

**Pressemitteilung - Köln, 28. Juni 2005**

## **Watchdog-Organisationen kritisieren irreführende Kampagne für Softwarepatente und fordern mehr Transparenz**

LobbyControl und Corporate Europe Observatory (CEO)<sup>1</sup> haben sich heute schriftlich an EU-Kommissar Siim Kallas gewandt, um ihn über irreführende Lobbykampagnen von PR-Firmen zu informieren. "Die EU braucht obligatorische Registrierungs- und Transparenzregeln für Lobbyisten, um solche Praktiken effektiv zu verhindern", erklärt Ulrich Müller von LobbyControl. Die beiden Organisationen sind Teil der Allianz ALTER-EU<sup>2</sup>, einer neuen zivilgesellschaftlichen Koalition für verpflichtende Transparenz- und Ethik-Regeln für Lobbyisten. EU-Kommissar Kallas betreut die Vorbereitungen für die European Transparency Initiative, die für mehr Transparenz in Brüssel sorgen soll.<sup>3</sup>

Die 'Campaign for Creativity', die Lobbyarbeit bei den Europaabgeordneten für Software-Patente macht, ist das jüngste Beispiel einer dubiosen "Graswurzel"-Kampagne. Die 'Campaign for Creativity' (C4C) gibt vor, Künstler, Musiker, Designer, Ingenieure und Software-Entwickler zu vertreten. Die Texte auf der C4C-Webseite vermitteln den Eindruck, dass die Autoren selbst aus dem kreativen Bereich kommen (siehe [www.campaignforcreativity.org](http://www.campaignforcreativity.org)).

In der Realität jedoch wird C4C von Campbell Gentry koordiniert, einer Londoner PR- und Lobby-Agentur ([www.campbellgentry.com](http://www.campbellgentry.com)). C4C wird de facto von Simon Gentry betrieben, der in der Vergangenheit auch Lobbyarbeit für SmithKline Beecham (heute GlaxoSmithKline) zur Biopatent-Richtlinie gemacht hat. Die englische C4C-Webseite weist vage darauf hin, dass die Kampagne von Unternehmen wie Microsoft und SAP und dem internationalen Verband der Computerindustrie ComTIA unterstützt wird. Simon Gentry verweigert jedoch genauere Angaben zur Finanzierung der Kampagne. Auf Nachfrage von LobbyControl behauptete er, dass die Kampagne einige hundert individuelle Unterstützer habe. Diese tragen jedoch nicht finanziell zur Kampagne bei. Gentry erklärte, dass die Unternehmen einen Beitrag zu spezifischen Aktionen der Kampagne leisten, jedoch keine festen Beiträge zahlen würden. Er verwarf die Frage über die Finanzierung der Kampagne als "bedeutungslos", da die Kampagne auch von zur Verfügung gestellten Ressourcen (wie Räume oder Unterstützung durch einen Patentanwalt) profitiert, nicht nur von Geldbeiträgen. Die relevante Frage, welche Interessen die Campaign for Creativity wirklich repräsentiert, bleibt unbeantwortet.

"Die Kampagne führt nicht nur Entscheidungsträger in die Irre, sondern auch mögliche Unterstützer, die die Webseite besuchen", erklärt Ulrich Müller. Es gibt auf der Webseite keinen Hinweis darauf, dass der Koordinator der Kampagne, Simon Gentry, von der Lobby-Agentur Campbell Gentry kommt. Die deutsche und französische Fassung der Webseite erwähnen nicht einmal die Unterstützung seitens der Unternehmen und von ComTIA für die Kampagne. Die Presseerklärung zum offiziellen deutschen Kampagnenstart Anfang Juni verschwieg ebenfalls den Hintergrund von Gentry und erklärte nur, dass kleine und große Unternehmen die Kampagne unterstützen würden, ohne Namen zu nennen.<sup>4</sup>

In seinen jüngsten Äußerungen zur European Transparency Initiative hat EU-Kommissar Kallas angedeutet, dass freiwillige Transparenz für Lobbyisten ausreichen könnte. Lobby Control und CEO argumentieren dagegen, dass die 'Campaign for Creativity' und andere Beispiele von Schein-NGOs oder Koalitionen, die PR- und Lobby-Agenturen für ihre Klienten aus der Wirtschaft gründen, den dringenden Bedarf an obligatorischen Offenlegungspflichten und Ethikregeln verdeutlicht.<sup>5</sup> "Genau diese irreführenden Formen des Lobbying profitieren von dem andauernden Fehlen von Transparenz- und Ethik-Verpflichtungen. Solche Verpflichtungen müssen deshalb Teil der European Transparency Initiative sein", betont Erik Wesselius von Corporate Europe Observatory (CEO).

