

Lobbying im Wandel

Lobbying ist aus dem Unternehmeralltag nicht mehr wegzudenken. Doch welchen Status und welches Entwicklungspotenzial hat das Thema? Lobbycoach Lusak hat sechs Thesen aufgestellt.



Photo.com

1. Mittelstand zwischen den Stühlen: Zwei Großlobbys beherrschen die westliche Welt: Die kapitalistischen Konzern- und Finanz-Lobbys und die auf Arbeitnehmer-Interessen ausgerichteten, mehrheitsorientierten Sozial-Lobbys der Demokratien. Dazwischen fallen der sehr viel leistende Mittelstand und KMU ins Lobby-Loch der Benachteiligungen und Steuerbelastungen.

2. Neue Lobbys gefordert: Die globalisierte Welt mit ihren sich rasch ändernden Macht-Verhältnissen und den Auflösungen traditioneller Strukturen erfordert zur Abwehr von Klima- und Umweltschäden und der Benachteiligung großer Gesellschaftsgruppen neue Lobbys und neue Lobbying-Methoden.

3. Persönlich punkten: In der zunehmend komplexen und unpersönlichen Informations- und Mediengesellschaft ist der gezielte, persönliche Info-Austausch, also Lobbying, die beste Quelle für gute Entscheidungen.

4. Kein erfolgreiches Marketing ohne Lobbying: Es wurde deshalb zum wichtigsten Instrument, weil optimale Markenpolitik, Qualität, Preisbildung und Werbung zur selbstverständlichen Grundvoraussetzung geworden sind und vor allem mit Lobbying neue Chancen eröffnet.

5. Früher dran sein: Lobbying kann auch sauber und fair betrieben werden. Es kommt darauf an transparent und nachhaltig im Interesse von Umwelt und Gesellschaft zu agieren. Rein technisch gesehen: Lobbying bedeutet früher und schneller den richtigen Kontakt zu den entscheidenden Leuten haben.

6. Neu orientieren: In der Krise und im Heranwachsen neuer Verteilungskämpfe entstehen auch neue Chancen. Nicht die Spielkarten werden neu verteilt, neue Spiele entstehen! Lobbying wird dabei die entscheidende Disziplin sein, um sich im neuen Wettbewerb durchzusetzen.

Konsequenzen für KMU:

- **Mehr wissen:** Eigene Lobbying-Fähigkeiten und -Potenziale ausbauen – wer zuschaut bleibt über.
- **Mehr können:** In Kooperation mit anderen KMU und gleichgesinnten Partnern eigene Lobbys/Kooperationen/Cluster gründen, in denen man selbst die Führung übernimmt oder kontrolliert.
- **Mehr wollen:** Die Funktionäre der traditionellen KMU-Lobbys wie Kammern, Bünde, Innungen und Fachgruppen zu einem offenen, aktiveren und professionelleren Vorgehen bezüglich Lobbying bewegen.

KOMMENTAR Wolfgang Lusak



ist Lobbying-Coach
www.lusak.at

Schwankende Politiker

Es ist immer wieder kurzweilig Politiker dabei zu beobachten, wie sie ausweichen, sich winden und „im Liegen umfallen“, also dort nachgeben, wo sie vorher keinen Millimeter weichen wollten.

Warum sie das tun ist hinlänglich bekannt: Weil sie ununterbrochen darüber nachdenken, ob das, was sie sagen, ihnen Wählerstimmen bringt, zur Parteilinie passt, den Koalitionspartner nicht vergrault und bei der ihnen nahestehenden Klientel oder Lobby gut ankommt. So entsteht das Bild des unverbindlichen, aalglatten Politikers, der nicht ja oder nein, nicht richtig oder falsch sagen kann und damit jede positive Entwicklung gefährdet.

Und jetzt denken wir einmal daran, wie wir uns im täglichen Leben verhalten, es uns mit Anpassung, Notlügen und Taktieren sowohl im Beruf als auch in der Familie leichter machen, wichtige Entscheidungen ewig lange hinausschieben. Wir sind wie sie. Es stimmt eben: Wir haben diese Politiker verdient.

Wenn wir jetzt darauf warten, dass da und dort vorhandene Lichtgestalten eine neue ehrliche Zukunftspolitik betreiben und auch noch wiedergewählt werden, sind wir alt. Wir müssen im Kleinen, bei uns selbst anfangen. Ich glaube, die Tugenden der innovativen Mittelstandsbetriebe wie Selbstkritik, Kreativität, Mut, Teamgeist und Standfestigkeit sollten in Mehrheits-Demokratie und globaler Kapitalwirtschaft wieder mehr gelten. Dafür brauchen wir eine verstärkte KMU-Lobby.

office@lusak.at