

Titel:
Lobbyismus:
Problematiken organisierter Interessenvertretung am
Beispiel der Bertelsmann Stiftung

Autor:
Axel Seitz

Diese wissenschaftliche Arbeit wurde im Rahmen eines Studiums
„Parlamentsfragen und Zivilgesellschaft M.A.“
an der

Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg

verfasst.

Halle (Saale), 31.03.2017

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung.....	3
2. Zum Begriff Lobbyismus.....	4
2.1 Definition.....	4
2.2. Abgrenzung des Lobbyismus von wissenschaftlicher Politikberatung.....	5
3. Lobbyismus im politischen System.....	6
3.1 Lobbying im Politikprozess.....	6
3.2 Akteure und Adressaten.....	8
3.3 Methoden und Instrumente.....	12
4. Lobbying am Beispiel der Bertelsmann Stiftung.....	14
4.1 Struktur und Arbeit der Bertelsmann Stiftung.....	14
4.2 Methoden der Einflussnahme am Beispiel des Hochschulfreiheitsgesetz.....	17
4.3 Kritik.....	20
5. Schlussbetrachtung	25
6. Literaturverzeichnis.....	26
6.1 Literatur.....	26
6.2 Internetquellen.....	28

„Die Menschen können nicht nachvollziehen, warum unbekannt bleibt, wer in wessen Auftrag auf politische Entscheidungen einwirken will. Intransparenz führt zu einem Vertrauensverlust in die Politik und schwächt die Demokratie.“

Timo Lange, LobbyControl

1. Einleitung

In der öffentlichen Wahrnehmung in Deutschland hat der Lobbyismus einen schweren Stand. Anhand einer repräsentativen Umfrage des Meinungsforschungsinstituts *TNS Emnid* im Auftrag von *LobbyControl* und *Campact* wurde deutlich, dass sich im November 2015 mehr als Dreiviertel der Bundesbürger mehr Transparenz im Bezug auf Lobbyismus wünschten.¹ Auch in der medialen Berichterstattung wird Lobbyismus vorwiegend mit Negativem konnotiert. Dies wird nicht zuletzt an Schlagzeilen wie „Die Macht der Lobby“², „Süß schmeckt der Profit“³, „Lobbyismus - Aus dem Schatten“⁴ oder „So schützt der Bundestag Lobbyisten“⁵ deutlich. Obwohl die organisierte Interessenvertretung ein wichtiger und richtiger Bestandteil des politischen Willensbildungsprozesses ist, scheinen die Vorbehalte der Bürger als auch der Medien teilweise durchaus begründet. So wurde im Zuge einer Anfrage der Piraten-Partei⁶ im Landtag des Landes Nordrhein-Westfalen die enge Verflechtung der Landesregierung mit der Bertelsmann Stiftung öffentlich bekannt. Diese nimmt als eine der größten und erfolgreichsten Akteure im Bereich der organisierten Interessenvertretung eine besondere Rolle ein und dringt dabei in die verschiedensten Politikbereiche vor. Die organisierte Interessenvertretung im Allgemeinen, als auch die Lobbyingaktivitäten der Bertelsmann Stiftung sind Gegenstand der vorliegenden Arbeit. Im Zuge dieser Arbeit wird zunächst mithilfe einer Definition eine Bestimmung des Begriffs Lobbyismus vorgenommen. Auf diese inhaltliche Grundlegung folgt sodann eine

1 Vgl. LobbyControl - „Umfrage: rund Dreiviertel für mehr Transparenz bei Lobbyismus“. Verfügbar unter: <https://www.lobbycontrol.de/2015/11/umfrage-rund-dreiviertel-fuer-mehr-transparenz-bei-lobbyismus/> (zuletzt geprüft am: 28.04.2017).

2 Vgl. Zeit Online: Hansen, Axel / Gala, Olga: „Die Macht der Lobby“. Verfügbar unter: <http://www.zeit.de/wirtschaft/2014-07/freihandelsabkommen-lobby-eu> (zuletzt geprüft am: 28.04.2017).

3 Vgl. SZ - Online: Zinkant, Kathrin: Süß schmeckt der Profit. Verfügbar unter: <http://www.sueddeutsche.de/politik/lobbyismus-suess-schmeckt-der-profit-1.3165682> (zuletzt geprüft am: 28.04.2017).

4 Vgl. SZ - Online: Balsler, Markus: „Aus dem Schatten“. Verfügbar unter: <http://www.sueddeutsche.de/wirtschaft/lobbyismus-aus-dem-schatten-1.3360878?reduced=true> (zuletzt geprüft am: 28.04.2017).

5 Vgl. SZ - Online: Denkler, Thorsten: „So schützt der Bundestag Lobbyisten“. Verfügbar unter: <http://www.sueddeutsche.de/politik/versteckte-einflussnahme-so-schuetzt-der-bundestag-lobbyisten-1.2318713> (zuletzt geprüft am: 28.04.2017).

6 Vgl. Landtag Nordrhein-Westfalen. Drucksache 16/12436. Antwort der Landesregierung auf die Große Anfrage 21 der Fraktion der PIRATEN Drucksache 16/11660. Verfügbar unter: <https://landtag.nrw.de/Dokumentenservice/portal/WWW/dokumentenarchiv/Dokument/MMD16-12436.pdf;jsessionid=A5D2DDAF0B00154678C2418176F49B7B.ifxworker> (zuletzt geprüft am: 28.04.2017)

Gegenüberstellung der Begriffe des Lobbyismus dem der Interessenvertretung um mögliche Überschneidungen festzustellen, beziehungsweise eine klare Abgrenzung zu ermöglichen. Im Anschluss daran befasst sich Kapitel drei im Allgemeinen mit organisierter Interessenvertretung im politischen System. Hierbei wird näher auf die Rolle des Lobbying als wichtiger Teil des Policy-Cycles, die verschiedenen Akteure und Adressaten sowie auf unterschiedliche Instrumente und Methoden eingegangen. Im darauffolgenden Kapitel vier wird der Aspekt des Lobbyismus mithilfe eines Praxisbeispiels näher betrachtet. Als Beispiel wurde die Bertelsmann Stiftung gewählt, deren Struktur, Arbeit und Zielsetzungen zunächst kurz vorgestellt wird. Im Anschluss daran soll das Vorgehen der Bertelsmann Stiftung anhand des Hochschulfreiheitsgesetz als Beispiel für (erfolgreiches) Lobbying dargestellt werden. Hierauf erfolgt eine kritische Auseinandersetzung mit dem Wirken der Bertelsmann Stiftung. Eine Betrachtung der Ergebnisse beschließt diese Arbeit.

2. Zum Begriff Lobbyismus

2.1. Definition

Trotz der, im vorangegangenen Kapitel bereits angedeuteten, eher negativ geprägten öffentlichen Meinung über Lobbyismus, stellt die Arbeit der Interessenvertreter⁷ einen elementaren Bestandteil der Demokratie dar. Bevor sich diese Arbeit näher mit den organisierten Formen von Interessenvertretung auseinandersetzt, bedarf es zunächst jedoch einer Klärung der grundlegenden Begrifflichkeiten. Im Folgenden wird der Begriff des Lobbyismus definiert und im Anschluss daran eine Abgrenzung von Lobbyismus zur wissenschaftlichen Politikberatung vorgenommen.

Nach Kleinfeld et. al. bezeichnet Lobbyismus die zielgerichtete Einflussnahme auf Akteure des politischen Entscheidungsprozesses durch unterschiedliche Methoden mit dem Ziel, die spezifischen Anliegen der jeweiligen Interessengruppen möglichst umfassend einzubringen sowie bei politischen Entscheidungen durchzusetzen.⁸ Obwohl die Interessenvertreter zum Teil bedeutenden Einfluss auf einen Entscheidungsprozess haben können, sind sie nicht persönlich an der jeweiligen Entscheidung beteiligt.⁹ Vielmehr nutzen die Interessenvertreter unterschiedlichste Public-Relations-Strategien, um den Kontakt zu politischen Entscheidungsträgern aufzubauen, zu halten und zu pflegen.¹⁰

⁷ Anmerkung des Verfassers: Obwohl aus Gründen der Lesbarkeit im Text die männliche Form gewählt wurde beziehen sich die Angaben selbstverständlich auf Angehörige aller Geschlechter.

⁸ Vgl. Kleinfeld, Ralf / Zimmer, Annette / Willems, Ulrich : Lobbyismus und Verbandsforschung: Eine Einleitung. In: Kleinfeld, Ralf / Zimmer, Annette / Willems, Ulrich (Hrsg.): Lobbying – Strukturen. Akteure. Strategien, Wiesbaden, 2007, S. 10.

⁹ Vgl. Leif, Thomas / Speth, Rudolf: Die fünfte Gewalt - Anatomie des Lobbyismus in Deutschland. In: Leif, Thomas / Speth, Rudolf (Hrsg.): Die fünfte Gewalt. Lobbyismus in Deutschland, Wiesbaden, 2006, S.12.

¹⁰ Vgl. Kleinfeld, Zimmer, Willems (2007), S.10.

Lobbying ist dabei als eine Art Kommunikationsprozess zu verstehen, bei dem es zu einer auf sachlicher Kompetenz beruhenden Informationsvermittlung kommt.¹¹ Die Art der Informationsvermittlung hat sich im Zeitverlauf in zunehmenden Maße professionalisiert und vollzieht sich heute auf allen Ebenen nationaler als auch internationaler Politik.¹² Nach Wehrmann existieren zwei Arten von Lobbyismus: der Beschaffungs- und der Gesetzes-Lobbyismus.¹³ Der Beschaffungslobbyismus hat vorwiegend die Akquirierung von öffentlichen Aufträgen zum Ziel und ist im Bereich der Verteidigungspolitik besonders ausgeprägt. Im Gegensatz dazu versucht der Gesetzes-Lobbyismus, Einfluss auf die Ausgestaltung rechtlicher Rahmenbedingungen und Gesetzesvorhaben zu nehmen.¹⁴ Im Rahmen dieser Arbeit bezieht sich der verwendete Lobbyismus-Begriff vorwiegend auf das Gesetzes-Lobbying. Zudem wird der Begriff Lobbyismus synonym für Interessenvertretung verwendet, da eine begriffliche Differenzierung auch in der Wissenschaft als für nicht sinnvoll erachtet wird.¹⁵

Nach dieser absichtlich kurz gehaltenen Definition soll im Folgenden der Begriff des Lobbyismus von dem der wissenschaftlichen Politikberatung abgegrenzt werden. Die Abgrenzung ist insbesondere im Hinblick auf die zu einem späteren Zeitpunkt vorzunehmende Analyse und Bewertung der Bertelsmann Stiftung im Zuge dieser Arbeit von besonderer Relevanz.

2.2. Abgrenzung des Lobbyismus von wissenschaftlicher Politikberatung

Eine Abgrenzung der beiden Begrifflichkeiten kann nicht ohne weiteres vorgenommen werden, da auch der Lobbyismus eine Form der Politikberatung darstellt. So kommt es im Zuge des Lobbyismus, als auch der wissenschaftlichen Politikberatung zu einem intensiven Informationsaustausch, sowie zu nicht nur gelegentlichen Interaktionen mit politisch-administrativen Entscheidungsträgern im Bezug auf politische (Entscheidungs-) Prozesse.¹⁶ Gleichwohl ist Lobbyismus immer interessengeleitet und die ‚Beratung‘ erfolgt nicht unabhängig und ergebnisoffen. Dies ist auch das wesentliche Unterscheidungsmerkmal zur wissenschaftlichen Politikberatung.

11 Vgl. Lösche, Peter: Lobbyismus als spezifische Form der Politikberatung. In: Falk, Svenja, et al. (Hrsg.): Handbuch Politikberatung, Wiesbaden, 2006, S. 334.

12 Vgl. Köppl, Peter: Lobbying und Public Affairs. Beeinflussung und Mitgestaltung des gesellschaftspolitischen Unternehmensumfeldes. In: Meckel, Miriam / Schmid, Beat F. (Hrsg.): Unternehmenskommunikation. Kommunikationsmanagement aus Sicht der Unternehmensführung, 2. Auflage, Wiesbaden, 2008, S. 195f.

13 Vgl. Wehrmann, Iris: Lobbying in Deutschland – Begriff und Trends. In: Kleinfeld, Ralf / Zimmer, Annette / Willems, Ulrich (Hrsg.): Lobbying – Strukturen. Akteure. Strategien, Wiesbaden, 2007, S. 38.

