

# Mit allen Wassern gewaschen

Lobbyist Kuno Hämisegger leistet für den Finanzplatz Schweiz Überzeugungsarbeit

ROBERT BÖSIGER

**Wenn Kuno Hämisegger die Interessen der Banken und des Finanzplatzes Schweiz vertritt, tut er dies mit Herzblut und Charme. Während der Session ist der Cheflobbyist der Schweizerischen Bankiervereinigung deshalb gern gesehen in den Berner Wandelhallen.**

«Hey, Tschou!». «Sali, wie geits?» Kuno Hämisegger (51) grüsst nach allen Richtungen. Schüttelt Hände. Umarmt die Damen. Verteilt Küsse. Er ist beneidenswert gut drauf. Und – er ist gern gesehen unter der Bundeskuppel.

«Wenn man den Kuno in den Wandelhallen antrifft, dann weiss man, dass die Session angefangen hat», sagt Hans Hess, Ständerat von Obwalden. Bevor Hämisegger seine Begrüssungstour fortsetzt, sucht er eine Steckdose für seinen Blackberry. «Ein Lobbyist ohne Strom ist nix», sagt er. Doch noch viel wichtiger sei es, verankert zu sein im Politbetrieb: «Du musst vernetzt sein – vom Weibel bis zum Bundesrat.» Mit sehr vielen ist er per Du, auch mit drei Bundesratsmitgliedern.

**TRANSPARENZ.** Kuno Hämisegger hat schon viele kommen und gehen sehen im Bundeshaus. Seit 1992 ist er «im Business». Erst als Wirtschaftsberater des damaligen Bundesrats Jean-Pascal Delamuraz, dann – ab 1998 – als Delegierter für Public Affairs der Schweizerischen Bankiervereinigung. Was so viel heisst wie Cheflobbyist der Schweizer Banken.

In der Bundesverwaltung und im Parlament weiss man, wofür der gebürtige Solothurner und jetzige Baselbieter steht. Etwas, das man nicht von allen, geschätzten über Hundert weiteren Lobbyisten sagen kann, die im Bundeshaus ihre Runden drehen. Transparenz, sagt er, sei unerlässlich, um seine Arbeit erfolgreich machen zu können. «Un-er-läss-lich!», betont er jede Silbe.

**baz:** Um welche Arbeit geht es eigentlich?

**KUNO HÄMISEGGER:** Der Lobbyist ist mit der Information dann zur Stelle, wenn der Empfänger diese braucht. Der Kunde bestimmt den richtigen Zeitpunkt – zum Beispiel vor einem Parlaments-, Kommissions- oder Bundesratsentscheid. Dann muss der Lobbyist die richtigen Argumente haben.

**Und was zeichnet einen guten Lobbyisten aus?**

Sein Herzblut für eine Materie muss spürbar sein. Er nutzt sein Netzwerk und ist mit dem Fingerspitzengefühl ausgerüstet, wer welche Informationen will und wer nicht. Ganz wichtig: Ein Lobbyist muss fähig sein, in den Kern der Materie zu dringen, um diesen später in 45 Aufmerksamkeitssekunden zu «verkaufen». Jemanden vollabern bringt nichts.



«Ein Lobbyist ohne Strom ist nix». Kuno Hämisegger (51) kennt in Bern alle Kanäle und Strömungen. Foto Robert Bösigler

Gelernt habe er dies in seinen Jahren bei Volkswirtschaftsminister Delamuraz. Der Romand sei zwar mit einem ausgezeichneten politischen Instinkt, einem Elefantengedächtnis und einer quicken Intelligenz gesegnet gewesen. Aber er habe absolut keine Lust gehabt, sich mit Dossiers rumzuschlagen. Ein Dossier habe Delamuraz in der Erwartung aufgeschlagen, alles Wichtige möge ihm «an die Nase springen». Auch beim Zuhören sei die Geduld auf einige wenige Sätze beschränkt gewesen. Hämisegger: «Da habe ich gelernt, dass jedes Geschäft einen Kern hat.»

