



## MEHR LOBBYING BRAUCHT DER MITTELSTAND

DIE KLEIN- UND MITTELUNTERNEHMEN sind die großen Benachteiligten der österreichischen Wirtschaft. *Vor allem beim Lobbying kommen sie regelmäßig zu kurz.* Dabei trauen die Österreicher gerade den KMU am ehesten zu, das Land aus der Krise zu führen.

VON VALERIE UHLMANN

**I**N ÖSTERREICH tut sich zu wenig für den Wirtschaftsflügel des Mittelstandes«, erklärt der Lobby-Coach Wolfgang Lusak. Vor allem am Lobbying fehle es den Klein- und Mittelunternehmen. Das finden auch die Betroffenen. Eine Befragung von 152 KMU zeigt, dass 94 % finden, für sie würde zu wenig Lobbying betrieben. Die Mehrheit der Österreicher (64 %) teilt diese Meinung laut einer aktuellen Gallup-Studie. Außerdem sieht die Bevölkerung eher Politik und Großkonzerne als Profiteure des Lobbyings als die KMU. »Das ist aber sicher auch von den aktuellen Berichten über Industriestandort- und Bankenrettungen beeinflusst«, meint Lusak, der Auftraggeber der Studie. Die Spontanassoziationen der Österreicher zum Wort »Lobbying« sind immer noch vorwiegend negativ: Begriffe wie »Einflussnahme von Politikern« und »Freunderlwirtschaft« werden demnach deutlich häufiger mit Lobbying in Verbindung gesetzt als »Interessensvertretung«.

Dabei ist Lobbying laut Lusak ein Erfolgsgarant für jedes Unternehmen. Die

KMU-Befragung belege einen direkten Zusammenhang zwischen Erfolg und Lobbying: Erfolgreiche Klein- und Mittelunter-

nehmen betreiben mehr Lobbying als die weniger erfolgreichen.

Die Schlussfolgerung des Lobby-Coachs: KMU müssen selbst aktives Lobbying mit besseren Strategien und Instrumenten betreiben. Gerade im Zuge der Globalisierung sei es wichtig, Branchen und Sozialschichten übergreifende Lobbies zu bilden und mit flexiblen und unkonventionellen Ideen den Profi-Lobbyisten Konkurrenz zu machen.

### » KMU als Retter in der Not «

Die Suche nach einem Ausweg aus der Krise beschäftigt nicht nur Wirtschaft und Politik, auch die Bevölkerung hat eine Meinung dazu. Laut einer Ende 2009 durchgeführten Gallup-Umfrage trauen die Österreicher eher den Klein- und Mittelunternehmen zu, das Land aus der Wirtschaftskrise zu führen, als den Politikern, der Finanzwirtschaft oder der EU. »Diese Einschätzung der Österreicher könnte man als einen Durchbruch für kleinformatige Zeitungen deuten!«, scherzt Lusak, der die Befragung zusammen mit der Gruppe »Wirtschaftsantrieb am Punkt« WiP beauftragte. Es gehe vielmehr darum, zu verstehen, wieso die Menschen so denken. »Die krisenbedingten Rettungseinsätze von Banken und Großkonzernen erwecken den Eindruck, dass der Mittelstand überbleibt.« Dieser Entwicklung sei ebenfalls durch verstärktes Lobbying der KMU entgegenzuwirken. »Die KMU-Vertreter müssten gemeinsam Druck auf die Banken ausüben, um mehr Kapital, Arbeitsplätze und Innovationen frei zu bekommen.«

### STATEMENTS ERFOLGREICHER KMU-UNTERNEHMER ZUM THEMA LOBBYING

»Herbert Wimberger, WIMTEC Sanitär-technologie:« Es ist mir ein Dorn im Auge, dass Kapital noch immer so schwer verfügbar ist. Die Banken sollten, statt Casino zu spielen, lieber ihr Geld in die nachhaltige regionale Wirtschaft stecken. Dafür sollen die regionalen KMU-Lobbies, wie die von mir gegründete Gemeinschaft WiP - Wirtschaftsantrieb am Punkt mit WKO und Landesregierung zusammenarbeiten. Unsere Gruppe bietet viele Vorteile: voneinander zu lernen, miteinander Geschäfte zu machen und gemeinsam Lobbying zu betreiben.

»Margarete Kriz-Zwittkovits, Fachkosmetik Les Aromes:« Der Österreichische Gewerbeverein als überparteiische Interessensvertretung ist die Plattform des heimischen, unternehmerischen Mittelstandes. In einer Zeit der wirtschaftlichen Neuordnung ist es von allergrößter

Bedeutung die wirtschaftlichen Interessen und Notwendigkeiten deutlich zu artikulieren und zu positionieren. Der ÖGV sieht sich als meinungsbildendes Bindeglied zwischen seinen Mitgliedern und denen der Wirtschaftskammer, welche sich in der Umsetzung der gesetzlichen Rahmenbedingungen verantwortlich zeigt. Wer etwas verändert haben möchte, muss selbst dazu beitragen!«

»Hannes Gutmann, Sonnenor Bio-Kräuter und -Tee:« Kommunikation hängt mit Lobbying unzertrennbar zusammen! Nur der Ton macht die Musik und im Ton haben sich schon viele vergriffen. Deshalb ist es für KMUs besonders schwer zu lobbyieren, denn KMUs müssen alles machen und können. Das »Lobbying-Lied« muss ein Ohrwurm, ein Schlager und ein Bringer sein, sonst bleiben die KMU allein!«