

Netzwerke erfolgreich nutzen

Es gibt kein erfolgreiches Marketing mehr ohne Lobbying – davon ist Lobby-Coach Wolfgang Lusak überzeugt. Klein- und Mittelunternehmen müssen allerdings noch lernen, Netzwerke erfolgreich zu nutzen.

Eine aktuelle Studie zeigt, dass für KMUs zu wenig Lobbying betrieben wird. Andererseits werden die Klein- und Mittelunternehmen von der österreichischen Bevölkerung als „Retter der Wirtschaftskrise“ eingeschätzt. „Die Menschen machen offenbar einen Unterschied zwischen denjenigen, denen sie vertrauen, und denjenigen, welche die Macht haben“, bringt Wolfgang Lusak, Auftraggeber der Studie und Lobby-Coach, das Ergebnis auf den Punkt. „Das ist kein Widerspruch“, meint Lusak, „denn die Menschen erleben täglich in den Medien, wer den Ton angibt, und im Beruf, wer echte Wertschöpfung für Österreich erbringt. Das Vertrauen in die mittelständische Wirtschaft ist enorm!“ Ganz ähnlich sehen das die Klein- und Mittelunternehmen selbst. In einer direkten Befragung gaben 94 Prozent der KMUs an, dass für sie zu wenig Lobbying betrieben wird. Wirtschaftskammer und Wirtschaftsbund betrachten 55 Prozent als „ihre Lobby“. Gestützt befragt nach der höchsten KMU-Kompetenz, werden dem Wirtschaftsbund 48 Prozent, dem sozialdemokratischen Wirtschaftsverband acht Prozent, dem RFW fünf Prozent und der Grünen Wirtschaft drei Prozent zuerkannt. „Damit wird den vier größten politischen Unternehmervertretungen in der WKO KMU-Kompetenz in ähnlichem Verhältnis wie bei der letzten Wahl zugebilligt, aber: Eine relative Mehrheit von 36 Prozent kann sich nicht entscheiden“, erläutert Lusak. So gaben etwa 30 Prozent der befragten KMUs an, gar nicht zur Kammerwahl gehen zu wollen. Lusak interpretiert und prognostiziert: „Die Kammerwahl-Beteiligung könnte im Vergleich zu 2005 nochmals zurückgehen.“

Potenziale nutzen

Wie erfolgreich Klein- und Mittelunternehmen sind, hängt offenbar auch stark mit ihrer Lobbyarbeit zusammen. „Erfolgreiche KMUs betreiben zu 84 Prozent viel oder sehr viel Lobbying, nicht erfolgreiche KMUs betreiben zu 93 Prozent kein Lobbying für sich. Lobbying macht erfolgreich“, ist Lusak – nicht zuletzt anhand der Studie –



Für eine erfolgreiche Entwicklung ist es wichtig, Netzwerke zu errichten und Lobbying zu betreiben.

überzeugt. Sein Rat an alle KMUs lautet daher, dass sie Lobbying professionell betreiben sollten. „Die KMUs haben sensationelle Potenziale, Ideen und Innovationen parat, aber ohne professionelles Lobbying sind Finanzierungen und Realisierungen kaum durchsetzbar“, so Lusak.

Selbst die KMUs schließen sich dieser Meinung an. So ist auch Herbert Wimberger, Geschäftsleitung WimTec und Vorsitzender der KMU-Gruppe WiP, überzeugt: „Netzwerke zu errichten und vernünftiges Lobbying zu betreiben sind notwendig für eine erfolgreiche Entwicklung. Einer allein kann nichts bewegen, wir brauchen einen fruchtbaren Dialog. Die Zukunft kann nur dann gewinnbringend sein, wenn wir vernünftiges Lobbying betreiben“, so Wimber-

ger. Dass Lobbying nicht nur nach außen, sondern auch innerhalb des Betriebes wichtig ist, sind sich die Experten ebenfalls einig. „Mittels Lobbying kann man auch im eigenen Betrieb wichtige Signale setzen“, ist Margarete Kriz-Zwittkovits, Präsidentin des Österreichischen Gewerbevereins, überzeugt. „Der Sinn des Lobbyings besteht vor allem darin, dass es überparteiisch und branchenübergreifend betrieben wird. Diese Unabhängigkeit ist ein Vorteil wie etwa beim Gewerbeverein, der sich seit Beginn seiner Gründung dem unternehmerischen Mittelstand gewidmet hat. Konsensorientierung und Interessenausgleich sind für das Lobbying eher lähmend“, so die Unternehmerin. Johannes Gutmann, Geschäftsführer Sonnentor, plädiert für gemeinsames Handeln: „Wir KMUs müssen uns zusammenschließen, damit wir endlich einmal gehört werden. Es liegt an uns, Fortschritt und Entwicklung zu betreiben. KMUs sind für Politik oder auch für Interessenvertretungen nur dann interessant, wenn gerade Wahlen anstehen – weil wir eben viele sind. Leider sind nach den Wahlversprechen kaum Resultate spürbar. Umso wichtiger ist es, einen erfolgreichen gemeinsamen Weg zu gehen“, so Gutmann.

Lobbying & Public Affairs Kongress 2010

Am 28. April 2010 findet der Kongress Lobbying & Public Affairs statt. Eine Kooperation von „Die Presse“, Kovar & Köppl, republik und RedEd. Information und Anmeldung unter www.RedEd.at, F +43(0)1/54664-514 oder anmeldung@RedEd.at.

DIANA DANBAUER