

WIRTSCHAFTS NACHRICHTEN DONAURAUM

Lobbyismus in kleinen Dosen

Der schmale Grat
zwischen Information
und Manipulation



Wirtschaftsminister Mitterlehner
„Wir können nicht verteilen,
was wir nicht haben.“

Bildungsvolksbegehren
Druck wird erhöht

Lobbying zwischen Information und Korruption

Netzwerken Sie noch oder lobbyieren Sie schon?

Es gilt die Unschuldsvermutung. Skandale und Bestechungsvorwürfe bewegen das Land: von Buwog bis Hypo-Alpe-Adria, von Telekom Austria bis Eurofighter, die Republik kommt nicht zur Ruhe. In Zeiten permanenter Veränderung sind gute Beziehungen zu Entscheidungsträgern in Politik, Verwaltung, Wissenschaft, Verbänden, Wirtschaft und Medien auch für Klein- und Mittelbetriebe von entscheidender Bedeutung.

Von Marie-Theres Ehrendorff

Lobbying ist nichts anderes als das Durchsetzen von Interessen“, erklärt Peter Köppl, Präsident der Österreichischen Public Affairs Vereinigung und Geschäftsführer der Public Affairs Agentur Mastermind. „Hat ein mittelständischer Unternehmer Interessen und Anliegen, wofür die lokale bzw. regionale Politik zuständig ist, wird er lobbyieren. Für einen Bäcker, der seinen Betrieb erweitern will, ist Lobbying oft eine Notwendigkeit. Für eine solche Erweiterung muss das benachbarte Grundstück von einer landwirtschaftlichen Nutzfläche auf Industriefläche umgewidmet werden, eine Zufahrt mittels einer Straße errichtet und außerdem die Anrainer informiert und für das Projekt eingenommen werden, damit sie nicht bereits im Vorfeld z.B. wegen Lärmbelästigung oder Umweltverschmutzung gegen das Projekt mobil machen“, meint Köppl. „Für jeden einzelnen Umsetzungsschritt dieses Vorhabens gibt es Gesetze und Vorschriften, die eingehalten werden müssen. Bevor jedoch der Bäcker an die Umsetzung denken kann, muss er die Baubehörde – also die Politik – überzeugen, dass seine Idee eine erfolgsversprechende ist. Wenn Bürgermeister und Ge-

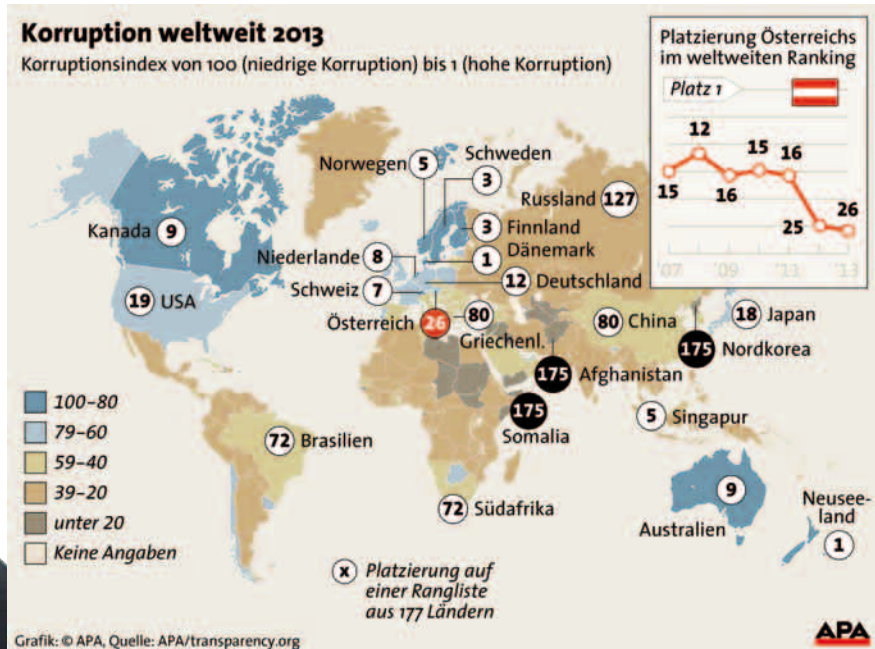
meinderat stolz auf ihren Bäcker sind, weil er sich bereits von den Nachbarn das Einverständnis geholt, genügend Abnehmer für seine Produkte hat und außerdem noch