14 Vgl. ebenda, S. 38f.

15 Vgl. ebenda, S. 40.

16 Vgl. Fleischer, Julia / Veit, Sylvia / Hustedt, Thuid: Wissen ist Macht? Wissenschaftliche Politikberatung der Bundesregierung. Aus Politik und Zeitgeschichte, 2010, 19 (1), S. 16.

So ist die lobbyistische Beratung (anders als die der wissenschaftlichen Politikberatung) von insistierend-kommerzieller Natur und versucht dabei, das jeweilige Anliegen als ein legitimes Interesse darzustellen.¹⁷ Im Gegensatz dazu strebt die wissenschaftliche Politikberatung danach, durch die Bereitstellung von unabhängigen Informationen eine objektiv-wissenschaftliche Beratung zu gewährleisten und damit eine rationale, auf die Lösung von Problemstellen ausgerichtete Politik zu ermöglichen.¹⁸ Zudem wird die wissenschaftliche Politikberatung meist nur auf Nachfrage aktiv, währenddessen der Lobbyismus aus Eigeninitiative im Politikprozess antizipiert.

Anhand der Erkenntnisse des vorangegangenen Kapitels ist somit festzustellen, dass unter dem Begriff Lobbyismus die zielgerichtete Einflussnahme auf Akteure des politischen Entscheidungsprozesses zu verstehen ist. Aufgrund ihres insistierend-kommerziellen Charakters und des am Politikprozess aus sich heraus antizipierenden Vorgehens ist sie klar von der objektiv-wissenschaftlichen Politikberatung abgrenzbar. Auf Basis dieser Erkenntnisse soll im folgenden Kapitel auf den Lobbyismus im politischen System eingegangen werden.

3. Lobbyismus im politischen System

Die Arbeit der Interessenvertretungen ist ein wichtiger Bestandteil des politischen Systems einer Demokratie. Durch das Einbringen von wichtigen Interessen und Informationen in den Politikprozess können Entscheidungen und somit die Output-Dimension beeinflusst werden. Auf diese Vorgänge, als auch auf die jeweiligen Adressaten und Akteure sowie Methoden und Instrumente, soll in diesem Kapitel eingegangen werden.

3.1. Lobbying im Politikprozess

Lobbyismus ist bei genauerer Betrachtung keine Erscheinung der Moderne. Seit jeher tun Regierungen bzw. nominelle Herrscher gut daran, mit jenen Machtträgern zusammenzuwirken, die sie für die Erfüllung ihrer Aufgaben brauchen. W. J. Patzelt verweist in diesem Zusammenhang auf den Leitspruch¹⁹ historischer Beratungsgremien der Mächtigen und Einflussreichen (bspw. im Heiligen Römischen Reich). Gemäß diesem Leitspruch sind all jene in die Entscheidung einer Sache einzubeziehen sind, die von deren Auswirkungen betroffen werden.²⁰ Anhand dieser, heute auch als Unanimitäts- bzw. Einstimmigkeitsprinzip bekannten Formel wird der funktionslogische

17 Vgl. Lösche: Lobbyismus als spezifische Form der Politikberatung. S. 55.

18 Vgl. Fleischer et. al.: Wissen ist Macht. S.17f.

19 ‚Quod omnes tangit, ab omnibus tractari et approbari debet‘

20 Vgl. Patzelt, Werner, J: Interessengruppen und Parlamente - Grundsätzliches und Forschungsaufgaben. In: v. Winter, Thomas / v. Blumenthal, Julia (Hrsg.: Interessengruppen und Parlamente. Wiesbaden, 2014, S. 26.

Zusammenhang von Machtausübung und der Existenz von Interessenvertretungen sichtbar. Die Politik versucht im Interesse des Gemeinwohls Entscheidungen zu treffen. Jedoch verfügen die hierfür zuständigen Akteure aber unmöglich über alle im Gesetzgebungsverfahren notwendigen, spezifischen Fachkenntnisse. Zudem ist die Mitwirkung gesellschaftlicher Interessen aus einer legalistischen Perspektive auf den Urnengang beschränkt. Somit sind die Entscheidungsträger auf die politische Interessenvermittlung betroffener Gesellschaftsgruppierungen angewiesen. Dazu konstatiert Patzelt: „Parlamentsmacht beginnt stets damit, dass solche Personen, die man aufgrund ihrer Durchsetzungs-, Verhinderungs- oder Deutungsmacht beziehungsweise ihrer Handlungskompetenz brauchen kann, in ein Beratungs- und Entscheidungsgremium geholt werden.“²¹

Dieses Zusammenspiel von politischen Entscheidungsträgern und Interessenvertretern kann als eine wechselseitig nutzbringende Kommunikationsbeziehung charakterisiert werden.²² Es kommt zu einem Austausch von Informationen, Deutungsweisen und Argumentationsfiguren dessen Ziel es ist, zu einer Sachstandsaufklärung beizutragen. Zudem geht es darum, Argumente und deren Ausdeutung zu koordinieren sowie die Grenzen der gemeinsamen Handlungsmöglichkeiten auszuloten, um so konkrete Politikvorhaben zu entwerfen und zugleich deren Chancen, Risiken und Wirkungen abschätzen zu können.²³ Die Interessenverbände tragen somit zur „Vorstrukturierung komplizierter und vielschichtiger Themenbereiche“²⁴ bei. Zudem leisten sie durch ihr Tun einen wichtigen Beitrag für alle Parlamentarier, indem sie Information und Argumentationsmaterial zur Verfügung stellen und dadurch auch den Informationsvorsprung der Regierung verringern. Der Lobbyismus erfüllt damit also (insbesondere im Hinblick auf die Überfülle der im 21. Jahrhundert verfügbaren Informationen) eine wichtige Aufgabe. Des Weiteren leistet der Lobbyismus aufgrund seiner Positionierung an der Schnittstelle von Politik und Gesellschaft einen wichtigen Beitrag zur Aggregation und Transfer von Interessen und wirkt somit insbesondere auf die Input-Ebene des politischen Systems. Die organisierte Interessenvertretung ist also ein elementarer Bestandteil des Politikprozess mit Auswirkungen auf alle Phasen des Politikzyklus.

Zusammenfassend ist also festzuhalten, dass Interessenvertretungen durch ihr Tun einen wichtigen Beitrag zur Funktion des politischen Systems leisten. Durch den Austausch sowie das Aufbereiten und zur Verfügung stellen von Informationen und Argumentationsmaterial werden die politischen Entscheidungsträger trotz einer zunehmend komplexer werden Gesellschaft dazu

21 Siehe ebenda, S. 26.
22 Vgl. ebenda, S. 32.
23 Vgl. ebenda, S. 32.
24 Siehe ebenda, S. 32.

befähigt, Regelungen auch für sehr komplexe und fachspezifische Teilbereiche der Gesellschaft zu entwickeln. Zugleich wird die Effizienz als auch die Responsivität des politischen Prozesses erhöht. Der Lobbyismus ist damit ein wichtiger Bestandteil der politischen Willensbildung und erbringt in gewissermaßen die genuine Form des Inputs in ein politisches System. Nachdem im vorangegangenen Abschnitt die Rolle des Lobbyismus im politischen System erläutert wurde, soll nun im Folgenden auf die Akteure und Adressaten von Lobbyismus eingegangen werden.

3.2. Akteure und Adressaten

Die Akteure des Lobbying können grob in fünf Gruppen unterteilt werden. Die Erste bilden Verbände einschließlich NGO's. Jeweils eine weitere Gruppe stellen Unternehmen, Auftragslobbyisten sowie Aktionsbündnisse und Stiftungen dar.²⁵

Zunächst soll die Gruppe der Verbände näher betrachtet werden. Verbände sind der klassische Akteur im Bereich des Lobbying. Sie sind ein nützlicher und notwendiger Bestandteil des demokratischen Willensbildungsprozess und wirken sich positiv auf die Effektivität und Qualität des gleichen aus.²⁶ Dabei steigern die Verbände ihren Einfluss, indem sie die Interessen ihrer Mitglieder aggregieren und gebündelt einbringen. Hierfür müssen jedoch gemeinsame Positionen formuliert werden. Diese, meist langwierigen Abstimmungsprozesse sowie die Problematik, dass sich innerhalb des Verbands konkurrierende Interessen gegenüberstehen, führen zu einem Verlust der Bündelfunktion. So unterhalten inzwischen insbesondere große, multinationale Unternehmen eigene Repräsentanzen (beispielsweise in Berlin oder Brüssel) da sie sich von „einem direkten und schnellen Einwirken auf die Politik größeren Erfolg versprechen als von der Einflussnahme über den zuständigen Verband.“²⁷ Dies führt zu einem Bedeutungsverlust der Branchenverbände, der mit einem zunehmenden Mitgliederverlust einhergeht.²⁸ Dennoch zählen die Verbände nach wie vor zu den wichtigsten Akteuren der organisierten Interessenvertretung.

Die wachsende Anzahl von Hauptstadtrepräsentanzen (die von Unternehmen errichtet werden die ihre Interessen von eigenen Lobbyisten vertreten lassen) bildet die zweite Akteursgruppe des Lobbyismus. Anders als Verbände können sie flexibel und unabhängig auftreten, um die spezifischen Einzelinteressen ihrer Auftraggeber zu vertreten. Damit können sie besser auf die gestiegenen Anforderungen des internationalen Wettbewerbs sowie auf zunehmend komplexer werdende Entscheidungsprozesse reagieren.

25 Vgl. Wehrmann: Lobbying in Deutschland. S. 40.

26 Vgl. Otto, Hans-Joachim: Lobbyverbände als „vernunfttreibende Realitätskontakte“. In: Speth, Rudolf / Zimmer, Anette (Hrsg.) Lobby Work. Interessenvertretung als Politikgestaltung. Wiesbaden, 2015, S. 262.

27 Siehe Wehrmann: Lobbying in Deutschland. S. 41.

28 Vgl. Otto, Hans-Joachim: Lobbyverbände als „vernunfttreibende Realitätskontakte“. S. 262.

Viele Unternehmen nutzen diese Art des Lobbyings als Ergänzung zum Verbandslobbying, um Besonderheiten ihres Unternehmens direkt an die politische Entscheidungsträger in der Ministerialbürokratie sowie dem Parlament herantragen können. Indem die Unternehmen zudem noch möglichst kurze Kommunikationswege zwischen Lobbyisten und Vorstandsvorsitzenden einrichten, können sie ihre Lobbyingaktivitäten zumeist weitaus effektiver als die Verbände gestalten.²⁹

Die dritte Akteursgruppe wird von den Kommunikations- und Public-Affairs Agenturen, den auf Lobbying spezialisierte Anwaltskanzleien sowie von selbstständigen Politikberatern gestellt. Diese Form des Lobbying wird auch als Auftragslobbying bezeichnet und ist in Deutschland im internationalen Vergleich weniger stark ausgeprägt.³⁰ Akteure dieser Gruppe werden zumeist dann eingeschaltet, wenn ein Anliegen von besonderer Bedeutung ist und / oder durch den jeweiligen Verband nicht ausreichend vertreten wird. Insbesondere mittelständische Unternehmen bedienen sich dieser Form des Lobbyings, da für sie die Kosten einer eigenen Hauptstadtpräsenz meist nicht im Verhältnis zum erwarteten Nutzen stehen. Jedoch schalten auch Großunternehmen oder Verbände Auftragslobbyisten ein. Dazu kommt es, wenn die unternehmens- oder verbandsinternen Lobby-Abteilungen aufgrund mangelnder personeller Ressourcen oder spezifischer Expertise externer Unterstützung bedürfen oder die beauftragte Agentur über einen speziellen Netzwerkzugang verfügt.³¹ Aufgrund des Trends, dass Entscheidungen und regelungsbedürftige Sachverhalte zunehmend komplexer werden und zugleich die organisierten Interessenvertretungen einem wachsenden Kosten- und Konkurrenzdruck ausgesetzt sind, ist davon auszugehen, dass die Bedeutung des Auftragslobbyings tendenziell zunimmt.³²

Die Aktionsbündnisse bilden die vierte Akteursgruppe des Lobbying. Aktionsbündnisse sind branchenübergreifende, projektbezogene Zusammenschlüsse von Organisationen mit gleichgelagerten Interessen. Primäres Ziel solcher Organisationsformen ist durch Öffentlichkeitsarbeit ihre politischen Botschaften in der Bevölkerung sowie bei den Entscheidern zu verankern. (Kleinfeld->WeidmannS.40) Es können zwei verschiedene Grundtypen von Aktionsbündnissen identifiziert werden. Zum einen existieren eher dem „Grass-roots“-Sektor zurechenbare zivilgesellschaftliche Bündnisse. Dabei handelt es sich um Netzwerke aus zahlreichen Parteien und Organisationen,

29 Vgl. Wehrmann: Lobbying in Deutschland. S. 42.

30 Vgl. ebenda, S. 42.

31 Vgl. Wallrabenstein, Axel: Public Affairs Boomtown Berlin, in: Althaus, Marco / Cecere, Vito (Hrsg.): Kampagne! 2. Neue Strategien für Wahlkampf, PR und Lobbying, Münster/Hamburg/London, 2003, S.430.

