



DAS ÖSTERREICHISCHE  
**GALLUP INSTITUT**

# MITGLIEDERBEFRAGUNG LOBBYING - MITTELSTAND

Eine quantitative Untersuchung

Für Senat der Wirtschaft

Frühjahr 2016

# UNTERSUCHUNGSDESIGN

## GRUNDGESAMTHEIT

Mitglieder „Senat der Wirtschaft“

---

## STICHPROBE

114 Fälle

---

## METHODE

Computer Assisted Web Interview

---

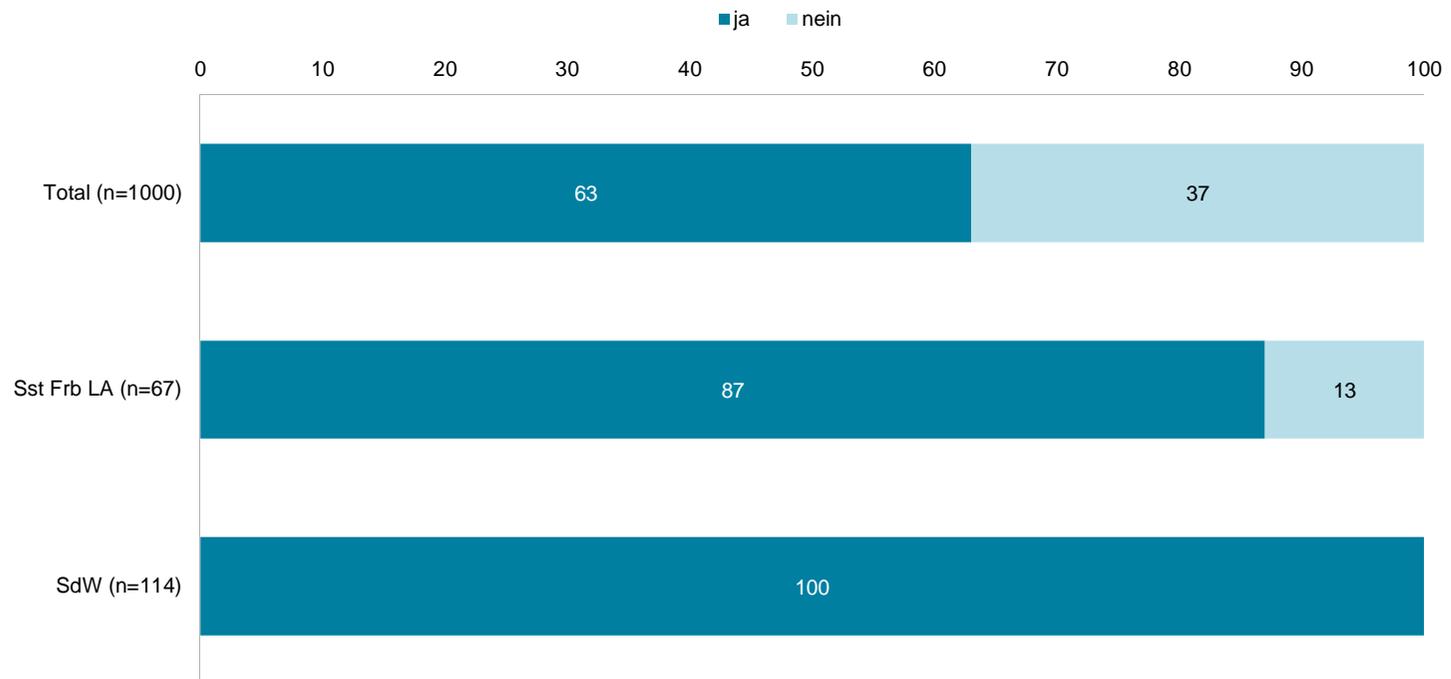
## BEFRAGUNGSZEITRAUM

Februar / März 2016

# STATISTIK

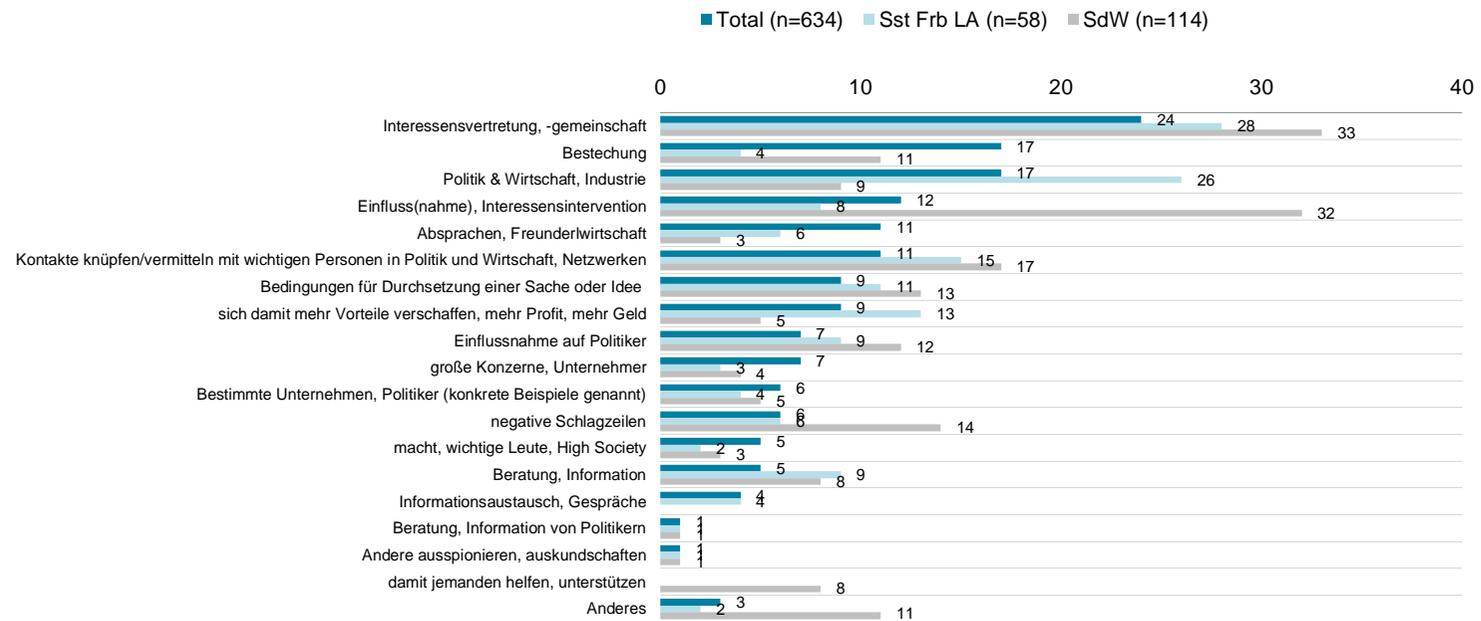
	Basis	In Prozent
Total	114	100
<b>GESCHLECHT</b>		
Männer	95	83
Frauen	19	17
<b>ALTER</b>		
Bis 50 Jahre	46	40
Über 50 Jahre	68	60
<b>BUNDESLAND</b>		
Wien	34	30
NÖ, Bgld	18	16
Stmk, Ktn	20	18
OÖ, Sbg	29	25
Trl, Vbg	13	11
<b>FUNKTION</b>		
Geschäftsführerin	48	42
Inhaberin	60	53
Andere	6	5
<b>UNTERNEHMENSGRÖSSE</b>		
Einpersonunternehmen	10	9
1 - 9 Mitarbeiter	24	21
10 - 49 Mitarbeiter	33	29
50 - 249 Mitarbeiter	30	26
Über 249 Mitarbeiter	16	14

# BEKANNTHEIT DES BEGRIFFS „LOBBYING“



%-Werte 1. Kennen Sie den Begriff „Lobbying“? Haben Sie schon einmal davon gehört?

