

Starthilfe geben

Begeisterung ist die halbe Miete – auch bei den „Mit-Lobbyisten“. Mit einem professionellen Kick Off-Workshop kann man sie gleich zu Beginn mit ins Boot holen.

Ganz gleich, ob man Mitarbeiter oder externe Netzwerk-Partner für eine gemeinsame Lobbying-Aktivität gewinnen will: Um Menschen zu einem einheitlichen Vorgehen zu bewegen, müssen mehrere Faktoren zusammen spielen. Als erstes muss ihnen die Vision überzeugend dargestellt werden. Dann muss man ihnen neben dem allgemeinen auch ihren individuellen Nutzen erklären können. Und: Wer schon in die Konzeption mit einbezogen wird, ist ungleich stärker involviert. Wer sich an diese recht simple Anleitung hält, kann Betroffenheit, Motivation und Identifikation bei seinen Partnern schaffen. Damit dieser richtige Einstieg gelingt, ist ein Kick

Off-Workshop das geeignete Mittel. Idealerweise wird es mit den für ein gemeinsames Lobbying als relevant eingeschätzten Personen und einem Experten als Moderator oder Lobby-Coach durchgeführt. Dieser Außenstehende kann leichter das Vertrauen in das Funktionieren so eines Vorhabens aufbauen.

Zudem hat der Initiator damit als einfacher Teilnehmer leichter die Möglichkeit Absichten und Chancen vermitteln können ohne Druck zu machen. Im geschickten Wechselspiel zwischen externem Experten und internem Antreiber sind neu formierte Gruppen leichter in Fahrt zu bringen.

ECKPUNKTE EINES KICK OFF-WORKSHOP

Impuls-Referat durch externe Experten	Bedeutung des Lobbying (z.B. in Krisenzeiten): Chancen und Probleme
Einschätzung der eigenen Stärken und Schwächen	Lobby-Barometer: Wo sind wir als Lobby und Lobbyisten gut und wo nicht so gut aufgestellt?
Lobbyingmethoden-Präsentation + Frage-möglichkeit	Profi-Lobbying Systematik (z.B. untermauert mit relevanten Fallbeispielen)
Lobbying Ziele	Was sollten wir mit Lobbying erreichen für: <ul style="list-style-type: none"> • Uns als Firma oder Institution • Unsere Kunden oder Mitglieder oder Partner • Uns als einzelne Manager
Moderierte Diskussion	Ansätze für unsere neue Lobbying-Strategie: Wie verbinden wir vorhandene Netzwerke mit dem neuen Know-how zu einer treffsicheren Strategie?
Input des Initiators/ Empfehlung des Experten	Präsentation von vorher entwickelten strategischen Lobbying-Lösungen – Zusammenführung mit den diskutierten Ansätzen
Zusammenfassung	Entscheidung über nächste Schritte: Was, Wer, Wann; jeder nennt abschließend seine persönlichen Erkenntnisse und Vorsätze

KOMMENTAR Wolfgang Lusak



ist Lobbying-Coach.
www.lusak.at

Eigentümer- oder Manager-geführt?

Wenn ein Venture Capital-Unternehmen oder gar ein Hedge Fonds ein „schwächelndes“ KMU-Familienunternehmen mit dennoch guten Potentialen übernimmt, werden die bisherigen Mehrheits-Eigentümer oft aus der Geschäftsführung entfernt. „Zu wenig Dynamik, mangelhaftes Zahlen-Gefühl, schlechtes Delegieren, Untergehen im Tagesgeschäft, verspielte Produktentwicklungen statt konsequenter Umsetzung vorhandener Innovationen“, argumentieren sie. Sie haben dabei nicht immer unrecht und setzen lieber einen viel effizienteren Manager ein. Der gute traditionelle KMU-Familienunternehmer allerdings sieht das anders: Er lässt sich bewusst Zeit für Entscheidungen, setzt lieber auf die langfristige Existenz als auf Monatszahlen, schafft Kundenbindung durch persönlichen Einsatz und eröffnet mit „versponnen Ideen“ ganz neue Möglichkeiten. Er findet, dass dem „Höchstleistungs“-Manager vor lauter Effizienz die notwendige Nachhaltigkeit fehlt, welche ja erst langfristige Erfolge sichert. In den von mir gecoachten KMU-Gruppen mit ihren sensationellen Persönlichkeiten sehe ich einen neuen Idealtypus entstehen, der die guten Eigenschaften beider Varianten in sich vereint. Es ist der von mir so genannte „familiäre KMU-Manager“. Er bildet das KMU-Führungsmodell der Zukunft. Die vorhandenen und zukünftigen KMU-Lobbies könnten sich genau mit diesem Modell neues Gehör und neue Kraft als Weg weisende, Extremismus und Polarisierung vermeidende Mitte der Gesellschaft verschaffen.

office@lusak.at