32 Vgl. Wehrmann: Lobbying in Deutschland. S. 42.

die über begrenzte finanzielle Mittel und eine vielfältige Organisationsstruktur verfügen. Durch Informationsveranstaltungen, Demonstrationen und Initiativen versuchen diese Bündnisse auf sich aufmerksam zu machen und freiwillige Unterstützer aus der Zivilgesellschaft zu rekrutieren.³³ Zum anderen gibt es Aktionsbündnisse, die von Wirtschaftsinteressengruppen selbst oder von Lobbyorganisationen geschaffen wurden. Dabei handelt es sich um strategische Allianzen die versuchen mithilfe von Informationsveranstaltungen, Öffentlichkeitsarbeit und Medienkampagnen Aufmerksamkeit zu generieren und das öffentliche Meinungsbild zu beeinflussen.³⁴ Bei ihrem Vorgehen nutzen sie zum Teil Strategien des sogenannten Astroturfings. Dabei versuchen die Akteure politischen Druck darüber aufzubauen, dass sie ihre eigenen Interessen anstelle die der Bevölkerung darstellen. Zugleich verschleiern sie ihre eigenen Absichten.³⁵

Die fünfte Gruppe der Lobbyakteure bilden Stiftungen. Unter dem Begriff Stiftung werden gemeinhin Einrichtungen verstanden, die mithilfe eines Vermögens einen vom Stifter festgelegten Zweck verfolgen. Stiftungen können in verschiedenen rechtlichen Formen und zu verschiedenen Zwecken errichtet werden. Von besonderer Bedeutung ist der Zweck der Stiftung, da dieser ein elementares Bewertungskriterium für die steuerrechtliche Behandlung der Stiftung darstellt. So sind Stiftungen zu gemeinnützigen Zwecken mehrfach steuerlich begünstigt und beispielsweise von der Körperschaftssteuer befreit.³⁶ Aufgrund dessen sind sie ein häufig genutztes Mittel von Wohlhabenden, die ihr Vermögen mithilfe von Stiftungen philanthropisch für gemeinnützige Zwecke einsetzen. Gleichzeitig dienen sie aber auch dazu hohe Steuerlasten vermeiden. Besonders hervorzuheben sind hierbei sogenannte *unternehmensnahe Stiftungen*. Dies sind Stiftungen, die selbst ein Unternehmen betreiben oder Anteile daran halten (bspw. die Bertelsmann-Stiftung). Sie nutzen ihr Stiftungsvermögen um beispielsweise Stipendien zu vergeben, Professuren zu stiften, Kongresse zu veranstalten oder Forschungsprojekte zu finanzieren. Zudem nutzen sie ihre Netzwerke, um öffentliche Diskurse oder Entscheidungsprozesse zu beeinflussen. Da sie sich in der Öffentlichkeit als wohltätige Förderer von Kultur, Wissenschaft oder Bildung inszenieren, werden (unternehmensnahe) Stiftungen häufig nicht als Lobbyakteur wahrgenommen. Doch entgegen diesem Selbstbild verfolgen die Stiftungen zum Teil dezidiert politische Ziele und betreiben interessengeleitete Politikberatung.³⁷

33 Vgl. Birner, Kathrin: Gewerkschaftliches Grassroots Campaigning – ein Erfolgsmodell? In: Speth, Rudolf / Zimmer, Anette (Hrsg.) Lobby Work. Interessenvertretung als Politikgestaltung. Wiesbaden, 2015. S. 325.

34 Vgl. Wehrmann: Lobbying in Deutschland. S. 40.

35 Vgl. Jabinszek, Dietmar: Totgesagte leben länger: Über die Lobbyarbeit der Tabakindustrie. In: Speth, Rudolf / Zimmer, Anette (Hrsg.) Lobby Work. Interessenvertretung als Politikgestaltung. Wiesbaden, 2015. S. 354.

36 LobbyControl, Stiftungen als Lobbyakteure. Verfügbar unter: <https://www.lobbycontrol.de/2017/01/stiftungen-als-lobbyakteure-studie-dokumentiert-intransparenz-und-verdeckte-interessen-bei-bmw-bertelsmann-co/> (zuletzt geprüft am: 28.04.2017).

37 Vgl. ebenda.

Dies wurde auch in einer Studie des Wissenschaftszentrum Berlin³⁸ festgestellt, die den gemeinnützigen Charakter vieler unternehmensnaher Stiftungen zumindest in Frage stellt. So versuchen viele Stiftungen aufgrund kommerzieller Interessen auf den Politikprozess Einfluss zu nehmen. Zudem attestieren die Verfasser der Studie einer Mehrzahl der Stiftungen eine „elitäre Ausrichtung“ und Überschneidungen mit den Interessen der verbundenen Unternehmen.³⁹ Somit sind ohne Zweifel auch Stiftungen dem Akteursfeld des Lobbyismus zuzuordnen.

Im vorangegangenen Abschnitt wurden die verschiedenen Akteure des Lobbying beschrieben. Allen Akteuren ist gemein, dass sie den Politikprozess ihren Interessen entsprechend beeinflussen möchten. Für den Erfolg dieses Vorhabens ist essentiell, dass die richtigen Adressaten ausgewählt werden. Auf diese soll im Folgenden Abschnitt eingegangen werden.

Als Adressaten von Lobbying auf Bundesebene sind das Parlament sowie die Bundesregierung und insbesondere die Ministerialverwaltung zu nennen. Weitere Adressaten sind oberste Bundesbehörden, Parteien sowie der Bundesrat (und daher auch Landesregierungen). Lobbying ist besonders effizient, wenn es gelingt einen Gesetzentwurf bereits in der Phase seiner Entstehung (also als Referentenentwurf) zu beeinflussen. In späteren Stadien können Änderungen nur noch in geringerem Umfang umgesetzt werden. Daher ist der wichtigste Ansprechpartner für Interessenvertreter die Bundesregierung bzw. die Ministerialbürokratie.⁴⁰ Hierbei sind insbesondere die Referenten und Sachbearbeiter in den Ministerien die zentralen Adressaten des Lobbyings.⁴¹ Für die Interessenvertreter ist es essentiell mit diesen in einem permanenten Dialog zu stehen und eine vertrauensvolle Beziehungen aufzubauen, um so gegebenenfalls rechtzeitig und erfolgreich intervenieren zu können.

Ein weiterer wichtiger Adressat für Lobbyingaktivitäten ist der Bundestag. Aufgrund der Arbeitsweise des Bundestags liegt der Fokus der Interessenvertreter hier auf den jeweiligen Ausschüssen sowie den entsprechenden Fraktionsarbeitsgruppen. Die Abgeordneten der Regierungskoalition verfügen aufgrund der Mehrheitsverhältnisse über mehr Gestaltungsmacht und sind damit als Ansprechpartner in der Regel wichtiger als die der Opposition.⁴² Jedoch können mithilfe der Opposition Forderungen in die politische Debatte eingebracht werden.

38 Vgl. WZB - Studie: Unternehmensnahe Stiftungen im Spannungsfeld zwischen Gemeinwohl und Partikularinteressen. Eine Exploration im Bereich Wissenschaft. Hirsch, Neujeffski, Plehwe, Wissenschaftszentrum Berlin, 2016. Verfügbar unter: <https://bibliothek.wzb.eu/pdf/2016/i16-201r.pdf> (zuletzt geprüft am: 24.03.2017).

39 Vgl. LobbyControl, Stiftungen als Lobbyakteure.

40 Vgl. Wehrmann: Lobbying in Deutschland. S. 43.

41 Vgl. Köppl, Peter: Lobbying als strategisches Interessenmanagement, in: Josef Scheff und Alfred Gutschelhofer (Hrsg.), Lobby Management. Chancen und Risiken vernetzter Machtstrukturen im Wirtschaftsgefüge, Wien, 1998, S. 25.

42 Vgl. Sebaldt, Martin: Parlamentarische Demokratie und gesellschaftliche Modernisierung: Der Deutsche Bundestag im Gefüge organisierter Interessen seit Mitte der siebziger Jahre, in: Oberreuter, Heinrich / Kranenpohl, Uwe (Hrsg.): Der Deutsche Bundestag im Wandel. Ergebnisse neuerer Parlamentarismusforschung, Wiesbaden, 2002, S. 289.

Die Parteiorganisationen spielen als Adressat von Lobbying eine nachgeordnete Rolle, da ihr Handeln „eher auf langfristige programmatische Arbeit ausgerichtet“ ist.⁴³ Die für die organisierte Interessenvertretung relevante Gesetzgebungsarbeit wird vornehmlich von den Bundestagsfraktionen bestritten. Daher stehen diese, insbesondere die jeweiligen Fachpolitiker und Ausschussmitglieder der Fraktionen, im Fokus der Lobbyingaktivitäten.

Zusammenfassend kann festgestellt werden, dass in gewissermaßen jegliche Akteure, die in einen politischen Willensbildungs- und Entscheidungsprozess eingebunden sind, zu Adressaten von Lobbying werden können. Aus Sicht der Lobbyisten ist ihre Bedeutung umso höher, je näher sie dem Entscheidungs- oder Gesetzgebungsprozess sind; je mehr Gestaltungsmacht sie selbst haben und je früher sie auf diese Prozesse einwirken können.

Nachdem in diesem Kapitel die Akteure und Adressaten von Lobbyismus im politischen System beschrieben wurden, werden im nachfolgenden Abschnitt die Methoden und Instrumente von Lobbyismus vorgestellt.

3.3. Methoden und Instrumente

Lobbyisten verfügen über ein breites Repertoire an Arbeitsweisen um ihre Interessen zielgerichtet zu artikulieren und im politischen Raum geltend zu machen. Dazu müssen Informationen gesammelt und ausgewertet, sowie persönliche Kontakte geknüpft und Netzwerke gebildet werden.

Das Vorgehen von Lobbyisten kann in aktives und passives Lobbying unterschieden werden.⁴⁴ Das passive Lobbying ist dem aktiven vorgelagert und umfasst die „permanente und systematische Beobachtung von relevanten Vorgängen und Prozessen, die Analyse der Ist-Situation, des Umfeldes [sowie] der [...] Informationsgewinnung“⁴⁵ und außerdem der Definition von Zielen. Diese Art der Informationsgewinnung dient dazu, wichtige Themen und Sachverhalte zu identifizieren und zu verwalten. Mithilfe dieser Informationen werden Adressaten identifiziert sowie Strategien festgelegt, wie das jeweilige Anliegen vorgebracht werden soll.⁴⁶ Daran schließt sich das aktive Lobbying an. Dabei handelt es sich um nach außen gerichtete Kommunikation. Die konkrete Vorgehensweise variiert je nach Vorhaben, grundlegendes Ziel ist jedoch der Erhalt bzw. der Aufbau von funktionierenden Kontaktnetzwerken. Diese dienen in der Folge dazu, Entscheidungsträger zu beeinflussen, Kontakte zu pflegen, Informationen zu beschaffen oder Interessen zu artikulieren.

43 Vgl. Wehrmann: Lobbying in Deutschland. S. 43.

44 Vgl. Wolfrum, Andrea: Lobbying und Korruption in der EU und in Österreich, Wien, 2015, S. 20.

45 Ebd., S. 20.

46 Vgl. Wehrmann: Lobbying in Deutschland. S. 46.

Das aktive (also nach außen gerichtete) Lobbying wird in direkte und indirekte Kommunikationsmethoden unterschieden, wobei die direkte Kommunikation zudem in persönliche und schriftliche Kommunikation unterteilt wird.⁴⁷

Die persönliche Kommunikation gilt gemeinhin als das wirksamste aktive Lobbyinstrument (Kleinfeld 2007 S. 46). Sie findet meist im Rahmen von persönlichen Treffen, Telefonaten, Anhörungen, Hearings, Workshops, Hearings oder Empfängen statt.⁴⁸ Von besonderer Bedeutung ist, dass sich die Gesprächspartner kennen und mit wechselseitigen Respekt und Vertrauen begegnen. Empfänge oder sogenannte „Parlamentarische Abende“ oder „Working Dinners“ dienen insbesondere der Aufrechterhaltung des Kommunikationsflusses mit den politischen Entscheidungsträgern. Zudem sind sie ein nützliches Instrument zur Kontaktaufnahme und Kontaktpflege. Dennoch ist ihre Bedeutung im Vergleich zum persönlichen Gespräch gering. So greifen die Interessenvertreter auf das persönliche Gespräch insbesondere in brisanten Situationen zurück, während bei Routinekontakten der schriftlichen Kontaktaufnahme der Vorzug gegeben wird.⁴⁹ Die schriftliche Kommunikation erfolgt in Form von E-Mails, Stellungnahmen, Briefen, Argumentations- und Positionspapieren, Statistiken, Vorlagen, wissenschaftliche Studien und Gutachten „bis hin zur Überlassung komplett ausgearbeiteter Gesetzesentwürfe“⁵⁰ (Diss_Wien_21).