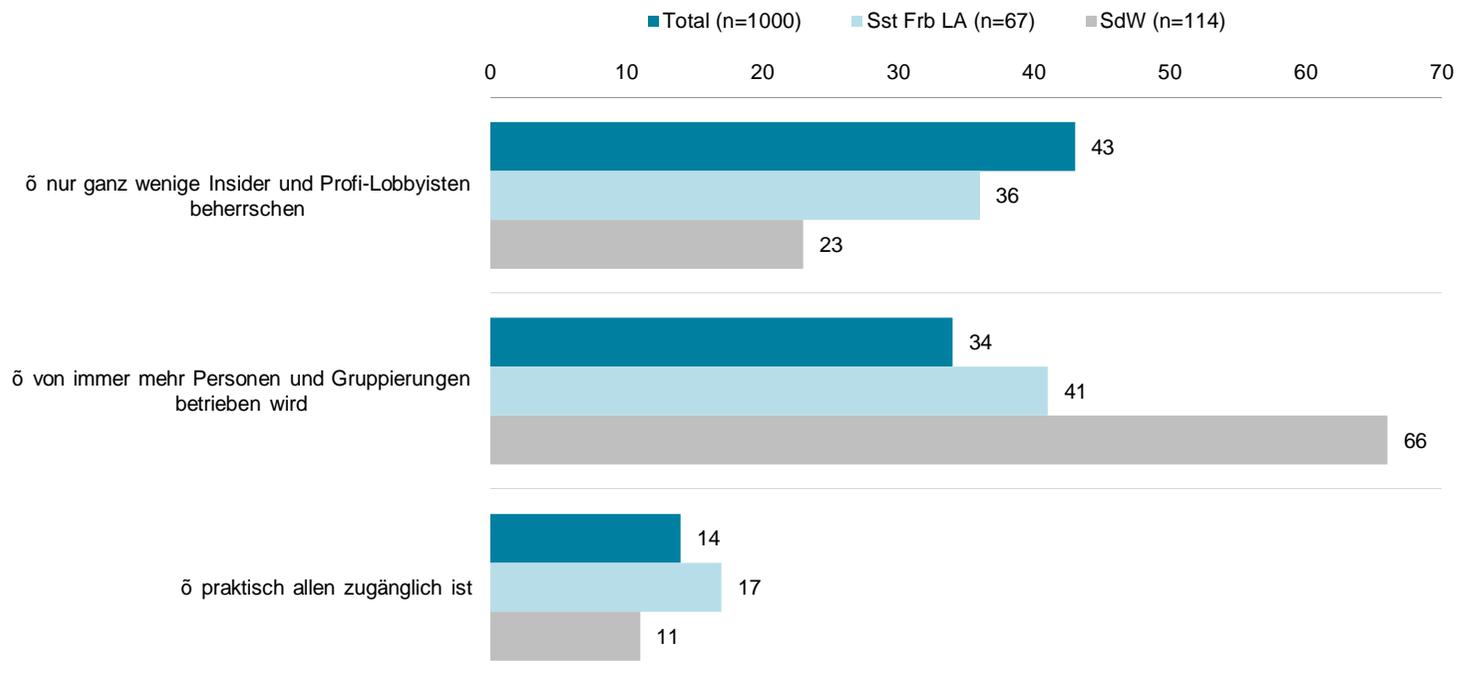
# SPONTANE ASSOZIATIONEN ZU LOBBYING



Basis: Kennen den Begriff Lobbying lt. Frage 1.

