



## Augustus Werk und Philipps Beitrag



Der Bericht aus Berlin  
von **Volker Heck**

**P**hilipp Amthors Einsatz für die US-IT-Firma Augustus Intelligence hat sich gelohnt. Nicht für ihn persönlich, denn seine politische Karriere hat Schaden genommen, wie er selbst zugibt. Aber auch in Berlin wird es künftig ein Lobbyregister geben – wie es auf europäischer Ebene bereits seit zwölf Jahren Standard ist. Zu einer transparenten Debattenkultur gehört zwingend das Wissen, für welches Ticket das Gegenüber unterwegs ist und wessen Positionen es vertritt. Der **BDI** unterstützt deshalb die schnelle Einführung eines Lobbyregisters nach Brüsseler Vorbild, zu dem sich nun auch die CDU/CSU bereit erklärt hat. Wer einen nachhaltigen Dialog mit der Politik braucht, so der BDI, kann sich nicht gegen ein solches Transparenzregister stellen. Technisch dürfte die Installation keine Schwierigkeiten bereiten. Interessanter werden die Konsequenzen sein, die sich für die politische Kommunikation in Berlin ergeben. Die viel beschworene Waffenleichheit zwischen Industrie und NGOs ist es sicherlich nicht. **E.ON**-Chef **Johannes Teysen** wusste schon vor Jahren, dass die „grünen“ Lobbyisten ihren Kollegen aus der Industrie wegen ihrer besseren Vernetzung und dem geschickten Einsatz von Social Media überlegen sind. **Greenpeace** unterhält in Berlin ein Büro zur politischen Interessenvertretung, das den Vergleich mit industriellen Peers nicht scheuen muss. Eine NGO wie **Campact** hat die politische „Einmischung“ zum erfolgreichen Geschäft gemacht und verfügt über derzeit 1,8 Millionen Unterstützer, die kurzfristig in die Speichen des politischen Räderwerks greifen können – mehr als die meisten deutschen Gewerkschaften. Spannend wird die Umsetzung auch für die Parlamentarier. Werden alle künftig ihre Termine mit Unternehmen, Verbänden und NGOs offenlegen? Parteienübergreifend herrscht Einigkeit, dass ein Lobbyregister nur Sinn macht, wenn es auch die Regierungsmitglieder und Parlamentarier zu mehr Transparenz und Offenheit verpflichtet. Ein von einer Bundesagrarministerin gemeinsam mit einem Lebensmittelkonzern produziertes Video, wie es jüngst im Fall von **Julia Klöckner** und **Nestlé** für Aufsehen gesorgt hat, dürfte dann der Vergangenheit angehören. Wurde auch Zeit. ◀

**Volker Heck** ist Managing Partner bei Deekeling Arndt/AMO. Davor war er Kommunikationschef von RWE.