

# Online Standard 27.4.09

derStandard.at | Livingroom | Karriere | Job & Karriere

27. April 2009  
16:16 MESZ

## An der Grenze zwischen Gut und Böse

Als Lobbyist stehe man "in Vorzimmern herum", so Lobby-Coach Wolfgang Lusak - "Die Grenzen zur Manipulation sind oft unscharf"



"Ein gewisser Graf hat uns ins Gerede gebracht", sagt Wolfgang Lusak, seines Zeichens Lobby-Coach und Unternehmensberater. Er meint damit nicht Martin Graf sondern Graf Alfons Mensdorff-Pouilly. Beim Waffenlobbyisten besteht der Verdacht, dass bei Rüstungsgeschäften Bestechung und Geldwäsche im Spiel seien. Ein ganzer Berufsstand werde jetzt diskreditiert; nämlich jener der Lobbyisten, kritisierte Lusak bei einem Vortrag in Wien.

Er räumt ein, dass Lobbying ein negativ besetzter Begriff sei. "Es wird in die Nähe von Korruption gerückt, hat damit aber überhaupt nichts zu tun", betont er. Seinen Beruf beschreibt er so: "Im Vorzimmer herumstehen und schauen, wer aus dem Hauptzimmer herauskommt."

Lobbyist ist jeder, der Lobbying für seine Interessen instrumentalisiert. Der Zweck heiligt zumeist die Mittel.

### Begriff Lobbying diffus

"Viele tun es, kaum wer spricht darüber", so Lusak, deswegen haften dem Lobbying etwas Mystisches an. Wenn es nach ihm geht, dann tun es noch viel zu wenige. "Es gibt kein erfolgreiches Marketing ohne Lobbying", behauptet zumindest Lusak, der vor der Selbstständigkeit jahrelang im Marketing von internationalen Konzernen wirkte. Der Wiener zitiert eine Gallup-Umfrage, wonach nur ein Drittel der Österreicher mit dem Begriff Lobbying etwas anfangen können. Zwei Drittel sind der Meinung, dass Lobbying primär Sache der großen Konzerne und der Politik sei.

### KMUs skeptisch

Ein Irrtum, ist Lusak überzeugt, denn gerade im Bereich der Klein- und Mittelunternehmen existiere enormes Potenzial. "Die sind selber schuld am Verlust der Mitte", moniert er. Um eine Spaltung der Gesellschaft zu vermeiden, brauche es starke KMUs. Und Stärke sowie ein politisches Gewicht könne man nur erwerben, wenn man sich Gehör verschafft. Das gehe nur über Lobbying, so die "einfache Formel" des Lobbyisten. Laut seinen Angaben betreibt bis dato ein Viertel der KMUs "Interessensdurchsetzung".

### Entscheidungsträger instrumentalisieren

Für effektives Lobbying müssten vier Punkte beachtet werden, gibt Lusak sein "Erfolgsrezept" preis. Erstens: "Man muss alle VIPs kennen, die für einen relevant sind." Dazu gehören Politiker, Experten, Verbandschefs, Beamte und Journalisten. Zweitens müsse die "richtige Botschaft" kommuniziert werden: "Der Nutzen für beide muss in den Vordergrund gestellt werden." Zum Dritten sollten die passenden Instrumente zum Einsatz kommen. "Zum Beispiel Einladungen, persönliche Gespräche und Studien, mit denen man seine Argumente füttert", erläutert er. "Man braucht Teams", sagt Lusak zum vierten Punkt. Alleine sei dies nicht zu bewerkstelligen. Wenn der für Lobbying zuständige Mitarbeiter das Unternehmen verlässt oder stirbt, gehe das Know-