

Unternehmensstrategie

Mythos Lobbying?

Lobbying spielt noch immer eine geheimnisvolle Rolle in der österreichischen politischen Landschaft. Meist nicht näher beschriebene machtvolle Lobbys verhindern dies oder jenes, andere wiederum setzen dies oder das durch. Mehr über dieses oft "geheimnisumwitterte" und im Wirtschaftsleben besonders wichtige Thema erfahren Sie in diesem Beitrag von Mag. Peter Eichbauer.

In demokratisch verfassten, marktwirtschaftlich organisierten Wirtschaftssystemen setzt und verändert die Politik laufend Rahmenbedingungen für unternehmerisches Handeln. Dabei geht es immer auch um Kompromisse unterschiedlichster Interessen. Im politischen Diskurs artikulieren sich diese Interessen und setzen sich den jeweiligen Kräfteverhältnissen entsprechend mehr oder weniger durch. Die Durchsetzungsfähigkeit der eigenen Interessen hängt dabei nicht nur von der Mehrheitsfähigkeit, sondern auch von der (öffentlichen) Plausibilität der eigenen Argumente ab. Ergebnisse des Diskurses sind Gesetze, Verordnungen, Entscheidungen, öffentliche Aufträge oder Förderungen, kurz die politischen Rahmenbedingungen für das Tätigwerden des einzelnen Unternehmens.

Der Ausgangspunkt jeden Lobbyings ist die bestmögliche Durchsetzung der eigenen Interessen in diesen politischen Entscheidungsprozessen – ein durchaus legitimes Ansinnen, dem durch Öffentlichkeit, demokratische Verfassung und gesellschaftlichen Grundkonsens moralische Grenzen gesetzt sind. In Ländern mit echter Lobbying-Tradition wie den USA, aber auch in der Europäischen Union gilt Lobbying als eine rechtschaffene Art, sich als Unternehmen, Institution, Interessensverband in den politischen Entscheidungsprozess einzubringen. Unternehmen sind auch politische Akteure, Unternehmen beschäftigen Wähler, Unternehmen haben Wähler als Kunden – und wenn der These zugestimmt wird, dass „die Politik“ maßgeblich unternehmerisches Handeln beeinflusst, was liegt näher, als sich um die Politik zu kümmern, sich rechtzeitig einzubringen, mitzureden, Bündnispartner zu suchen, politische Entscheidungen und damit das politische Umfeld mitzugestalten.



Mag. Peter Eichbauer ist geschäftsführender Gesellschafter der Anfang 2001 gegründeten Mag. Peter Eichbauer Lobbying KEG. Zuvor war er über 15 Jahre in österreichischen Ministerien, in der Ständigen Vertretung Österreichs bei der EU sowie im Wiener Wirtschaftsförderungsfonds tätig.

RECHTZEITIG AUF ENTSCHEIDUNGSPROZESSE EINWIRKEN

So verstanden ist Lobbying eine Unternehmensfunktion, die es durch laufendes Beobachten der Diskussionen betreffend die relevanten politischen Rahmenbedingungen ermöglicht, rechtzeitig durch seriöse Informationen auf die Entscheidungsprozesse einzuwirken. Veränderungen können dadurch abgeschwächt, verstärkt, verhindert, initiiert oder aber berechenbarer gemacht, Anpassungskosten, die durch veränderte Rahmenbedingungen entstehen, minimiert werden.

Was hier abstrakt formuliert recht einleuchtend klingt, stellt viele Unternehmen in der Praxis vor ungeheure Probleme. Die Vielzahl der ihr Handeln beeinflussenden Gesetze und Vorschriften ist so schon nicht leicht überschaubar. Und dann erst die Identifikation sich abzeichnender Veränderungen und die Analyse ihrer Auswirkungen auf das eigene Unternehmen – und dies auf regionaler, nationaler und supranationaler Ebene.

Zwar gehört es zu den Aufgaben der Interessensvertretungen, Lobbying für vernünftige und berechenbare Rahmenbedingungen zu betreiben und gerade Österreich verfügt hier über eine ausgeprägte Tradition. Die zunehmende Ausdifferenzierung des Wirtschaftsgefüges stellt die Interessensvertretungen aber zunehmend vor Probleme, müssen sie doch immer einen kleinsten gemeinsamen Nenner ihrer Mitglieder vertreten. Berechtigte Interessen eines einzelnen Mitgliedsunternehmens können dabei schon einmal unter den Tisch fallen.

Deshalb wird sich auch in Österreich der internationale Trend zunehmend durchsetzen, sich professioneller Lobbyisten zu bedienen. Die verfügen über langjährige Erfahrungen in Politik und Verwaltung und gute Kenntnisse der politischen Entscheidungsabläufe, kennen viele der handelnden Akteure, und übersetzen gewissermaßen die Unternehmensinteressen in die Sprache der Politik und Verwaltung. Dadurch entstehen win-win-Situationen: Angesichts der Komplexität, mit der sich heute die Gesetzgeber konfrontiert sehen, wird es immer wichtiger, mög-

WENN POLITIK ALS WICHTIGER PARAMETER IN DIE
UNTERNEHMENSPLANUNG UND STRATEGIE EINFLIESST,
ERGEBEN SICH NEUE MÖGLICHKEITEN ZUR OPTIMIE-
RUNG DES UNTERNEHMENSERFOLGES



Management

lichst viele Informationen in den Entscheidungsprozess mit einzubeziehen. Seriöse Informationen aus der Sicht potentiell betroffener Unternehmen erleichtern es, nicht erwünschte Folgen von neuen Bestimmungen von vornherein weitgehend zu vermeiden.

Wirtschaft und Politik sind zwei verschiedene, sich gegenseitig beeinflussende Welten mit unterschiedlichen Sprachen, Rationalitäten und Erfolgskriterien. Wenn Politik als wichtiger Parameter in die Unternehmensplanung und Strategie einfließt, ergeben sich neue Möglichkeiten zur Optimierung des Unternehmenserfolges. Lobbying verliert dann sein geheimnisvolles Image und wird zum Management der politischen Interessen des Unternehmens. Und wenn dann eine "machtvolle Lobby" wieder einmal „etwas durchgesetzt“ hat, dann war es der politische Weitblick eines verantwortungsbewussten Managers, der rechtzeitig und an den richtigen Stellen mit gewichtigen Argumenten die Interessen seines Unternehmens in den politischen Entscheidungsprozess eingebracht und auch Gehör gefunden hat.