**Für weitere Informationen, wenden Sie sich bitte an:**

- Ulrich Müller, LobbyControl: tel +49-(0)221-8018343, <u.mueller@lobbycontrol.de>
- Erik Wesselius, Corporate Europe Observatory (CEO), tel +31-30-2364422, <ceo@corporateeurope.org>

Der Brief an Kommissar Kallas ist online unter <http://www.corporateeurope.org/docs/lobbycracy/kallasC4C.pdf>. Für weitere Hintergründe zur 'Campaign for Creativity' und dem Lobbying zur EU-Richtlinie über computer-implementierte Erfindungen siehe <http://www.corporateeurope.org/docs/lobbycracy/C4Cbackground.html>

Erläuterungen:

- 1: **LobbyControl** ist eine neue deutsche, zivilgesellschaftliche Initiative, die über Lobbying, PR und Denkfabriken aufklärt und Transparenz und Demokratie fördern will ([www.lobbycontrol.de/blog](http://www.lobbycontrol.de/blog)). **Corporate Europe Observatory (CEO)** ist eine Forschungs- und Kampagnenorganisation aus Amsterdam. Sie arbeitet zu den Bedrohungen von Demokratie, Gleichheit, sozialer Gerechtigkeit und der Umwelt durch die wirtschaftliche und politische Macht von Konzernen und deren Lobbygruppen ([www.corporateeurope.org](http://www.corporateeurope.org)). Lobby Control und CEO sind besorgt über den Mangel an Transparenz und den Einsatz unethischer Methoden in der Lobbyarbeit gegenüber EU-Institutionen. Beide Organisationen sind selbst nicht involviert in die Lobby-Auseinandersetzung rund um die EU-Richtlinie über computer-implementierte Erfindungen.
- 2: Die **Alliance for Lobbying Transparency and Ethics Regulation (ALTER-EU)** ist eine zivilgesellschaftliche Koalition. Sie fordert die EU-Kommission auf, obligatorische Transparenzregeln einzuführen, die eine effektive demokratische Kontrolle der Rolle von Lobbyisten in der EU ermöglichen. <http://www.corporateeurope.org/alter-eu.html>
- 3: Die **European Transparency Initiative** wurde von EU-Kommissar Kallas im März dieses Jahres ausgerufen. Ihr Ziel ist u.a. eine verbesserte Transparenz der Lobbyarbeit in der EU. Die EU-Kommission hat eine Arbeitsgruppe eingerichtet, die dazu bis Herbst eine sogenanntes Green Paper mit Vorschlägen erarbeiten soll. [http://europa.eu.int/comm/commission\\_barroso/kallas/transparency\\_en.htm](http://europa.eu.int/comm/commission_barroso/kallas/transparency_en.htm)
- 4: Die Pressemitteilung findet sich unter <http://campaignforcreativity.com/camp4creativity/de/news.htm>. Die deutsche Web-Seite schreibt lediglich: "Wir vertreten lediglich die Interessen derer, die uns unterstützen - diejenigen, die in Europa kreativ sind, sei es als Urheber in der Musik, beim Film, der Medizinforschung oder im IT-Bereich." <http://campaignforcreativity.com/camp4creativity/de/about.htm>
- 5: Die Agentur **Burson-Marsteller** wurde im Lauf der letzten 12 Monate bei drei Gelegenheiten dazu gezwungen, mehr Transparenz zu schaffen. Anlass war Kritik an ihrer Rolle bei der Gründung und de facto beim Betrieb der "Coalition to Prevent Deep-Vein Thrombosis" (für Aventis), "European Women for HPV Testing" (für Digene Corporation) und des "Bromine Science and Environmental Forums" (im Auftrag der Hauptproduzenten von brominhaltigen Chemikalien). In all diesen Fällen war die Beteiligung der Firmen – oder von Burson-Marsteller – anfangs verborgen oder vage gehalten worden. <http://www.corporateeurope.org/lobbycracy/houseofmirrors.html>

**Daniel Guéguen**, ein Brüsseler Lobby-Veteran, hat kürzlich prognostiziert, dass sich kontroverse Methoden im EU-Lobbying in naher Zukunft immer stärker verbreiten würden. In einem Interview mit Euractiv erklärte er: "Because the stakes are higher, because Brussels is the number one centre of power in Europe, because Brussels will become the permanent theatre of heavy industrial warfare." "In the future [...] we will tend to adopt ever tougher lobbying strategies and ever more sophisticated approaches to economic intelligence that will probably involve practices such as manipulation, destabilisation or disinformation." <http://www.euractiv.com/Article?tchuri=tcm:29-139066-16&type=News>