

Wie die Autolobby die Zukunft einer Branche verbaut

Greenpeace, Schwarzbuch Autolobby 4, April 2016

Manipulierte Abgaswerte, nichtssagende Effizienzlabel, schwache Grenzwerte für Kohlendioxid, trügerische Verbrauchsangaben, großzügige Dieselprivilegien: Die Liste des Versagens der Verkehrspolitik in Sachen Umwelt ist lang. Die Auswirkungen betreffen uns alle – in Form von zu viel Feinstaub, Ozon und Stickoxiden in unserer Atemluft. Und seit Jahren erlaubt die Politik der Autoindustrie auch noch, sich beim Klimaschutz wegzuducken: Der Verkehrsbereich ist der einzige Sektor in Deutschland, in dem der Ausstoß an Treibhausgasen seit 1990 sogar gestiegen ist.

Kein spürbar reduzierter Schadstoffausstoß, kein Klimaschutz – wie kann ein ganzer Industriezweig derart erfolgreich seine kurzfristigen Interessen durchsetzen?

Die deutsche Autoindustrie und Teile der deutschen Politik sind eng verwoben. Mitunter verwischt die Grenze zwischen Lobbyist und Politiker. Viele, die aktuell in den Lobbybüros der Autokonzerne sitzen, haben zuvor politische Karrieren gemacht, kennen die richtigen Leute und politischen Prozesse. Sie flüstern den Politikern die Interessen der Autoindustrie ein. Und die Politik hört zu, oft hilft sie gerne. Die Branche selbst beeinflusst die politischen Rahmenbedingungen so, dass ihr Geschäft mit schweren, PS-starken Autos floriert.

Letztlich aber ist diese Lobbystrategie erschreckend kurzsichtig: Ein Verwässern und Verzögern von Gesetzen, Richtlinien und Grenzwerten kauft zunächst Zeit. Doch Vorschläge zur politischen Regulierung entstehen nicht im luftleeren Raum. Sie sind Folge eines umweltpolitischen Problemdrucks: Die schlechte Luftqualität in unseren Städten und der globale Klimawandel sind reale Probleme. Auf Zeit zu spielen lässt sie nicht verschwinden. Auf lange Sicht schaden schwache Grenzwerte und nichtssagende Effizienzlabel Deutschlands Autoindustrie – sie werfen die Branche im globalen Wettlauf um innovative und saubere Mobilität zurück. Der Mangel an ökologischen Anreizen durch die Politik führt in eine innovationsfeindliche Sackgasse. Die gefährdet nicht nur das Image, sondern mittelfristig auch die ökonomische Basis einer ganzen Industrie – die prekäre Situation der deutschen Energiekonzerne ist hier ein aktuelles, warnendes Beispiel.

Die Politik muss die Rahmenbedingungen für die Autoindustrie so setzen, dass eine umweltverträgliche und zukunftsfähige Mobilität entstehen kann. Bislang sind die Industrie und ihre Lobbyisten dabei nicht Teil der Lösung, sondern Teil des umweltpolitischen Problems. Dabei zeigt der aktuelle Abgasskandal überdeutlich, dass die gut geölten Beziehungen zwischen Autolobby und Politik die Branche nicht stärken, sondern schwächen. Es ist Zeit, dass die Politik sich von der Autoindustrie emanzipiert.

Fragestellung und Struktur

Warum ist die politische Regulierung des Autoverkehrs so schwach? Wie schafft es die Autolobby immer wieder, umweltpolitische Entscheidungen im Verkehrssektor zu verwässern? Und weshalb verläuft die Aufklärung des aktuellen Abgasskandals so zögerlich? Auf diese Fragen versucht das Schwarzbuch Autolobby Antworten zu geben.

Im Gegensatz zur Kohlelobby, die Politiker durch Posten in Aufsichtsräten und Beratungsgremien direkt einbindet, kauft sich die Autolobby seltener einzelne Abgeordnete. Die Strategie der Autolobby zielt auf den Zugang zur Macht. Die Konzernchefs suchen nach Gesprächen mit der Bundeskanzlerin, den zuständigen Fachministern, ihren Staatssekretären oder EUKommissaren. Dieser Zugang wird gezielt eingekauft in Form von hervorragend vernetzten Politprofis. Wichtige Stellen in der Maschinerie der Autolobby werden mit sogenannten Seitenwechslern besetzt: Leute, die den Politikbetrieb von innen kennen. Matthias Wissmann, Eckart von Klæden, Thomas Steg und Dieter Althaus sind die prominentesten Vertreter dieser Seitenwechsler. Sie alle eint das intime Wissen um politische Abläufe, die Kontakte und Zugänge zu den höchsten Etagen der Regierung.

