

So werden Sie Ihr eigener Lobbyist



Lobbying genießt nicht erst seit dem Telekom-Austria- oder Buwog-Skandal in der Öffentlichkeit einen fragwürdigen Ruf. Dennoch ist für Unternehmen die Tätigkeit von Lobbyisten oft nötig – dabei könnten sie dies auch selbst machen.

273 Personen, Interessenverbände und Agenturen sind im österreichischen Lobbyingregister eingetragen – darunter ist auch eine

Reihe prominenter Expoliteker wie als jüngster Zugang Ex-SPÖ-Bundeskanzler Werner Faymann. Lobbyingberater Wolfgang Lusak

sieht die Tätigkeit der Profis jedoch kritisch, weil diese teuer seien und wenig nachhaltig agierten. Sie würden ihre Kontakte nämlich in der Hand behalten und „ethisch bedenkliche Geschäfte“ machen. Besser für Unternehmen wäre es, selbst Netzwerke und Beziehungen zu Entscheidern in unterschiedlichen Bereichen aufzubauen. Das setze jedoch jahre-

lange, systematische Arbeit voraus, so Lusak, für den Lobbying trotz aller öffentlichen Unkenrufe für den wirtschaftlichen Erfolg von Unternehmen nötig ist.

Insgesamt ist der Bekanntheitsgrad von Lobbying in Österreich in den vergangenen Jahren zwar gestiegen, pro und kontra gehen aber weit auseinander, wie eine Gallup-Umfrage zeigt. 2

ATX	2,55 % ↗	2164,29
DAX	1,33 % ↗	9964,07
FTSE 100	-0,03 % ↘	6680,69
Stoxx 50	0,86 % ↗	2855,79
Nikkei	2,46 % ↗	16095,65
Euro vs. US-\$	0,39 % ↗	1,1092
Brent-Öl	4,97 % ↗	48,36

Service by TeleTrader

Themen

Otto Bock leidet unter Regulierungswut

Die Auflagen für Prothesenhersteller wie Otto Bock werden weltweit aufwendiger. 5

Trodat-Trotec-Gruppe hat Lust auf Übernahmen

Welser Stempel- und Laserplotter-Hersteller peilt Umsatz von 300 Millionen € an. 5

Keramikhersteller eröffnet sich neue Nische

Der Tiroler Keramikhersteller Steka fertigt Behausungen für Wildbienen. 6

Kapsch Traffic lockt mit solider Ausschüttung

Der Mautspezialist hat keine Nettoschulden und eine Dividendenrendite von 4,50 Prozent. 12

Retouren an PF 100, 1350 Wien - GZ 022031819T - P.b.b. - Redaktion: 1030 Wien, Hainburger Straße 33, Tel. 60 117-0



Aktien

Pharma und Konsumgüter sind die Brexit-Profiteure

Das britische Pfund notiert auf einem Jahrzehnte-Tief zum Dollar. Auf eine Erholung hoffen zahlreiche Anleger angesichts dessen nicht: Pharmaaktien wie die von Shire oder GlaxoSmithKline zogen dank des Pfund-Verfalls kräftig an. Auf der Kaufliste stehen auch Unilever, Diageo oder Ashtead. 11

PFUND vs. EURO



wirtschaftsblatt.at

UFC macht 1000 % Rendite in 15 Jahren



Insolvenzen

Risiko für Firmen in Osteuropa steigt

Die Gefahr, dass Unternehmen in Osteuropa bei einer Abkühlung der Weltwirtschaft insolvent werden, ist gestiegen, ergibt eine Untersuchung des Consultants Roland Berger. Das kann auch österreichische Unternehmen treffen. 9

Leitartikel von Oliver Jandl

Das Gespenst des Protektionismus

Es geht ein Gespenst um in Europa: Es ist das Gespenst – nicht fürchten, nicht des Kommunismus, sondern – des Protektionismus.

Rumänien hat damit aufhorchen lassen, Supermärkte zu verpflichten, dass 51 Prozent aller angebotenen Lebensmittel aus rumänischer Produktion stammen müssen. Nun mögen manche das als nachvollziehbaren Versuch interpretieren, die lokale Lebensmittelindustrie und die lokalen Bauern zu unterstützen. Aus dem Blickwinkel der Warenverkehrsfreiheit in der EU läuft einem dabei aber selbst bei größtem Enthusiasmus für regionale Landwirtschaft ein kalter Schauer über den Rücken.