Mit der wachsenden Bedeutung des Grass-Roots-Campaigning gewinnen auch Massenbriefe oder Unterschriftensammlungen zunehmend an Bedeutung.⁵¹ Diese stehen an der Schnittstelle zu den indirekten Kommunikationsmethoden. Indirekte Kommunikationsmethoden (häufig unter Einbeziehung von Dritten) kommen meist dann zum Einsatz, wenn auf direkte Kommunikationsmethoden bewusst verzichtet wird oder diese nicht erfolgreich waren.⁵² Als sogenannte „Dritte“ kommen Experten, Sachverständige, und Mitarbeiter von Entscheidungsträgern, aber auch die Öffentlichkeit, Medien oder Meinungsführer zum Einsatz. Diese sollen das jeweilige Anliegen der Lobbyisten positionieren.⁵³ Insbesondere die Medien sind in der Lage bestimmte Themen hochzuspielen, Diskussionen zu steuern oder die öffentliche Meinung zu beeinflussen. Daher werden sie von Lobbyisten bewusst genutzt, um Debatten zu initiieren oder Entscheidungen nach ihren Wünschen zu beeinflussen. Indem sie in breit angelegten Öffentlichkeitskampagnen publikumswirksam aufbereitete Informationen in die mediale

47 Vgl. Wolfrum, Andrea: Lobbying und Korruption, S. 20.

48 Vgl. ebd. S. 21.

49 Vgl. Wehrmann: Lobbying in Deutschland, S.46.

50 Siehe Wolfrum, Andrea: Lobbying und Korruption, S. 21.

51 Vgl. Yang, Mundo: Anti-Fracking Kampagnen und ihre Mediennutzung. In: Speth, Rudolf / Zimmer, Anette (Hrsg.) Lobby Work. Interessenvertretung als Politikgestaltung. Wiesbaden, 2015. S. 293.

52 Vgl. Rieksmeier, Jörg: Kampagnen – Beispiele für Konzepte der politischen Interessenvermittlung. In: Rieksmeier, Jörg (Hrsg.): Praxisbuch: Politische Interessenvermittlung. Instrumente - Kampagnen - Lobbying. Wiesbaden, 2007, S. 140.

53 Vgl. Wolfrum, Andrea: Lobbying und Korruption, S. 22.

Öffentlichkeit einbringen, gelingt es ihnen ihre Interessen mit Nachdruck zu artikulieren.⁵⁴ Weitere mögliche Methoden des Lobbyings sind das Bilden von Allianzen, Sponsoring, sowie das Gewähren von Spenden.

Den Interessenvertretern steht also ein großes Repertoire von Instrumenten der Public-Affairs beziehungsweise Public-Relations zur Verfügung. Diese nutzen sie, um eine politische Entscheidung oder ein Agenda-Setting nach ihren Vorstellungen zu beeinflussen.⁵⁵ Gelingt es den Interessenvertretern mit den genannten Methoden und Instrumenten nicht das angestrebte Ziel zu erreichen, verbleibt die Möglichkeit politischen Druck aufzubauen. Dies erfolgt, indem mit dem Abbau von Arbeitsplätzen, der Verlagerung von Produktionsstandorten, Streiks oder dem öffentlichen Entzug von Unterstützung gedroht wird.⁵⁶ Obwohl der Aufbau von Drohkulissen gegenüber der Politik eher unüblich ist (und dadurch das Verhältnis zwischen Interessenvertretung und Politik möglicherweise nachhaltig belastet wird) können solche Instrumente im Einzelfall durchaus sinnvoll und erfolgversprechend sein.⁵⁷

4. Kapitel Lobbying am Beispiel der Bertelsmann Stiftung

Das folgende Kapitel widmet sich der Bertelsmann Stiftung, ihrer Lobbyingaktivitäten sowie möglicher Kritik an derselben.

4.1. Struktur und Arbeit der Bertelsmann Stiftung

Die Bertelsmann Stiftung ist eine selbstständige Stiftung des privaten Rechts, die 1977 von dem Unternehmer Reinhard Mohn errichtet wurde. Sie ist eine unternehmensgebundene Stiftung und finanziert sich hauptsächlich durch die Bertelsmann SE, deren Haupteigentümerin sie ist und 80,9 Prozent der Anteile besitzt.⁵⁸ Die übrigen Anteile der Bertelsmann SE (19,1 Prozent) sind Eigentum der Familie Mohn. Zur Bertelsmann Konzerngruppe gehören unter anderem die weltweit größte Buchverlagsgruppe *Penguin Random House*, der größte Zeitschriftenverlag Europas *Gruener + Jahr*, die *RTL Group* (Fernsehen und Radio), das Unternehmen *BMG* (Musik), die *Bertelsmann Printing Group* (Druck),

54 Vgl. Bentele, Günter: Legitimität der politischen Kommunikation? In: Rieksmeier, Jörg (Hrsg.): Praxisbuch: Politische Interessenvermittlung. Instrumente - Kampagnen - Lobbying. Wiesbaden, 2007, S. 14.

55 Vgl. Wolfrum, Andrea: Lobbying und Korruption, S. 22.

56 Vgl. ebd. S. 22.

57 Vgl. Wehrmann: Lobbying in Deutschland. S. 46.

58 Vgl. Bertelsmann SE - Aktionäre. Verfügbar unter: <https://www.bertelsmann.de/unternehmen/aktionaeere/> (zuletzt geprüft am: 28.04.2017).

die Bertelsmann Education Group (*Bildung*) sowie das Dienstleistungsunternehmen *Arvato* und die Bertelsmann Investments (*Fonds*).⁵⁹ Durch die Errichtung der Stiftung gelang es Reinhard Mohn, die Erbschaftssteuerlasten erheblich zu reduzieren und beugte zugleich Nachfolgeproblemen innerhalb des größten Medienkonzerns Europas vor. So hält die Stiftung zwar die größten Besitzanteile des Konzerns, verfügt aber über keinerlei Stimmrechte. Diese liegen bei der Bertelsmann Verwaltungsgesellschaft (BVG), die wiederum der Familie Mohn gehören.⁶⁰

Nach einer Statistik des Bundesverbands Deutscher Stiftungen verfügt die Bertelsmann Stiftung über ein Stiftungsvermögen von über 618 Millionen Euro (Stand 2012).⁶¹ Sie ist somit finanziell unabhängig und nicht auf Zuwendungen angewiesen. Im Jahr 2016 betrug ihr Gesamtaufwand 72,7 Millionen Euro, davon 55,6 Millionen Euro für direkte Programmarbeit.⁶² Ihrem Selbstverständnis nach ist die Bertelsmann Stiftung eine operative Stiftung. Dies bedeutet, dass sie ausschließlich Projekte unterstützt, die sie selbst initiiert und konzipiert und diese auch bei der Umsetzung begleitet. Damit einher geht, dass die Bertelsmann Stiftung keine Stipendien vergibt und auch keine Projekte Dritter unterstützt.⁶³ Die Projektfelder der Bertelsmann Stiftung erstrecken sich über verschiedenste Bereiche der Gesellschaft, für die sie Problemlösungen entwickeln und zugleich Politik, Wirtschaft und Gesellschaft dienen möchte.

Ihrer Selbstbeschreibung nach verfolgt die Stiftung ausschließlich und unmittelbar gemeinnützige Zwecke. Dazu zählen etwa die Förderung von „von Wissenschaft und Forschung, Religion, öffentlichem Gesundheitswesen, von Jugend- und Altenhilfe, Kunst und Kultur, Volks- und Berufsausbildung, Wohlfahrtswesen, internationalem Kulturaustausch, demokratischem Staatswesen und bürgerschaftlichem Engagement.“⁶⁴ Die Gemeinnützigkeit der Stiftung wird von Kritikern regelmässig in Frage gestellt. Auf diesen Aspekt soll in einem späteren Abschnitt der Arbeit eingegangen werden. Insgesamt hat die Bertelsmann Stiftung seit ihrer Gründung mehr als 1,35 Milliarden Euro für ‚gemeinnützige‘ Zwecke zur Verfügung gestellt.⁶⁵

Die Initiative LobbyControl zählt die Bertelsmann Stiftung zu den einflussreichsten Denkfabriken Deutschlands.

59 Vgl. Bertelsmann SE - Unternehmensbereiche. Verfügbar unter: <https://www.bertelsmann.de/bereiche/> (zuletzt geprüft am: 28.04.2017).

60 Vgl. Bertelsmann SE - Aktionäre.

61 Vgl. Bertelsmann - Stiftungsvermögen. Verfügbar unter: https://www.stiftungen.org/fileadmin/bvds/de/Presse/Dokumente/Stiftungen_in_Zahlen_Ranking_groesste_Stiftungen_Au_sgaben_Vermoeegen_Juni_2012.pdf (zuletzt geprüft am: 28.04.2017).

62 Vgl. Bertelsmann - Jahresabschluss 2016. Verfügbar unter: <https://www.bertelsmann-stiftung.de/de/publikationen/infomaterial/jahresabschluss-2016/> (zuletzt geprüft am: 28.04.2017).

63 Vgl. Bertelsmann - Stiftungsgrundsätze. Verfügbar unter: <https://www.bertelsmann-stiftung.de/de/ueber-uns/was-uns-bewegt/grundsaeetze/> (zuletzt geprüft am: 28.04.2017).

64 Siehe Bertelsmann - Stiftungsgrundsätze.

65 Vgl. Bertelsmann - Jahresabschluss 2016.

Die Stiftung versucht unter Zuhilfenahme verschiedenster Instrumente, Einfluss auf Themenbereiche wie Bildung, Schule und Universitäten, Gesundheitspolitik, Demographische Entwicklung, Arbeits- und Sozialpolitik sowie Außen- und Sicherheitspolitik zu nehmen.⁶⁶ Die Bertelsmann Stiftung sieht sich selbst als „Reformmotor“⁶⁷ und versucht frühzeitig für Probleme zu sensibilisieren und Lösungsansätze zu erarbeiten sowie umsetzen. Dabei orientiert sie sich an den Prinzipien und Sichtweisen ihres Stifters. Reinhard Mohn war davon überzeugt, dass eine moderne und leistungsfähige Gesellschaft nach den Prinzipien des unternehmerischen Handelns gestaltet werden müsse und wirtschaftliche Effizienz und Gemeinschaftssinn nicht in Widerspruch zueinander stehen. Die Vorgaben des Mohn'schen Weltbildes spiegeln sich auch im Leitbild der Bertelsmann Stiftung wieder. So soll Wettbewerb und bürgerschaftliches Engagement gefördert werden.⁶⁸ Der Staat hingegen ist im Mohn'schen Verständnis ein Störfaktor, den es zurückzudrängen gilt. So seien der Staat und seine Verwaltung nicht in der Lage wirtschaftlich zu Denken und damit zugleich auch unfähig, adäquat auf die Probleme der Zeit zu reagieren.⁶⁹ Allerdings werden diese, zum Teil sehr wirtschaftsliberalen Standpunkte, in dieser Form nicht in der Öffentlichkeit kommuniziert. So nutzt die Bertelsmann Stiftung beispielsweise euphemistische Schlagwörter wie „gesellschaftlicher Wettbewerb“, „Freiheit“ oder „Eigenverantwortlichkeit der Bürger“,⁷⁰ wenn es eigentlich um die Zurückdrängung des (Sozial-) Staats oder die Ablehnung des Mindestlohns geht.⁷¹

Im vorangegangenen Abschnitt wurde ein knapper Überblick über die Bertelsmann Stiftung gegeben. Im Folgenden werden die Methoden der Einflussnahme und das Vorgehen der Bertelsmann Stiftung kurz skizziert sowie anhand eines Beispiels verdeutlicht.

66 Vgl. LobbyPedia - Bertelsmann Stiftung. Verfügbar unter: https://lobbypedia.de/wiki/Bertelsmann_Stiftung (zuletzt geprüft am: 28.04.2017).

