»OBSERVER«
A-1020 Wien, Lessinggasse 21
www.observer.at, E-Mail: info@observer.at
Fon: +43 1 213 22 *0, Fax: +43 1 213 22 *300
Auflage: 3500 Auftrag Nr: 264
Verlagstel.: 01/7126510 Clip Nr: 6721490
Größe: 93,78% SB: Lusak Wolfgang
Leadership
Wien, Januar 2012 - Nr. 1/2

12

Vom bösen zum

Der von Lusak Consulting, dem Wirtschaftsforum der Führungskräfte und dem Österreichischem Gewerbeverein präsentierte neue Lobbying-Report kommt zu dem Schluss „dass zwar einerseits Lobbyisten zunehmend negativ bewertet werden aber andererseits die Österreicher – und noch mehr die Führungskräfte – sich vermehrt einem fairen, konstruktiven und mittelständischen Lobbying zuwenden."

„Die Leute ärgern sich über korrupte Lobbyisten und spüren gleichzeitig, dass es sehr vielen Unternehmern und Managern – besonders in der mittelständischen Wirtschaft - an Lobbying mangelt. Die undifferenzierte Ablehnung gegenüber dem Instrument Lobbying weicht langsam einem Gefühl der Neugier und Einsatz-Bereitschaft", meint KMU-Lobby-Coach Mag. Wolfgang Lusak, in dessen Auftrag das Gallup-Institut Ende 2011 die Meinung der Österreicher zum Thema Lobbying erhoben hat.

Karl Javurek, Bundesvorsitzender des WdF, der die gleichen Fragen wie in der Lusak-Studie den WdF-Mitliedern online gestellt hat: „Wir Führungskräfte akzeptieren Lobbying als Management-Instrument und glauben, dass vermehrt eine faire, positive Nutzung möglich ist. Handlungsbedarf bezüglich Lobbying besteht vor allem und dringend bei KMU und Mittelstand. Interessanterweise wünschen die Führungskräfte der EU – also dem vereinigten Europa – 6 mal mehr Lobbying-Durchsetzungskraft als der österreichischen Regierung."

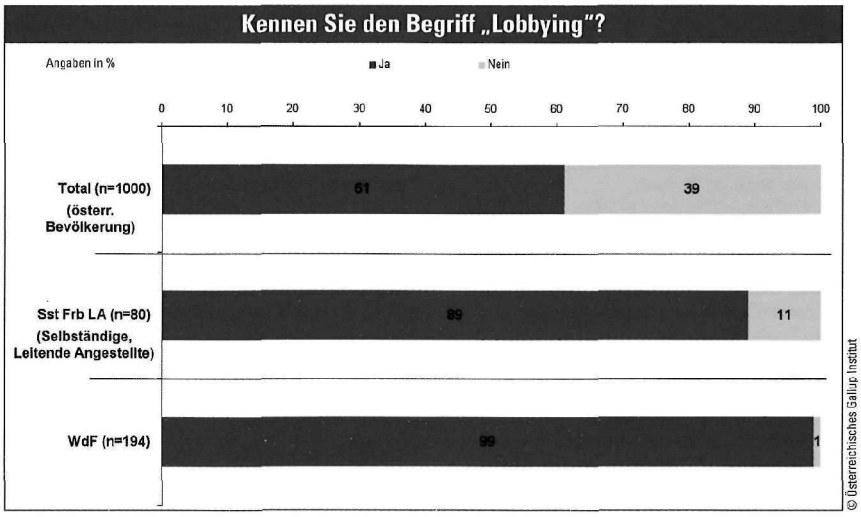
Zu den Detail-Ergebnissen der Studien: Lobbying wird zunehmend negativ beurteilt: 23 % der Österreicher assoziieren Lobbying mit Bestechung. 40 % sehen in Lobbying ein Instrument, das fast automatisch zu „Freunderlwirtschaft" und Korruption führt. Die befragten WdF-Mitglieder denken beim Begriff Lobbying am häufigsten (zu 27 %) an Beeinflussung und Manipulation. Positivere Einschätzungen rangieren erst dahinter.

