

Digitaler
Sonderdruck

Zeitschrift für das ge
KREDITWESEN

74. Jahrgang · 1. November 2021

21-2021



Mitherausgeber dieser Ausgabe:
Union Asset Management Holding AG

Pflichtblatt der Frankfurter Wertpapierbörse
Fritz Knapp Verlag · ISSN 0341-4019

DIE NEUE LEGISLATURPERIODE

**„Unsere Identität als Interessenvertreter
muss jederzeit ersichtlich sein“**

Stefan Mai



Foto: Adobe Stock / moofushi

Perspektiven auf transparente Lobbyarbeit

„Unsere Identität als Interessenvertreter muss jederzeit ersichtlich sein“



Warum ist für Sie als Finanzunternehmen Public-Affairs-Arbeit wichtig?

Mehr als andere Wirtschaftszweige sind wir als Finanzunternehmen von der Regulierung, die Parlamente und Regierungen erarbeiten, betroffen. Staat und Aufsichtsbehörden definieren den Rahmen, in dem wir tätig sind. Häufig sogar sehr kleinteilig, denken Sie etwa an die Vorgaben zu Produktinformationsblättern. Um Regulierung möglichst praxisnah auszugestalten, ist Public-Affairs-Arbeit des-

halb unverzichtbar. Denn die Politik und der Gesetzgeber wissen häufig nicht im Detail, welche möglichen Konsequenzen eine Gesetzgebung in der Praxis hat oder zukünftig haben wird.

Politiker und Fachbeamte wollen meist auch selbst nicht einfach „am grünen Tisch“ entscheiden. Genau an dieser Stelle kommt Public-Affairs-Arbeit zum Einsatz. Wir tauschen uns mit der Politik und dem Regulierer aus und geben bereits im vorlegislativen Raum Feedback an die Politik über mögliche Auswirkungen von neuen Gesetzen. Nur so können wir die Interessen unserer Anleger wahren.

ter jederzeit ersichtlich sein muss. Das Gegenüber muss stets wissen, in wessen Auftrag und für welche Interessen ein Gesprächspartner agiert. Wir reden offen über Themen, vertreten Positionen, machen Vorschläge oder versuchen Denkanstöße für den politischen und regulatorischen Prozess zu geben. Wenn wir Zahlen nennen, nennen wir immer die Quelle und machen nachvollziehbar, wo wir stehen. Wir sind überzeugt: Politik und Lobbyarbeit muss transparent sein. Dann findet sie auch Akzeptanz. Denn letztendlich agieren wir im Interesse unserer Kunden und Anleger.



Foto: Union Investment



Dr. Stefan Mai

Leiter Vorstandsstab und Head of Public Affairs, Union Investment, Frankfurt am Main



Welche Rolle spielt Transparenz für Ihre Arbeit als Head of Public Affairs?

Ohne Transparenz ist alles nichts. Oder wie wir bei Union Investment sagen: Das Hinterzimmer war gestern. Für uns ist eine transparente Lobbyarbeit beziehungsweise Public-Affairs-Arbeit das A und O. Dazu zählt für uns insbesondere, dass unsere Identität als Interessenvertre-

ter jederzeit ersichtlich sein muss. Das Gegenüber muss stets wissen, in wessen Auftrag und für welche Interessen ein Gesprächspartner agiert. Wir reden offen über Themen, vertreten Positionen, machen Vorschläge oder versuchen Denkanstöße für den politischen und regulatorischen Prozess zu geben. Wenn wir Zahlen nennen, nennen wir immer die Quelle und machen nachvollziehbar, wo wir stehen. Wir sind überzeugt: Politik und Lobbyarbeit muss transparent sein. Dann findet sie auch Akzeptanz. Denn letztendlich agieren wir im Interesse unserer Kunden und Anleger.



Was halten Sie von der geplanten Einführung eines Lobbyregisters in Deutschland?

Wie begrüßen es unbedingt, denn wir haben seit vielen Jahren darauf gewartet

selbst wegducken. Das ist nicht unser Stil. Wir liefern auch selbst. Union Investment ist übrigens leider immer noch einer der wenigen Asset Manager aus Deutschland, der seine Daten im Transparenzregister der EU offenlegt. Gleiches gilt auch für

liches Gespräch ersetzen. Das ist wie bei einem Beratungsgespräch in einer Privatbank bei einer komplexen Finanzierung oder Anlage. Für den Aufbau von Vertrauen ist der persönliche Austausch zwischen Menschen unbedingte Voraussetzung. Die persönliche Begegnung bleibt auch in Zukunft unverändert wichtig. Denn persönliche Begegnung schafft Nähe, steht für die Verbindlichkeit des gesprochenen Wortes, transportiert Emotionen und ermöglicht direktes und ungefiltertes Feedback. Physische Anwesenheit bei einem Termin oder die Teilnahme an einer politischen Veranstaltung ist auch ein Zeichen des Respekts, der Anerkennung und des Interesses – dies kann meiner Meinung nach nicht durch eine digitale Alternative ersetzt werden.

„Das Hinterzimmer war gestern.“

und auf EU-Ebene sind wir sowieso seit langem im Transparenzregister registriert. Wissen Sie: Lobbying, da denken viele immer noch an geheime Gespräche hinter verschlossenen Türen – aber so funktioniert das nicht. Nochmals: Hinterzimmer war gestern.

das Lobbyregister in Berlin. Sobald dieses zur Verfügung steht, werden wir hier zu finden sein.



Sind Digital Public Affairs eine gute Alternative und können sie das persönliche Gespräch ersetzen?

Wir können doch nicht von unseren Portfolio-Unternehmen große Anstrengungen bei Transparenz, Nachhaltigkeit und Compliance verlangen und uns dann

Digital Public Affairs sind heute unerlässlich und Teil unserer täglichen Arbeit, aber sie können definitiv kein persön-

Letztlich benötigt eine erfolgreiche Public-Affairs-Arbeit eine Mischung aus beidem: dem digitalen und persönlichen/ physischen Austausch – also einen hybriden Ansatz.