

POLITIKEN.DK 5. dec 2007 kl. 14:14

BMW og Porsche er EU's værste lobbyister

Misvisende reklamer og skræmmekampanjer er nogle af de våben, EU's værste lobbyister har brugt i løbet af året.

Af [Petrine Elgaard, Bruxelles](#)

Ingen af de nominerede var selv til stede, da EU's værste lobbyister blev kåret tirsdag aften.

Begivenheden blev ellers fejret ved en prisuddeling med både vegetarbuffet og drinks.

Imens de fremmødte blev underholdt af komikere og livebands, blev bilfabrikanterne BMW, Daimler og Porsche udråbt til at være unionens værste lobbyister i 2007.

Falsk spil på bonede gulve

»Da Kommissionen foreslog, at CO2-udslippet fra biler skulle tvinges ned, reagerede bilproducenterne ved at starte en skræmmekampagne fyldt med misinformationer«, forklarer Erik Wesselius fra Corporate Europe Observatory (CEO), en af organisationerne, som har været med til at arrangere prisuddelingen.

»På grund af de voldsomt overdrevne trusler om fabrikslukninger og tab af job, fik de manipuleret beslutningstagerne«.

Bilproducenterne var langt fra de eneste, der var nomineret inden for kategorien.

Blandt deres konkurrenter var en lobbyistgruppe, som forsøger at få EU-kommissionen til at droppe planerne om at lave et register over unionens utallige lobbyister. Og et lobbyistkontor, som udgiver sig for at være en europæisk tænketank, men reelt er hovedkontor for modstandere mod Kyoto-protokollen.

'Grøn' atomkraft gav pris

Prisuddelingens anden kategori var 'Worst Greenwash'. Hvilket dækker over prisen som det firma, hvis reklamer er mest modvisende.

Den rændte det tyske atomforum med.

Deres reklamekampagne gik ud på at forbedre atomenergiens image. Under sloganet 'Tysklands upopulære klimabeskyttere', viste atomtilhængerne billeder af atomkraftværker placeret midt i saftig, grøn natur.

'Naturvenlig' spildolie var ikke et hit

»Det tyske atomforum har brugt folks bekymring for klimaforandringer til at promovere atomkraft. De ensidige reklamer bruger idylliske billeder af natur for at få beskuernes accept af, at de gamle atomkraftværker skal have lov til at køre længere. Uden at tage hensyn til den medfølgende fare«, begrunder Ulrich Mueller fra LobbyControl nomineringen med.

Greenwash-kategoriens øvrige nominerede var blandt andet en gruppe, der promoverer dødelige våben som naturvenlige. Og en olie-gigant hvis reklamer viser, at der vokser blomster op fra den spildolie, der kommer fra raffinaderierne. Når 99,5 procent i virkeligheden forsvinder ud i atmosfæren.

Mere end 6.600 mennesker fra hele EU afgav deres stemme i den online afstemning om unionens værste lobbyister.

Dobbeltmoralen skal gøres gennemsigtig

Formålet med de to priser er at skabe opmærksomhed om de tvivlsomme fremgangsmetoder, der konstant flourer i EU. Ligesom de skal presse politikerne til at gøre lobbyvirksomhed mere gennemsigtig.

»Den dobbeltmoraliske opførsel, som dette års nominerede har udvist, viser helt præcist hvorfor vi har brug for mere effektiv gennemsigtighed og etiske regler omkring EU-lobbyisme. Europaparlamentet må forpligte lobbyister til at fremlægge hvem de arbejder for og hvor mange penge, der er involveret i det«, siger Christine Pohl of Friends of the Earth Europe.

En af grupperne, der var med til at arrangere prisuddelingen.

På det punkt er EU-kommissionen enig med Christine Pohl.

Den vil også have, at lobbyistvirksomhederne skal oplyse hvad deres årlige budget og omsætning ligger på. Men indtil videre er ordningen frivillig, og det eneste lobbyister har pligt til at oplyse, er deres navn og hvilket

firma de arbejder for.

Printet fra politiken.dk Tirsdag 11. dec 2007

**Ophavsretten tilhører Politiken. Informationerne må alene anvendes til egen, ikke-kommerciel brug.
Artiklen kan findes på adressen: <http://politiken.dk/politik/article442747.ece>**