Als Haupt-Nutznießer des Lobbying sehen 70 % der Österreicher sowohl Konzerne als auch Politik, Tendenz steigend. Die WdF-Mitglieder sehen sogar zu 95 % die Konzerne als Lobbying-Profiteure, zu 76 % die internationale Finanzwirtschaft und zu 69 % die Politik. Mit nur mehr 23 % Lobbying-Nutzen mussten die Klein- und Mittelbetriebe (KMU) aus der Sicht der Österreicher einen wahren Absturz hinnehmen, sie hielten vor 4 Jahren noch bei 36 %.

Bei den WdF-Befragten ist das ähnlich: Nur 31 % sehen KMU als Nutznießer, voriges Jahr waren es noch 36 %. Für die Österreicher rangieren mit rund 15 % Mittelstand, NPOs, Sozialorganisationen und Bürgerinitiativen am unteren Ende der Skala. Hier denken die WdF-Mitglieder anders: 52 % glauben an den Lobby-Nutzen der NPO, 30 % an den der Sozialorganisationen, 27 % an den der Bürgerinitiativen. Dem Mittelstand wird von den WdF-Befragten nur 22 % Lobby-Nutzen zugebilligt.

Lobbying hat jedenfalls Anlagen zum „Breitensport": Eine wachsende Anzahl, nämlich 41 % der Österreicher sehen Lobbying als eine Methode, die von immer mehr Personen und Gruppierungen angewendet wird, 2010 waren es erst 34 %. Bei den WdF-Mitgliedern glauben an diese Tendenz sogar 61 % der aktuell Befragten. Die Österreicher glauben zu 24 %, dass Lobbying auch sauber und fair betrieben werden kann. Die WdF-Befragten glauben das zu 26 %; zu 60 % denken sie, dass Lobbying sowohl zum Guten als auch zum Schlechten benutzt werden kann. Das wirft die Frage auf, wer nun eigentlich vermehrt „gutes" Lobbying betreiben soll: 51 % der Österreicher meinen, dass KMU mehr Lobbying betreiben sollten, 44 % wollen mehr Lobbying für den Mittelstand. Bei den WdF-Mitgliedern ist diese Meinung noch stärker vertreten: 64 % meinen, dass die KMU, 58 %, dass der Mittelstand mehr Lobbying betreiben sollten; 19 % wollen mehr Lobbying für die EU, nur 3 % mehr Lobbying für Regierung, Politiker und Parteien.

Die Österreicher begründen auch, warum sie sich eine stärkere KMU- und Mittelstands-Lobby wünschen: Auf die Frage, wem sie am ehesten zutrauen, Österreich aus der Krise zu bringen, liegen KMU mit 29 % und Mittelstand mit 27 % weit vor den meisten Lobby-Nutznießern auf Platz 2 und 3 des Rankings. Den 1. Platz hält noch Regierung und Politik, aber mit sinkender Tendenz. Beim WdF verstärkt sich diese Sicht deutlich: Als „Retter in der Krise" sehen 62 % der befragten Mit-



Zum eigenen Gebrauch nach §42a UrhG. Anfragen zum Inhalt und zu Nutzungsrechten bitte an den Verlag.

»OBSERVER«
A-1020 Wien, Lessinggasse 21
www.observer.at, E-Mail: info@observer.at
Fon: +43 1 213 22 *0, Fax: +43 1 213 22 *300

Auflage: 3500 Auftrag Nr: 264
Verlagstel.: 01/7126510 Clip Nr: 6721490
Größe: 90,38% SB: Lusak Wolfgang

Leadership
Wien, Januar 2012 - Nr. 1/2

guten Lobbying

glieder „die KMU", 52 % „den Mittelstand", 36 % „die EU" und nur 20 % „Regierung, Politiker und Parteien".

Nach den Zielen des KMU/Mittelstands-Lobbying befragt, geben 60 % der Österreicher an, dass KMU das Lobbying in erster Linie für Förderungen und Vermarktungen benötigen, demgegenüber sehen 67 % der befragten WdF-Mitglieder – wohl eher Insider - für die KMU Lobbying-Bedarf bei der Durchsetzung als Interessengruppe, 61 % bei der Beeinflussung von Gesetzen. Das lässt auf ein Lobbying-Manko der einzelnen KMU und auch der etablierten KMU-Interessenvertretungen schließen.

