



## **KODEX FÜR DIE LOBBYARBEIT VON UNTERNEHMEN**

Empfehlung des Arbeitskreises „Corporate Compliance“ auf seiner Essener Sitzung am  
30. Januar 2015

### **VORBEMERKUNG**

Der Kodex gibt Empfehlungen für die Verhaltensweisen von Unternehmen dahingehend, was diese bei der Beauftragung von Lobbyisten erlaubterweise tun können oder zu unterlassen haben. Die Empfehlungen richten sich nicht direkt an die Lobbyisten, sondern geben für die Unternehmen den Rahmen für die Voraussetzung beim Einsatz von Lobbyisten vor.

### **PRÄAMBEL**

Der Erfolg eines Unternehmens hängt nicht nur von der Qualität seiner Produkte und seiner Dienstleistungen und dem unternehmerischen Geschick seiner Führung ab, sondern maßgeblich von den rechtlichen Rahmenbedingungen und deren Veränderungen sowie von vielen anderen Entscheidungen der Parlamente und Verwaltungen auf Bundes-, Landes- und Kommunalebene und natürlich auch im internationalen Bereich.

Auch umgekehrt sind Politik und Verwaltung regelmäßig auf die Expertise und die kritische Begleitung externer Sachkunde angewiesen, um einen möglichst objektiven Abgleich der Argumente zu erhalten.

Lobbyisten nehmen solche Vermittlungsfunktion zwischen Politik, Verwaltung und Wirtschaft ein. Diese Aufgabe ist wechselseitig notwendig und verlangt in der Ausführung eine besondere Sensibilität und Seriosität.

Lobbyisten vertreten heute nicht nur Unternehmen und Wirtschaftsverbände, sondern auch vielfältige gesellschaftliche Interessengruppen und NGOs.

Hier besteht die gemeinsame Verantwortung der Politik, der Wirtschaftsunternehmen, der Verbände etc., im Interesse des Gemeinwohls zu richtigen Entscheidungen zu gelangen. Verstöße gegen diese weitreichende Verantwortung sind unethisch und bergen die Gefahr erheblicher Rufschädigung und daraus resultierender materieller Schäden. Nach Feststellungen des World Economic Forums geht ein erheblicher Teil der Marktkapitalisierung von Unternehmen auf ihre Reputation zurück.

Der Einsatz von Lobbyisten, d. h. das Einbringen zusätzlichen Fachwissens in Entscheidungsprozessen, kann sowohl durch festangestellte Mitarbeiter/innen als auch durch sonstige Beauftragte erfolgen, wobei insbesondere bei letzterer Personengruppe eine klare Festlegung ihres Auftretens durch das Unternehmen erforderlich ist.

#### I. Grundsätze der Wahrhaftigkeit

Zu den Aufgaben von Unternehmen gehört die Vermittlung der Tätigkeit des Unternehmens und seiner Repräsentanten in der Öffentlichkeit und gegenüber der Politik und der Verwaltung. Für die Glaubwürdigkeit und den Erfolg von Lobbyarbeit ist es ausschlaggebend, dass ein Unternehmen seine Interessen wahrheitsgemäß und im Kontext gesellschaftlicher Erfordernisse vortragen kann. Insoweit dürfen Unternehmen Repräsentanten der Gesetzgebung oder Verwaltung nicht unwahr oder irreführend informieren. Sie erklären die Tätigkeit des Unternehmens und seiner Repräsentanten, um das Unternehmen positiv darzustellen und insoweit die öffentliche Meinung in legitimer Weise zu beeinflussen.

Es ist zu unterlassen, sich Informationen auf unlautere oder gar rechtswidrige Art und Weise zu beschaffen.

## II. Grundsatz der Transparenz

Lobbyarbeit soll mit offenem Visier stattfinden. Bei Kontakt mit der Politik und der Verwaltung ist die Aufgabe sowie die Identität und das spezifische Anliegen des Unternehmens offen darzulegen.

Soweit Lobbyistenregister vorhanden sind, ist ein Eintrag vorzunehmen.