67 Siehe taz.archiv - „Bertelsmann hat enormen Einfluss“. Verfügbar unter: <http://www.taz.de/!506020/> (zuletzt geprüft am: 28.04.2017).

68 Vgl. Bertelsmann - Motive des Stifters. Verfügbar unter: <https://www.bertelsmann-stiftung.de/de/ueber-uns/was-uns-bewegt/motive-des-stifters/> (zuletzt geprüft am: 28.04.2017).

69 Vgl. Zeit Online - Gastbeitrag von Reinhard Mohn. Verfügbar unter: <http://www.zeit.de/1991/27/die-soziale-marktwirtschaft-muss-fortgeschrieben-werden/komplettansicht?print> (zuletzt geprüft am: 28.04.2017).

70 Siehe Bertelsmann - Leitbild der Stiftung. Verfügbar unter: <https://www.bertelsmann-stiftung.de/de/ueber-uns/was-uns-bewegt/leitbild/> (zuletzt geprüft am: 28.04.2017).

71 Vgl. taz - „Eine Stiftung regiert im Land. Die Methode Bertelsmann“. Verfügbar unter: <http://www.taz.de/!5137745/> (zuletzt geprüft am: 28.04.2017), sowie: Bertelsmann - Zukunft der sozialen Marktwirtschaft. Verfügbar unter: <https://www.bertelsmann-stiftung.de/de/themen/aktuelle-meldungen/2016/juni/wie-zukunftsfaehig-ist-die-soziale-marktwirtschaft/> (zuletzt geprüft am: 28.04.2017).

4.2. Methoden der Einflussnahme am Beispiel des Hochschulfreiheitsgesetzes

Die Bertelsmann Stiftung hat wichtige politische Reformen der jüngeren Vergangenheit initiiert.⁷² Ihr vorgehen verfolgt einen ganzheitlichen Ansatz und begleitet die Entwicklung einer Reform bzw. eines Gesetzes von Beginn an mit. Das Vorgehen folgt zumeist einem, im Folgenden knapp dargestellten Grundprinzip.

Als Ausgangspunkt für die Lobbyaktivitäten der Bertelsmann Stiftung dienen meist Rankings oder andere, eigene wissenschaftliche Ergebnisse. Diese werden durch der Stiftung nahestehende Organisationen erstellt und dann in den (insbesondere „hauseigenen“) Medien veröffentlicht. Zeitgleich werden durch die Stiftung Kampagnen initiiert, die die Bevölkerung für das von der Bertelsmann Stiftung identifizierte Problem sensibilisieren sollen. Oftmals werden in diesen Kampagnen prominente Persönlichkeiten aus Politik und Wissenschaft integriert, die zu dem brisanten Thema Stellung nehmen und auf die Notwendigkeit einer schnellen Reform verweisen. Diese Implementierung in der Öffentlichkeit wird durch Lobbyarbeit in den Ministerien flankiert. Vertreter der Bertelsmann Stiftung stehen den Ministerien in Gremien und Kommissionen beratend zur Seite und beeinflussen so den Politikprozess.⁷³

Im Folgenden wird auf eine solche Reforminitiative der Bertelsmann Stiftung am Beispiel der Hochschulreformen näher eingegangen.

Für Reinhard Mohn ist eine Reform des Bildungswesens der „Schlüssel zur Gesellschaftsreform“⁷⁴ und so verwundert es nicht, dass sich die Bertelsmann Stiftung mit verschiedenen Abschnitten der Bildungsbiographie befasst. Von besonderer Bedeutung für die Stiftung ist der Bereich der Hochschulbildung. Hier gelang es der Stiftung ihre Interessen nach dem bereits skizzierten Lobby-„Schema“ in den Politikprozess einzubringen. Den Ausgangspunkt der Reformbemühungen bildete auch hier ein Ranking, das sogenannte Hochschulranking. Dieses wird jährlich durch das *Centrum für Hochschulentwicklung* (CHE) erstellt. Das CHE wurde von der Bertelsmann Stiftung in Kooperation mit der Hochschulrektorenkonferenz gegründet, und wird auch zu mehr als einem Drittel durch die Stiftung finanziert.⁷⁵ Die Ergebnisse des Hochschulrankings werden durch das CHE gemeinsam mit dem Nachrichtenmagazin *stern* sowie der Wochenzeitung *DIE ZEIT* veröffentlicht.⁷⁶

72 Vgl. Schuler, Thomas: Bertelsmann Republik Deutschland. Eine Stiftung macht Politik. New York, 2010, S. 12.

73 Vgl. Rudnik, Agatha: Privatisierung des Policy-Making? Die Bertelsmann-Stiftung als dominanter deutscher Think-Tank. In: Heindl, Markus: Privatisierung und öffentliche Verwaltung. Bamberg, 2009, S. 222.

74 Siehe Böckelmann, Frank / Hersch Fischler: Bertelsmann. Hinter der Fassade des Medienimperiums, Frankfurt am Main, 2004, S. 223.

75 Vgl. Centrum für Hochschulentwicklung - „Über uns“. Verfügbar unter: <http://www.che.de/cms/?getObject=237&getLang=de> (zuletzt geprüft am: 28.04.2017).

76 Vgl. Centrum für Hochschulentwicklung - Ranking. Verfügbar unter: <http://www.che-ranking.de/cms/?getObject=2&getLang=de> (zuletzt geprüft am: 28.04.2017).

Obwohl das Ranking aus Sicht der Gesellschaft für Soziologie gravierende methodische Schwächen und empirische Lücken aufweist⁷⁷, ist es mittlerweile bundesweit anerkannt. Dadurch sind die Universitäten und Landesregierungen erheblichen Druck ausgesetzt, sich den Vorschlägen des CHE entsprechend anzupassen. Ziel des CHE ist es, die Hochschulen zu wettbewerbsfähigen und den marktwirtschaftlichen Kräften unterworfenen Bildungsunternehmen umzugestalten.⁷⁸ (Dieses Ziel, also die Umstrukturierung der Bildungsfinanzierung, verfolgt das CHE seit seiner Gründung im Jahr 1994. Das CHE wendet dabei das typische Handlungsschema der Bertelsmann Stiftung an. Zunächst schaffte sich das CHE durch selbst in Auftrag gegebene Umfragen eine ‚wissenschaftliche Grundlage‘ als Ausgangspunkt für das weitere Vorgehen. So veröffentlichte das CHE im Februar 1998, im Juni 2000 sowie im November 2003 Umfrageergebnisse, die es bei der Gesellschaft für Sozialforschung und statistische Analysen *forsa* in Auftrag gegeben hatte.⁷⁹ Mit diesen sollte statistisch belegt werden, dass die Befragten einer Einführung von Studiengebühren positiv gegenüber stehen würden.

Unterschlagen wurde bei diesen Veröffentlichungen allerdings, dass die Studierenden in den Befragungen lediglich die Wahl zwischen verschiedenen Gebührenmodellen hatten und die Möglichkeit sich gegen Studienbeiträge auszusprechen im Fragebogen überhaupt nicht enthalten war. Somit wurden alle an der Umfrage teilnehmende Studierende durch das CHE als Befürworter von Studienbeiträgen gewertet. Parallel zu den Veröffentlichungen der Umfrageergebnissen veranstaltete die Bertelsmann Stiftung als auch das CHE Symposien und Kongresse, in denen für eine Hochschulreform geworben wurde. Diese Bemühungen wurden schließlich Ende des Jahres 2003 von Erfolg gekrönt: Der damalige Bundeskanzler Schröder sprach sich für Studienbeiträge sowie einer Intensivierung des Wettbewerbs zwischen den deutschen Hochschulen aus. Zudem schlug er die Errichtung von Eliteuniversitäten nach ausländischem Vorbild vor.⁸⁰ Als dann 2004 Bundesministerin Edelgard Buhmann den Schlussbericht der Expertenkommission „Finanzierung Lebenslangen Lernens“ veröffentlichte, wurde der Einfluss der Bertelsmann Stiftung besonders deutlich. So stellte der Bericht quasi einen „bundespolitischen Aufguss der Bertelsmann-inspirierten Kommissionsberichte“ dar.⁸¹

Der Bertelsmann Stiftung war es durch ihr geschicktes Vorgehen gelungen, das der Bericht der Kommission nun einen weitreichenden und auf private Finanzierungsbeiträge abzielenden Umbau

77 Vgl. Stellungnahme der Deutschen Gesellschaft für Soziologie (DGS): Wissenschaftliche Evaluation ja – CHE-Ranking nein. Methodische Probleme und politische Implikationen des CHE-Hochschulrankings. Verfügbar unter: http://www.soziologie.de/uploads/media/Stellungnahme_DGS_zum_CHE-Ranking_Langfassung.pdf (zuletzt geprüft am: 28.04.2017)

78 Vgl. Rudnik, Agatha: Privatisierung des Policy-Making? S. 229.

79 Vgl. Centrum für Hochschulentwicklung - „Akzeptanz von Studiengebühren. Ergebnisse einer forsa-Umfrage in der Bevölkerung und bei Studierenden“. Verfügbar unter: http://www.che.de/downloads/forsaergebnisse_149.pdf (zuletzt geprüft am: 28.04.2017).

80 Vgl. Böckelmann, Frank / Hersch Fischler: Bertelsmann, S. 224.

81 Vgl. Biermann, Werner / Arno Klönne: Agenda Bertelsmann. Ein Konzern stiftet Politik, Köln, 2007, S. 71.

des Bildungssystems vorschlug, obwohl das Thema Studiengebühren noch wenige Jahre zuvor von der Politik mehrheitlich abgelehnt wurde. Neben der Einführung von Studiengebühren forcierte die Bertelsmann Stiftung und das CHE auch strukturelle Veränderungen an den Hochschulen. So setzte sich das CHE unter anderem für die Einsetzung von Hochschulräten mit weitreichenden Kompetenzen, die Konzentration der Führungsaufgaben an den Hochschulen auf mit großen Machtbefugnissen ausgestattete Präsidenten und Dekane sowie für neuartige, privatisierte Arten der Hochschulfinanzierung ein.⁸²

Durch diese Maßnahmen sollte eine stärkere Einflussnahme von Wirtschaftsvertretern, privaten Geldgebern, Unternehmen und Stiftungen auf die personellen und inhaltlichen Entscheidungen der Hochschulen ermöglicht werden.⁸³ Das CHE trieb seine Bemühungen weiter voran und veröffentlichte 2005 ein Konzept mit dem Titel „Zehn CHE- Anforderungen für ein Hochschulfreiheitsgesetz in Nordrhein-Westfalen“.⁸⁴ Nur kurze Zeit später präsentierte der nordrhein-westfälische Innovationsminister Pinkwart ein Eckpunktepapier für ein geplantes ‚Hochschulfreiheitsgesetz‘, dass im wesentlichen mit dem Konzept des CHE übereinstimmte.⁸⁵ Diese Übereinstimmungen sind auch bei dem im Jahr 2007 in Kraft getretenen Hochschulfreiheitsgesetz feststellbar. Auch wenn der Wortlaut nicht direkt übernommen wurde, entstammen die wesentlichen Inhalte zweifellos dem CHE-Strategiepapier.⁸⁶

Das zum Teil heftig kritisierte Gesetz soll aus Sicht seiner Befürworter die Autonomie und Selbstverantwortung der Hochschulen stärken. Die Kritiker befürchten hingegen, dass die Hochschulen schrittweise von selbstverwaltenden Körperschaften mit verfassungsrechtlich garantierter Freiheit der Lehre, in eine Form von Unternehmen umgewandelt werden. So konstatierte etwa der Hochschullehrer Christoph Butterwegge: „Die Freiheit, von der da die Rede ist, bedeutet in Wirklichkeit Marktabhängigkeit. Statt ihrer gesellschaftlichen Verantwortung gerecht zu werden, müssen sich die Hochschulen demnächst um die wirtschaftliche Verwertbarkeit ihres Wissens kümmern.“⁸⁷ Unabhängig von einer Bewertung des Hochschulfreiheitsgesetz, ist das Zustandekommen dieses Gesetzes von wesentlicher Bedeutung.

82 Vgl. van Laak, Claudia / Schulz, Benedikt: „Wie Stiftungen die Bildungspolitik beeinflussen“. Verfügbar unter: http://www.deutschlandfunk.de/bertelsmann-vodafone-co-wie-stiftungen-die-bildungspolitik.724.de.html?dram:article_id=324443 (zuletzt geprüft am: 28.04.2017).