Warum? Gerade in der Zeit nach dem Brexit-Referendum ist die rumänische Supermarktregel-Politik ein weiterer Schritt in Richtung einer langsamen Fragmentierung der EU, wenn einzelne Staaten beginnen, ihre Märkte abzuschotten. Protektionismus nennt sich so etwas, und der ist laut EU-Primärrecht verboten. Und das ist auch gut so, denn ein einheitlicher Wirtschaftsraum soll keine Grenzen und Barrieren kennen. Wenn also in der Waren-, Niederlassungs- oder Dienstleistungsfreiheit bzw. der Arbeitnehmerfreizügigkeit langsam wieder Schranken aufgebaut werden, ist der Rückschritt in ein Europa der Nationalstaaten nicht

mehr weit: ein Europa, in das die Politik einen Keil zwischen die einst vereinten Völker treiben kann und in dem Zölle und bürokratische Hürden Sand ins Getriebe der Wirtschaft streuen.

Nicht nur ein paar Körner, sondern eine ganze Handvoll Sand haben kürzlich die Briten in dieses Getriebe gestreut. Daher müssen die restlichen EU-Staaten eisern dafür kämpfen, dass das Getriebe rund läuft, statt sich in nationalstaatlicher Schrebergartenpolitik zu üben. Die Abschottung von Märkten ist nicht nur antieuropäisch, sondern auch vom Ansatz her falsch, und hier zeigt sich, warum die EU mit ihrer antiprotektionistischen Linie recht hat: Durch Protektionismus wird nämlich nur ein Hersteller gegenüber dem anderen bevorzugt bzw. ausgetauscht, ohne einen gesellschaftlichen Mehrwert zu schaffen. Diesen könnte man etwa in mehr biologischer Landwirtschaft erblicken, denn regional bedeutet nicht automatisch bio; auch mehr Tierschutz wäre erstrebenswert. Das wäre zum Beispiel ein modernes, nachhaltiges Ziel der Gesetzgebung – statt legisistischen Schüsserlgrleißertums im Supermarkt.

oliver.jandl@wirtschaftsblatt.at





Interessenvertretung

Lobbying: Umstritten, aber wirksam

Lobbyisten sind in der Öffentlichkeit nicht gut angesehen, aber oft notwendig. Die Profis hüten ihre Kontakte, deshalb ist es für Unternehmen wichtig, die Sache selbst in die Hand zu nehmen.

WIEN. Viele Ex-Politiker wollen ihre über die Jahre gesammelten Kontakte gewinnbringend vermarkten – wie jüngst Werner Faymann (siehe Artikel unten) – und schrecken wie manch andere Exkollegen auch nicht davor zurück, diese osteuropäischen Potentaten zur Verfügung zu stellen. Wenig verwunderlich, dass Lobbying in der Öffentlichkeit oft scheinbar angesehen wird und mit Einflussnahme hinter den Kulissen und nicht immer lauterer Methoden in Verbindung gebracht wird.

Das zeigt auch eine repräsentative Gallup-Umfrage für den Lobbyingberater Wolfgang Lusak und den Senat der Wirtschaft, bei der 48 Prozent der befragten Österreicher der Meinung sind, Lobbying führe „fast automatisch zu Freunderlwirtschaft, Unfairness und Korruption“. 17 Prozent glauben sogar, dass dabei mit Bestechung gearbeitet wird. Und mehr als drei Viertel der Befragten gehen davon aus, dass Lobbying vor allem Konzernen nützt.



„

Das Aufbauen eigener Netzwerke ist heute einfacher, weil die alten Seilschaften in Politik oder Kammern schwächer werden.

Wolfgang Lusak
Lobbying- und Marketing-Berater

Kontakte knüpfen“, sagt Lusak, der sich mit dem Thema seit Langem beschäftigt und bisher zahlreiche Kunden beraten hat.

Lobbying werde jedenfalls immer bekannter: Bei den Österreichern ist der entsprechende Wert seit 2009 von 40 Prozent auf 63 Prozent 2016 gestiegen; bei Führungskräften und Wirtschaftstreibenden liegt der Bekanntheitsgrad „zwischen 90 und 100 Prozent“, so Lusak.