Für heute hat sich Hämisegger eine Liste gemacht, wen er unbedingt ansprechen möchte. Auf den Ersten, Nationalrat Hans Kaufmann (SVP Zürich), stösst er zufällig. Mit ihm gleicht er rasch einige aktuelle Themen ab. Bei anderen hat er weniger Glück. «Lobbyieren heisst auch Warten», sagt er. Dafür ergeben sich spontane Gespräche und Begrüssungen mit vielen anderen.

Auf unserem Rundgang fällt auf: Überall wird lobbyiert. Überall werden Interessen verfolgt und vertreten. Berge von Informationsmaterial liegen bereit für jene, die noch nicht genug Papier haben. So machen die Schweizer Bauern mit Kisten voller Äpfel und Rüebli gut Wetter. Die grüne Baselbieter Nationalrätin Maya Graf hausiert mit Flyern für die Heks-Aktion «Gib e Geiss!». Und plötzlich wird klar: Die Wandelhallen und das Café Vallotton sind ein Lobbying-Bazar erster Güte.

**Sind Politiker deshalb auch Lobbyisten? Und umgekehrt?**

**KATHRIN AMACKER (CVP BL):** Ja, in einem gewissen Sinne schon. Wir alle vertreten Interessen.

**UELI MAURER (SVP ZH):** Die Politiker und die Lobbyisten haben

sicherlich eine hohe Seelenverwandtschaft.

**PETER MALAMA (FDP BS):** Ich bin ein gutes Beispiel: In Basel bin ich eher ein Lobbyist, in Bern eher ein Politiker.

Erfolgreiche Politarbeit könne man als Lobbyist nicht leisten, ohne den politischen Prozess und die politischen Strukturen intensiv zu kennen, sagt Kuno Hämisegger. Dennoch gebe es einen gewichtigen Unterschied: «Ein Politiker muss Kompromisse machen können; ein Lobbyist will das in der Regel nicht.» Und noch etwas unterscheidet die beiden im Bundeshaus vertretenen Gattungen: Politiker müssen – wollen – wiedergewählt werden.

**MASTERPLAN.** Derzeit gehören Fragen zur Bekämpfung der Geldwäscherei und der Terrorismusfinanzierung, zur Mehrwertsteuer und Aktienrechtsreform zu den wichtigsten Dossiers, mit denen Hämisegger weibelt. Darüber hinaus geht es um Fragen zur Umsetzung des Masterplans zur Zukunftssicherung des Finanzplatzes Schweiz.

Das Ziel dabei: Bis ins Jahr 2015 wollen Bankiervereinigung, der Versicherungsverband, Anlagefondsverband und die Infrastrukturunternehmen des Finanzplatzes die Schweiz wieder unter die Top Drei der globalen Finanzplätze bringen.

Den typischen Arbeitsalltag gebe es nicht, sagt Hämisegger. Selten sitze er den ganzen Tag im Büro vor dem Bildschirm und am Telefon; entweder in Basel am Aeschenplatz oder – wie jetzt während der Session – in Bern zwei Steinwürfe vom Bundeshaus entfernt. Die meisten Tage ist er unterwegs, um mit den Leuten unter vier Augen zu sprechen. Denn, so Kuno Hämisegger: «Wir sind in einem People-Business tätig.»

## Auf den Punkt bringen

**GUTES IMAGE.** «Sag meiner Mutter nicht, dass ich als Lobbyist arbeite – sie glaubt, ich sei Pianist in einem Bordell.» Dieses Bonmot ist eines der wenigen, die über die Gattung der Lobbyisten existieren. Erstens. Und zweitens sagt es etwas aus über das in der Öffentlichkeit verbreitete eher negative Bild dieses Berufsstandes, im Volksmund als «Einflüsterer» bekannt. Der Baselbieter SVP-Nationalrat **Christian Miesch** gibt noch einen drauf: «Das Image der Lobbyisten ist etwa so schlecht wie jenes der Politiker und Medienleute.» Doch Miesch relativiert: «Zu Unrecht!» Lobbyisten hätten ein hohes Fachwissen. Deshalb seien sie für Politiker oft nützlich. Er selber, so Miesch selbstbewusst, liesse sich allerdings nicht beeinflussen. Ein gutes Zeugnis kommt auch von **Katrin Amacker (CVP BL)**. Die Arbeit der Lobbyisten sei sehr hilfreich und nur in den seltensten Fällen penetrant. Sie gibt zu bedenken, dass ein Parlamentarier vor einer Session rund 30 Zentimeter Post erhält und nach der Session noch etwa die Hälfte. Und dies tagtäglich! Angesichts dieser enormen Informationsflut sei ein kurzes Gespräch mit einem Lobbyisten weit effektiver als jeder Brief.

