

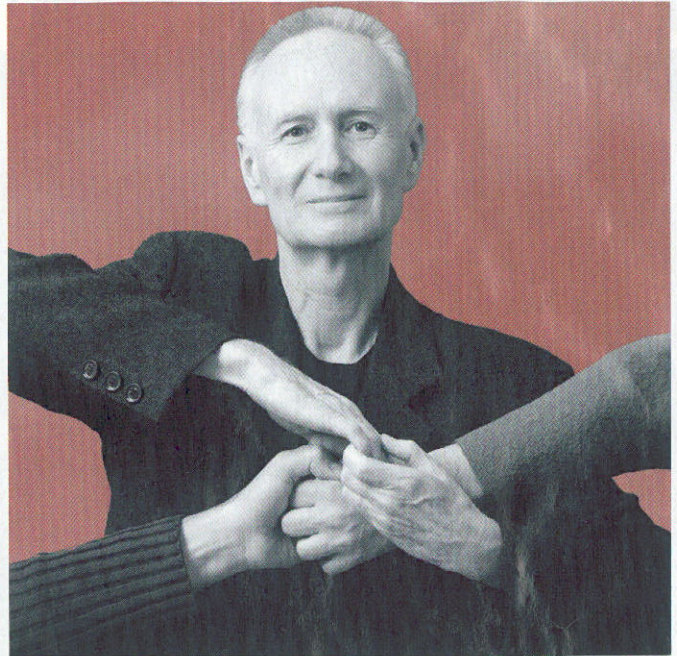
■ LOBBYING ALS LÖSUNG

Lobbying soll KMU zum Erfolg verhelfen

LOBBYING MACHT ERFOLGREICH, sagt eine aktuelle Studie. *Trotzdem verzichten drei von vier Klein- und Mittelunternehmen* fast vollständig darauf. Aus Angst, damit ihr Kerngeschäft zu vernachlässigen.

AM LOBBYING fehlt es bei Österreichs Klein- und Mittelunternehmen – das ist das Ergebnis einer von Lusak Consulting durchgeführten Befragung von 134 österreichischen Klein- und Mittelunternehmen. Die KMU, die sich als erfolgreich einschätzen, betreiben aktiver Lobbying als die weniger erfolgreichen. Im Umkehrschluss bedeutet das: Je aktiver im Lobbying,

desto erfolgreicher ist das Unternehmen. Das Problem dabei ist, dass rund 75 Prozent der befragten KMU wenig bis gar kein Lobbying betreiben. Viele Unternehmen haben ganz andere Sorgen: Sie leiden an einer zu geringen Wertschöpfung, haben keine Marketingstrategie und für Innovationen reicht die Kraft nicht. Unter diesen Voraussetzungen ist es schwer, zwischen den Profi-Lobbyisten der



GEMEINSAM MEHR ERREICHEN: Lobby-Initiativen für KMU.

Großkonzerne und der harten Sozialpolitik nicht ins »KMU-Lobby-Loch« abzurutschen.

»Es ist unbedingt notwendig, dass die WKO neben ihrem durchaus wertvollen Branchen-Lobbying die Mitglieder auch beim Aufbau eines individuellen Lobbyings unterstützt«, meint Wolfgang Lusak, Lobbying-Experte und Gründer von Lusak Consulting.

» Selbsthilfe «

Ein Musterbeispiel für eine KMU-Lobby ist die Initiative WIP – »Wirtschaftsantrieb am Punkt«, gegründet von Herbert Wimberger. Etwa 150 Unternehmen der verschiedensten Branchen, unter anderen Wimtec, Sonnentor, Riess-Kelomat, Gallup und Technopor, unterstützen einander und haben zusammen einen größeren Einfluss auf wirtschaftspolitische Entscheidungen.

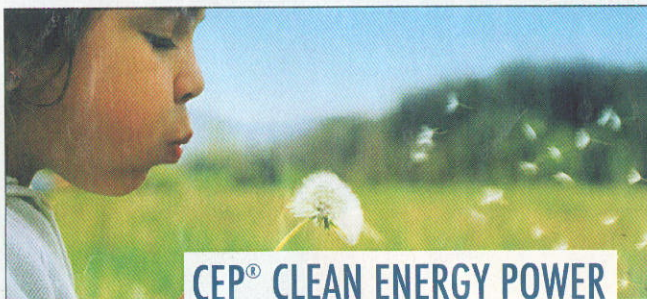
»Vielen KMU fehlt das notwendige Lobbying-Know-how«, meint Studienkoordinator Lusak und fordert mehr Lobby-Coaches. Im Gegensatz zum Profi-Lobbyisten nimmt der Lobby-Coach seinem Klienten die Arbeit nicht aus der Hand, sondern verhilft ihm dazu, die passenden Lobbying-Instru-

mente für sich zu finden und damit zum Einstieg in ein selbstständig betriebenes Lobbying. Lusak bietet nun »Power Lobbying«-Seminare an, bei denen er als Lobbying-Experte betroffene Unternehmer coacht.

» Mehr Transparenz «

Dass die Meinung der Österreicher von der Tätigkeit der Lobbyisten gar nicht so negativ ist wie angenommen, zeigte eine von Lusak Consulting zusammen mit dem GALLUP Institut durchgeführte Studie. Die Assoziationen der Befragten mit dem Begriff »Lobbying« fielen generell eher positiv aus. Wenige verbanden Lobbying mit »Bestechung«, »Korruption« oder »Freunderlwirtschaft«.

Einige Entwicklungen deuten tatsächlich darauf hin, dass Lobbyismus immer transparenter und professioneller wird. Ein Beispiel dafür ist die Europäische Transparenz Initiative (ETI), die in Brüssel ein verbindliches EU-Lobbyisten-Register fordert. Weiters hat ALPAC, die einflussreichste Plattform für Lobbying und Public Affairs in Österreich, einen für Mitglieder verbindlichen Verhaltenskodex festgelegt, um ein Zeichen der Transparenz zu setzen.



CEP® CLEAN ENERGY POWER

Internationale Fachmesse für erneuerbare Energien und Passivhaus

- » Brennpunkt Geothermische Energie
- » Wärmespeicherung für erneuerbare Energien
- » u.v.m.

29. – 31.01.2009, Landesmesse Stuttgart

www.cep-expo.de



Veranstalter



Gold Sponsor



Bronze Sponsor

Ermäßigter Eintritt bei Online-Registrierung www.cep-expo.de