83 Vgl. Biermann / Klönne: Agenda Bertelsmann, S. 76ff.

84 Vgl. Centrum für Hochschulentwicklung - „Zehn CHE-Anforderungen für ein neues Hochschulfreiheitsgesetz für Nordrhein-Westfalen“. Verfügbar unter: http://www.che.de/downloads/Zehn_Anforderungen_Hochschulgesetz_NRW_422_440.pdf (zuletzt geprüft am: 28.04.2017).

85 Vgl. van Laak / Schulz: „Wie Stiftungen die Bildungspolitik beeinflussen“.

86 Vgl. Alidusti, Kyrosch: Wie das CHE Inhalte stiftet – die ‚Politikberatung‘ der Bertelsmann-Tochter. In: Wernicke, Jens / Bultmann, Torsten (Hrsg.): *Netzwerk der Macht – Bertelsmann. Der medial-politische Komplex aus Gütersloh*, 2. Auflage, Marburg, 2007, S.210f.

87 Siehe Butterwegge, Christoph - „Pro und Contra: Das Hochschulfreiheitsgesetz. Chancen oder Ausverkauf der Wissenschaft?“ Verfügbar unter: https://web.archive.org/web/20061106202638/http://www.wdr.de/themen/kultur/bildung_und_erziehung/hochschulen/hochschulfreiheitsgesetz/060307_pro_und_contra.jhtml?rubrikenstyle=wissen (zuletzt geprüft am: 28.04.2017).

So ist das Gesetz nach Ansicht der Autoren Biermann und Klönne geradezu ein Musterbeispiel dafür, wie sich die Politik aus der Verantwortung für ein zentrales Feld der Zukunftsgestaltung zurückzieht und zugleich dem Druck privater Lobbyorganisationen erliegt und sich dadurch freiwillig als ein Instrument von Interessenvertretern bzw. Think-Tanks benutzen lässt.⁸⁸

Der hier dargestellte Vorgang ist exemplarisch für das Vorgehen der Bertelsmann Stiftung zu verstehen. Je nach Thematik beziehungsweise Anliegen wird eine individuelle Strategie angewandt. Diese sind sich in ihren Grundzügen jedoch oft sehr ähnlich. So dient meist ein ‚wissenschaftliches Ergebnis‘ als Ausgangspunkt, mit Hilfe dessen die öffentliche Aufmerksamkeit auf ein Anliegen der Bertelsmann Stiftung (oder ihr nahestehender Organisationen) gelenkt wird. Parallel dazu werden bei Kongressen, Symposien und ähnlichen Veranstaltungen die politischen Akteure für das Thema sensibilisiert und mit (nach Ansicht der Stiftung) relevanten Informationen versorgt. Dieses Vorgehen wird von einer medialen Kampagne flankiert, für die häufig eine bekannte Persönlichkeit Pate steht. Schließlich werden informelle Kanäle und Netzwerke genutzt um dem Anliegen auch auf politischer Ebene Nachdruck zu verleihen. Schließlich wird dann (über der Stiftung nahestehende Wissenschaftler und Experten in Kommissionen sowie Verbindungen in die Ministerialverwaltung) der Prozess der Gesetzgebung beeinflusst. Nach dem im vorangegangenen Abschnitt das Vorgehen der Bertelsmann Stiftung an einem Beispiel erläutert wurde, soll im Folgenden auf mögliche Kritik eingegangen werden.

4.3. Kritik

In den 40 Jahren seit ihrer Gründung ist es der Bertelsmann Stiftung gelungen, sich zu einer der mächtigsten und einflussreichsten Stiftungen in Deutschland zu entwickeln. Dies resultiert nicht zuletzt aus ihrem großem Vermögen, welches ihr durch den Stifter Reinhard Mohn zur Finanzierung ihrer Vorhaben übertragen wurde. Zugleich gilt sie offiziell als ‚gemeinnützig‘ und genießt dadurch Steuervergünstigungen. Die Gemeinnützigkeit der Stiftung wird regelmässig in Frage gestellt. Zu diesem Ergebnis kommen beispielsweise die Juristen Lindner, Krämer und Priehn. In einer von ihnen erstellten Expertise stellen sie fest, dass der Tatbestand der Gemeinnützigkeit i.S.d. §§ 52 ff. der Abgabenordnung (AO) nicht erfüllt ist, da die Satzung der Stiftung mit verschiedenen Rechtsnormen der AO in Widerspruch steht. Zudem sei aufgrund der politikberatenden Tätigkeiten zugunsten der Bertelsmann SE und ihrer Tochterunternehmen das Merkmal der Selbstlosigkeit (vgl. § 55 AO) nicht erfüllt, da die Förderung politischer Zwecke (bspw. Beeinflussung der politischen Meinungsbildung) keinen gemeinnützigem Zweck darstellt.⁸⁹ Der Status der Gemeinnützigkeit ist für die Stiftung jedoch von elementarer Bedeutung.

88 Vgl. Biermann / Klönne: Agenda Bertelsmann, S. 79.

89 Vgl. LobbyPedia - Bertelsmann Stiftung.

Da gemeinnütziges zivilgesellschaftliches Engagement eine steuerliche Privilegierung genießt, ergeben sich für Stiftung bzw. die Bertelsmann Konzerngruppe hohe Steuereinsparpotenziale. Somit fließen Steuermittel, die eigentlich zur Finanzierung hoheitlicher Aufgaben des Staates eingesetzt werden könnten, in Projekte der Bertelsmann Stiftung. Es erfolgt in gewisser Maßen eine Privatisierung der Politik auf Kosten der Allgemeinheit bzw. der Staatskasse.

Doch auch unabhängig vom Aspekt der Gemeinnützigkeit bestehen weitere Kritikpunkte. So nutzt die Bertelsmann Stiftung das Medienimperium der Bertelsmann SE. Sie ist dadurch in der vorteilhaften Situation, zur Förderung ihrer Vorhaben und zur Verbreitung ihrer Ansichten auf einen der größten Medienapparate der Welt zurückzugreifen. Zudem ist auch die direkte Einflussnahme der Stiftung auf die Medien sehr intransparent und häufig nicht nachvollziehbar. So verfügt die Stiftung über ein weit verzweigtes Netz aus Kontakten zu „Verleger[n] und Chefredakteure[n] aller namhaften und einflussreichen Magazine, Zeitungen und Fernsehsender“⁹⁰ Die Stiftung sichert sich deren Unterstützung für ihre Anliegen durch Einladungen zu Veranstaltungen, die Berufung in Jurys oder anderen Gefälligkeiten und stellt den Journalisten zudem Informationen, Material und Kontakte zur Verfügung.⁹¹ Durch diesen, öffentlich so nicht wahrgenommenen Mediengriff hat die Bertelsmann Stiftung die Möglichkeit, massiv auf das Agenda Setting in Politik und Gesellschaft Einfluss zu nehmen und damit zugleich auch großen Druck auf Politiker ausüben.

Die Möglichkeit direkt oder indirekt Einfluss auf die mediale Berichterstattung zu nehmen und dabei zu bestimmen was und insbesondere wie etwas veröffentlicht wird, ist auch in Bezug auf einen weiteren Kritikpunkt von großer Bedeutung. So hat die Bertelsmann Stiftung die Möglichkeit, ihre wissenschaftlichen Ergebnisse, Rankings oder auch Ansichten von (ihr wohlgesonnenen) Experten zielgerichtet zu publizieren. Da die Stiftung einerseits über ein enormes finanzielles Potenzial verfügt, ist sie in der Lage eine große Anzahl von wissenschaftlichen Untersuchungen und Studien zu beauftragen und zu finanzieren. Andererseits erzeugen die ihr nahestehenden Organisationen (wie etwa das CHE, oder das CAP (Centrum für angewandte Politikforschung)) zusätzlichen wissenschaftlichen Output, beispielsweise durch die bereits erwähnten Hochschulrankings.

Die Ergebnisse dieser Arbeiten, die den Ansichten der Stiftung entsprechen, werden sodann Entscheidungsträgern, Journalisten und auch der Allgemeinheit kostenlos zur Verfügung gestellt. Ihre selbsterarbeiteten oder beauftragten gesellschaftspolitischen ‚Analysen‘ dienen der Stiftung als Effizienz-Gradmesser für unterschiedliche Teilbereiche der Gesellschaft. In dem sie selbst die Maßstäbe der Qualitätsmessung sowie die Kriterien von ‚Effizienz‘ festlegt, konstruiert sich die Bertelsmann Stiftung eine ‚objektive‘ Wirklichkeit, für die sie dann auch entsprechende

90 Siehe Schuler, Thomas: Politikgestaltung von langer Hand: die Bertelsmann Stiftung und die Hartz Reformen. In: Speth, Rudolf / Zimmer, Anette (Hrsg.) Lobby Work. Interessenvertretung als Politikgestaltung. Wiesbaden, 2015. S. 334.

91 Vgl. Schuler, Thomas: Politikgestaltung von langer Hand, S. 334, sowie S. 341f.

Lösungsansätze und neoliberal geprägte Reformmaßnahmen vorschlägt. Obwohl die von ihr publizierten (durch pseudowissenschaftliche Methoden gewonnene) wissenschaftlichen Ergebnisse regelmässig aufgrund gravierender methodischer Schwächen und empirischen Lücken in der Kritik stehen oder nachgewiesener Maßen sogar schlicht unrichtig bzw. unwahr sind,⁹² gelingt es der Bertelsmann Stiftung damit das Agenda-Setting auch aus fachlicher Sicht nach ihren Vorstellungen zu beeinflussen.

Schließlich ist auch der große Einfluss der Bertelsmann Stiftung auf Politiker als Kritikpunkt anzuführen. So unterhält die Bertelsmann Stiftung ein Kontaktnetzwerk zu Politikern unterschiedlichster Parteien als auch zu „Ministerien sowie dem Bundespräsidial- und dem Kanzleramt“.⁹³ Insbesondere die enge Verflechtung der Stiftung mit dem Bundespräsidialamt ist für diese von Vorteil. So erscheint eine Kooperation aufgrund der ‚politischen Machtlosigkeit‘ des Bundespräsidenten in der Öffentlichkeit als harmlos. Sie ist für Interessenvertreter jedoch äußerst vorteilhaft, da über den Staatssekretär des Amtes Zugang zu allen Ministerien und auch zur Kabinettsitzung besteht. Die ‚traditionell‘ enge Verbindung der Bertelsmann Stiftung zum Bundespräsidialamt kann beispielsweise durch eine Äußerung von Hans Fleisch, dem Generalsekretär des Bundesverbandes deutscher Stiftungen belegt werden. So sprach dieser bei einem Seminar für Journalisten über Strategien von Stiftungen davon, dass eine enge Kooperation mit dem Bundespräsidialamt für politische Stiftungen zwar erstrebenswert aber aussichtslos sei, da das Bundespräsidialamt bereits Bertelsmann „gehöre“.⁹⁴

Die Bertelsmann Stiftung pflegt jedoch nicht nur zum Bundespräsidialamt eine kritisch zu betrachtende Verbindung. So verfügt die Bertelsmann Stiftung über gute Kontakte zu allen wichtigen Parteien. Mithilfe von Einladungen zu Veranstaltungen, Gefälligkeiten oder der Vergabe von Posten in Gremien, hat die Stiftung ein Kontaktnetzwerk zu vielen Politikern aufgebaut. Selbiges gilt auch für die Ministerialverwaltung.⁹⁵ Dieses Vorgehen ‚hinter den Kulissen‘ widerspricht ironischerweise den eigenen Forderungen der Stiftung nach mehr Transparenz in der Politik⁹⁶ Die Zusammenarbeit von Politik und Stiftung scheint dabei keine Grenzen zu kennen. So arbeitete die Stiftungsmitarbeiterin Sophia Schlette direkt für das Gesundheitsministerium.

92 Vgl. Stellungnahme der Deutschen Gesellschaft für Soziologie (DGS): Wissenschaftliche Evaluation ja – CHE-Ranking nein. Methodische Probleme und politische Implikationen des CHE-Hochschulrankings, sowie: Schiller, Susanne: Untersuchung der politischen und gesellschaftlichen Einflussnahme der Bertelsmann Stiftung auf die Reformen im öffentlichen Bereich. Bremen, 2007, S. 45.

93 Siehe Schuler, Thomas: Politikgestaltung von langer Hand, S. 334.

94 Hans Fleisch am 8.10.2007 auf dem Seminar „Stiftungsboom in Deutschland – was hält ihn (noch) auf?“ der Klaus Tschira-Stiftung und des Bundesverbandes Deutscher Stiftungen in Heidelberg, notiert von Thomas Schuler.