Allerdings hat sich die Einschätzung von Lobbying als Tätigkeit, die nicht jedermann zugänglich ist, ziemlich verfestigt: Nur 14 Prozent der Österreicher sind der Meinung, dass diese Art der Interessenvertretung „prak-

tisch allen zugänglich ist“. 43 Prozent glauben, dass es nur ganz wenigen Insidern und Profi-Lobbyisten möglich ist. „Lobbying ist gewissermaßen immer noch eine Geheimwissenschaft und -macht“, sagt der Berater.

66 Prozent der Führungskräfte bzw. Wirtschaftstreibenden glauben indes, dass Lobbyieren von immer mehr Personen und Gruppierungen betrieben wird – und gerade die Unternehmer liefern sich professionellen Lobbyisten aus und lassen dabei ihr eigenes Potenzial ungenutzt, befindet Lusak: „Die Profis – ehemalige Politiker und Public-Relations-Manager – machen ja damit Geschäfte, dass sie ihre Kontakte verkaufen bzw. Kontakte herstellen.“ Und das sei nicht nur teuer, sondern auch „ethisch bedenklich, weil solche Geschäfte vor allem zum Nutzen der Lobbyisten“ seien, so Lusak: „Die Lobbyisten behalten ihre Kontakte in der Hand und sind nicht daran interessiert, dass nachhaltige Beziehungen aufgebaut werden.“

Lusak berät deshalb Unternehmen – vor allem KMU – dabei, wie sie selbst Lobbying betreiben können. Bis das funktioniere, seien allerdings jahrelange systematische Bemühungen in verschiedenen Bereichen erforderlich (siehe Kasten). Lusak: „Das Aufbauen eigener Netzwerke ist wichtig und heute auch einfacher, weil die alten Seilschaften in Politik, Kammern und anderen Organisationen schwächer werden.“

Lobbying sei für den Erfolg jedoch unabdingbar, sagt Lusak: „Auch wenn jemand ein wettbewerbsfähiges Produkt mit einem gutem Preis und funktionierendem Vertrieb hat, muss er die Spielregeln und Mechanismen der Macht kennen – sonst kann es passieren, dass er dennoch gegen Gummiwände rennt.“

GÜNTER FRITZ
guenter.fritz@wirtschaftsblatt.at

PRO UND CONTRA LOBBYING

■ Alle Österreicher* ■ Selbstständige, Freiberufler* ■ Senat der Wirtschaft (Wirtschaftstreibende)*; Zustimmung** in %

Folgen von Lobbying

? Lobbying ist ein Instrument, welches...



Cui bono?

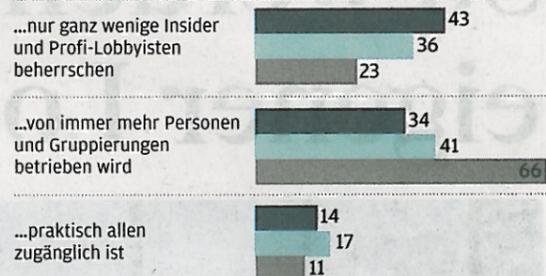
? Was glauben Sie, wer profitiert vom Lobbying?



Quelle: Gallup Institut, Frühjahr 2016; *Samples: Alle Österreicher (n=1000) davon Selbstständige, Freiberufler (n=67) sowie Wirtschaftstreibende (n=114). **Mehrfachnennungen möglich

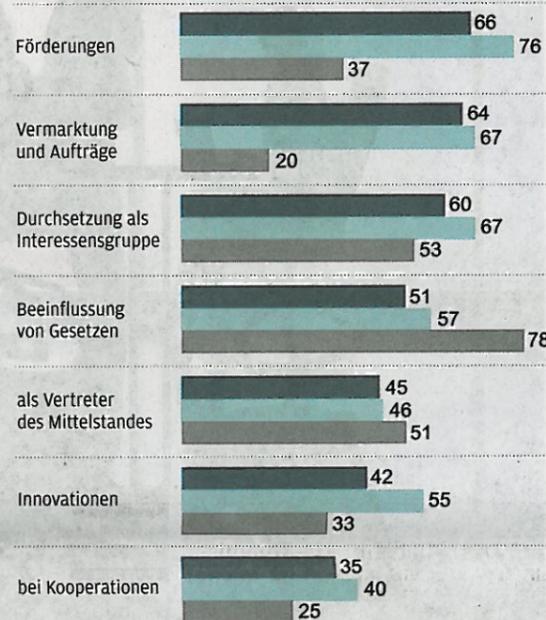
Einschätzung von Lobbying

? Glauben Sie, ist Lobbying eine Kommunikations-Methode, die...



