

13. August 2014 23:19 Lobbying rund um TTIP-Abkommen

## Die Schlacht von Brüssel

**Kenneth Haar kämpft gegen Freihandel. Schon seit 20 Jahren. Erfahrene Globalisierungskritiker und junge Twitter-Aktivisten verbünden sich gegen TTIP. EU-Kommission und Lobbyisten tun sich dagegen schwer, im Kampf um die öffentliche Meinung zu punkten.**

*Von Matthias Kolb, Brüssel*

Kenneth Haar steht mitten im Brüsseler Euro-Viertel vor einem unscheinbaren Bürogebäude. Er knipst den Mini-Verstärker an und spricht ins Mikro: "Hier ist das Hauptquartier der US Chamber of Commerce, einer mächtigen amerikanischen Lobbygruppe." Die Handelskammer investiere viele Millionen Dollar, um die Gespräche über das Transatlantische Freihandelsabkommen zu beeinflussen, erklärt der Däne Haar.

Der 49-Jährige arbeitet für die Nichtregierungsorganisation Corporate Europe Observatory (CEO), die den Einfluss von Konzernen auf die Politik verringern will. Regelmäßig nimmt er Bürger und Journalisten mit auf eine "Lobby-Tour". Er zeigt ihnen, wo im Euro-Viertel Verbände und Konzerne residieren und berichtet über deren Ziele. Mindestens 15 000 Lobbyisten arbeiten laut CEO in Brüssel. Auch Haar ist einer von ihnen und auch er hat eine Agenda.

Zurzeit beschäftigt er sich vor allem mit TTIP, der *Transatlantic Trade and Investment Partnership*. Haar sorgt sich um große Ganze, um die Demokratie: Über Gesundheitssystem, Umweltstandards und Bankenkontrolle sollten weder der Markt noch Bürokraten entscheiden, findet er. Die "Lobby-Tour" ist extrem wirkungsvoll: Sie dauert kürzer als ein Fußballspiel, kostet quasi nichts und viele Medien verbreiten Haars Kritik am Freihandel.

Auch wenn sich nun von Helsinki bis Heidelberg Widerstand formiert, findet die entscheidende Schlacht in Brüssel statt. Es geht darum, welche Botschaft haften bleibt. Führt TTIP zu Wachstum oder profitieren nur die großen Konzerne? Bekommen Arbeitslose in Südeuropa neue Chancen oder sinken Umweltstandards? Jüngst habe sie ein Berliner Taxifahrer auf TTIP angesprochen, sagt eine Lobbyistin. "Wenn so etwas passiert, läuft einiges falsch", seufzt sie. "Der Start war schwierig", gibt der Chef eines Industrieverbands zu. Die "Hysterie" um das Chlorhuhn zeige, wie geschickt die Kritiker mit Ängsten und Emotionen arbeiteten. Dennoch glaubt er: "Die Fakten sind auf unserer Seite."

Tatsachen gegen Emotionen, dieser verkürzten Darstellung stimmt der Aktivist Haar nicht zu. Von Kopenhagen aus, wo er mit seiner Frau und zwei Kindern lebt,

recherchierte er wochenlang für seine mit Fußnoten gespickten Berichte. Zuletzt beschrieb er, wie Großbanken aus Europa und Amerika versuchen, durch TTIP die strengen US-Auflagen zu kippen, die Obama nach der Finanzkrise durchsetzte.

Zwei Mal im Monat fliegt Haar noch Brüssel, um sich mit Kollegen auszutauschen. Im Großraumbüro von CEO schiebt er einen Stapel lachsfarbener Zeitungen beiseite, um Kaffeetassen auf den Tisch zu stellen - die *Financial Times* ist Pflichtlektüre für Lobbykritiker. Faktentreue sei wichtig für seine Glaubwürdigkeit, sagt der Fachmann für Finanzmärkte. Denn die Leaks, also jene streng geheimen Verhandlungsdokumente, werden längst nicht nur Journalisten zugespielt - Informanten geben sie oft zuerst an Aktivisten und NGOs, die sie medienwirksam aufbereiten.

Haar beschäftigt sich seit 20 Jahren mit Handelspolitik. Geprägt haben ihn lange Reisen, die ihn nach der Uni nach Lateinamerika führten. "Die Gründung der Welthandelsorganisation WTO und die Tatsache, dass Entwicklungsländer durch sie benachteiligt wurden, empfand ich als ungerecht", sagt der schmale Mann mit der Allerweltsbrille und einer Vorliebe für einfarbige Pullover.

Dass es 1998 gelang, das Multilaterale Investitionsabkommen MAI zu verhindern, freut ihn bis heute: "Die Pläne zum Schutz von Investoren waren noch radikaler als heute." Er arbeitete für Dänemarks Parlament und in der Erwachsenenbildung, bevor er 2008 zu CEO kam. Seit Herbst 2013 sind Haar und seine Kollegin Pia Eberhardt wichtige Ansprechpartner von Politikern und NGOs: Sie können komplizierte Sachverhalte erklären und die Medien schätzen es, dass sie fernsehtauglich formulieren können.



