor zehn Jahren nicht der Fall.

Sind auch kleine Unternehmen in Brüssel aktiv?

KMU glauben oft, dass es Luxus ist, sich in Brüssel zu engagieren. Dabei muss das ja nicht über eine Agentur laufen. Es wird generell zu wenig Engagement gezeigt. Je kleiner man ist, desto weiter ist Brüssel in der Wahrnehmung weg. EU-Politik beeinflusst den Geschäftsalltag dennoch extrem, angefangen von steuerlichen Vorschriften über Zoll bis zu Hygienestandards. Kleine Betriebe trifft das sogar stärker als



Beigestellt

ZUR PERSON

Gregor Kreuzhuber
GPlus Europe

Der Salzburger wechselte im Herbst 2006 von der Kommission zum Beratungsunternehmen GPlus Europe. Er war langjähriger Sprecher von Agrarkommissar Franz Fischler. Nach dessen Abschied aus Brüssel arbeitete Kreuzhuber für Kommissar Günter Verheugen.

in der Kommission durchaus gesehen, auch wenn man manchmal unterschiedliche Positionen vertritt.

Sind in Brüssel schwarze Schafe unterwegs, die dem Image Ihrer Branche schaden?

Wahrscheinlich gibt es wie in allen anderen Branchen auch schwarze Schafe. Aber meiner Erfahrung nach läuft es sehr professionell ab, wahrscheinlich wesentlich seriöser als in vielen Hauptstädten. Mich persönlich stört der Mythos, dass es etwas Illegitimes oder Verrufenes ist, daran zu arbeiten, dass Parteien ihre Interessen effizient kommunizieren. Die EU braucht das im täglichen Geschäft wie einen Bissen Brot. Das Klischee, dass es Teil des Jobs ist, Leute zum Essen einzuladen, stimmt nicht. Das interessiert niemand. Die Leute hören nur zu, wenn man etwas Interessantes zu sagen hat.

große, da diese Zusatzkosten leichter verdauen. **Könnte die Zurückhaltung der KMU daran liegen, dass es große bekannte Unternehmen leichter haben als kleine?**

Bekanntere Namen öffnen sicher Türen. Aber hohe Sichtbarkeit kann auch ein Nachteil sein, da vielleicht aus politischen Gründen ein Exempel statuiert wird. Es ist aus Sicht eines Kommissars interessanter, Microsoft eins auf den Deckel zu geben, als einem unbekannteren Unternehmen. Wenn schon der Name eines Unternehmens kein Türöffner ist, dann vielleicht das Thema. Es ist nicht so, dass nur die Großen gehört werden. Man muss sich als Kleiner eben das Interesse erkämpfen. Man kann Alli-

enzen finden, z. B. gegen EU-widrige Vorgangsweisen in Mitgliedstaaten. Die Kommission ist ja nicht nur der gesetzgeberische Feind, sondern sie kann als Hüterin der Verträge KMU helfen.

Ihre Agentur hat Microsoft und Gazprom vertreten. Die beiden lagen bzw. liegen im Clinch mit der Kommission. Macht man sich bei den Beamten da nicht unbeliebt?

Wir lassen nie einen Zweifel daran, dass wir überzeugte Europäer sind. Das heißt nicht, dass alles, was die Kommission macht, toll ist. Da gibt es auch mehr und weniger sinnvolle Dinge. Wir sind dazu da, Brücken zu bauen. Wir erklären CEOs, wie wichtig Brüssel ist. Das wird