

Lobbying in Krisenzeiten

6 Fragen an und 6 Antworten von Lobbying-Experte Mag. Wolfgang Lusak

1. Frage: Lobbying wird immer wichtiger. Was bringt es in Krisenzeiten?

Lusak: „Wir lesen täglich davon, wie viel in Krisenzeiten aufbricht, wie sehr sich Machtstrukturen ändern. Auch Groß-Lobbies wie Konzerne und Interessenvertretungen geraten ins Schlingern. Genau in solchen Situationen entstehen Freiräume für neu aufgestellte Kooperationen und Lobbies. Wer gute Ideen hat, z.B. neue Produkte auf den Markt bringen will oder als Berufsgruppe oder Koopera-

haben. Es geht um das „Anzudocken“ an vorhandene Lobbies. Wer große Dinge realisieren will, muss eigene Lobbies gründen können, da er nur dort die Spielregeln vorgeben und die Abläufe steuern kann. Ohne die kluge Auswahl von relevanten VIPs, eine die Nutzen klar kommunizierende Lobby-Botschaft, die richtigen Lobbying-Instrumente und ein gut aufgestelltes VIP-Betreuer-Team kann niemand weit kommen.“

3. Frage: Was ist der Unterschied zwischen Netzwerken und Lobbying?

Politik weit mehr als die KMU vom Lobbying profitieren. Der Mittelstand empfindet sich als Steuern zahlender Retter von Banken, Konzernen und Sozialhilfe-Empfängern. 94% der KMU denken, dass für sie zu wenig Lobbying betrieben wird. Mein Appell daher: Betreiben Sie aktives Lobbying für sich als Einzelne, als Mitglied kleiner Gruppen und verlangen Sie von Ihren Interessenvertretungen entsprechende Unterstützung!“

5. Frage: Wie sehen Sie die Arbeit der Anwälte in diesem Zusammenhang?

Lusak: „Schauen Sie, die Anwälte waren immer schon auch lobbyistisch tätig und sind durch Ihr Kommunikationstalent fähig Gruppen zu bewegen. Andererseits orte ich bei Ihnen auch etwas Ignoranz, viele halten Lobbying wegen einiger schwarzer Schafe generell für inkorrekt. Dabei kann es auch total transparent und sauber betrieben werden: Gutes Lobbying bedeutet mit Hilfe weniger Menschen die Dinge zum Nutzen vieler zu verändern.“



Mag. Wolfgang Lusak ist erfolgreicher Unternehmensberater und Lobby-Coach, gefragter Vortragender, Seminarleiter und Kolumnist, aktuell wurde er als „Unternehmer des Jahres“ vom ÖGV ausgezeichnet -

tion nicht länger benachteiligt werden will, für den ist jetzt die Zeit gekommen, um mit Lobbying Erfolg zu haben. Professionell muss man es halt angehen.“

2. Frage: Was bedeutet Lobbying eigentlich? Welche Faktoren spielen dabei die Hauptrolle?

Lusak: „Lobbying bedeutet früher und schneller als die anderen den richtigen Draht zu den entscheidenden Leuten zu

Lusak: „Viele Unternehmer und Führungskräfte sehen sich als „Netzwerker“, weil sie in ihrem Umfeld integriert sind und „viele Leute“ kennen. Sie glauben, „richtiges“ Lobbying wäre nur was für die Konzerne und Politiker - eine zutiefst falsche Einstellung. Wir dürfen es nicht alleine den Profi-Lobbyisten überlassen. Sonst bleibt es weiter eine Art Geheimsache: Freiwillig teilen die „Eingeweihten“ ihren guten Zugang zur Macht ungern mit anderen.“

4. Frage: Sie machen ja laufend repräsentative Studien zum Thema Lobbying und mittelständische Wirtschaft, wie sehen die Österreicher das Thema?

Lusak: „Meine aktuelle Repräsentativ-Befragung zeigt auf, dass die Österreicher die KMU einerseits als benachteiligte „Lobby-Verlierer“ und andererseits als „Retter in der Wirtschaftskrise“ sehen. Sie glauben, dass die Konzerne und die

6. Frage: Sie bezeichnen sich ja selbst als Lobby-Coach, was machen Sie anders als Lobbyisten?

Lusak: „Ich sehe mich in erster Linie als Berater. Ich möchte die Klienten in die Lage versetzen, selbständig für sich optimal Lobbying betreiben zu können. Ich vermittele Know How, entwickle Lobbying-Konzepte, baue Lobbyisten-Teams auf und stelle Verbindungen her. Sie können sich dann selbst mit seriösen Methoden Zugang zu Politikern, Spitzenbeamten, Experten, Verbandschefs und Topmanagern verschaffen und eigene Lobbies aufbauen. Natürlich bin ich zu Anfang bei wichtigen Gesprächen und Events als Coach oder Moderator dabei. Mittelfristig kann ich aber die „Feldarbeit“ meinen immer besser und selbständiger agierenden Klienten überlassen.“

Verlangen Sie von Ihren Interessensvertretungen entsprechende Unterstützung. Betreiben Sie aktives Lobbying!