

# Lobbying: Politik informieren Interessen kommunizieren

Beitrag zum Politikkongress 2003  
24./25. November, Berlin

Dr. Wolf-Dieter Zumpfort, TUI AG

## I Definitionen

- 1 Public Affairs
- 2 Public Relations
- 3 Lobbying

## II Abgrenzungen

- 4 Unternehmenslobbying
- 5 Unternehmenslobbying versus Verbandslobbying
- 6 Unternehmenslobbying versus Consultants

## III Organisation des Lobbyings

- 7 Bestimmungsfaktoren des Lobbyings
- 8 Adressaten des Lobbyings
- 9 Externes Lobbying
- 10 Internes Lobbying
- 11 Lobby - Informationsstrukturen
- 12 Lobby-Kommunikationsstrukturen
- 13 Repräsentationsaufgaben
- 14 Lobbying in Brüssel

## IV Anhang

- 15 TUI AG Fakten
- 16 TUI AG Fakten
- 17 TUI AG Fakten
- 18 Zur Person

# 1 Public Affairs

- Public Affairs gestaltet die externen Beziehungen zur politischen und gesellschaftlichen Umwelt
- Public Affairs organisiert den Dialog von Unternehmen und Organisationen mit Politik, Wirtschaft und Gesellschaft
  - Lobbying
  - Regierungsbeziehungen
  - Beziehungen zu NGO's
  - Medieneinsatz
  - Issue Management

# 2 Public Relations

- Public Relations ist Management von Kommunikation
- Public Relations plant und steuert die Kommunikationsprozesse für Personen, Organisationen, Institutionen, Firmen mit deren Beziehungsgruppen in der Öffentlichkeit

# 3 Lobbying

- Lobbying wirkt auf Entscheidungsprozesse von Politik und Verwaltung durch Information und Kommunikation ein
  
- Akteure
  - Verbände
  - Firmen
  - Consultants
  
- Tätigkeiten
  - Aufbau von Netzwerken
  - Ständiger Dialog mit Entscheidungsträgern und –vorbereitern
  - Veranstaltungen zur Präsentation der eigenen Position

# 4 Unternehmenslobbying

- Unternehmenslobbying in Berlin ist firmenspezifische Interessenvertretung gegenüber der Politik und politischer Öffentlichkeit sowie Politikgestaltung mit dem Ziel, die von der Politik gesetzten Rahmenbedingungen für die wirtschaftliche Betätigung des Unternehmens zu sichern und zu erweitern, in dem der administrative und politische Entscheidungsprozess unterstützt wird
- Merkmale des Unternehmenslobbying in Berlin sind
  - Vorstandszuordnung
  - Firmenbüro
  - Residenzpflicht am Regierungssitz
  - Repräsentantenstatus
  - Mitwirkung in der political community

Motto: Unternehmenslobbying ist gezielte und systematische Informations- und Kommunikationsarbeit zwischen Wirtschaft und Politik.

# 5 Unternehmenslobbying versus Verbandslobbying

## **Unternehmenslobbying**

- Firmenbezogen
- Projektbezogen
- Einzelinteresse
- Allianzen mit anderen Firmen
- Ohne allgemeine Öffentlichkeit
- Kleine Büroorganisation

## **Verbandslobbying**

- Branchenbezogen
- Themenbezogen
- Gesamtinteressen
- Konkurrierende Firmen innerhalb des Verbands
- Mit Öffentlichkeitsarbeit und Kampagnen
- Große Organisationsstrukturen

Motto: Einzelauftritt wo notwendig, Gemeinsamkeit wo sinnvoll.

# 6 Lobbyist versus Consultants

## **Firmenlobbyist**

- Repräsentant der Firma
- Firmentransparenz
- Dauerhafte Tätigkeit
- Alleinstellungsmerkmal
- Ohne allgemeine Öffentlichkeit
- Unmittelbares Auftreten

## **Consultants**

**(Agenturen/ Anwaltskanzleien/ Externe Berater)**

- Repräsentant der Agentur/Kanzlei
- Auftraggeber nicht sofort erkennbar
- Zeitlich befristeter Auftrag
- Für mehrere Auftraggeber zugleich tätig
- Müssen werben
- Vermittler

Motto: Persönliche Kontakte kann man nicht delegieren.

