

Cold Calls und heiße Termine

Um erfolgreich zu lobbyieren, muss man immer wieder mit Top-VIPs ins Gespräch kommen. Die Kontaktaufnahme gestaltet sich allerdings nicht immer ganz einfach. Wie erreicht der gewiefte Lobbyist so einen Termin?



Photos.com

Ministern, prominenten Top-Managern oder bekannten Journalisten fällt es natürlich nicht schwer zu den maßgeblichen Stellen durchzudringen. Die Chefin eines 300-Mitarbeiter-Betriebes hat es dagegen schon viel schwerer und noch mehr ein ganz normaler Kleinunternehmer mit sieben Leuten. Um nicht von einem „Vorzimmerdrachen“ abgeblockt zu werden, oder zwar zu einem Termin mit dem gewünschten VIP zu kommen, aber letztlich dennoch höflich-kühl abgewiesen zu werden, gibt es einige Regeln zu beachten.

1. Das Sammeln von Infos über seine Position und Vernetzungen durch Internet-Recherche, die Homepage-Analyse, der Anruf bei Partnern, Sekretären oder Mitarbeitern der 3. Ebene verschaffen ein klares Bild. Es gilt zuallererst die zentralen Interessen der Person zu erkennen.

2. Das Auffinden von geeigneten Kontaktvermittlungspersonen bringt einen wieder näher an den gewünschten Gesprächspartner: Es gilt also Menschen im eigenen Umfeld zu finden, die Zugang zum anvisierten VIP haben. Oft sind das Bekannte, die man schon kennt oder Bekannte von Bekannten, die man leichter ansprechen kann.

3. Persönliche Vorsprache bei der letztlich bestgeeigneten Kontakt-Vermittlungsperson (z.B. Sekretär des Verbands-Präsidenten, Assistent des Geschäftsführers, Partner des Managers, Freund des Professors, etc.) mit Vorinformation/VIP-Botschaft, das zentrale Interesse des

VIP betreffend und der Bitte um Rat und Unterstützung bei der Terminvereinbarung sind ebenfalls Teil der Strategie.

4. Die Vermittlungsperson sollte dann persönlich eine Empfehlung an den VIP abgeben, sodass bald darauf der Termin zustande kommt.

5. Im Vertrauen auf die Empfehlung der Vermittlungsperson wird der VIP die Vorschläge im ersten Zusammentreffen wesentlich offener und aufmerksamer anhören und – wenn die Botschaft eben auch einen Nutzen für ihn verspricht – entsprechend positiv reagieren.

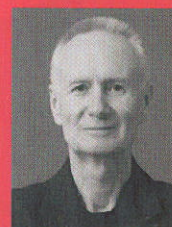
Kontakte spielen lassen

Ein Busunternehmer, der mit dem ihm noch nie begegneten Direktor des Amtes der Landesregierung reden will, tut also besser daran, vorher herauszubekommen, wer in seinem Bekanntenkreis im Amt arbeitet oder dort jemanden kennt. Dann sollte er sich durch erste Kontakte an die bestgeeignete Vermittlungsperson heranarbeiten, bis diese letztlich dem Direktor empfiehlt, doch mit ihm ein Gespräch zu führen. Manchmal können hier Xing-Kontakte auch hilfreich sein. Besser ist meistens der persönliche Kontakt zu jemand – auch wenn es fürchterlich klingt – „der wen kennt, der wen kennt“.

Wie bei allem Lobbying und Marketing gilt aber auch hier: Je heißer das Thema, je origineller der Lösungsansatz und je klarer der Nutzen für den VIP und eine relevante Öffentlichkeit dargestellt wird, umso besser sind die Erfolgchancen. —

KOMMENTAR Wolfgang Lusak

Top in der Krise



Diese Zahlen sprechen Bände: 36 Prozent der Österreicher trauen den heimischen KMU am ehesten zu, Österreich aus der Krise zu führen. Der Regierung trauen das nur 17 Prozent, der Finanzwirtschaft nur 12 Prozent, der EU nur

9 Prozent und den internationalen Konzernen gar nur 8 Prozent zu.

Das muss man sich einmal auf der Zunge zergehen lassen: Nicht die schlingemde Banken und Konzerntöchter rettende Regierung, nicht die Finanzfachleute und schon gar nicht globale Organisationen werden als Retter gesehen, sondern unsere regionale Wertschöpfung betreibenden Klein- und Mittelstandsbetriebe. So die Ergebnisse einer brandaktuellen Gallup-Studie, die von der KMU-Initiative „Wirtschaftsantrieb am Punkt“ (WiP) in Auftrag gegeben wurde.

Der Clou: Genau für die KMU, denen hier die höchste Kompetenz eingeräumt wird, gibt es am wenigsten Unterstützung. Und genau die zahlen am meisten Steuern. Weil sie ins Loch zwischen den Groß-Lobbies der Kapital-Konzerne und der vorwiegend an Arbeitnehmer-Interessen und damit (Noch-) Mehrheiten ausgerichteten Politiker fallen. Dabei strotzen erfolgreiche KMU geradezu vor Selbstvertrauen. Laut einer WiP-internen KMU-Mitgliederbefragung glauben stolze 93 Prozent daran, Österreich selbst aus der Krise führen zu können.

www.lusak.at

office@lusak.at