Nur lobend über Kuno Hämisegger und dessen Berufskollegen äussern sich auch die Nationalräte **Ueli Maurer (SVP Zürich)** und **Peter Malama (FDP BS)**. Er werde täglich angesprochen von Lobbyisten, sagt Maurer. Aber er schätze das, weil er dank den Informationen Zeit spare. Die meisten, so auch Kuno Hämisegger, hätten einen sehr guten Wissensstand und könnten Wesentliches kurz auf den Punkt bringen. **Peter Malama** unterteilt die Lobbyisten in drei Kategorien: die Guten, die kurz und effizient auf Anliegen aufmerksam machen. Die «ewigen Plauder!» und jene, die einen mit Papier überhäufen. Die Guten, so Malama, seien in der Mehrzahl. Er höre sich an, was die Lobbyisten zu sagen hätten, denn: «Als Parlamentarier bin ich da, um offene Ohren zu haben.» rob

## nachrichten

### Actelion-Chef erhält Unternehmerpreis

**ALLSCHWIL.** Jean-Paul Clozel, Gründer der Allschwiler Biotechfirma Actelion, ist am Sonntag vom Wirtschaftsprüfungsunternehmen Ernst & Young zum World Entrepreneur des Jahres 2008 gewählt worden. Gewürdigt wurde unter anderem Clozels Leistung, in nur elf Jahren eine Firma mit einer Marktkapitalisierung von gegen 6,5 Milliarden Franken mitaufgebaut zu haben.

### Tabakfirma Villiger verkauft mehr

**PFEFFIKON (LU).** Die Tabakfirma Villiger hat den Umsatz 2007 leicht von 185 auf 186 Millionen Franken erhöht. Villiger beschäftigt 840 Personen und produziert jährlich über 600 Millionen Zigarren und Zigarillos. Produziert wird in der Schweiz (Pfeffikon/LU) und in Deutschland (Waldshut-Tiengen und Bünde). Im Februar hat das Unternehmen zudem die Firma Wuhmann in Rheinfelden übernommen. SDA

### Manpower bildet Uhrmacher aus

**GENÈVE.** Angesichts des grossen Mangels an Uhrmachern springt der Stellenvermittlungskonzern Manpower auf den Zug auf. In Genf ist ein Zentrum für eine Vorausbildung zum Uhrmacher eröffnet worden. Die zwölf Stagiaires für den ersten Kurs sind unter 200 Kandidaten ausgewählt worden. Das Zentrum ist die Verlängerung einer Kooperation von Manpower, Patek Philippe und dem kantonalen Genfer Büro für die Wiedereingliederung von Arbeitslosen. AP

## Sanofi-Aventis in der Kritik

**BRÜSSEL.** Die EU-Kommission nimmt den französischen Pharmakonzern Sanofi-Aventis wegen möglicher Behinderungen von Kartell-Razzien ins Visier. Die Kommission habe eine formelle Untersuchung dazu gestartet, ob der Konzern im Januar illegal eine Kartell-Untersuchung behindert hat. Sanofi habe Inspektoren verweigert, relevante Dokumente zu überprüfen und zu kopieren, bevor es einen nationalen Durchsuchungsbefehl der französischen Behörden gebe. SDA

### Wenig Firmen aber viele Private Konkurs

**ZÜRICH.** 1711 Firmen sind seit Anfang Jahr in der Schweiz Konkurs gegangen, eine so tiefe Zahl wie seit sechs Jahren nicht mehr. Bei den Privatpersonen dagegen wurde ein Pleitenrekord verzeichnet. Mehr als 2735 Privatkonkurse gab es in den ersten fünf Monaten eines Jahres noch nie. SDA

