

# Externe Lobbyisten anheuern

Gemeinsam geht alles leichter – auch im Lobbying. Wenn nun aber keine geeigneten Mitarbeiter zur Verfügung stehen, um ein Team zu bilden, können auch externe Gleichgesinnte eine gute Lösung sein.



Photos.com

Paulina Schön hat eine Imbissstube mit Delikatessenangebot bei einem Gemüsemarkt und frequentiertem Einkaufsgrätzl. Entscheidend für ihren unternehmerischen Erfolg sind die Markt-

amt-Vorschriften, das zuständige Einkaufsstraßenmarketing, die regionale Verkehrspolitik, Bezirksinvestitionen sowie die Aktivitäten von Wirtschaftskammer und Gemeinde. Durch gute Ideen, innovative Angebote und hohe Anteilnahme an den Belangen ihrer Umgebung hat sie sich zwar eine gewisse Anerkennung als Zugpferd im Bezirk erarbeitet, aber für die Durchsetzung individueller wie auch allgemeiner Anliegen wollte sie sich zur Verstärkung doch auch ein paar Verbündete suchen. Ihre Mitarbeiter waren allerdings bereits mit der Kundenbetreuung voll ausgelastet.

„guten Marktfeen“ sehr medienwirksam auftrat.

Die Verknüpfung einer Mini-Interessenvertretung mit einem attraktiven öffentlichen Auftritt erwies sich als ausgesprochen durchschlagskräftig. Die gute Ernte dieses klugen Gemeinschaftsmarketings ließ nicht lange auf sich warten. In sympathischen Events wurden die Herzen von Anrainern, Kunden und Journalisten gewonnen. Bei Verhandlungen mit den Bezirksbehörden konnten in Folge immer wieder vorteilhafte Verkehrs-, Infrastruktur- und Straßenumbaumaßnahmen erwirkt werden. Das Marktamt hörte auf ihre Meinung und war bei Kontrollen entsprechend verständnisvoll. Die Kammer zeichnete sie mit Preisen für gelungene Marktkooperation und Einladungen zu Referaten vor KMU aus. Die Gemeinde förderte einige ihrer Initiativen zur Erhaltung der Grätzlkultur und –Nahversorgung. Sie hat damit ihren Kernteamkolleginnen, ihren Marktpartnern, der Bevölkerung im Umfeld sowie den zuständigen

## LOBBYING PARTNER REKRUTIEREN

### Die ersten Schritte

Gleichgesinnte, betroffene bzw. involvierte Partner identifizieren.

Wie bei VIP ihre Situation und ihren ev. Nutzen bei Teilnahme klären und darstellen.

Mittels Einzelgesprächen das Kernteam formen.

Gemeinsam ein Lobby-Konzept entwickeln in dem Ziele, Aufgabenverteilung, Kosten und Ergebniskontrolle festgelegt sind.

Sicherstellen, dass kein Konflikt sondern möglichst viel Gleichklang mit vorhandenen großen KMU-Vertretungen entsteht.

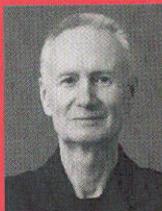
Lobbying und PR verknüpfen.

Professionell und fair die geplanten Projekte zum Nutzen aller umsetzen.

### Mitstreiter finden

Darum bildete sie ein Kernteam aus befreundeten lokalen Unternehmerinnen: Gemeinsam mit einer Kosmetikerin, einer Waldviertler Bäuerin und Marktstandlerin, einer Kunst-Galeristin und einer Blumenhändlerin gründete sie eine Vereinigung, die nicht nur als kleine, kompetente Nahversorger-Lobby sondern auch als die

## Das Phänomen der rennenden Abgeordneten



Wer sich schon einmal in Kantine, Cafeteria oder Vorhalle – also der Lobby – eines Parlaments, Landtags oder Abgeordnetenhauses aufgehalten hat, wird Folgendes beobachtet haben: Die dort anwesenden Volksvertreter springen manchmal wie

auf Kommando alle gleichzeitig, ihre momentanen Tätigkeiten und Gespräche unterbrechend auf und rennen in den Haupt-Sitzungssaal.

Die Ursache ist leicht erklärt. Sie nützen die Zeit der Reden anderer Abgeordneter – deren Inhalte sie offensichtlich keine große Bedeutung beimessen – um mit Mitarbeitern, Fraktionskollegen, Mitgliedern anderer Parteien und externen Gästen, oft Lobbyisten, zu sprechen. Ihre Aufmerksamkeit ist dabei geteilt. Denn mit einem Ohr hören sie auf die Lautsprecher, welche die Vorgänge und Debatten aus dem Sitzungssaal überall im Haus vernehmbar machen. Das andere Ohr leihen sie ihren jeweiligen Gesprächspartnern. Wenn dann auch noch ihr Handy läutet oder via BlackBerry ein Mail eintrifft haben wir das schönste Multitasking-Kuddelmuddel. Ihr Blick wirkt geistesabwesend, da sie ständig darauf achten müssen, keinen wichtigen Abstimmungstermin im Plenum zu versäumen. Das könnte nämlich eine unfreiwillige Abstimmungsniederlage und mächtigen Ärger mit dem eigenen Club-Obmann bringen.

Das Phänomen der rennenden Abgeordneten ist typisch für die hyper-präsente, hastige und dadurch schlampige Arbeitsweise an den Hot-Spots der westlichen Politik und Wirtschaft. Sie arbeiten nach dem Motto: „Nachdem wir unsere Ziele aus den Augen verloren haben, verdoppeln wir unsere Anstrengungen“. Wenn das bodenständige Unternehmertum auch so machen würden, dann wären sie sehr bald kaputt.

Im Übrigen bin ich der Meinung, dass uns allen eine starke Lobby der mittelständischen Wirtschaft fehlt.

[www.lusak.at](http://www.lusak.at)  
[office@lusak.at](mailto:office@lusak.at)

Wolfgang Lusak ist Unternehmensberater und Lobby-Coach.

Beamten, Funktionären und Politikern Nutzen gebracht. Sie hat Journalisten und Öffentlichkeit sympathische Berichterstattung und Anregungen geliefert. Sie hat für sich und ihre Mitarbeiter Einkommen und Arbeitsplatz gesichert. So schön kann es sein, wenn frau ihre eigenen Lobbyisten aus dem Kreis gleich gesinnter und ambitionierter Unternehmer anführt. —

**WARUM WÄCHST DIE HUBER AUCH IN ZEITEN WIE DIESEN?**

**BIN ICH DER HEROLD?**

Jeder im HEROLD investierte Werbeeuro bringt in vielen Branchen mehr als 70 Euro Umsatz.\*

Wachsen auch Sie mit Ihren Umsätzen! Buchen Sie einfach eine Werbeeinschaltung in HEROLD's Gelben Seiten! Die fällt auf und zahlt sich aus. Nähere Infos gibt's beim HEROLD Kundenservice unter Tel. 02236 401-123 oder per E-Mail an [kundenservice@herold.at](mailto:kundenservice@herold.at).

\* ) Quelle: TNS 2007/2008



**HEROLD**