



Lobby der Mitte

Übersichtsseite Blogs

>> zur Startseite mit allen Blogs

Blogger



20 Jahre an
der Börse



Altmann-
Haumer



ATX



Bauer



Bendi-
Techedel



Bleier



Bohm



Brunner



Chladek



City
Marathon



Dobetsberger



Dorflinger



Draper



Draper



Drastil(C)



Engel-
Kazemi

Ist Lobbying alternativlos? (Wolfgang Lusak)

 Gefällt mir 0  Twittern

Neue Studie zeigt die zwei Gesichter des Lobbyings und bringt Licht ins Dunkel der österreichischen Lobbying-Praxis. Initiator und Auftraggeber Mag. Wolfgang Lusak: "Für die einen ist es Teufelszeug, für die anderen ein notwendiges Instrument". *(komplette Studien-Downloads am Ende des Artikels!)*

Nach der in 2008 gestarteten und jetzt in seiner 7. Welle vorliegenden Repräsentativ-Umfrage unter der österreichischen Bevölkerung und deren Führungskräften - auch mit einer "Senat der Wirtschaft"-Mitgliederbefragung abgestützt - präsentiert Lusak folgende Haupt-Erkenntnisse:

Obwohl Lobbying generell einen schlechten Ruf habe, seien die Assoziationen zu dem Begriff zu ca. 60% neutral/positiv und nur zu ca. 40% kritisch/negativ. Lusak dazu: "Offenbar sehen die Leute Lobbying immer mehr als neutrales Instrument, viele haben gelernt zwischen sinnvoller Kommunikation und primitiver Packelei zu differenzieren; für die Führungskräfte ist Lobbying fast schon was Normales. Der Lobbying-Praxis und den Betreibern von Lobbying stehen die Menschen aber sehr wohl skeptisch gegenüber."

Nur 20% der befragten Österreicher gingen davon aus, dass Lobbying sauber und fair betrieben wird, 48% waren der Ansicht, dass es automatisch zu Vetternwirtschaft, Unfairness und Korruption führe. 64% der Führungskräfte haben laut Studie die Meinung, dass Lobbying sowohl zum Guten als auch zum Schlechten verwendet wird. Lusak: "Die Meisten glauben, dass Lobbying überwiegend missbräuchlich praktiziert wird. Die Führungskräfte sehen das etwas positiver."

Latest Blogs

- » Born in the USA (Monika Sysio via Facebook)
- » Fielmann-Aktie: Neues Kurspotenzial? (Marc...
- » OMV läutet die Opening Bell für Donnerstag
- » ATX-Trends Zahlen von CA Immo, Uniqqa, EVN...
- » Es fehlt ein Konzept zur Einsparung beim S...
- » DAX: Schwache Vorgaben von der Wall Street
- » Wie kann man noch in Bonds aus der Euro-Zo...
- » Egal ob Deutsche Bank oder Sparkasse Rum...
- » Brainstormen im neuen Night Run Shirt (Chr...
- » Fahrradbote, ich (Christian Drastil via Ru...

>> Alle Blogs

Wolfgang Lusak



Lobby-Coach und Kolumnist war Manager bei Unilever, Gillette und BP im In- und Ausland; erster Geschäftsführer der Österreichischen Weinmarketinggesellschaft; 17 Jahre WU

Universitätslektor; arbeitet seit 20 Jahren als selbständiger Berater und Coach für Unternehmen, Institutionen, Interessenvertretungen; hält Vorträge und schreibt regelmäßige Artikel über Politik, Wirtschaft, Mittelstand und Lobbying; mehrfacher Preisträger in den Bereichen Marketing und PR. "Unternehmer des Jahres 2011" (ÖGVAuszeichnung)

www.lusak.at, www.lobbydermitte.at

Weitere Blogs von Wolfgang Lusak

- » Ist Lobbying alternativlos? (Wolfgang Lusak)
Neue Studie zeigt die zwei Gesichter des Lobbyings und bringt Licht ins Dunkel der osterreich...
- » Mittelstand will sich gegen Zerstörung weh...
Aufgrund aktueller Gallup-Studie wird "totaler Kurswechsel" in der Mittelstandspolitik verlangtFr...
- » Was nach dem Weinskandal wirklich geschah...
Was nach dem Weinskandal wirklich geschah und was die vor 30 Jahren gegründete Weinmarketing...
- » EU-Geld erreicht KMU kaum - wo der Engpass
Laut der Präsentation von EFSI (European Fund for Strategic Investment)-Geschäftsfu...