### Aigrain löst Schiro bei US-Handelskammer ab

**ZÜRICH.** Swiss-Re-Chef Jacques Aigrain ist zum neuen Präsidenten der schweizerisch-amerikanischen Handelskammer gewählt worden. Er übernimmt das Amt von Zurich-Chef James Schiro. AP

# Metrobasel macht mit Studien Politik

Der Verein Metrobasel präsentiert sein Programm und wirbt um Mitglieder

CHRISTIAN MIHATSCHEL

**Die Region Basel ist durch Grenzen zerstückelt. Damit bei der Zukunftsplanung der Blick fürs Ganze nicht fehlt, macht Metrobasel Studien.**

Die Stadt Basel ist keine Metropole, doch die Region Basel ist eine Metropolitanregion. Und seit April hat sie auch einen Verein, der sich um ihre Interessen kümmert, Metrobasel. «Wir wollen ein Politikprojekt machen», erklärte Christoph Koellreuter, Direktor Metrobasel, Anspruch und Aufgabe des noch jungen Vereins am gestrigen Informationsabend.

Die erste Priorität sei Lobbying für die Region. Dieses Lobbying erfolgt in drei Schritten: messen, vergleichen, beeinflussen. In den verschiedenen Themengebieten vom Verkehr über die Uni bis zur Raumplanung wird zuerst gemessen: Wie viele Studenten, wie viel Wohnraum, wie viele S-Bahnen gibt es in Metrobasel. Dann wird verglichen: Wo steht die Uni im internationalen Vergleich? Wie sehen andere Wissenschaftscluster wie etwa das Silicon Valley raumplanerisch aus? Wer bietet die höchste Le-

bensqualität für zukünftige Nobelpreisträger?

Aus diesen Vergleichen ergibt sich der Handlungsbedarf, und das erarbeitete Zahlenmaterial dient dann dem Lobbying der Entscheidungsträger. Wer die Zahlen liefert, um die sich die Diskussion dreht, kann auch den Verlauf der Diskussion beeinflussen.

**ERFOLGSFAKTOREN.** In vielen Bereichen ist bislang noch unklar, warum Basel erfolgreich ist. So mutmasst Koellreuter: «Vermutlich ist ein guter Teil

des Erfolgs der Basler Pharmaindustrie auf ein günstiges regulatorisches Umfeld zurückzuführen.» Welche Gesetze und Verordnungen dies sind, ist aber unbekannt und so wird in einem Teilprojekt ein Regulierungsinde- dex für die Pharmaindustrie entwickelt. Dieser erlaubt dann gezieltes Lobbying in den Bereichen, die wirklich wichtig sind.

Ähnlich ist es bei der Raumplanung. «Welche räumliche Konfiguration ist der Innovation förderlich?», fragt John Palmesino von der Territorial Agency Basel. Für ihn ist der

städtebauliche Vergleich von Basel mit anderen Innovationszentren ein Instrument, um Probleme und Entwicklungsmöglichkeiten aufzuzeigen. So liesse sich der Rhein besser nutzen, indem Wohnhäuser anstelle der Öltanks in Kleinhüningen gebaut würden oder das Weiler Rheinufer enger an Basel angebunden würde. Schliesslich will Metrobasel vor allem auch das Zusammenwachsen der auf drei Länder und noch mehr Kantone verteilten Region fördern. >[www.metrobasel.ch](http://www.metrobasel.ch)

ANZEIGE

### Falsch erschienene Anzeige vom Samstag, 31. Mai 2008:

Aufgrund eines technischen Fehlers wurde das falsche Sujet publiziert.

Wir bitten um Verständnis, die richtige Anzeige erscheint morgen Mittwoch an dieser Stelle. – baz Verlag [www.schutzverband.ch](http://www.schutzverband.ch)

Schutzverband der Bevölkerung um den Flughafen Basel-Mülhausen