95 Vgl. Schuler, Thomas: Politikgestaltung von langer Hand, S. 334.

96 Vgl. Bertelsmann - Empfehlungen für mehr Transparenz und Bürgerbeteiligung. Verfügbar unter: https://www.bertelsmann-stiftung.de/fileadmin/files/user_upload/Praesentation_Empfehlungen_der_Studie.pdf (zuletzt geprüft am: 28.04.2017).

Hierbei arbeitete sie nicht nur Gesundheitsministerin Ulla Schmid direkt zu und begleitete und organisierte sie auf Reisen. Schlette war zudem auch im Verteiler des Referats ‚Politische Grundsätze‘ und hatte damit Zugang zu allen Vorlagen, Entwürfen sowie zu Insiderwissen und sensiblen Informationen.⁹⁷ Ein weiteres Beispiel für die enge Verquickung der Bertelsmann Stiftung mit der Politik ist das MdEP Elmar Brok (CDU). Dieser war neben seiner Tätigkeit als Politiker über Jahre bei der Bertelsmann SE beschäftigt und gab erst nach massiver Kritik im Mai 2011 sein Amt als „Senior Vice President“ der Sparte „Media Development“ im Bertelsmann Konzern auf.⁹⁸ Ihm wird vorgeworfen, die Ausgestaltung wichtiger EU Richtlinien zugunsten von Bertelsmann beeinflusst zu haben.⁹⁹ Diese Vorgänge bezeichnete der Verfassungsrechtler und Parteienforscher von Arnim als „legale Korruption“. ¹⁰⁰ Die Bertelsmann Stiftung gewinnt ihre Befürworter jedoch nicht nur durch die Gewährung von Vorteilen, sondern auch durch ihre mediale Potenz. Durch die enge Verbindung der Stiftung zum größten Medienkonzern Europas verfügt sie über ein einflussreiches Machtinstrument der Meinungsbildung mit dem sie enormen Druck auf politische Entscheidungsträger ausüben kann. Eine Kooperation mit der Stiftung erscheint daher für viele Akteure des politischen Spektrums allein deshalb sinnvoll, da sie dann keine medialen Nachteile zu befürchten haben.

Die Beeinflussung politischer Entscheidungsträger durch die Bertelsmann Stiftung ist auch mit dem Aspekt der demokratischen Legitimation nicht vereinbar. Trotz ihres enormen Einflusses ist das Handeln der Stiftung weder demokratisch legitimiert noch in irgendeiner Form einer unabhängiger Kontrolle unterworfen. Sie ist lediglich den Vorgaben ihres Stifters verpflichtet und marginalisiert und hintergeht dabei demokratische Entscheidungen und Entscheidungsprozesse wenn es für die Durchsetzung ihrer Vorstellung von Gesellschaft notwendig ist.¹⁰¹ Durch ihre bewusst konstruierte gemeinnützigen Außenwirkung erfreut sich die Stiftung einer breiten Akzeptanz in der Öffentlichkeit und transportiert zugleich ihre Normen und Werte in die Öffentlichkeit. Damit bereitet sie den Boden für einen neoliberalen Umbau der Gesellschaft. In dem von der Stiftung propagierten neoliberalen Weltbild werden sozio-ökonomische Ungleichheiten nicht als strukturelle, gesellschaftliche Probleme betrachtet, sondern vielmehr als selbstverschuldete Einzelschicksale,

97 Vgl. Adamek, Sascha / Kim, Otto: Der gekaufte Staat. Wie bezahlte Konzernvertreter in deutschen Ministerien sich ihre Gesetze selbst schreiben, Köln, 2008, S. 120.

98 Vgl. Biermann / Klönne: Agenda Bertelsmann, S. 52, sowie: Schiller, Susanne: Untersuchung der politischen und gesellschaftlichen Einflussnahme der Bertelsmann Stiftung auf die Reformen im öffentlichen Bereich, S. 75f.

99 Vgl. Mühlbauer, Peter: „Lex Bertelsmann vor der zweiten Hürde“. Verfügbar unter: <https://www.heise.de/tp/features/Lex-Bertelsmann-vor-der-zweiten-Huerde-3453268.html> (zuletzt geprüft am: 28.04.2017).

100 Vgl. Zeit Online: Koschnitzke, Lukas: „Solche Praktiken gehören längst verboten“. Interview mit Hans-Herbert von Arnim. Verfügbar unter: <http://www.zeit.de/wirtschaft/2014-02/korruption-interview-von-arnim> (zuletzt geprüft am: 28.04.2017).

101 Vgl. Schiller, Susanne: Untersuchung der politischen und gesellschaftlichen Einflussnahme der Bertelsmann Stiftung auf die Reformen im öffentlichen Bereich. Bremen, 2007, S. 77.

infolge von Unfähigkeit oder Leistungsverweigerung dargestellt.¹⁰² Folglich ist es aus Sicht der Stiftung auch nicht Aufgabe des Staates, sich um die Beseitigung dieser Ungleichheiten zu sorgen.

Es ist festzuhalten, dass das Agieren der Bertelsmann Stiftung zum Teil äußerst fragwürdig ist. Der ideologische und praktischen Einfluss der Bertelsmann Stiftung auf verschiedenste Politikbereiche und Reformen sowie insbesondere die engen und vor allem intransparenten Verquickungen mit Journalisten und Politikern sowie der Ministerialverwaltung aber auch hohen Bundesorganen wie dem Bundespräsidialamt ist scharf zu kritisieren. Durch das hohe Maß an Intransparenz ist die Einflussnahme der Bertelsmann Stiftung in ihren Ausmaßen kaum zu durchschauen. Zugleich nutzt die Stiftung jene Intransparenz, um ihre politische, mediale und finanzielle Macht zu verschleiern und sich als neutrale Vertreterin gesellschaftlicher Interessen zu inszenieren. Dazu kommt, dass der ‚gemeinnützige‘ Status der Bertelsmann Stiftung zumindest fraglich ist und die Stiftung gleichzeitig eine gezielte und organisierte Verbreitung neoliberaler Reformkonzepte betreibt und damit versucht, diese in der Gesellschaft zu verankern. Schließlich wird auch die wissenschaftliche und methodische Qualität von Arbeiten und Studien der Bertelsmann Stiftung von unterschiedlichen Akteuren regelmäßig in Frage gestellt.

102 Vgl. Biermann / Klönne: Agenda Bertelsmann, S. 69.

5. Schlussbetrachtung

Anhand der Ausführungen im vorangegangenen Kapitel wurde deutlich, dass es der Bertelsmann Stiftung seit ihrer Gründung gelungen ist, ein äußerst erfolgreiches Lobbying-Netzwerk aufzubauen. Die Stiftung hat sich zu einer ‚zivilgesellschaftlichen‘ Macht entwickelt und stützt diese auf ihren Reichtum. Dabei nutzt sie ihr Vermögen, in dem sie dieses durch verschiedenste Kanäle und Strategien in politischen und gesellschaftlichen Einfluss umsetzt. Diesen Einfluss gebraucht sie sodann zur Vertretung und Durchsetzung ihrer Interessen. Die Bertelsmann Stiftung hat das Potenzial einen prägenden Einfluss auf den wissenschaftlichen, politischen und gesellschaftlichen Diskurs zu entfalten. Als exemplarisches Beispiel für entgrenztes und intransparentes Lobbying drängt sie die demokratisch legitimierte Staatsmacht zunehmend zurück. Die Problematik der kontinuierlich wachsenden Macht von Lobbyorganisationen zeigt sich daran, dass diese in der Lage sind durch Berater oder Initiativen direkt in den politischen Prozess bzw. den Staatsapparat eingreifen zu können. Diese Formen der Politikberatung, denen es gelingt Gesetze an Verwaltung und Parlament vorbei initiieren zu können, entfalten eine zunehmende Eigendynamik. Zum Schutz der Demokratie gilt es, diese Dynamiken einzudämmen.

Jedoch darf die Arbeit von Lobbyorganisationen oder auch der Informationsaustausch mit externen Beratern nicht generell verurteilt werden. Solche Kooperationen stellen einen elementaren Bestandteil des Politikprozess dar und können durchaus innovative Entwicklungen begünstigen. Allerdings müssen die Beratungsprozesse kritisch betrachtet und vor allem transparent gestaltet werden. Gewiss sind in erster Linie die politischen Akteure in der Pflicht, denn es bleibt letztendlich immer eine Entscheidung der politisch Legitimierten, ob sie Anregungen und Entwürfe von Interessenvertretern übernehmen oder nicht. Dennoch scheint insbesondere ein Mehr an Transparenz dafür geeignet zu sein, den stetig steigenden Einfluss großer Lobbyorganisationen wie der Bertelsmann Stiftung wirksam zu begrenzen. Dies könnte gelingen, in dem die Kontakte und Beteiligungen von Interessenvertretern und Beratern mit politischen Akteuren durch verbindliche Regelungen begrenzt und insbesondere öffentlich gemacht werden. Der Erfolg solcher Maßnahmen wird jedoch vor allem vom Willen des Gesetzgebers abhängig sein, sich von den Einflüssen der Interessenvertreter zu emanzipieren und den Lobbyismus durch Kontrolle und Transparenz in eine demokratieverträgliche Form zu bringen. Es bleibt abzuwarten, ob es im Zuge des wachsenden Einflusses privater (wirtschaftlicher) Akteure auf die Politik zu so einer Entwicklung kommt. Sicher ist, dass der Lobbyismus auch in Zukunft ein wichtiges Element der Politik bleiben wird.

6. Quellenverzeichnis

6.1. Literatur

Adamek, Sascha / Kim, Otto: Der gekaufte Staat. Wie bezahlte Konzernvertreter in deutschen Ministerien sich ihre Gesetze selbst schreiben. Köln, 2008.

Alidusti, Kyrosch: Wie das CHE Inhalte stiftet – die ‚Politikberatung‘ der Bertelsmann-Tochter. In: Wernicke, Jens / Bultmann, Torsten (Hrsg.): *Netzwerk der Macht – Bertelsmann. Der medial-politische Komplex aus Gütersloh*, 2. Auflage, Marburg, 2007, S.195-214.

Bentele, Günter: Legitimität der politischen Kommunikation? In: Rieksmeier, Jörg (Hrsg.): *Praxisbuch: Politische Interessenvermittlung. Instrumente - Kampagnen - Lobbying*. Wiesbaden, 2007, S. 13-21.

Biermann, Werner / Arno Klönne: Agenda Bertelsmann. Ein Konzern stiftet Politik, Köln, 2007.

Birner, Kathrin: Gewerkschaftliches Grassroots Campaigning – ein Erfolgsmodell? In: Speth, Rudolf / Zimmer, Anette (Hrsg.): *Lobby Work. Interessenvertretung als Politikgestaltung*. Wiesbaden, 2015. S. 317-332.

Böckelmann, Frank / Hersch Fischler: Bertelsmann. Hinter der Fassade des Medienimperiums, Frankfurt am Main, 2004.

Fleischer, Julia / Veit, Sylvia / Hustedt, Thuriid: Wissen ist Macht? Wissenschaftliche Politikberatung der Bundesregierung. Aus Politik und Zeitgeschichte, 2010, 19 (1), S. 15-21.

Jabinszek, Dietmar: Totgesagte leben länger: Über die Lobbyarbeit der Tabakindustrie. In: Speth, Rudolf / Zimmer, Anette (Hrsg.): *Lobby Work. Interessenvertretung als Politikgestaltung*. Wiesbaden, 2015. S. 343-356.

Kleinfeld, Ralf / Zimmer, Annette / Willems, Ulrich: Lobbyismus und Verbändeforschung: Eine Einleitung. In: Kleinfeld, Ralf / Zimmer, Annette / Willems, Ulrich (Hrsg.): *Lobbying – Strukturen. Akteure. Strategien.*, Wiesbaden, 2007, S. 7-35.

Köppl, Peter: Lobbying als strategisches Interessenmanagement, In: Josef Scheff und Alfred Gutschelhofer (Hrsg.): *Lobby Management. Chancen und Risiken vernetzter Machtstrukturen im Wirtschaftsgefüge.*, Wien, 1998, S. 1-36.

Köppl, Peter: Lobbying und Public Affairs. Beeinflussung und Mitgestaltung des gesellschaftspolitischen Unternehmensumfeldes. In: Meckel, Miriam / Schmid, Beat F. (Hrsg.):

Unternehmenskommunikation. Kommunikationsmanagement aus Sicht der Unternehmensführung. 2. Auflage, Wiesbaden, 2008, S. 187-216.