drei bis vier Mitarbeiter aus dem Ort beschäftigen wird, dann sind alle zufrieden. Und die Gemeinde freut sich obendrein noch auf die zusätzlichen Kommunalsteuern für den Ort. Das alles herbeizuführen, das ist Lobbying. Also brauchen KMU Lobbying, wenn es darum geht, das eigene Interesse durchzusetzen, und man in der Durchsetzung von anderen, in diesem Fall der Politik, abhängig ist.“

„Der Einstieg für Unternehmer beginnt damit, zu erkennen, dass klassisches Netzwerken, also das Andocken an vorhandene Lobbys, mit Business-Lobbying nicht zu vergleichen ist. Hat man sich beim Netzwerken zumeist in einer vorgegebenen Hierarchie einzuordnen, basiert systematisches Lobbying auf der Fähigkeit, eigene Lobbys aufzubauen und dadurch die Spielregeln des Handelns selbst bestimmen zu können“, ist Lobby-Coach und Mittelstandsexperte Wolfgang Lusak überzeugt.

„Wer nicht wirbt, der stirbt, hat es einmal geheißen. Und ich sage Ihnen für die Zukunft ein bisschen grob, aber ehrlich: Wer nicht lobbyiert, der kriecht. Wer's ein bisschen sanfter hören will, kann sich die Frage stellen: „Netzwerkst du noch oder lobbyierst du schon?“ Lobbyisten sind oft auch Meinungsbildner, die Abgeordnete bei ihren Entscheidungen beeinflussen. Wo liegt dabei die Grenze zum Kriminellen? „Die Grenze zum Kriminellen liegt dort vor, wo das Gesetz von einer illegale Handlung spricht“, so Köppl. Die wichtigsten Beispiele: Anfütterung, wer einen Entscheidungsträger zu



Lobbying ist die beabsichtigte Beeinflussung von politischen Entscheidungsprozessen durch Personen, die selbst nicht an diesen Entscheidungen beteiligt sind. Im Rahmen von Lobbying werden Informationen und Argumente in den politischen Meinungsbildungsprozess eingebracht, um Entscheidungen zu forcieren, zu unterstützen, zu verhindern, zu beschleunigen, zu verzögern oder partiell abzuändern.

Quelle: oepav

einem teuren Essen, zur Jagd, zu Festspielen etc. ... einlädt, überschreitet eine gesetzlich definierte Barriere. „Wer glaubt, mit Bestechung zum Ziel zu kommen, begeht ein strafrechtliches Delikt. Das ist im Lobbying-Transparenz-Gesetz klar definiert. In diesem Bereich verschwindet die Grauzone durch Antikorruptionsbestimmungen mehr und mehr. Ausgetrocknet werden damit nicht nur ehemals boomende Geschäftszweige wie Kunstsponsoring oder teure Events, sondern auch jemanden einen Gefallen zu tun, um die eigenen Interessen durchzusetzen. Ich sag immer: Vorsicht. Bestechung hat einen Gegenpart und der heißt Bestechlichkeit. Da sind klar definierte gesetzliche Linien, da gibt es de facto keine Grauzonen. Es ist klar, was legales und legitimes Lobbying ist: reden, anrufen, lästig sein, argumentieren können, wissen, wer die Entscheidung trifft, Unterstützung organisieren können etc. alles o.k. und das ist legal“, macht Köppl bewusst. Das Lobbying-Transparenz-Gesetz definiert Lobbying: sich registrieren und sich an einen Verhaltenskodex orientieren, der eindeutig beschreibt, was man darf und was verboten ist.