## III. Grundsatz, keinen unlauteren oder unangemessenen Druck auf Politik und Verwaltung auszuüben

Die Beeinflussung von Politik und Verwaltung ist legitim, soweit sie nicht darauf abzielt, deren Unabhängigkeit zu beeinträchtigen. Eine illegitime und unlautere Beeinflussung bringt sowohl für das Unternehmen als auch für Repräsentanten des Unternehmens die Gefahr, ihre Glaubwürdigkeit zu verlieren.

Gesellschaftlich akzeptierte und rechtmäßige Aktionen sind ausdrücklich gestattet, um z. B. einer Intervention gegen ein geplantes Gesetz oder Verwaltungsaktivitäten Nachdruck zu verleihen oder Gesetzesinitiativen und Verwaltungsaktivitäten zu initiieren.

## IV. Grundsatz der fairen Mittel

Die Unternehmen gewähren keine direkten oder indirekten Vorteile an Politiker und Repräsentanten der Verwaltung, um auf deren Entscheidung Einfluss zu nehmen. Es ist auch unzulässig, Angehörigen oder sonstigen nahestehenden Personen von Entscheidungsträgern entgeltliche Aufträge oder Beschäftigungsverhältnisse oder sonstige wirtschaftliche oder immaterielle Anreize anzubieten.

Einladungen oder Geschenke dürfen aufgrund ihrer Wertigkeit nicht den Anschein erwecken, Entscheidungen beeinflussen zu wollen. Aufwand und Information müssen in einem angemessenen Verhältnis stehen.

## V. Grundsatz der Vermeidung von Interessenkonflikten

Die für Unternehmen tätigen Lobbyisten haben gegenüber dem Unternehmen alle ihre beruflichen und privaten Interessenkonflikte aufzuzeigen und dies auch gegenüber ihren Ansprechpartnern in Politik und Verwaltung entsprechend zu tun soweit dies für die Klarstellung der Interessen von Relevanz sein kann.

Soweit Anwälte als Lobbyisten tätig werden, sind sie von ihrer Verschwiegenheitspflicht zu entbinden. Die als Lobbyisten Tätigen haben strikt ihre berufliche Tätigkeit einerseits und eventuelle politischen Ämter, Mandate und sonstige Funktionen andererseits voneinander zu trennen und das Unternehmen von sich aus über alle Interessenkonflikte aufzuklären.

## VI. Grundsatz der Cooling-off-Phase

Grundsätzlich ist der Wechsel von Personen zwischen Politik und Wirtschaft positiv zu bewerten und als gegenseitige Bereicherung willkommen. Beim Ausscheiden von Politikern oder Amtsträgern ist aber vor Beschäftigung bei Unternehmen als Lobbyist eine Cooling-off-Periode einzuhalten, die sich zeitlich nach den einzelnen Umständen richtet und unangemessene Beeinflussungen möglich ausschließen soll.

## VII. Grundsatz der wissenschaftlichen Redlichkeit

Soweit für Lobbyarbeit wissenschaftliche Gutachten oder Untersuchungen eingesetzt werden, ist die Unabhängigkeit der Wissenschaftler in der Analyse und bei wirtschaftspolitischen Empfehlungen zu beachten und Fairness gegenüber allen Betroffenen bei der Erstellung von wissenschaftlichen Arbeiten zu gewährleisten. Der Auftraggeber eines wissenschaftlichen Gutachtens oder von Untersuchungen ist bei Veröffentlichungen zu benennen. Wissenschaftliche Gutachten und Untersuchungen sind unvoreingenommen und ergebnisoffen zu beauftragen und nach wissenschaftlichen Standards zu erstellen. Bei der Begutachtung und Beurteilung wissenschaftlicher Arbeiten sind evtl. Interessenkonflikte zu benennen und auf die Einhaltung wissenschaftlicher Standards zu achten. Dies

gilt auch für den Auftritt von Wissenschaftlern bei Veranstaltungen, Diskussionsrunden und in den Medien, wenn sie von den Unternehmen als Lobbyist eingesetzt werden.

#### **VIII. Nichtregierungsorganisationen (NGOs)**

Die bisher genannten Grundsätze sind insgesamt gleichermaßen anwendbar, soweit sich Unternehmen der Unterstützung von Nichtregierungsorganisationen (NGOs) oder NGOs sich als Unternehmen der Unterstützung von Lobbyisten bedienen.