Bedarf an mehr Lobbying im Mittelstand

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



WirtschaftsBlatt Grafik/Cmud

Register

273 Institutionen lobbyieren offiziell

Wien. Der berühmteste Neuzugang im Lobbyistenregister ist Werner Faymann. Der Ex-Kanzler ließ sich per Bekanntmachung 20. Juni ins Register des Justizministeriums eintragen. Er beschäftigt sich mit „Beratung, Public Affairs“, umgesetzt hat er mit Lobbying noch nichts, steht in der Meldung.

Einige Ex-Politiker

Mittlerweile stehen 273 Namen von Personen, Interessenverbänden oder Unternehmen im Lobbyistenregister, somit sind heuer laut Justizministerium knapp 30 neue Lobbyisten dazugekommen. Und in der seit 2013 aufgelegten Liste finden sich neben Faymann auch andere Namen von Ex-Politikern. Etwa Kärntens Ex-Landeshauptmann Christof Zernatto, der sich mit „Politikberatung, Public-Affairs-Beratung und Management, Lobbying“ beschäftigt oder die Ex-Politiker Gerald Georg Grosz (BZÖ) und Franz Fischler (ÖVP).

Auch zahlreiche heimische Unternehmen haben sich ins Register eintragen lassen: Am genauesten hat die Eintragungspflicht die Asfinag genommen, die nicht weniger als 65 „Unternehmenslobbyisten“ dem Justizministerium gemeldet hat. Aber auch andere große heimische Unternehmen finden sich im Register: Beispielsweise Raiffeisen, ÖBB, Immofinanz, EVN, Verbund, Wienerberger, Casinos Austria oder die Erste Bank und viele weitere sind ebenso aufgelistet wie internationale Player, etwa Bayer, Baxter oder Coca-Cola oder Google.

Eine Reihe von Eintragungen betrifft jene Unternehmen, die sich gewerblich mit der Vertretung von Interessen ihrer Auftraggeber beschäftigen – sprich Lobbying- und PR-Agenturen. Im Register fallen etwa in der Branche bekannte Namen wie Brunswick, Ecker&Partner, Gaisberg, Ketchum und andere. Viele andere Eintragungen betreffen aber

bloß jene Institutionen, deren Zweck es ohnehin ist, sich für Mitglieder einzusetzen. Etwa die Autofahrerklubs Arbö und ÖAMTC oder den Medizinprodukteverband Austromed – der Bogen spannt sich weiter über Kammern, die Hoteliersvereinigung oder auch den Wirtschaftsverband und den Ring Freiheitlicher Wirtschaftstreibender.

Professionelle Lobbyisten

Laut Justizministerium sind bisher 79 Lobbyingunternehmen im engeren Sinn wie etwa PR-Agenturen ins Register eingetragen. Mit 116 Eintragungen die größte Gruppe sind allerdings Unternehmen, die Lobbyisten beschäftigen – wenngleich in sehr vielen Fällen die Namen der Vorstandsvorsitzenden oder anderer Topmanager angeführt sind. Insgesamt 78 Eintragungen betreffen Selbstverwaltungskörper oder reine Interessenverbände wie Kammern oder andere Institutionen. (jai)

Die wichtigsten Kontaktgruppen

■ **Erfolgreiches Lobbying** setzt Beziehungen zu sechs mächtigen Gruppen voraus: zu Politikern, Beamten, Verbandschefs, Wissenschaftlern, relevanter Wirtschaft und Medien. „In all diesen Bereichen sind Kontakte nötig, um nicht mit einem Projekt zu scheitern“, sagt Consulter Wolfgang Lusak.

Für Unternehmen sei es sinnvoller, nicht über professionelle Vermittler an bestehende Netzwerke, die in Zeiten des politischen Umbruchs an Einfluss verlieren, anzudocken, sondern eigene Lobbys aufzubauen. Lusak: „Das erfordert aber systematische Arbeit, die oft Jahre dauern kann.“