

# KMU: Die erfolgreichen Verlierer

**Präsentation  
zum Pressegespräch am 10.2.10 im Cafe Landtmann**

Professionelles, transparentes und barrierefreies Lobbying könnte zu einer wertvollen Belebung der Wirtschaft und der Demokratie in Österreich beitragen

Willkommen bei der PK! Danke für Ihr Interesse!

Eine aktuelle Repräsentativ-Befragung zeigt auf, dass die Österreicher die KMU einerseits als benachteiligte Lobby-Verlierer und andererseits als Retter in der Wirtschaftskrise sehen. Die Mehrheit glaubt, dass die Konzerne und die Politik weit mehr als die KMU vom Lobbying profitieren. Ich meine dazu: Die Menschen machen offenbar einen Unterschied zwischen denjenigen, welchen sie vertrauen und denjenigen, welche die Macht haben. Eine vergleichende KMU-Befragung verstärkt diese Eindrücke noch: 94% der KMU glauben, dass für sie zu wenig Lobbying betrieben wird.

Schauen wir uns die Studien an

# 1. GALLUP

## Thema der Untersuchung: Lobbying und KMU in Österreich, Welle 2

**Meinungsforschungs-Institut: Karmasin GALLUP Österreich**  
**Auftraggeber: LUSAK Consulting**

**Befragungszeitraum:** 18. Dezember 2009 . 11. Jänner 2010

**Grundgesamtheit:** Bevölkerung ab 14 Jahren

**Befragungsgebiet:** Gesamtes Bundesgebiet

**Methode:** Einschaltung in den Gallup Omnibus  
persönliches Interview in den Haushalten

**Stichprobenverfahren:** Mehrstufig vorgeschichtetes  
Random . Quoten Verfahren

**Stichprobengröße:** n=1000

**Tabellenbasis:** 1000

**Strukturbereinigung:** Faktorengewichtung

**Auf- und Abrundung:** Summe von 99 % oder 101 %  
ist mit 100 % gleichwertig

**Kontrollen:** Schriftliche Kontrollen (10 %)

Telefonische Kontrollen (5 %)

Mit- und Nachgekontrollen (3 %)

Rücklaufkontrolle (100 %)

Plausibilitätskontrolle durch einen

Vorlauf in der Datenverarbeitung (100 %)

