

Der aus vier Studien bestehende Lobbying-Report 2012 zeigt: Lobbying wird einerseits mit Bestechung gleichgesetzt, andererseits als wichtiges Management-Instrument gesehen

„Wir sind die nützlichen Idioten des Systems“



Friedrich Riess (WiP), Karl Javurek (WdF), Lobby-Coach Wolfgang Lusak, Roman Weigl (WKÖ) und Stephan Blahut (ÖGV) kommunizierten bei der Präsentation des Lobbying-Reports eine ganz klare Forderung. © Lusak Consulting

„Früher den richtigen Draht zu den richtigen Leuten zu haben“ – so definierte Lobby-Coach Wolfgang Lusak bei der Präsentation des Lobbying Reports 2012 am 12. Jänner im Cafe Landtmann den Begriff „Lobbying“. Ein Wort, das in der aktuellen Berichterstattung fast ausschließlich negativ besetzt ist. Die von Lusak selbst bei Gallup in Auftrag gegebene Studie (1.000 Befragte) zeigt, dass die Medienberichte ihre Wirkung zeigen. „Österreicher denken bei Lobbying zuerst an Bestechung“, kommentiert Lusak. Weiteres interessantes Ergebnis: Nur 24 Prozent der Befragten glauben, dass Lobbying auch sauber und fair betrieben werden kann. Parallel zur Gallup-

Studie befragten auch der Österreichische Gewerbeverein (ÖGV), das Wirtschaftsforum der Führungskräfte (WdF) seine Mitglieder und Lusak selbst weitere 127 KMU-Entscheider. Die Unternehmer sehen Lobbying weitaus positiver. Da geben etwa jene an, die sich selbst als geschäftlich erfolgreich einschätzen, gerne und oft Lobbying zu betreiben. WdF-Bundevorsitzender Karl Javurek argumentiert: „Lobbying gehört zum Management-Instrument der Führungskräfte.“ Schlussfolgerung: Lobbying ist zwar böse, aber um erfolgreich zu sein, muss man es nützen. Oder?

Lusak sieht das ein wenig anders: „Der Report zeigt einen fundamenta-

len Fehler unseres demokratischen Systems auf: Die mit viel Geld und Know-how-Vorsprung agierenden Groß-Lobbys werden bevorzugt, die noch zu wenig Lobby-orientierten Leistungsträger der mittelständischen Wirtschaft benachteiligt.“ Der Consultant fordert zweierlei: „Schluss mit der Verteufelung des Lobbying-Begriffs, aber auch Schluss mit dem einseitigen Zugang zu den Machtzentralen.“ Sauberes und faires Mittelstands-Lobbying sei auf politischer Ebene nichts anderes als „gute direkte Demokratie“.

Lobbying für Kleine

So weit die Theorie. Die Praxis ist eine andere, wie auch ÖGV-Generalsekretär Stephan Blahut beschreibt: „Je kleiner der Betrieb, desto schwieriger ist es, Lobbying selbst zu betreiben.“ Aufgabe des ÖGV sei auch, die eigenen Mitglieder auf Lobbying als wichtiges Instrument aufmerksam zu machen, das man aber selbst nutzen muss. Markig fasste Friedrich Riess, Vorstand der KMU-Gruppe Wirtschaftsantrieb am Punkt (WiP) und Geschäftsführer von Riess-Kelomat, zusammen: „Der Report zeigt, welch ungeheures Missverhältnis zwischen der Leistungsfähigkeit und der Durchsetzungskraft der mittelständischen Wirtschaft herrscht und wie sehr wir KMU die nützlichen Idioten des Systems sind.“ Zur Genese des neuen Lobbying-Gesetzes siehe nebenstehenden Artikel. **rs**