Die Bewältigung des „Lobby-Lochs" der KMU ist eine große Chance unserer Wirtschaft und Gesellschaft.

Lobbying macht erfolgreich

Wolfgang Lusak: „Die Mehrheit der KMU muss endlich aufwachen und Lobbying betreiben!"

Laut einer von Lusak Consulting erstellten Studie vermuten fast zwei Drittel der ÖsterreicherInnen, dass Lobbying vor allem den Konzernen und der Politik nützt, aber nur 36 % glauben, dass es den KMU etwas bringt. Tatsächlich betreiben gemäß einer parallel durchgeführten Befragung 75 % der KMU kaum bis gar kein Lobbying. Aber das eine Viertel der KMU, das Lobbying betreibt, ist damit äußerst erfolgreich. Lobbying-Experte Mag. Wolfgang Lusak: „Die KMU haben oft tolle Potenziale, aber ohne professionelles Lobbying sind Innovationen, Projekte, Kapitalaufnahme und Förderungen schwer durchsetzbar."

Nur ein Drittel der Österreicher weiß, was Lobbying bedeutet. Bei den Unternehmern, höher Gebildeten und Einkommensstarken wissen es aber zwei Drittel. Eher überraschend: Die Mehrheit der Österreicher hat zum Begriff Lobbying sachlich richtige und positive Assoziationen, nur wenige denken an Korruption und Freunderlwirtschaft. Wer also Lobbying kennt und versteht, hat gar keine so schlechte Meinung darüber. Wissen ist Macht gilt offensichtlich mehr denn je.

Das „Lobby-Loch" der KMU

64 % der ÖsterreicherInnen glauben gemäß dieser Studie, dass Lobbying den Konzernen nützt, zu 61 % der Politik und nur zu 36 % den KMU. Schlechter sind in dieser Einschätzung nur noch die Non-Profit-Organisationen mit 19 % dran.

56 % der ÖsterreicherInnen glauben, dass zu wenig Lobbying für KMU betrieben wird, bei den höher Gebildeten sind es sogar 61, bei den Begriffskennern gar 64 %. Die Österreicher glauben, dass die KMU Lobbying vor allem für Vermarktung und Förderungen benötigten, erst danach als Interessengruppe; Selbstständige und Manager sehen das noch stärker so. Lusak: „Die Österreicher sehen den Nutzen von Lobbying vor allem bei ‚denen da oben'. Die KMU müssen sich aber auch selbst bei der Nase nehmen, und natürlich sind auch deren Interessenvertreter gefordert."

Laut einer von Lusak Consulting zusätzlich selbst durchgeführten Befragung von 134 KMU in ganz Österreich betreiben nur ein Viertel selbst viel oder sehr viel Lobbying, ein Drittel wenig und 42 % gar nicht. Je erfolgreicher die befragten KMU sich einschätzen, umso mehr sind sie auch mit Lobbying aktiv: 82 % der erfolgreichen KMU betreiben viel oder sehr viel Lobbying, 94 % der nicht erfolgreichen KMU betreiben gar kein Lobbying. Die direkte KMU-Befragung verstärkt also den Eindruck der Repräsentativ-Befragung: Die KMU sind im Bereich Lobbying vielfach rückständig bzw. benachteiligt, obwohl es ganz offensichtlich zum Erfolg führen könnte. Lusak: „Sie befinden sich mehrheitlich im ‚KMU-Lobby-Loch' zwischen den wesentlich professioneller und intensiver agierenden Konzernen und der sehr viel fordernden Sozialpolitik."

Die KMU-Probleme

Generell leiden die KMU an zu geringer Wertschöpfung und hoher B2B-Abhängigkeit. Es bestehen Mängel im Marketing und im professionellen Markenaufbau, es fehlt an Kapital für die Durchsetzung von Innovationen. Hohe Energiekosten und steigende Rohstoffpreise belasten. Nachhaltigkeitsleistungen (Umweltschutz, Sozialleistungen, regionale Arbeitgeber) bleiben unbelohnt. Die Probleme mit Nachfolge, Nachwuchs und Personalpolitik nehmen ständig zu. Laut Wimtec-Chef Herbert Wimberger ist vieles davon mit professionellem Lobbying zu lösen.

Lusak fordert daher die KMU zu vermehrter und professioneller Lobbying-Tätigkeit und andererseits die KMU-Interessenvertreter zu einem Umdenken in ihrer Politik auf: „Die WKO sollte neben ihrem durchaus wertvollen Branchen-Lobbying (Interessenausgleich und Interessenvertretung) den Mitgliedern auch beim Aufbau individuellen Lobbyings (allein oder in kleinen Gruppen) behilflich sein. Es gibt schon genug Beispiele, wie sich auch ‚Kleine' durchsetzen können."

Und Lusak nennt die Lobby-Zukunftsfelder:

- Innovations- und Finanzierungs-Lobbying
- Marktdurchsetzungs-Lobbying
- branchenübergreifendes Synergie-Lobbying (Cluster und Kooperationen)
- Lobbying für Qualitätsvereinigungen und Gemeinschaftsmarkenaufbau
- Nachhaltigkeits- und Energie-Autarkie-Lobbying
- Lobbying für Mitarbeitersuche, Zuwandererintegration und Teammotivation

Empfehlungen für KMU:

- Überlassen Sie das Lobbying nicht allein den Lobbyisten und den Groß-Lobbys
- Verlassen Sie sich nicht auf Ihre alten Netzwerke und auch nicht nur auf Ihre fachliche Qualität
- Suchen und finden Sie die für Sie relevanten VIPs durch Zugang zu vorhandenen Zirkeln, Netzwerken und Lobbys
- Bauen Sie sich zusätzlich eigene Lobbys, Foren & Expertenkreise auf
- Fordern Sie Ihre Interessenvertretung bezüglich Unterstützung für individuelles Lobbying
- Lassen Sie sich in Lobbying ausbilden und coachen!