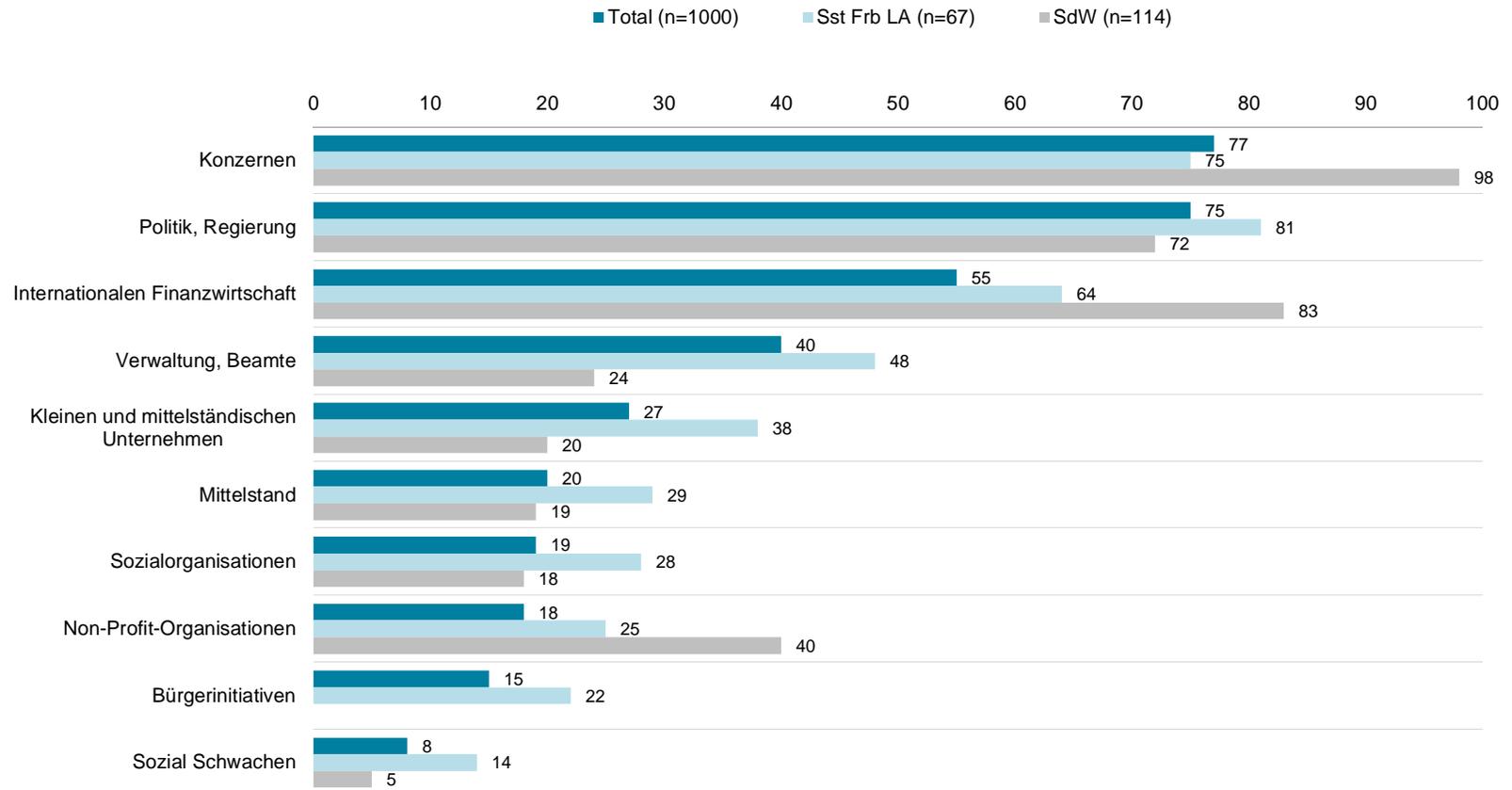
%-Werte 2. Woran denken Sie, wenn Sie den Begriff Lobbying hören? Was bedeutet Lobbying für Sie? Was fällt Ihnen ganz spontan dazu ein?

# EINSCHÄTZUNG VON LOBBYING



%-Werte 3. Glauben Sie, ist Lobbying eine Kommunikations-Methode, die

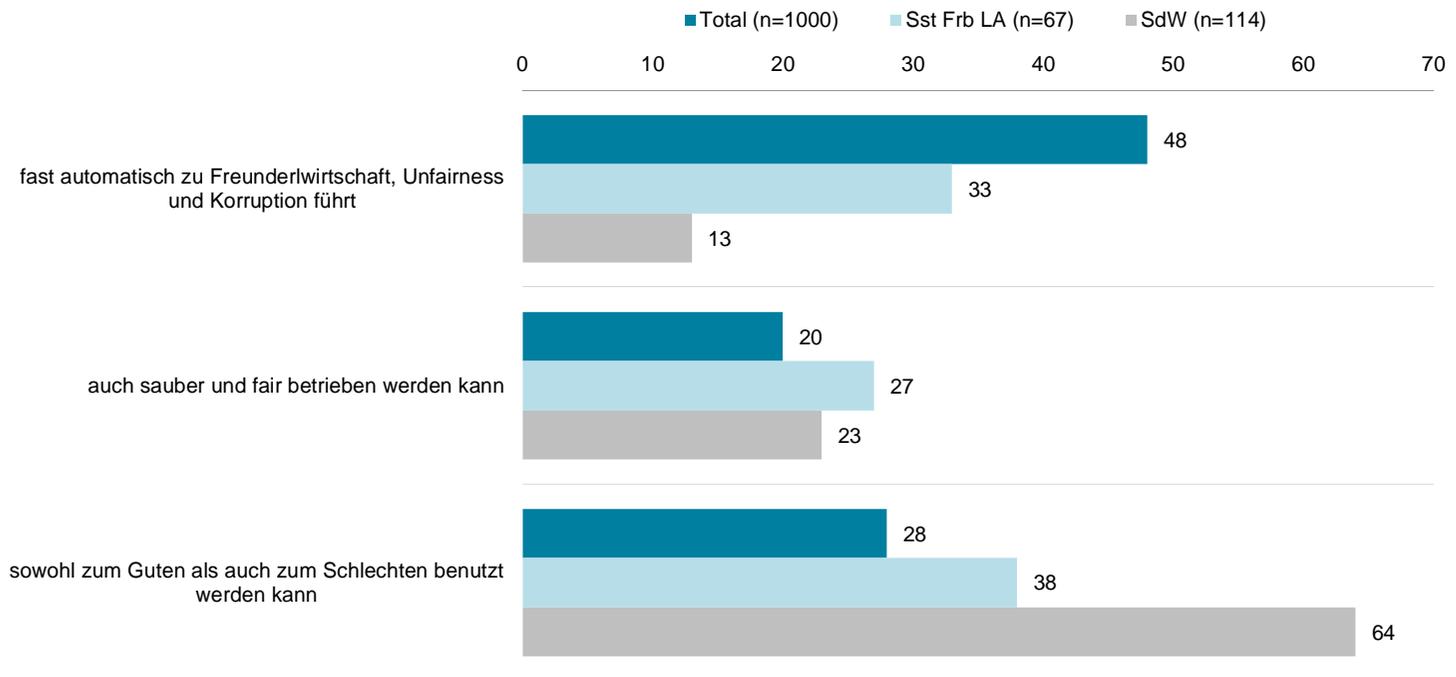
# CUI BONO?