51 Prozent der Österreicher sprechen laut „Lobbying-Barometer 2014“ der Bundesregierung bezüglich deren Unterstützung für den Mittelstand das Misstrauen aus. „Die Regierungsparteien müssen zur Kenntnis nehmen, dass Lippenbekenntnisse und Alibi-Handlungen für kleine und mittelständische Unternehmen durchschaut werden“, ist Wolfgang Lusak, Auftraggeber des „Lobbying-Barometer“ überzeugt.

Diese repräsentative Gallup-Umfrage spiegelt heuer zum sechsten Mal die Meinung der Österreicher in Form von Zahlen wider. „Wenn die Regierung das nicht ändert, dann werden bald Oppositionspolitiker die Lücke in der Unterstützung füllen, den Regierungsparteien die absolute Mehrheit abnehmen

Foto: ATIC12/iStock/Thinkstock.



„Lobbying ist eine transparente Angelegenheit, und was nicht sowieso bereits im Gesetz geregelt ist, kann mit dem gesunden Hausverstand durchaus gelöst werden“, ist Dr. Peter Köppl, M.A., Geschäftsführer von Mastermind Public Affairs Consulting, überzeugt. Foto: mastermind

und eine neue Lobbying-Landschaft schaffen.“

Regierung als „Lobbying-Profiteur“

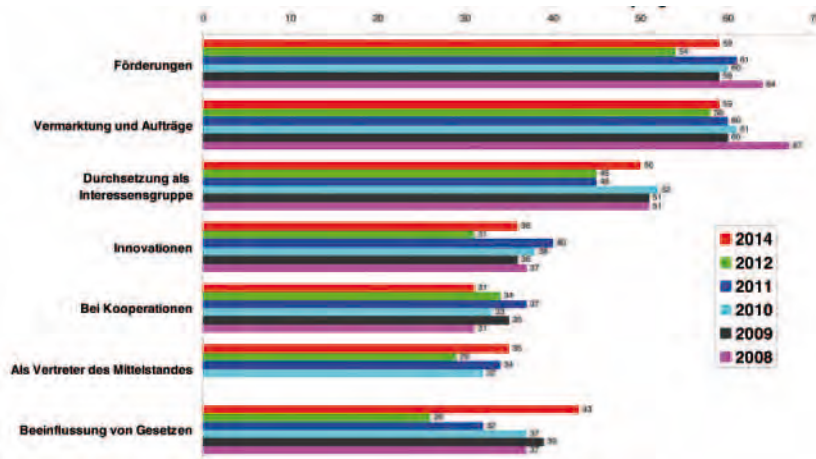
Das erstaunlichste Ergebnis des Lobbying-Barometers war jedoch, dass Politiker und Regierung von 74 Prozent der Österreicher als die „Gewinner“ unter den Lobbying-Profiteuren gesehen werden. Dahinter rangieren die aus früheren Umfragen führenden Konzerne mit 68 Prozent und die globale Finanzwirtschaft mit 48 Prozent. Den vierten Platz teilen sich mit 29 Prozent die Beamten und die KMU. Der Mittelstand, den KMU eng

● INFORMATION

Public Affairs ist das strategische Management der Außenbeziehungen eines Unternehmens oder einer Organisation an der Schnittstelle zwischen Politik, Wirtschaft und Gesellschaft. Public Affairs dient dazu, die Beziehungen von Unternehmen und Verbänden gegenüber ihrem Umfeld (Gruppen in Politik und Verwaltung sowie gesellschaftliche Einflussgruppen) zu organisieren und zu verbessern, um die Unternehmer-, Mitarbeiter oder Mitgliederinteressen im politischen Umfeld zu vertreten und zu vermitteln. Teilbereiche der Public Affairs sind Lobbying, Government Relations, CSR, Issues-Management, Stakeholder-Management und Reputation Management.

Quelle: oepav

Für welche der folgenden Dinge brauchen kleine und mittelständische Unternehmen Lobbying?



verwandt, liegt konstant bei 17 Prozent. Das Schlusslicht bilden NPOs, Sozialorganisationen, Bürgerinitiativen und die sozial Schwachen.