Kenneth Haar, 49, arbeitet seit 2008 als Experte für die lobbykritische Nichtregierungsorganisation Corporate Europe Observatory. (Foto: Matthias Kolb)

Auf dem Weg zu einem Aktivisten-Treffen klingelt Haars altes Klapp-Handy ständig.

Es melden sich Journalisten - aber auch zwei deutsche Aktivisten, die sich in Brüssel eine Wohnung mit Haar teilen und nun den Schlüssel brauchen. Die temporäre WG sei "billiger, effizienter und lustiger als ein Hotel", sagt er. Auf der von der Rosa-Luxemburg-Stiftung finanzierten Konferenz herrscht beste Stimmung; die TTIP-Gegner wirken selbst überrascht über ihren Erfolg und freuen sich auf den europaweiten Aktionstag am 11. Oktober.

Neben Globalisierungskritikern mit grauen Bärten sitzen Aktivisten, die sich um freies Internet und Bürgerrechte sorgen und auf Twitter und Facebook setzen. Als die Teilnehmer Arbeitsgruppen bilden und die Journalisten gehen müssen, sind es die unter 30-Jährigen, die einen Twitterstorm vorbereiten: Unter #kickoutttip wollen sie am Tag des sogenannten Stakeholder Meeting die Debatte in den sozialen Netzwerken prägen. Während jeder Verhandlungsrunde hören die Delegationen von EU und USA in einem Konferenzzentrum die Anliegen von Interessenvertretern an.

"Meine Stärke ist es nicht", sagt Kenneth Haar über Social Media. Das Treffen der Stakeholder, zu denen auch Gewerkschafter und Bürgerrechtler gehören, schwänzt er - die Fünf-Minuten-Vorträge hätten zu wenig Substanz. Für Nicholas Hodac ist die Veranstaltung dagegen ein Pflichttermin. Im Café um die Ecke des Tagungszentrums bestellt er Orangensaft, dann legt er los. "Wir müssen die Vorteile von TTIP stärker betonen und unsere Botschaft muss menschlicher werden", sagt der 33-Jährige. Er arbeitet in Brüssel für den IT-Konzern IBM und engagiert sich als Vizechef der "TTIP Task Force" von AmCham EU, der Vertretung amerikanischer Firmen in Europa (*AmCham - American Chamber of Commerce - ist nicht deckungsgleich mit der US Chamber of Commerce; Anm. d. Red.*). Was er sagt, ist also die Position vieler US-Unternehmen.

## **US-Firmen wollen Vertrauen der Europäer zurückgewinnen**

Hodac weiß, dass er auch gegen das derzeitige politische Klima kämpft. "Die Enthüllungen über die NSA durch Edward Snowden haben das Image der USA beschädigt", sagt er. Das verlorene Vertrauen wieder aufzubauen, sei die "wichtigste Priorität" der amerikanischen *business community* in Europa. "AmCham fordert daher unsere Gesprächspartner in der US-Regierung ständig auf, die europäischen Bedenken ernst zu nehmen", sagt Hodac auch beim Treffen mit einer europäischen Journalistengruppe.

Ständig betonen die US-Lobbyisten, dass vor allem kleine und mittlere Unternehmen profitieren würden. Weitere Beispiele: Heutzutage müssten Autohersteller in Europa und Amerika verschiedenfarbige Blinker einbauen. Und Daimler schicke seine Lkw in Einzelteilen in die USA und baue sie dort zusammen, um niedrigere Zölle zu zahlen. Dass die TTIP-Freunde so gern über Autos reden, wundert nicht: Die sind anschaulicher und weniger problematisch als Chemikalien.

Reinhard Quick redet hingegen gern über Chemikalien. Der 60-Jährige vertritt seit 1993 den Verband der Chemischen Industrie (VCI) in Brüssel und sein Europabüro in der Rue du Commerce liegt auf der Route von Kenneth Haars Lobby-Tour. Laut

Corporate Europe Observatory setzt die Chemiebranche auf "regulatorische Kooperation": Demnach müssten EU-Kommission und US-Behörden die Konzerne künftig vorab über neue Regeln informieren. So könnten diese früh Einfluss nehmen, was das hohe Sicherheitsniveau in Europa gefährde, sagt Haar.



"Hüte dich vor diesem TTIP" steht auf dem Protestplakat, das eine Belgierin bei einer Demo in Brüssel hochhält. (Foto: Matthias Kolb)

Quick weist das zurück: "Bei den Schutzstandards kann und wird es keine Absenkung geben." Die Systeme zur Regulierung von Chemikalien funktionierten auf unterschiedliche Art. In der EU müssten alle Stoffe und deren Verwendungen angegeben werden, während ein solch umfassendes Registrierungssystem in den USA nicht existiere. Daher werde es keine gegenseitige Anerkennung geben, versichert Quick: "Wir wollen aber die regulatorische Kooperation verankern, weil die Standards ähnlich sind." Der VCI hoffe darauf, dass so mittel- und langfristig Rechtsvorschriften angenähert werden. "Eine einheitliche Etikettierung und Kennzeichnung von Chemikalien würde viel Geld sparen", sagt Quick.