# 7 Bestimmungsfaktoren des Lobbyings

Die Tätigkeit des Lobbyisten wird bestimmt durch u. a.

- gesetzgeberische Arbeit und Informationsbedürfnis
  - des Bundestages
  - des Europäischen Parlaments
- exekutive Arbeit und Informationsbedürfnis
  - der Bundesregierung
  - des Bundesrats
  - der EU-Kommission
- Aktivitäten der Firma
- Aktivitäten der Verbände
- gesellschaftliche Entwicklungen

Motto: Ein Unternehmenslobbyist ist ein Interessenmakler zwischen der Politik und der Firma.

## **Institutionen**

- Bundeskanzleramt
- Ministerien (Land/Bund/EU-Kommission)
- Parlamente
- Bundesrat
- Parteien
- Organisationen
- Stiftungen
- Landesvertretungen
- diplomatische Vertretungen  
u. a.

## **Personen**

- Entscheidungsträger
- Entscheidungsvorbereiter
- Multiplikatoren
- Mitarbeiter
- Persönliche Referenten  
u. a.

# 9 Externes Lobbying

- Der Kern der Tätigkeit eines Lobbyisten ist
  - Aufbau, Pflege und stete Optimierung eines Informations- und Kommunikationsnetzwerks von Personen und Institutionen
  - kontinuierliche Erlangung bzw. Verbreiterung von Kenntnissen über interne Arbeits- und Entscheidungsstrukturen von Institutionen
  - Herstellen des Kontakts zur richtigen Person und Institutionen auf der richtigen Entscheidungsebene und zum richtigen Zeitpunkt prägnante Informationen besorgen bzw. in den Entscheidungsprozess einspeisen zu können
  
- Merkmale der Tätigkeit
  - hierarchiefreie Kommunikation
  - wechselseitige Information
  - gegenseitiges Vertrauen
  - dauerhafte Hol- und Bringschuld
  - Netzwerkaktivitäten
  - Seriösität

# 10 Internes Lobbying

- Der Lobbyist als eine interne Serviceeinheit
  - unterstützt die operativen Einheiten des Unternehmens bei der Erreichung ihrer wirtschaftlichen Ziele
  - sorgt für kontinuierliche Informationsbeschaffung und Themenmonitoring firmenrelevanter Themen
  - überzeugt die Entscheidungsträger der Firma von der Bedeutung und Wichtigkeit der Informationen bzw. die Notwendigkeit der Kommunikation
  - sollte regelmäßig und vollständig über alle relevanten Vorgänge informiert und in alle strategischen Überlegungen einbezogen sein
- Merkmale der Tätigkeit
  - Schnelligkeit und Zuverlässigkeit der Informationsübermittlung
  - Dauerhaftigkeit des Informationsflusses
  - Werthaltigkeit und Qualität der Informationen
  - Entscheidungskompetenzen der vermittelten Gesprächspartner
  - Problem der Messbarkeit der Aktivitäten

# 11 Lobby-Informationsstrukturen

## Intern

Infoquellen	Infosammelstellen
- Vorstände	- Sekretariat
- Geschäftsführung	- Pressestelle
- Bereichsleitung	- Planungsstab
- Tochterfirmen	- Controlling
u. a.	- Revision
	u. a.

← **Institutionell** →

## Extern

Infosammelstellen	Infoquellen
- Verbände	- Ministerien
- Landesvertretungen	- Ämter
- Presse- u. Öffentlich- keitsabteilungen der Ministerien	- Parlamente
- Pressebüros	- Ausschüsse
u. a.	u. a.

Entscheidungs- u. Arbeitsebenen	Schlüsselpersonen
- Vorstände	- Assistent
- Geschäftsführer	- Sekretärin
- Abteilungsleiter	- Mitarbeiter
- Prokuristen	- Betriebsrat
- Teamleiter	- Fahrer
u. a.	u. a.