Wien im Jänner 2010 Österreichisches Gallup-Institut

Karmasin Marktforschung

## Struktur der Befragten

Basis In Prozent

### Total 1000

#### GESCHLECHT

Männer 484 48,4

Frauen 516 51,6

#### ALTER

14 - 30 Jahre 234 23,4

31 - 50 Jahre 362 36,2

Über 50 Jahre 405 40,5

#### BERUF

Sst Frb LA 72 7,2

Bea Ang 293 29,3

Arbeiter 185 18,5

Landwirt 19 1,9

Sch Stud 85 8,5

Hausfrau 71 7,1

Pensionist 276 27,6

#### SCHULBILDUNG

Pflicht 264 26,4

Beruf Fach 496 49,6

Mat Uni 240 24,0

#### EINKOMMEN

Bis Euro 1.500 180 18,0

Bis Euro 2.400 250 25,0

Bis Euro 3.000 192 19,2

Über Euro 3.000 180 18,0

#### BUNDESLAND

Wien 202 20,2

NÖ Bgld 226 22,6

Stmk Ktn 215 21,5

OÖ Sbg 230 23,0

Trl Vbg 127 12,7

#### ORTSGRÖSSE

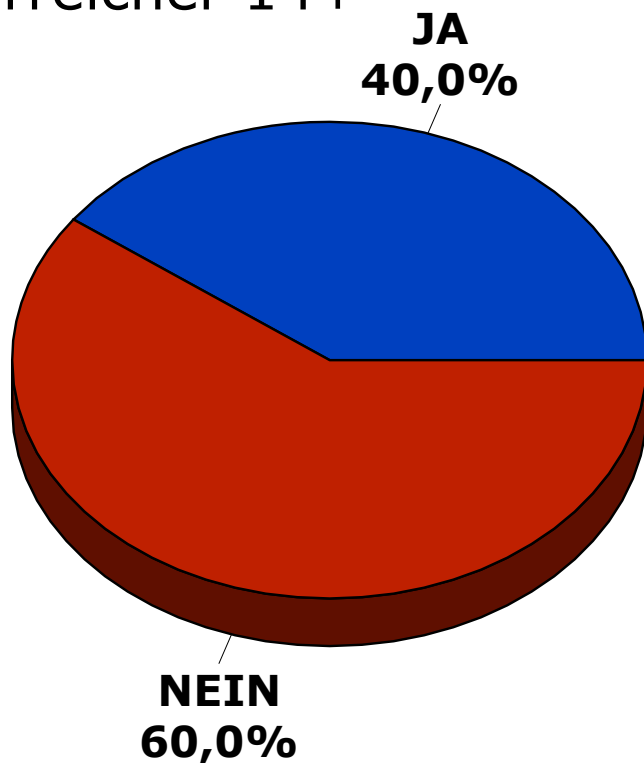
Bis 5.000 447 44,7

Bis 50.000 243 24,3

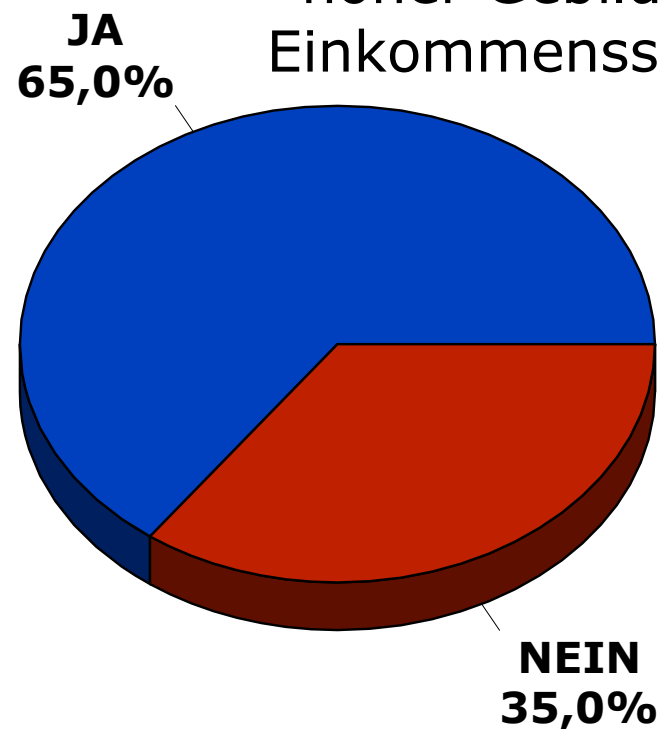
Über 50.000 109 10,9

## Frage: "Kennen Sie den Begriff Lobbying?"

Österreicher 14+



Unternehmer,  
höher Gebildete,  
Einkommensstarke



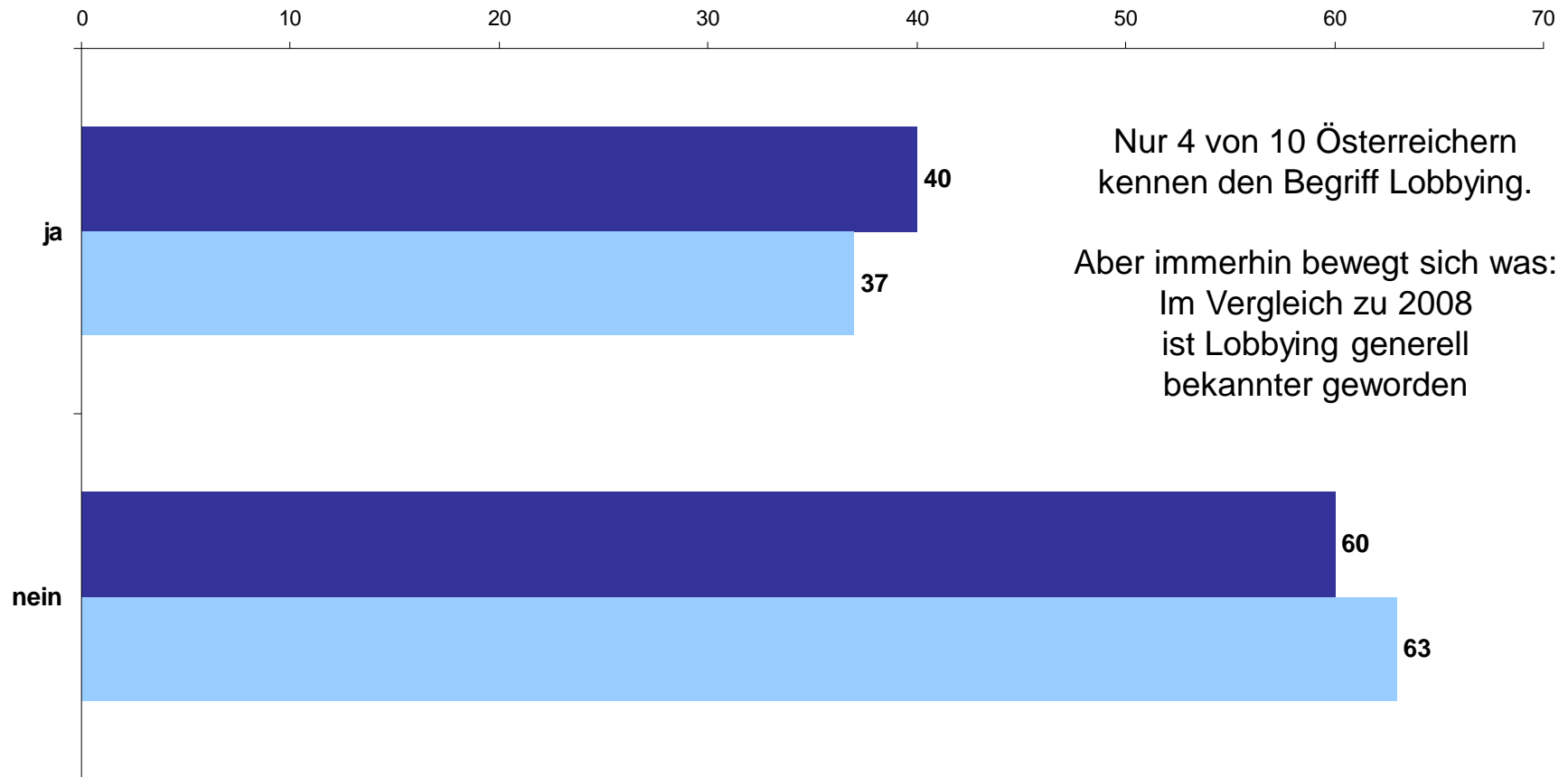
Auftraggeber: Lusak Consulting  
Ausführung: GALLUP Institut 2010

Nur 4 von 10 Österreichern kennen den Begriff Lobbying.  
Bei den höher Gebildeten, den Managern, Unternehmern und Einkommensstarken sind das aber 2/3  
(es bleibt überraschend, dass auch in dieser Gruppe ein gutes Drittel mit dem Begriff spontan nichts anfangen kann)

