

Kennen Sie Ihre VIPs?

VIPs: Sie wollen gehegt und gepflegt werden, wenn man sie mit an Bord haben möchte. Damit das gelingt, muss man ihre Eigenschaften und Bedürfnisse sehr genau im Auge behalten. Wer sich darauf verlässt, sie in- und auswendig zu kennen, läuft Gefahr, sie zu verlieren.

Das VIP-Netzwerk auf Stand zu halten, bedeutet kontinuierliche Arbeit. Wer sind die tatsächlich für den Erfolg relevanten VIPs und was ist für sie wichtig? Fragen, die man sich in regelmäßigen Abständen stellen muss. Sonst wird das VIP-Netzwerk mit der Zeit immer löchriger und wertloser. Mit kluger Aufmerksamkeit in Marktbeobachtung, Wettbewerbseinschätzung, Medienlektüre und ständiger Bewertung der aktuellen Machtverhältnisse wird man immer wieder einzelne bis dato wichtige VIPs rückstufen oder gar aus der Datei rausnehmen müssen und andere Personen zu „A-VIPs“ entwickeln.

Veränderungen erkennen

Das kann zum Beispiel daran liegen, dass diese einen neuen Job angetreten haben, der für einen Bedeutung hat. Im zweiten Schritt des „VIP-Monitoring“ müssen mögliche Veränderungen in den Zielen, Strategien und Befindlichkeiten der VIPs erkannt werden: Welche Auswirkungen haben neue Betriebsergebnisse, Wah-

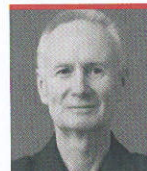
len, Organisationsänderungen, Veröffentlichungen, Trends und Privatsachen auf das zukünftige Verhalten der Top-VIPs? Und – ganz wichtig – welche neuen Bedürfnisse sind bei ihnen entstanden? Welchen neuen oder neu zu formulierende Nutzen kann man ihnen anbieten?

Bedürfnisse betrachten

Bei all diesen mit Disziplin zu erledigenden Lobbying-Hausaufgaben sollten wir sehen, dass es sich dabei nicht nur um einen raffinierten, harten Mechanismus handelt, sondern auch um durchaus liebevolle Achtsamkeit, welche die VIPs als Menschen mit Gefühlen und individuellen Lebensentwürfen erkennt.

Hilfreich ist dabei eine sehr vereinfachte Betrachtung der Bedürfnisse der VIPs: Politikern geht es vielfach um Wiederwahl, Beamte brauchen funktionierende Abläufe, Experten eine Bühne, Journalisten echte News, Manager mehr Erfolg und Verbandchefs Leistungen für Ihre Mitglieder.

KOMMENTAR Wolfgang Lusak



ist Lobbying-Coach.
www.lusak.at

Leitl vor den Vorhang

Angela Merkel faselt etwas von „jetzt so nicht umsetzbar“ und tendiert ziemlich populistisch zur „Bonibesteuerung“, der britische Premier – egal ob Labour oder Konservative – verteidigt den Londoner Finanzplatz und Sarkozy steigt zugunsten der Großkonzerne auf die Bremse. Alle drei europäischen Führungsnationen können sich immer noch nicht zur Transaktionssteuer durchringen. Obwohl es genau die unzähligen Transaktionen der Spekulanten sind, welche die weltweite Krise und den aktuellen Euro-Fall verursacht haben. Obwohl die blitzartigen Transaktionen auf den Börsen die Realwirtschaft und ganze Länder an den Abgrund drängen. Obwohl eine Transaktionssteuer das Übel an der Wurzel packen würde: Sie könnte steuerlich endlich das „Schnelle Geld“-Verdienen belasten, statt bei denjenigen abzukassieren, die verantwortungsvoll, nachhaltig und qualitativ unsere Wirtschaft und Gesellschaft versorgen und weiterbringen – bei den Klein- und Mittelbetrieben. Angesichts drohender Umweltkatastrophen, Ressourcenkriege und Sozialunruhen brauchen wir mehr denn je die vordergründig langsamen, aber weitblickenden Entscheidungen der mittelständischen Wirtschaft. Das muss Christoph Leitl wohl erkannt haben, wenn er einen Transaktionssteuer-Alleingang Österreichs fordert. Auch wenn die WKO bezüglich KMU-Lobbying alles andere als perfekt agiert: Für diese Aussage möchte ich ihrem Präsidenten – der sich damit innerhalb seiner Partei und der Finanzwelt wohl nicht nur Freunde gemacht hat – applaudieren.

office@lusak.at

WHO IST WHO

| VIPS | IHRE PROBLEME | IHRE ZIELE |
|-----------------|-------------------------------------|--------------------------------------|
| Der Politiker | nächste Wahl | mehr wählerwirksame Leistungen |
| Der Beamte | Überlastung, Komplexität | funktionierende Abläufe |
| Der Experte | Interesselosigkeit | Plattform, die Aufmerksamkeit bringt |
| Der Journalist | Informationsflut | wirkliche News mit Substanz |
| Der Manager | Markt- und Ergebnisproblem | wirtschaftlicher Erfolg |
| Der Verbandchef | unzureichende Mitglieder-motivation | mehr Nutzen für die Mitglieder |