← **Personell** →

Schlüsselpersonen	Entscheidungs- u. Arbeitsebenen
- Bürovorsteher	- Minister
- Pers. Referenten	- Staatssekretäre
- Geschäftsführer der Ausschüsse	- Behörden-Leiter (AL, UAL, Referate)
- Obleute/Sprecher	- Vorsitzende der Parlamentsausschüsse
- Journalisten	- Leiter der Fraktions- arbeitskreise
u. a.	u. a.

# 12 Lobby-Kommunikationsstrukturen

## Intern

Gremien	Aktivitäten
- Vorstandssitzungen	- Arbeitsgespräche
- Abteilungssitzungen	- Telefonkonferenzen
- task forces	- Treffen
- Arbeitskreise	- Arbeitssessen
u. a.	u. a.

← **Institutionell** →

## Extern

Aktivitäten	Gremien
- Veranstaltungen (Sport, Kultur, etc.)	- Gesprächskreise
- Arbeitsgespräche	- Clubs
- Besuche	- Konferenzen
- Arbeitssessen	- Ausschüsse
u. a.	- Anhörungen
	u. a.

← **Personell** →

Kommunikationspartner	Vermittler
- Vorstandsvorsitzender	- Büroleiter
- Vorstandsmitglieder	- Sekretärin
- Geschäftsführer	- Stabsstellenleiter
- Prokuristen	- Pers. Referenten
u. a.	u. a.

Vermittler	Kommunikationspartner
- Sekretärin	- Kanzler
- Büroleiter	- Regierungsmitglieder
- Pers. Referenten	- Parlamentarier
u. a.	- Diplomaten
	- Beamte
	u. a.

# 13 Repräsentationsaufgaben im Lobbying

Ein Lobbyist hat viele Repräsentationsverpflichtungen, u. a.

- in Firmenveranstaltungen
  - Fachinformationsveranstaltungen
  - Parlamentarische Abende
  
- in Events
  - Tagungen (Botschafterkonferenzen des Auswärtigen Amts)
  - Fachveranstaltungen (Deutsches Verkehrsforum)
  - Sportveranstaltungen (Meilenlauf)
  - Sommerfeste (Landesvertretungen)
  
- in Verbänden und Organisationen
  - Ausschüssen (DL-Handel)
  - Gesprächsaktionen (Energierunde des BDI)
  - Gesellschaftspolitische Initiativen (D 21)
  
- in Netzwerkinstitutionen
  - Wirtschaftspolitischer Club
  - Gesellschaft zum Studium strukturpolitischer Fragen
  - Collegium
  - Capital Club

Motto: Ein Lobbyist ist der Botschafter seines Unternehmens.

# 14 Lobbying in Brüssel

- Lobbytätigkeit in Brüssel wird bestimmt durch
  - Kompetenz der EU in der Setzung von Rechtsakten für die Mitgliedsländer
  - Kompetenz zur selbstständigen politischen Betätigung der EU
- Lobbytätigkeit wird wahrgenommen durch
  - Nationale Fachverbände
  - Nationale Dachverbände
  - Europäische Verbände
  - Nationale Unternehmensvertretungen
  - Nationale/Internationale Consultants/Agenturen
  - Rechtsanwaltbüros
  - u. a.