Leif, Thomas / Speth, Rudolf: Die fünfte Gewalt - Anatomie des Lobbyismus in Deutschland. In: Leif, Thomas / Speth, Rudolf (Hrsg.): *Die fünfte Gewalt. Lobbyismus in Deutschland.*, Wiesbaden, 2006, S. 10-34.

Lösche, Peter: Lobbyismus als spezifische Form der Politikberatung. In: Falk, Svenja, et. al (Hrsg.): *Handbuch Politikberatung.*, Wiesbaden, 2006, S. 334-342.

Lösche, Peter: *Verbände und Lobbyismus in Deutschland*, Stuttgart, 2007.

Otto, Hans-Joachim: Lobbyverbände als „vernunfttreibende Realitätskontakte“. In: Speth, Rudolf / Zimmer, Anette (Hrsg.): *Lobby Work. Interessenvertretung als Politikgestaltung.* Wiesbaden, 2015. S. 261-268.

Patzelt, Werner, J.: Interessengruppen und Parlamente - Grundsätzliches und Forschungsaufgaben. In: von Winter, Thomas / von Blumenthal, Julia (Hrsg.): *Interessengruppen und Parlamente.* Wiesbaden, 2014, S. 15-46.

Rieksmeier, Jörg: Kampagnen – Beispiele für Konzepte der politischen Interessenvermittlung. In: Rieksmeier, Jörg (Hrsg.): *Praxisbuch: Politische Interessenvermittlung. Instrumente - Kampagnen - Lobbying.* Wiesbaden, 2007, S. 137-143.

Rudnik, Agatha: Privatisierung des Policy-Making? Die Bertelsmann-Stiftung als dominanter deutscher Think-Tank. In: Heindl, Markus (Hrsg.): *Privatisierung und öffentliche Verwaltung.* Bamberg, 2009, S. 218-237.

Sebaldt, Martin: Parlamentarische Demokratie und gesellschaftliche Modernisierung: Der Deutsche Bundestag im Gefüge organisierter Interessen seit Mitte der siebziger Jahre. In: Oberreuter, Heinrich / Kranenpohl, Uwe (Hrsg.): *Der Deutsche Bundestag im Wandel. Ergebnisse neuerer Parlamentarismusforschung.*, Wiesbaden, 2002, S. 280-302.

Schiller, Susanne: Untersuchung der politischen und gesellschaftlichen Einflussnahme der Bertelsmann Stiftung auf die Reformen im öffentlichen Bereich. Bremen, 2007.

Schuler, Thomas: *Bertelsmann Republik Deutschland. Eine Stiftung macht Politik.* Frankfurt / New York, 2010.

Schuler, Thomas: Politikgestaltung von langer Hand: die Bertelsmann Stiftung und die Hartz Reformen. In: Speth, Rudolf / Zimmer, Anette (Hrsg.): *Lobby Work. Interessenvertretung als Politikgestaltung.* Wiesbaden, 2015. S. 333-343.

Wallrabenstein, Axel: Public Affairs Boomtown Berlin, in: Althaus, Marco / Cecere, Vito (Hrsg.): *Kampagne! 2. Neue Strategien für Wahlkampf, PR und Lobbying.*, Münster/Hamburg/London, 2003, S. 427-435.

Wehrmann, Iris: Lobbying in Deutschland – Begriff und Trends. In: Kleinfeld, Ralf / Zimmer, Annette / Willems, Ulrich (Hrsg.): *Lobbying – Strukturen. Akteure. Strategien.*, Wiesbaden, 2007, S. 36-64.

Wolfrum, Andrea: Lobbying und Korruption in der EU und in Österreich, Wien, 2015.

Yang, Mundo: Anti-Fracking Kampagnen und ihre Mediennutzung. In: Speth, Rudolf / Zimmer, Anette (Hrsg.) *Lobby Work. Interessenvertretung als Politikgestaltung.* Wiesbaden, 2015. S. 283-300.

6.2. Internetquellen:

Bertelsmann - *Empfehlungen für mehr Transparenz und Bürgerbeteiligung.* Verfügbar unter: https://www.bertelsmann-stiftung.de/fileadmin/files/user_upload/Praesentation_Empfehlungen_der_Studie.pdf (zuletzt geprüft am: 28.04.2017)

Bertelsmann - *Jahresabschluss 2016.* Verfügbar unter: <https://www.bertelsmann-stiftung.de/de/publikationen/infomaterial/jahresabschluss-2016/> (zuletzt geprüft am: 28.04.2017)

Bertelsmann - *Leitbild der Stiftung.* Verfügbar unter: <https://www.bertelsmann-stiftung.de/de/ueber-uns/was-uns-bewegt/leitbild/> (zuletzt geprüft am: 28.04.2017)

Bertelsmann - *Motive des Stifters.* Verfügbar unter: <https://www.bertelsmann-stiftung.de/de/ueber-uns/was-uns-bewegt/motive-des-stifters/> (zuletzt geprüft am: 28.04.2017)

Bertelsmann SE - *Unternehmensbereiche.* Verfügbar unter: <https://www.bertelsmann.de/bereiche/> (zuletzt geprüft am: 28.04.2017)

Bertelsmann SE - *Aktionäre.* Verfügbar unter: <https://www.bertelsmann.de/unternehmen/aktionaere/> (zuletzt geprüft am: 28.04.2017)

Bertelsmann - *Stiftungsgrundsätze.* Verfügbar unter: <https://www.bertelsmann-stiftung.de/de/ueber-uns/was-uns-bewegt/grundsaeetze/> (zuletzt geprüft am: 28.04.2017)

Bertelsmann - *Stiftungsvermögen*. Verfügbar unter:

https://www.stiftungen.org/fileadmin/bvds/de/Presse/Dokumente/Stiftungen_in_Zahlen_Ranking_groesste_Stiftungen_Ausgaben_Vermoeegen_Juni_2012.pdf (zuletzt geprüft am: 28.04.2017)

Bertelsmann - *Zukunft der sozialen Marktwirtschaft*. Verfügbar unter:

<https://www.bertelsmann-stiftung.de/de/themen/aktuelle-meldungen/2016/juni/wie-zukunftsfaehig-ist-die-soziale-marktwirtschaft/> (zuletzt geprüft am: 28.04.2017)

Butterwegge, Christoph - *Pro und Contra: Das Hochschulfreiheitsgesetz. Chancen oder Ausverkauf der Wissenschaft?* Verfügbar unter:

https://web.archive.org/web/20061106202638/http://www.wdr.de/themen/kultur/bildung_und_erziehung/hochschulen/hochschulfreiheitsgesetz/060307_pro_und_contra.jhtml?rubrikenstyle=wissen (zuletzt geprüft am: 28.04.2017)

Centrum für Hochschulentwicklung - *Akzeptanz von Studiengebühren. Ergebnisse einer forsa-Umfrage in der Bevölkerung und bei Studierenden*. Verfügbar unter:

http://www.che.de/downloads/forsaergebnisse_149.pdf (zuletzt geprüft am: 28.04.2017)

Centrum für Hochschulentwicklung - *Ranking*. Verfügbar unter:

<http://www.che-ranking.de/cms/?getObject=2&getLang=de> (zuletzt geprüft am: 28.04.2017)

Centrum für Hochschulentwicklung - *Über uns*. Verfügbar unter:

<http://www.che.de/cms/?getObject=237&getLang=de> (zuletzt geprüft am: 28.04.2017)

Centrum für Hochschulentwicklung - *Zehn CHE-Anforderungen für ein neues Hochschulfreiheitsgesetz für Nordrhein-Westfalen*. Verfügbar unter:

http://www.che.de/downloads/Zehn_Anforderungen_Hochschulgesetz_NRW_422_440.pdf (zuletzt geprüft am: 28.04.2017)

Landtag Nordrhein-Westfalen. Drucksache 16/12436. Antwort der Landesregierung auf die Große Anfrage 21 der Fraktion der PIRATEN Drucksache 16/11660. Verfügbar unter:

<https://landtag.nrw.de/Dokumentenservice/portal/WWW/dokumentenarchiv/Dokument/MMD16-12436.pdf;jsessionid=A5D2DDAF0B00154678C2418176F49B7B.ifxworker> (zuletzt geprüft am: 28.04.2017)

LobbyControl - *Umfrage: rund Dreiviertel für mehr Transparenz bei Lobbyismus*. Verfügbar unter:

<https://www.lobbycontrol.de/2015/11/umfrage-rund-dreiviertel-fuer-mehr-transparenz-bei-lobbyismus/> (zuletzt geprüft am: 28.04.2017)

LobbyControl, *Stiftungen als Lobbyakteure*. Verfügbar unter:

<https://www.lobbycontrol.de/2017/01/stiftungen-als-lobbyakteure-studie-dokumentiert-intransparenz-und-verdeckte-interessen-bei-bmw-bertelsmann-co/> (zuletzt geprüft am: 28.04.2017)

LobbyPedia - *Bertelsmann Stiftung*. Verfügbar unter:

https://lobbypedia.de/wiki/Bertelsmann_Stiftung (zuletzt geprüft am: 28.04.2017)

Mühlbauer, Peter: *Lex Bertelsmann vor der zweiten Hürde*. Verfügbar unter:

<https://www.heise.de/tp/features/Lex-Bertelsmann-vor-der-zweiten-Huerde-3453268.html>
(zuletzt geprüft am: 28.04.2017)

Stellungnahme der Deutschen Gesellschaft für Soziologie (DGS): *Wissenschaftliche Evaluation ja – CHE-Ranking nein. Methodische Probleme und politische Implikationen des CHE-Hochschulrankings*. Verfügbar unter:

http://www.soziologie.de/uploads/media/Stellungnahme_DGS_zum_CHE-Ranking_Langfassung.pdf (zuletzt geprüft am: 28.04.2017)

SZ - Online: Balsler, Markus: *Aus dem Schatten*. Verfügbar unter:

<http://www.sueddeutsche.de/wirtschaft/lobbyismus-aus-dem-schatten-1.3360878?reduced=true>
(zuletzt geprüft am: 28.04.2017)

SZ - Online: Denkler, Thorsten: *So schützt der Bundestag Lobbyisten*. Verfügbar unter:

<http://www.sueddeutsche.de/politik/versteckte-einflussnahme-so-schuetzt-der-bundestag-lobbyisten-1.2318713> (zuletzt geprüft am: 28.04.2017)

SZ - Online: Zinkant, Kathrin: *Süß schmeckt der Profit*. Verfügbar unter:

<http://www.sueddeutsche.de/politik/lobbyismus-suess-schmeckt-der-profit-1.3165682>
(zuletzt geprüft am: 28.04.2017)

taz.archiv - *Bertelsmann hat enormen Einfluss*. Verfügbar unter:

<http://www.taz.de/!506020/> (zuletzt geprüft am: 28.04.2017)

taz - *Eine Stiftung regiert im Land. Die Methode Bertelsmann*. Verfügbar unter:

<http://www.taz.de/!5137745/> (zuletzt geprüft am: 28.04.2017)

van Laak, Claudia / Schulz, Benedikt: *Wie Stiftungen die Bildungspolitik beeinflussen*. Verfügbar unter: http://www.deutschlandfunk.de/bertelsmann-vodafone-co-wie-stiftungen-die-bildungspolitik.724.de.html?dram:article_id=324443 (zuletzt geprüft am: 28.04.2017)

WZB - Studie: *Unternehmensnahe Stiftungen im Spannungsfeld zwischen Gemeinwohl und Partikularinteressen. Eine Exploration im Bereich Wissenschaft*. Hirsch, Neujeffski, Plehwe,

Die Gouvernentalisierung parlamentarischer Gesetzgebung

Wissenschaftszentrum Berlin, 2016. Verfügbar unter: <https://bibliothek.wzb.eu/pdf/2016/i16-201r.pdf> (zuletzt geprüft am: 24.03.2017)

Zeit Online - *Gastbeitrag von Reinhard Mohn*. Verfügbar unter: <http://www.zeit.de/1991/27/die-soziale-marktwirtschaft-muss-fortgeschrieben-werden/komplettansicht?print> (zuletzt geprüft am: 28.04.2017)

Zeit Online: Hansen, Axel / Gala, Olga: *Die Macht der Lobby*. Verfügbar unter: <http://www.zeit.de/wirtschaft/2014-07/freihandelsabkommen-lobby-eu> (zuletzt geprüft am: 28.04.2017)

Zeit Online: Koschnitzke, Lukas: *Solche Praktiken gehören längst verboten*. Interview mit Hans-Herbert von Arnim. Verfügbar unter: <http://www.zeit.de/wirtschaft/2014-02/korruption-interview-von-arnim> (zuletzt geprüft am: 28.04.2017)