Ansprechpartner der Seitenwechsler sind die sogenannten Lautsprecher – hochrangige Politiker, die sich ohne offensichtlichen Grund in die aktuellen Debatten und Entscheidungen zur Autopolitik einschalten. Diese Lautsprecher, zu denen Bundeskanzlerin Merkel und ihr Vorgänger Schröder, Verkehrsminister Dobrindt und sein Vorgänger Ramsauer, diverse Bundeswirtschaftsminister und viele weitere profilierte Politiker gehören, sind quasi die Verstärker und Erfüllungsgehilfen der Anliegen der Seitenwechsler. Die Lautsprecher sind jene im Politbetrieb, die nach den Terminen mit den Vorstandschefs und ihrer Seitenwechsler das sagen und durchzusetzen versuchen, was die Autokonzerne wünschen.

Die sogenannten Doppelspieler sind vor allem das Ergebnis des Automobilen Sonderfalls in Deutschland: Niedersachsen hält gut 20 Prozent an Europas größtem Autobauer Volkswagen. In diesem Spannungsfeld sind Doppelspieler installiert, die zwar in den Parlamenten sitzen, aber für den VW-Konzern (oder in dessen Sinne) arbeiten. Sie erfüllen einen doppelten Zweck: Offenbar ist es Volkswagen einerseits wichtig, direkten Zugriff auf parlamentarische Prozesse zu bekommen. Andererseits hat die niedersächsische Politik ein Eigeninteresse, politische Prozesse im Sinne von VW zu beeinflussen.

Methodik

Das Greenpeace-Schwarzbuch Autolobby zeigt exemplarisch auf, mit welchen Mitteln und auf welchen Wegen die Autoindustrie auf politische Entscheidungen in Landtagen, im Bundestag, in der Regierung und in der Europäischen Union Einfluss nimmt.

Wie stark ist die Politik mit der Autoindustrie verbunden? Wie setzt die Autolobby einzelne Politiker für ihre Interessen ein? Wo verwischen Grenzen zwischen Ämtern in der Politik und Posten in der Wirtschaft? Wer wechselt von der Politik in die Autolobby oder umgekehrt? Diese Fragen waren Ausgangspunkt des Schwarzbuches.

Von Interesse bei der Zusammenstellung waren die Mandatsträger im Bundestag, in Landesparlamenten und im Europaparlament. Ebenfalls untersucht sind die Vertreter der Bundes- sowie verschiedener Landesregierungen der vergangenen zwei Jahrzehnte. Ins Visier genommen sind zudem ehemalige Politiker, die in die Automobilwirtschaft gewechselt sind. Ebenfalls Beachtung finden Parteimitarbeiter – wie etwa Persönliche Referenten von Politikern oder Pressesprechern, die mit einem breiten Wissen um Strukturen und Persönlichkeiten die Seiten wechselten. Genutzt wurden öffentlich zugängliche sowie entgeltpflichtige Datenbanken, Zeitschriftenarchive und Archive von Onlinepublikationen.

Entstanden sind 33 Portraits von Politikern und Lobbyisten, die ihre Arbeit der Unterstützung der Autoindustrie verschrieben haben. Bei den Portraits sind jeweils das Geburtsjahr, die Parteizugehörigkeit und die entscheidende Funktion in Bezug auf die Autolobby vermerkt. Die Politiker sind in drei Typen eingeteilt: Als Seitenwechsler gelten Personen, die zum Beispiel aus der Politik in die Automobilwirtschaft gegangen sind. Als Lautsprecher werden Politiker bezeichnet, die sich in besonderem Maße für die Autoindustrie einsetzen – sei es aus innerer Überzeugung, oder weil etwa Seitenwechsler es ihnen erfolgreich eingeflüstert haben. Doppelspieler schließlich sind Politiker, die ein politisches Mandat innehaben und gleichzeitig die Interessen der Autoindustrie vertreten.