Aktive KMU-Lobbyisten

Firmen wie Wimtec, Sonnentor, Riess-Kelomat, Gallup und Technopor sind schon seit Jahren mit Lobbying in eigener Sache erfolgreich. Sogar Marktstände wie der von Irene Pöhl am Kutschkermarkt sind eifrig am „Netzwerken", um für die Nahversorgung, ein attraktives Grätzl und sich selbst Unterstützung zu erhalten. Immer mehr Unternehmen wollen nicht mehr mit ihren Innovationen gegen die Wände der Bürokratie und Finanzgeber laufen und entdecken professionelles Lobbying als probates Mittel für die Durchsetzung ihrer Ideen. Viele sehen erst jetzt entsprechende neue Zugänge, Chancen und Methoden.

Ganz wichtig wäre es, zuerst die Lobby-Zielpersonen zu erfassen, meint Lusak. Sie sind im Kreis der für das Unternehmen oder die Organisation relevanten „sechs Mächtigen" zu finden: Politiker, Beamter, Experte, Verbandschef, Manager und Journalist. Dann ist die optimale VIP-Botschaft zu formulieren, die auch den Nutzen des angesprochenen VIPs und den einer definierten Öffentlichkeit klarstellt.

Danach sind die passenden Lobbying-Instrumente auszuwählen. Vor einem erfolgreichen Lobby-Start muss noch das geeignete Team aus eigenen Mitarbeitern oder externen Partnern zusammengestellt werden. Lusak: „Nur mit echten Vorteilen für eine breite Zielgruppe entsteht faires und realisierbares Lobbying. Jedes Lobbying-Projekt erfordert eine individuelle Strategie und damit die spezifisch richtige Auswahl von Instrumenten und Lobbyisten."

Der Großteil der KMU verfügt nicht über das notwendige Lobbying-Know-how. Daher wird sich laut Lusak in den nächsten Jahren eine ganz neue Berufsgruppe, die Lobby-Coaches, entwickeln, die sich von den Profi-Lobbyisten dadurch unterscheiden, dass sie ihren Klienten die Arbeit nicht abnehmen, sondern sie dahin führen, selbstständig den Zugang zu Lobbys zu finden oder eigene Lobbys aufzubauen. PJ

www.lusak.at

6 Gebote professionellen und fairen Lobbyings:

- Statt mit Anliegen von einem mit Nutzen für viele kommen
- Nicht als Chef alles allein machen, sondern als Manager/Coach ein Team führen oder Partner motivieren, denn gemeinsam kann man mehr Wirkung erzielen
- Hol die VIPs dort ab, wo sie sind: Geh auf deine VIPs ein, erzeuge Betroffenheit, überfordere sie nicht
- Beginne den Aufbau einer eigenen Lobby immer nur mit nur zwei bis drei loyalen Vertrauten, um das Netzwerk dann schrittweise zu erweitern
- Betreue deine VIP-Betreuer und Lobbyisten ehrlich, unterstützend und vor allem regelmäßig
- Agiere weitgehend transparent: Decke deine Handlungen selbst auf

AUVA

= Sicherheit für „Groß und Klein"

Egal, ob Arbeiter, Angestellter oder Selbstständiger, Lehrling, Schüler oder Student, Mitarbeiter bei einem Großkonzern oder im Kleinbetrieb – die AUVA ist Ihr Partner für Sicherheit und Gesundheit!

Insgesamt 760.000 Menschen werden von der AUVA Landesstelle Linz betreut.
Die AUVA sorgt als soziale Unfallversicherung für Prävention, Unfallheilbehandlung, Rehabilitation und Entschädigungen.
Allein in Oberösterreich werden Leistungen im Wert von 150 Millionen Euro erbracht.

Mehr Erfolg durch Prävention:
Verhütung von Unfällen und Berufskrankheiten erspart menschliches Leid, aber auch Kosten für Unternehmen und die Volkswirtschaft.
Die AUVA unterstützt weitgehend kostenlos Betriebe durch Beratung, Vorträge, Workshops und Seminare, Sicherheits- und Gesundheitsaktionen, Messungen, Sicherheitsmedien und Ähnliches mehr.

Große betriebliche Erfolge kann Ihnen auch das Sicherheits- und Gesundheitsmanagement der AUVA bringen.

„Baba und fall net":
Die aktuelle Initiative der AUVA gegen den Unfallschwerpunkt Sturz und Fall
Sturz und Fall sind die Hauptunfallursachen sowohl im Betrieb als auch im Privatbereich und damit verantwortlich für den Großteil der unfallbedingten Krankenstandstage. Die AUVA vermittelt Wissen über Sturz- und Fallursachen, hilft Gefahren aufzuspüren und zu vermeiden und bietet begleitend Gleichgewichtsübungen und Falltrainings an.

AUVA-Experten für mehr Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz
Fachleute aus den Bereichen Arbeitsmedizin, Recht, Sicherheitstechnik und Psychologie stehen Ihnen und Ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern gern mit Rat und Tat zur Verfügung.

Sie erreichen den **Unfallverhütungsdienst der AUVA Landesstelle Linz** unter
Tel.: 0 73 2/23 33-84 05
E-Mail: luv@auva.at

Mehr über Angebote und Leistungen der AUVA finden Sie auch unter **www.auva.at**