



Lobbyismus: von wegen nur Vorhalle

Wie sich auch bei der Weltklimakonferenz zeigte: Die Einflussnehmer sitzen mittendrin.

Kommentar

••• Von Dinko Fejzuli

UNGLEICHGEWICHT. Länder wie Somalia, Tschad, Niger, aber auch Mikronesien, Tonga oder die Salomonen gehören zu den von den aktuellen und kommenden Umweltkrisen am stärksten betroffenen Ländern. Bei der gerade zu Ende gegangenen Weltklimakonferenz COP28 im Ölscheichtum Dubai stellten sie gemeinsam mit dem Tschad, Guinea-Bissau, Eritrea, dem Sudan und Liberia insgesamt 1.509 Delegierte.

Wie die Datenaktivisten der Gruppe „Kick Big Polluters Out“ nun öffentlich machten, waren zum gleichen Zeitpunkt auch insgesamt 2.456 Lobbyisten für Kohle, Öl und Gas offiziell bei der Weltklimakonferenz akkreditiert – sicher nicht, um für das Klima zu kämpfen. Ganz im Gegenteil, und genau das ist das Problem.

Egal ob bei Treffen wie der COP28 oder auch „permanenten“ Machtzentren wie Brüssel: Globale Konzerne geben viele Millionen Dollar aus, um ihre Interessen in den Lobbies, also den Vorzimmern der Machtzentren, wirksam vertreten zu

wissen. Das Problem: Sie wirken nicht nur verdeckt in Hinterzimmern – was schlimm genug ist –, denn viele von ihnen lassen sich nicht einmal in den offiziell eigentlich verpflichtenden Lobbyistenregistern verzeichnen; sie beeinflussen mit ihrem Geld via PR auch die öffentliche Meinung zu für uns alle sehr wichtigen Themen – und zwar in *ihrem* Sinne.

Zuerst Politiker, dann bezahlter Lobbyist

Das Problem dabei: Hier wird mit ungleichen Waffen gekämpft. Keine NGO oder andere Vertreter der Zivilgesellschaft haben die finanziellen Mittel, hier dagegenzuhalten.

Und so verwundert es nicht, dass die aktuelle Weltklimakonferenz bereits die 28. ihrer Art war, wo in Wahrheit nichts beschlossen wurde, was auch nur annähernd die Chance hat, umgesetzt zu werden.

Was bleibt, sind nichts anderes als warme Worte aktuell Regierender, die gerne nach ihrem Ausscheiden aus der Politik auf der Payroll genau dieser Lobbyisten landen.

Beispiele dafür gibt es genug.

„

Wir wissen alle, dass unsere Branche keine ist, wo man eine ruhige Kugel schiebt.“

Zitat des Tages

Jürgen Bauer, Obmann
Fachgruppe Werbung und
Marktkommunikation
WK Wien



© Brandstätter Verlag

BUCHTIPP

Antworten auf Fragen

ANALYSE. Der Krieg Russlands in der Ukraine spaltet die Welt – geopolitisch, zwischen China und den USA, und ideologisch, was die hitzigen Debatten über die Militärhilfe für die Ukraine in Europa zeigen. Der Russland-Experte Gerhard Mangott analysiert präzise und verständlich Hintergründe, Folgen und die Frage, ob in Russland ein Umsturz von unten oder eine Palastrevolte gegen Wladimir Putin denkbar ist – und was das für Russland, Europa und die Welt bedeutet.

Brandstätter Verlag; 176 Seiten, ISBN: 978-3-7106-0691-5
Erhältlich ab 29.2.2024

Preise für herausragende Designqualität

Reichl und Partner gleich dreimal erfolgreich beim German Design Award.

LINZ/BERLIN. Reichl und Partner freut sich über drei Auszeichnungen beim diesjährigen German Design Award. Für herausragende Designqualität in den Kategorien Corporate Identity und Web wurden die Projekte für Rebel Meat, Constantia Flexibles Pharma und MedYouCate gekürt.

Weltweit hoch anerkannter Design Award

Der German Design Award zählt zu den renommiertesten Design-Awards weltweit und genießt weit über Fachkreise hinaus hohes Ansehen. Wer sich hier gegen die hochkarätige Konkurrenz durchsetzt, hat erfolgreich bewiesen, zu den Besten zu gehören. Reichl und Partner wurde heuer gleich dreimal in Excellent Communications Design ausgezeichnet: „Winner“ in der Kategorie „Corporate Identity“ für Rebel Meat mit der Kampagne „Say yes to less!“, in der Kategorie „Corporate Identity“ und „Special Mention“ für Constantia Flexibles Pharma Brand 2.0 sowie „Winner“ in der Kategorie „Web“ für MedYouCate.

Die erneute Auszeichnung der Kampagne für Constantia Flexibles Pharma freut den Geschäfts-



Rebel Meat Kategorie-„Winner“ in „Corporate Identity“.

führer und Gründer der Agenturgruppe, Rainer Reichl, besonders: „Dass wir nach den Auszeichnungen mit dem German Design Award und dem German Brand Award in Gold für die erste Stufe der Kampagne im Jahr 2020 nun auch für deren Weiterführung mit einem der wichtigsten und größten Marketingpreise ausgezeichnet wurden, macht uns schon stolz.“ (red)

© Reichl und Partner