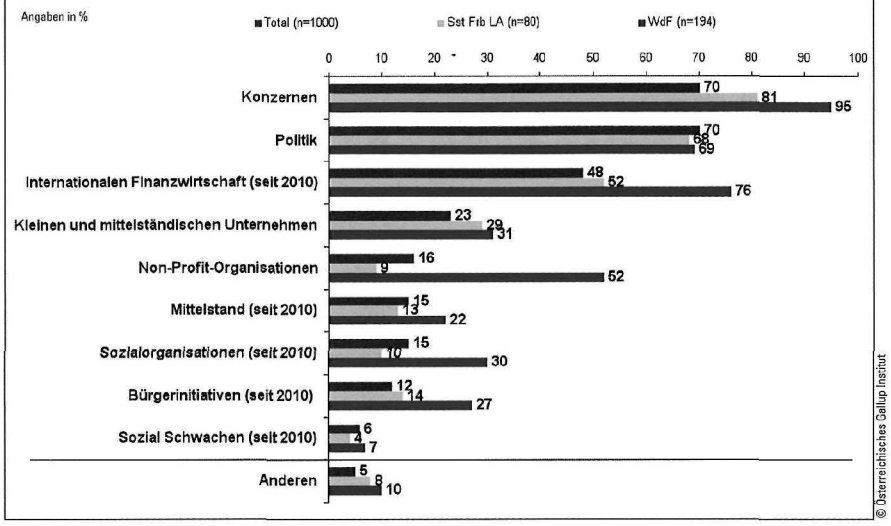
Tatsächlich verlieren diese etwas an Boden: Waren es im Vorjahr noch 56 % der Österreicher, so sind es heuer nur mehr 51 %, welche die WKO als starke Lobby der KMU sehen. Ähnlich bei den WdF-Mitgliedern: Im Vorjahr waren es 75 %, heuer nur mehr 72 %, bei denen die WKO die Nase vorne hat. Alle anderen, kleineren KMU-Interessenvertretungen haben allerdings auch etwas „abgebaut".

Außerdem scheinen KMU, die individuelles Lobbying für sich betreiben, deutlich erfolgreicher zu sein: In einer zusätzlichen Lusak-Telefon-Befragung von 127 KMU kam heraus, dass sehr erfolgreiche KMU zu 73 % sehr viel und eher viel Lobbying betreiben. Während KMU, die sich als nicht erfolgreich sehen zu 88 % wenig bis gar kein Lobbying betreiben.

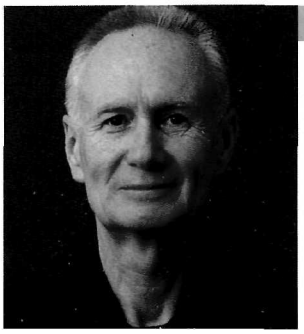
Mit dem Motto „Endlich faires Lobbying" und drei Forderungen an Regierung, Parteien und Kammern wollen Lusak Consulting, WdF und ÖGV Österreich „vom bösen zum guten Lobbying" hin bewegen:

1. Volle Transparenz bei allen Lobbying-Tätigkeiten, Offenlegung aller Wahlspenden, Korruptionsbekämpfung und eine Info-Offensive für faires Lobbying
2. Breiter Zugang zu Lobbying-Know How und –Strukturen; Lobbying-Ausbildung und -Coaching für KMU und deren Mitarbeiter
3. Eine sichtbare Steigerung der Lobby-Leistungen für KMU und Mittelstand <<

Was glauben Sie, wem nützt „Lobbying"?



Wer sollte Ihrer Meinung nach mehr „Lobbying" betreiben?



Zur Person

*Lobby Coach **Mag. Wolfgang Lusak** betreut seit über 20 Jahren erfolgreich Unternehmen, Kooperationen und Organisationen bei Lobbying-Projekten. Seine Erfahrung resultiert auch aus früherer Konzern-Managertätigkeit und seiner Arbeit als erster Geschäftsführer der Österr. Weinmarketing-Gesellschaft.*

*Mehr Infos unter **www.lusak.at***

Zum eigenen Gebrauch nach §42a UrhG. Anfragen zum Inhalt und zu Nutzungsrechten bitte an den Verlag.