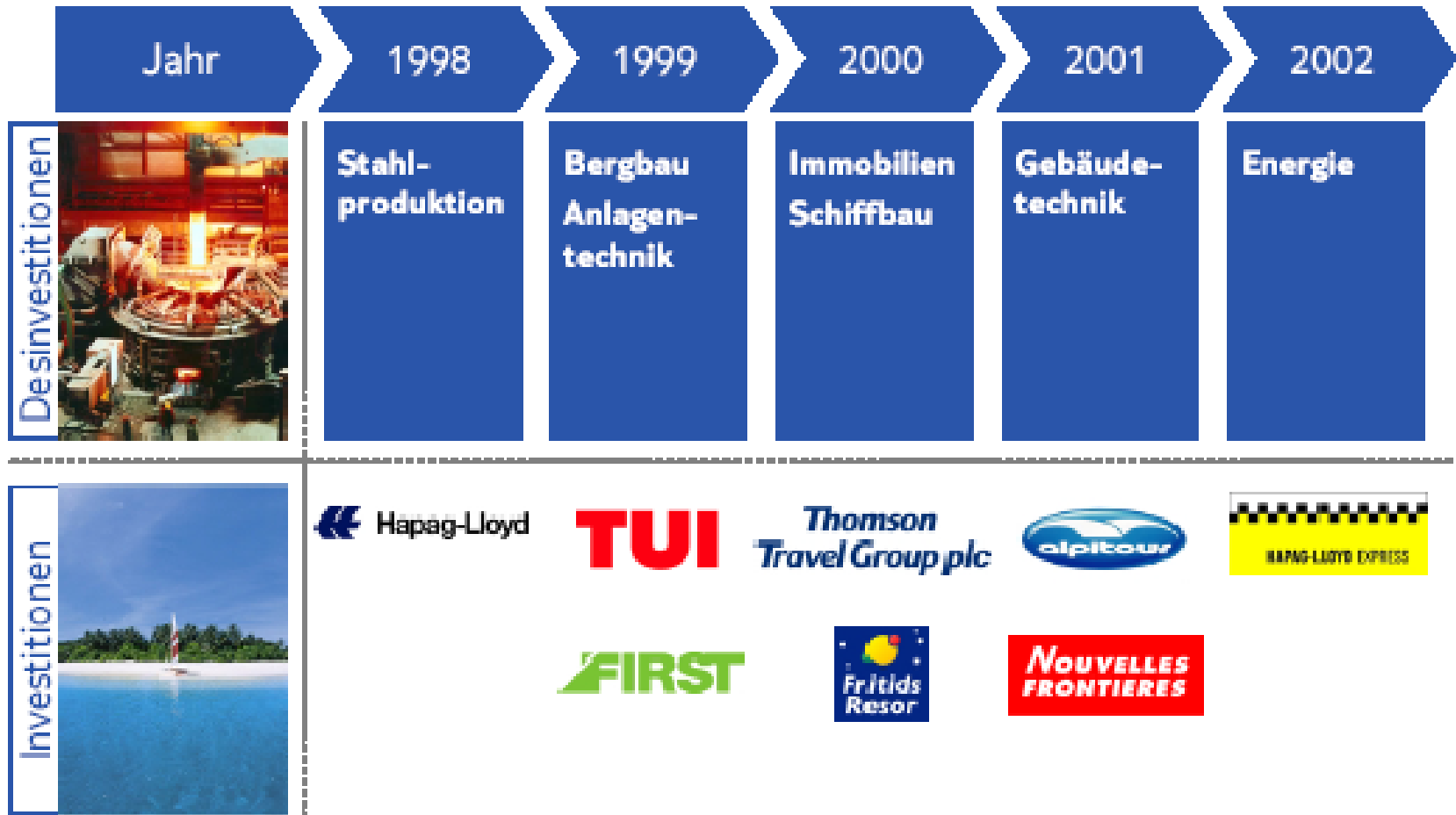
Anhang: 1. Zur TUI  
2. Zur  
Person

# 15 TUI AG - Fakten



- Weltweiter Marktführer in der Touristikbranche
- Umsatz: € 22,4 Milliarden
- Mitarbeiter: ca. 70.000

# 16 TUI AG - Fakten



# 17 TUI AG - Fakten



## **Dr. Wolf-Dieter Zumpfort**

Direktor der TUI AG Brüssel  
Leiter Büro Berlin  
Unter den Linden 17  
10117 Berlin

### **Mitgliedschaften:**

**BDI**, Bundesverband der Deutschen Industrie, Berlin

- Ausschuss Internationaler Dienstleistungshandel
- Arbeitskreis Deutschland-Jahr in Japan
- Arbeitskreis USA

**UNICE**, Union of Industrial and Employers Confederation of Europe, Brüssel

- WTO Working Group
- WTO-Services, Sub Working Group, Chairman
- Central and Eastern Europe Countries Working Group

**ESF**, European Services Forum, Brüssel

- Policy Committee

**ICC**, International Chamber of Commerce, Paris

- Commission on International Trade and Investment Policy