%-Werte

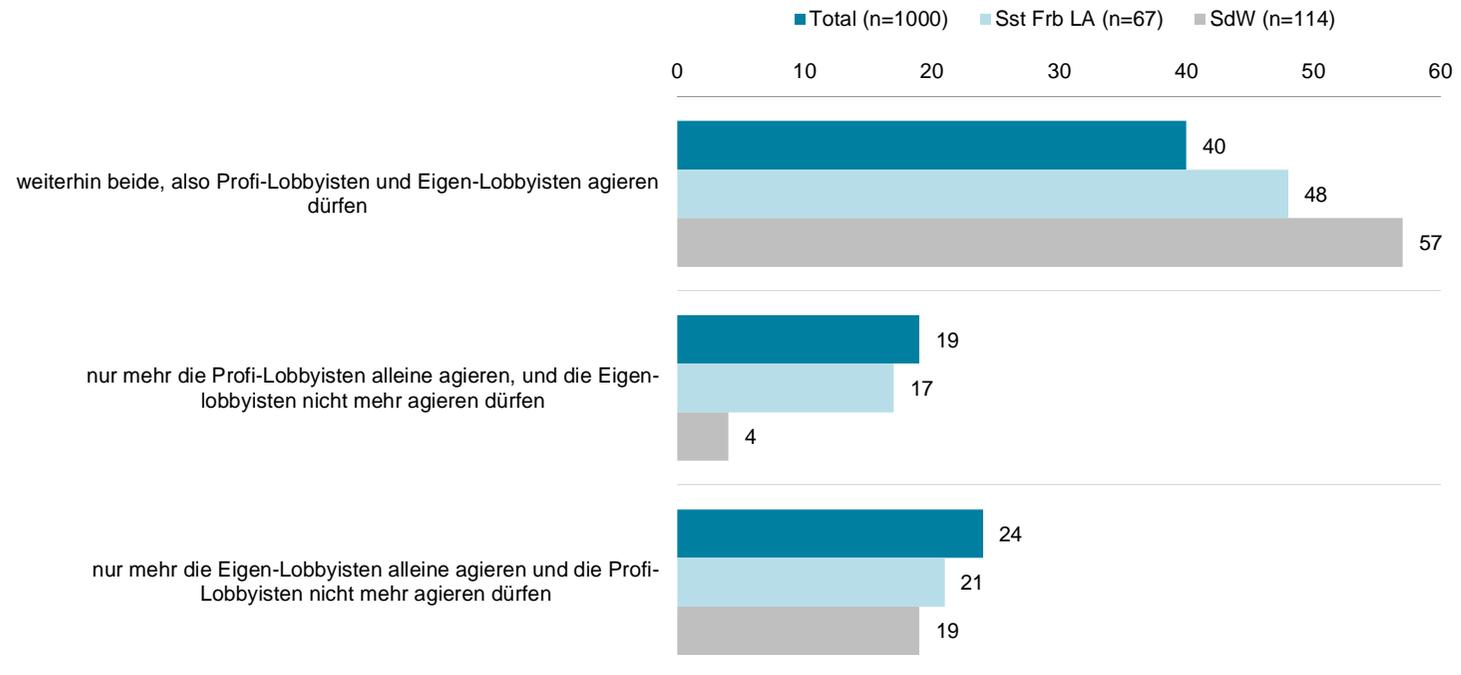
4. Was glauben Sie, wem nützt Lobbying? Wer profitiert vom Lobbying?

