



Bürogebäude des Bundestags in Berlin

TODHEN ZICK / KEystone

BUNDESTAG

Freibier im Massagestuhl

Die Assistenten von Politikern sind zu einer beliebten Zielgruppe von Lobbyisten geworden. Der Wettbewerb um die einflussreiche Klientel wächst.

Es ist ein kühler Novemberabend in Berlin. Im Restaurant Tucher beginnt sich der „Literatensalon“ zu füllen. Lobbyisten, Referenten und Assistenten freuen sich auf einen entspannten Abend. Der Ober läuft mit einem chromglänzenden Tablett durch den Raum und bietet Wein an. Händeschütteln, Lächeln, „schön, Sie wiederzusehen“.

Der Verband der privaten Krankenversicherung (PKV) hat zu „PKV im Gespräch“ geladen, heute soll es um die Zukunft der Gebührenordnung für Ärzte (GOÄ) gehen. Der Verbandsdirektor Volker Leienbach ergreift das Wort. Eine „Institutionalisierung“ der GOÄ, das wäre doch eine tolle Idee. „So kann sie zukünftig aus dem politischen Bereich herausgehalten werden.“ Zehn Minuten referiert Leienbach, bis er die Gäste endlich an das dampfende Buffet entlässt.

Häppchen, Alkohol und vorweg eine politische Botschaft – eine typische Lobby-Veranstaltung. Unternehmen, Verbände, Agenturen und Stiftungen laden regelmäßig zu solchen Vorträgen, Frühstück oder Abendessen ein. Es geht um Kontaktpflege – und darum, seine Sicht der Dinge möglichst effektiv ins System zu speisen. Neben Plenardebatten und Sitzungen bleibt Politikern jedoch wenig Zeit, sich auch noch einer wachsenden Zahl von Events zu widmen. Also ist eine neue Zielgruppe vor das Visier der Lobbyisten gerückt: deren Assistenten.

„Da unsere Branche stark gewachsen ist, wird nun auch häufiger Kontakt zu den Mitarbeitern gesucht“, sagt Sven Braune von der Deutschen Gesellschaft für Politikberatung. Es gebe schließlich viele neue Formen der Interessenvertretung, „die Gehör finden wollen“. Da aber auch die Assistenten mittlerweile aus einem breiten Angebot wählen können, werden die Veranstaltungen durch immer neue Gimmicks aufgehübscht.

„Bei diesen PKV-Veranstaltungen geht's häufig nur ums Essen“, klagt Annette Rausch, die für die Grünen-Abgeordnete Birgitt Bender arbeitet. Rauschs Chefin sitzt im Gesundheitsausschuss – ein Politikfeld mit besonders hoher Einladungsdichte: Der Bundesverband Medizintechnologie lädt die Assistenten monatlich zum „Stammtisch“ ins Restaurant Cinque, die „Lady-Lobby“ erwartet ihre Gäste zum Weihnachtslunch im Café Einstein. Und der Pharmakonzern Roche lud 2009 zur Besichtigung seines Standorts im bayerischen Kulmbach – Bahntickets, Unterkunft und Abendessen inklusive.

In anderen Branchen gibt es sogar kleine Geschenke: Auf einer Lobby-Veranstaltung der Computerspielindustrie konnten sich die Gäste USB-Sticks mit politischen Informationen mit ins Büro nehmen, erzählt Rauschs Kollegin Svea Reubold. Ein dort gespeicherter 50-Euro-Gutschein für einen Onlinehändler sollte die Entscheidung zusätzlich erleichtern. Das Deutsche Atomforum lud im vergangenen Oktober zur „Energiepolitischen Informationsfahrt“, damit sich die Referenten über die neuesten Erkenntnisse der Kernkraftforschung informieren konnten. Hier wurde sogar der Flug spendiert. Keiner der Teilnehmer wollte mit dem SPIEGEL über die Reise sprechen.

„In der Öffentlichkeit wird meist nur das direkte Lobbying gegenüber Politikern wahrgenommen“, sagt Ulrich Müller von LobbyControl. Das sei jedoch ein Feh-

ler, auch bei den Mitarbeitern müsse man endlich genau hinsehen.

Für Lobbyisten sind sie eine interessante Zielgruppe: Sie genießen das Vertrauen ihrer Chefs, erklären ihnen Zusammenhänge. Hinter Anträgen und Reden stehen nicht selten die Mitarbeiter. Ein weiterer Vorteil: Im Gegensatz zu Politikern können sie sich unbefangener einladen lassen. Der Öffentlichkeit sind sie offiziell keine Rechenschaft schuldig, obwohl sie indirekt aus Steuermitteln bezahlt werden. „Wir würden uns da klare Regeln wünschen, schließlich steht die Unabhängigkeit auf dem Spiel“, sagt Müller.

Wer als Assistent besonders viel abstauben will, blickt neidisch zu seinen Kollegen in Brüssel: „Bei den ganzen Einladungen hat man hier den Klick auf ‚Delete‘ bereits im Rückenmark“, sagt Ralf Bendrath, Mitarbeiter eines Europaabgeordneten.

In manchen Wochen ist es in der EU-Hauptstadt kein Problem, sich jeden Abend mit einem kostenlosen Abendessen und Freibier zu versorgen. Bendrath geht regelmäßig zu „Google@6“, einem monatlichen Assistententreff des Interneties. Schon in der Einladung wird auf den besonderen Service verwiesen: Es gibt „Drinks“, „unseren geilen Massagestuhl“ und einen Kickertisch. Nebenbei versuchen die Google-Lobbyisten, für sie interessante netzpolitische Themen anzusprechen. „Die eigentliche Währung hier sind ja Informationen“, sagt Bendrath. Und die lassen sich bei einem Feierabendbier nun mal leichter austauschen.

„Das ist ein moralischer Grenzbereich, aber alles ganz legal“, seufzt Grünen-Mitarbeiterin Rausch. Man könne sich die Abendessen, Reisen und Stammtische natürlich schönreden, schließlich gehe es doch irgendwie um den Job. Es bleibe aber ein schaler Beigeschmack: „Ich zahle mein Bier lieber selbst.“

PHILIPP ALVARES DE SOUZA SOARES

Rund
5000
Lobbyisten
sind nach Schätzung der
Organisation LobbyControl
im Umfeld der Berliner
Politik aktiv.