Der VCI-Mann gehört auch zum 14-köpfigen Beratergremium von Kommissar Karel De Gucht, in dem auch Gewerkschaftler und Verbraucherschützer sitzen. "Das ist keine Show, da wird heftig diskutiert und um Positionen gerungen", sagt er. Die Brüsseler Lobbyarbeit war dem VCI zuletzt 3,6 Millionen Euro im Jahr wert, doch den Vorwurf des "privilegierten Zugangs" weist Quick zurück: "Wir kümmern uns um unsere Anliegen und bitten die Kommission regelmäßig um Termine. Aber die erhält auch jeder andere Akteur."

Der Chemie-Lobbyist hält den Kritikern vor, die öffentlich zugänglichen Dokumente nicht genau zu lesen. Wenn ihn Artikel oder TV-Sendungen ärgern, dann gibt Quick eine Presseerklärung heraus und schreibt Leserbriefe, die schon mal acht Seiten umfassen. In den sozialen Netzwerken ist er nicht aktiv - er suche lieber das direkte Gespräch mit Gewerkschaften und EU-Parlamentariern.

Auch bei AmCham und dem europäischen Gegenstück Business Europe fehlen Kapazitäten, um sich aktiv an Online-Diskussionen zu beteiligen. "Twitter und Facebook wurden bisher vor allem für Marketing genutzt. Nun müssen sich Firmen und Verbände auch stärker in politische Debatten einbringen, was für viele neu ist", sagt Nicholas Hodac von der "TTIP Task Force".

Dass schöne Worte allein nicht reichen, um Europa von TTIP zu überzeugen, weiß auch Lutz Güllner. Der 43-Jährige hat sein Büro im Berlaymont-Gebäude der EU-Kommission - vor der Drehtür am Eingang macht Kenneth Haar auch bei jeder Lobby-Tour halt. Güllner, der Vizechef der Kommunikationsabteilung der Generaldirektion Handel hält den roten "TTIP ist böse"-Sticker hoch und sagt: "Wir wollen die Debatte versachlichen." Im Fokus stehen jene Bürger, die noch keine klare Meinung haben.

Ein "Ende der Demokratie" drohe nicht: "Die 28 EU-Staaten haben der Kommission einstimmig das Mandat für TTIP erteilt. Alle Europäischen Verträge gelten weiter und über das Verhandlungsergebnis stimmen die Abgeordneten des EU-Parlaments ab." Diese Tatsache und die ökonomischen Vorteile müssten die nationalen Regierungen offensiver vertreten.

Dass die Gespräche zu TTIP zudem transparenter ablaufen als bei anderen Freihandelsrunden, liegt auch an Güllner. Über Twitter informieren er und seine Mitarbeiter als @EU TTIP team seit Juni 2013 über die Verhandlungen. Sie posten Positionspapiere, Bilder und setzen Links zu Reden und Gastbeiträgen von Kommissar De Gucht. Das TTIP-Team hat 9000 Follower, aber die Aufgabe bleibt schwer: "Twitter lebt von Zuspitzung und Emotionen. Jeder User muss einstecken und austeilern können, das ist für uns als Behörde natürlich schwierig." Und so muss die EU-Kommission mit viel Spott leben. Kaum war der letzte #euchatTTIP vorüber, wurde die Aktion im Netz als "Augenwischerei" abgetan.

### **Aktivist Haar: Kommission spielt Transparenz nur vor**

Auch Kenneth Haar spricht von einer "reinen PR-Übung". Die Kommission sei davon besessen, sich als transparent zu präsentieren. Er habe via Twitter-Chat darauf hingewiesen, dass CEO und 177 andere Organisationen seit Mai auf umfassende Antworten zu acht Fragen zur regulatorischen Kooperation warten. Haar ist überzeugt, dass es die Generaldirektion Handel als ihre Hauptaufgabe ansehe, "dafür zu sorgen, dass die europäischen Großkonzerne weltweit erfolgreich" seien.

Daher sei ein Dialog mit den Beamten und anderen Lobbyisten wenig zielführend. Vor seinem Rückflug nach Dänemark habe er aus Neugier Vertreter des Europäischen Bankenverbands getroffen. "An inhaltlicher Diskussion waren sie nicht interessiert. Die wollten wissen, wer wir sind und wir ticken", sagt er. An seinem Ziel gibt es nicht den geringsten Zweifel: TTIP muss gestoppt werden und Europas Bürger sind die wichtigsten Verbündeten. Die Schlacht von Brüssel, sie ist noch lange nicht vorbei.

**URL:** <http://www.sueddeutsche.de/politik/lobbying-rund-um-ttip-abkommen-die-schlacht-von-bruessel-1.2086961>

**Copyright:** Süddeutsche Zeitung Digitale Medien GmbH / Süddeutsche Zeitung GmbH

**Quelle:** SZ vom 13.8.2014/mati

Jegliche Veröffentlichung und nicht-private Nutzung exklusiv über Süddeutsche Zeitung Content. Bitte senden Sie Ihre Nutzungsanfrage an [syndication@sueddeutsche.de](mailto:syndication@sueddeutsche.de).