# FOLGEN VON LOBBYING



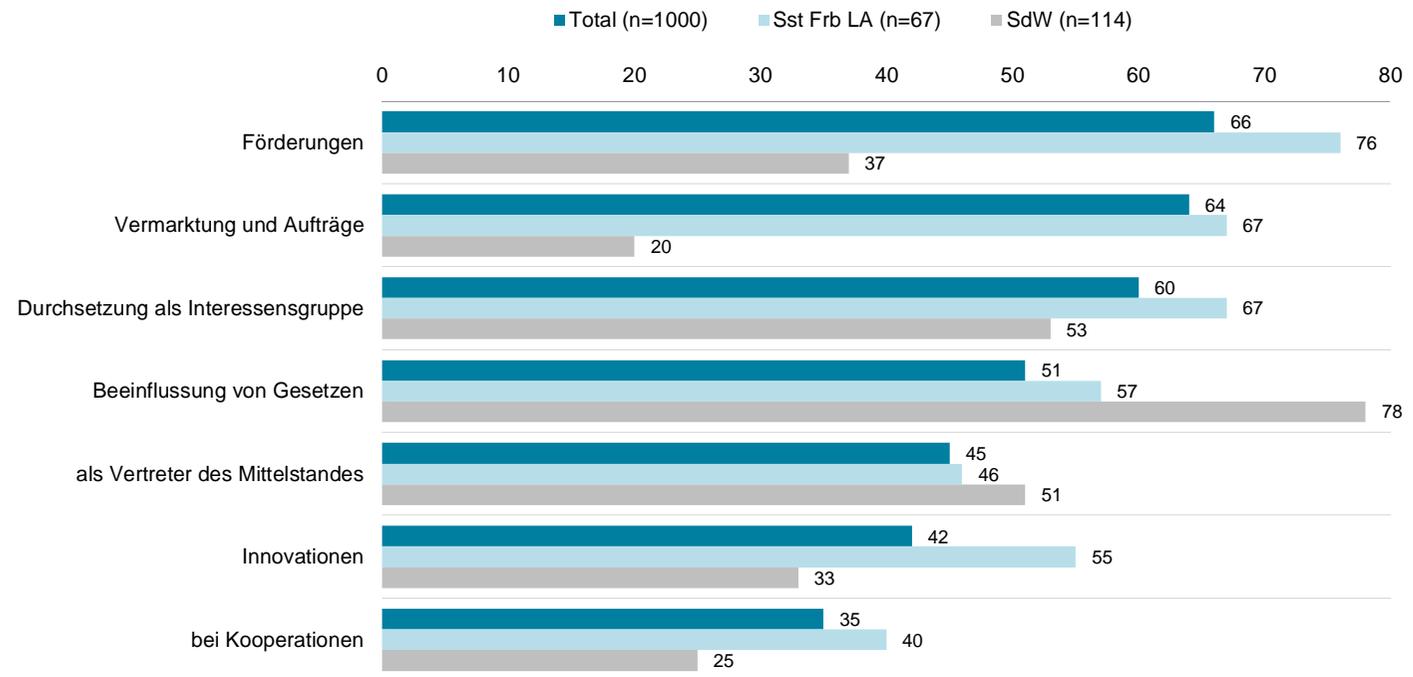
%-Werte 5. Lobbying ist ein Instrument, welches

# AKTEURE VON LOBBYING



%-Werte 6. Wäre es Ihrer Meinung am besten wenn

# BEDARF AN MEHR LOBBYING IM MITTELSTAND



%-Werte 13. Für welche der folgenden Dinge brauchen kleine und mittelständische Unternehmen mehr Interessenvertretung und Lobbying?