Das Vertrauen der Bevölkerung in KMU und mittelständische Betriebe ist laut Studie seit 2010 beständig im Wachsen. Bei KMU heißt das: von 32 auf 42 Prozent und beim Mittelstand von 23 auf 34 Prozent. Wolfgang Lusak sieht daher sowohl KMU als auch den Mittelstand als „die klare Nummer eins unter den Krisenrettern“. Friedrich Riess, CTO von Riess Kelomat GmbH, ergänzt: „Klein- und Mittelunternehmen haben sicherlich die Kraft, die wirtschaftliche Situation in Österreich wieder in Schwung zu bringen. Wir brauchen allerdings faires Lobbying und eine starke Interessenvertretung, die uns in unserem Tun un-

terstützt. Gemeinsam mit den Interessenvertretern, den Politikern und den Behörden können wir den Weg aus der Krise finden.“

Unternehmen als politische Akteure

Eine aktive Interessenvertretung und Lobbying werden für die österreichischen Unternehmen immer wichtiger. 70 Prozent der befragten Unternehmen betreiben aktive Interessenvertretung. Bei den Großunternehmen sind es sogar 80 Prozent. Das geht aus einer weiteren aktuellen Umfrage hervor, die das Wirtschaftsforum der Führungskräfte (WdF) mit der Public Affairs-Agentur „Kovar & Partners“ unter 475 Führungskräften durchgeführt hat.

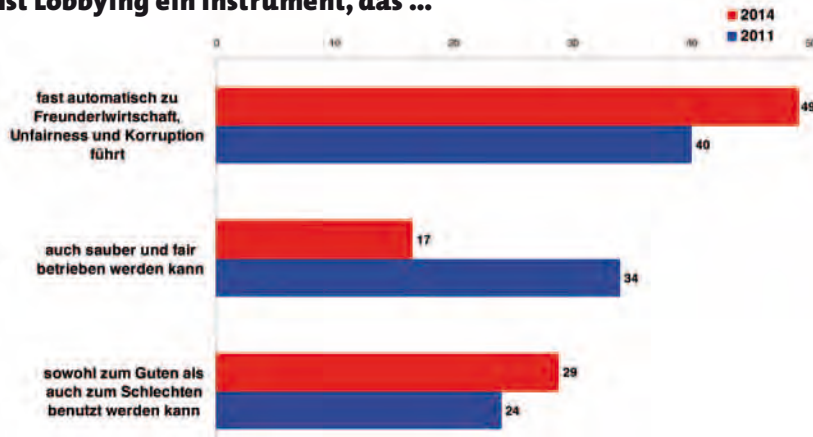
„Wir befinden uns mitten in einer Entwicklung, in der Unternehmen verstärkt als politische Akteure auftreten“, interpretiert Andreas Kovar, Geschäftsführer von „Kovar & Partners“, die Umfrage. Das verstärkte Engagement steht im Zusammenhang mit der Identitätskrise der Politik, erläutert Gewistachef Karl Javurek, Bundesvorsitzender des Wirtschaftsforums der Führungskräfte (WdF), das Ergebnis der Umfrage.

Und macht aus, dass in letzter Zeit einige Unternehmer wie Hannes Androsch, Hans Peter Haselsteiner und Frank



„Lobbying ist per se ein neutrales Instrument, das sowohl zum Guten als auch zum Bösen verwendet werden kann. Österreich braucht mehr und besser ausgestattete Lobbyisten aus einem Mittelstand, der sich für Arbeitsplätze, Leistungsgerechtigkeit und Nachhaltigkeit einsetzt“, meint Mag. Wolfgang Lusak, Lobby-Coach und Unternehmensberater. Foto: Lusak Consulting

Ist Lobbying ein Instrument, das ...



Stronach versucht hätten, in dieses Vakuum reinzustoßen.

Für 40 Prozent der befragten Führungskräfte liefert Lobbying eine wichtige Entscheidungsgrundlage und für 20 Prozent eine zentrale wirtschaftliche Bedeutung für den Unternehmenserfolg. Größere und kleinere Unternehmen unterscheiden sich in zwei Punkten: Die Großen betrauen häufiger externe Berater und bringen sich stärker bei der Gesetzgebung ein.