Zur Frage „Wer profitiert vom Lobbying/Wer hat am meisten Einfluss?“ gibt es folgende Einschätzungen: Als Haupt-Nutznieser des Lobbyings werden Konzerne (77%), Politik/Regierung (75%) und die Global-Finanzwirtschaft (55%) gesehen – und das seit 2008 ständig steigend. KMU (27%), Mittelstand (20%), Sozialorganisationen, NPOs würden als wenig vom Lobbying profitierend eingestuft – KMU noch dazu rückläufig! Kommentar des Studien-Auftraggebers: „KMU und Mittelstand sind die „Lobbying-Verlierer“, sie werden als machtlos und durchsetzungsschwach gesehen. Die Führungskräfte schätzen den Lobbying-Nutzen von Konzernen mit 98% und Global-Finanz mit 83% noch deutlich höher als die Bevölkerung ein, den von KMU und Mittelstand noch etwas tiefer - Insider machen sich also keine Illusionen über die wahren Machtverhältnisse.“

Laut Studie sind nur 14% der Österreicher der Meinung, dass Lobbying „praktisch allen zugänglich ist“ aber 43% glauben, dass es nur ganz wenigen Insidern und Profi-Lobbyisten zugänglich ist. Allerdings denken 66% der Führungskräfte, dass Lobbying eine Disziplin ist, die von immer mehr Personen und Gruppierungen betrieben wird. Lusak: "Bei der Bewertung von Lobbying kommt es sehr drauf an, wer es betreibt. Konzernen, Globalbanken und Lobbyisten wird misstraut, aber kleinen und mittelgroßen Betriebe wünschen die Menschen mehr Eigen-Lobbying bzw. Lobbying-Unterstützung. Lobbying ist immer noch eine Art Geheim-Wissenschaft, zu der man den „eigenen“ Interessenvertretern - und sich selbst - mehr Zugang wünscht.“

Weitere Erkenntnisse: Lobbying wird immer bekannter; bei den Österreichern stieg die Bekanntheit des Begriffs Lobbying von 40% in 2009 auf 63% in 2016. Ein Viertel der Österreicher, aber nur 4% der Führungskräfte würde es gerne sehen, wenn statt der Profi-Lobbyisten nur mehr Eigen-Lobbyisten (also z.B. Unternehmer, Bürger, Einzelorganisationen) agieren würden.

Zusammenfassend zieht Lusak aus dieser Studie und in Beobachtung der Praxis den Schluss, dass Lobbying „ein altes hässliches, aber auch ein neues, schönes Gesicht“ hat. In einem Europa der „zerfallenden Strukturen und absterbenden alten Seilschaften“ bringe einem das gewohnte Netzwerken, also das bloße Andocken an bestehende Groß-Lobbys immer weniger. Wenn Nationalstaaten, Parteien, Kammern und viele andere Traditions-Einrichtungen immer schwächer wurden, dann bliebe einem weitblickenden Menschen und ganz besonders dem Mittelstand gar nichts anderes übrig, als eigene Lobbys aufzubauen: „Es gibt einen steigenden Bedarf an Lobbying und Lobbying-Know How, um sich damit in der Zukunft mit seinen Ideen, Innovationen und Projekten durchsetzen zu können. Meine Botschaft: Lobbying ist alternativlos - überlasse es aber nicht den Profi-Lobbyisten und sei Dein eigener Lobbyist!“

Unternehmensberater und Koop/Lobby-Coach Mag. Wolfgang Lusak

ZU STUDIEN-CHARTS und FOTOS:

Link zur LUSAK/GALLUP-Repräsentativ-Befragung (n=1000):

Link zur LUSAK/GALLUP-Senat der Wirtschaft-Mitgliederbefragung (mit Vergleichen zur Repräsentativ-Befragung):

Foto Lusak-Lobbying

Kazemi



Facebook



Feuerstein



Fichtinger



Geiger



Geyer



Gillinger



Gold



Gredenberg



Griesbach



Grüner



Gechtiogl



Haas



Haas



Hanke



Henke



Hirech



Hirech



Hörhan



Hufeisen



Hüfner



Ioveva



Iersabek



Kalbacher



Kaltenreiner



Kern



Kiffe



Knappe



Koblmüller