Bei der Beurteilung der Regierung durch die befragten Führungskräfte ist man auch in dieser Studie „auf einem ziemlich Tiefpunkt angelangt“, attestiert Javurek. 34 Prozent der Befragten beurteilen die Lösungskompetenz der Bundesregierung als nicht ausreichend. 33 Prozent sind der Meinung, dass sich die Regierung nicht ausreichend für eine Reform des Wirtschaftsstandorts einsetzt. Ausschlaggebend dafür ist laut Kovar, dass die Gesellschaft kritischer wird, und das Hinterfragen zunimmt.

Die mediale und öffentliche Diskussion um Lobbyisten ist oftmals verzerrt, muss doch Lobbying für viele Dinge herhalten, die sich

vom klassischen Lobbying, das keinesfalls im rechtsfreien Raum stattfindet, grundsätzlich unterscheiden. Von verdeckten Zahlungen und anderen Malversationen, die wesentlich oder aus Schlamperei mit Lobbying gleichgesetzt werden.

„Es gibt kein Land auf dieser Welt, in dem Lobbying einen ausschließlich positiven Ruf hat“, berichtet Peter Köppl. „In Brüssel ist es zwar deutlich besser als bei uns, weil die Funktionalität einfach notwendig ist, aber auch dort gibt es Skandale. Der Begriff ‚Lobbying‘ wird umgangssprachlich für viele Dinge, die eigentlich überhaupt nichts mit Lobbying zu tun haben, benutzt. Es kann schon passieren, wenn ein Kind gute Schulnoten nach Hause bringt, dass es dann heißt, die Mutter hat beim Klassenvorstand gutes Lobbying betrieben. Und nicht zu unterschätzen sind jene Akteure – häufig von großen Berufsstandesvertretern – die großes Interesse daran haben, ehrliches Lobbying als schmutzig darzustellen. Was aber in Deutschland genauso passiert. Am Ende des Tages zählt, dass in den nächsten 30 bis 40 Jahren Lobbying – zumindest im deutsch-

sprachigen Raum – kein deutlich positiv besetzter Begriff sein wird, weil auch Medienvertreter ihr Schärfflein dazu beitragen. Denn eine Headline ‚Politiker unter Lobbyingverdacht‘ klingt gut und muss auch strafrechtlich nicht, wie ‚Politiker unter Korruptionsverdacht‘ bewiesen werden.“

„Die großen Schlachtschiffe, die heimischen Interessenvertretungen, befinden sich seit einiger Zeit im Verfassungsrang, haben daher einen Gesetzesauftrag, womit in Österreichs Lobbying-Landschaft nun ein Zweiklassensystem entstanden ist“, betont Köppl in seiner Funktion als Präsident der Österreichischen Public Affairs-Vereinigung, die eine Legitimationspflicht auch für die Lobbyisten institutioneller Organisationen fordert. „Wer glaubt, dass Lobbying eine Zeiterscheinung ist, hat sich sicherlich getäuscht“, bemerkt Köppl. „Unsere Welt wird immer komplexer, auch in der Politik und damit in der Gesetzgebung. Von der UNO über die WHO bis zu OECD, der Europäischen Kommission, der nationalen Gesetzgebung, der Landesgesetzgebung und der kommunalen Entscheidung – also die gesamte politische Kette. Die Welt dreht sich um Regulierung von allem und jedem, dort ein Gesetz, da eine Bestimmung und die Wirtschaft entwickelt sich weiter. Wir haben heute Themenbereiche, die natürlich von der Politik geregelt werden müssen, von einer Vorratsdatenspeicherung hat vor zehn Jahren nicht einmal jemand gewusst, was das ist. Datenschutz in sozialen Medien war vor drei Jahren kein Thema, jetzt wird darüber nachgedacht, wie man das reguliert. Lobbying wird es immer brauchen, weil es immer wieder neue gesetzliche und politische Initiativen gibt, die etwas regulieren, damit aber auch manches ermöglichen, anderes wieder verunmöglichen und wer etwas bewirken will, der muss aktiv mitwirken, sonst ist er einfach nicht dabei.“



IHR ERSTER TAG

... bei Greiner.

www.greiner.at [www.fb.com/greiner.group](https://www.facebook.com/greiner.group)