Frage 1  
Basis: Total, n=1000  
Angaben in %

### Bekanntheit Begriff "Lobbying"

■ 2009 ■ 2008

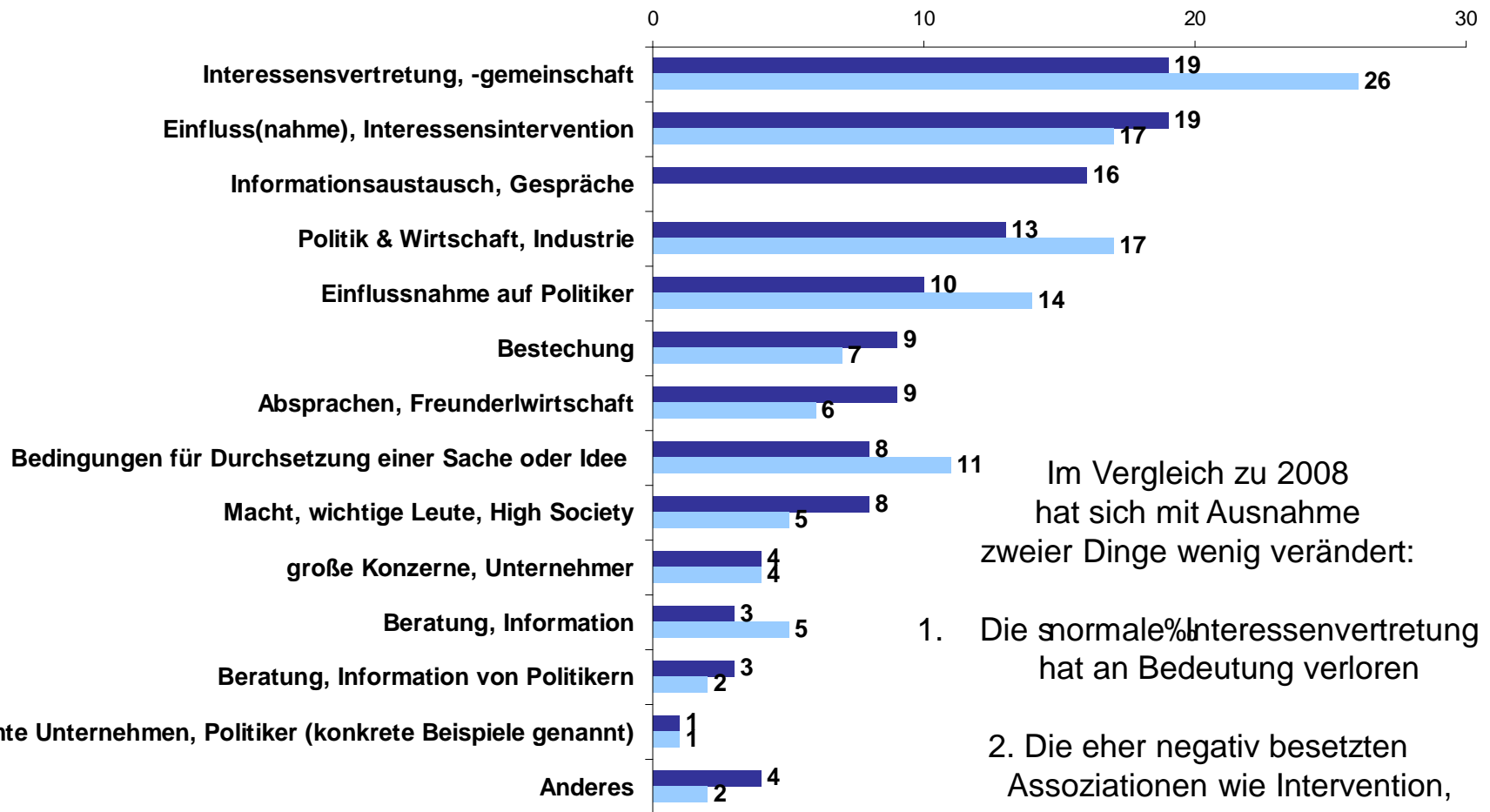


Frage 1a  
 Basis: Kenner des Begriffs  
 Angaben in %

### Spontanassoziationen zum Begriff "Lobbying"

- Basis: Kenner des Begriffs -

■ 2009 (n=401)    ■ 2008 (n=365)



Im Vergleich zu 2008 hat sich mit Ausnahme zweier Dinge wenig verändert:

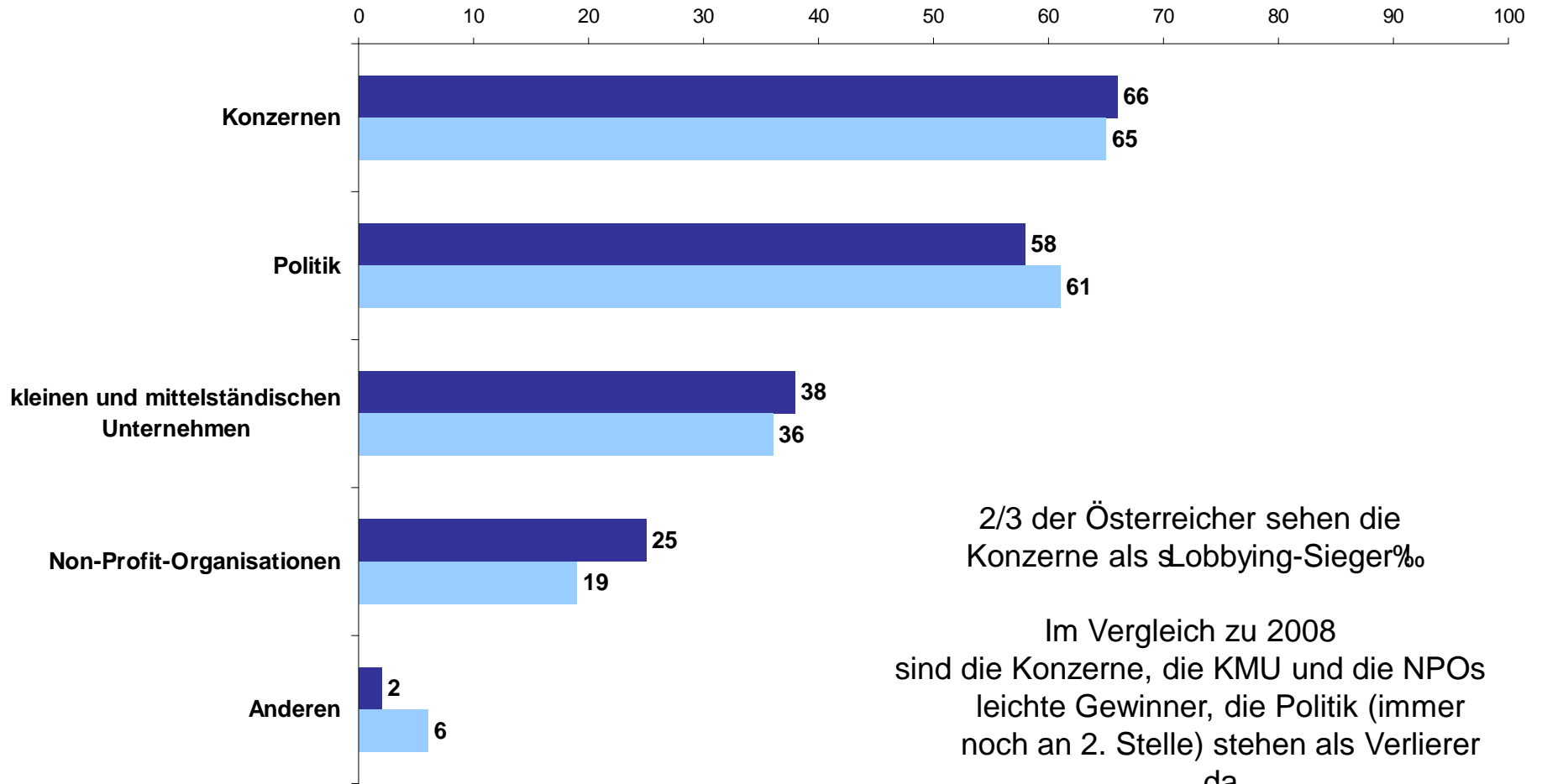
1. Die normale Interessensvertretung hat an Bedeutung verloren
2. Die eher negativ besetzten Assoziationen wie Intervention, Bestechung, Freunderlwirtschaft und Macht haben an Bedeutung gewonnen

Frage 2  
Basis: Total, n=1000  
Angaben in %

### Was glauben Sie, wem nützt "Lobbying"?

- Basis: Total -

■ 2009 ■ 2008



2/3 der Österreicher sehen die Konzerne als „Lobbying-Sieger“

Im Vergleich zu 2008 sind die Konzerne, die KMU und die NPOs leichte Gewinner, die Politik (immer noch an 2. Stelle) stehen als Verlierer da

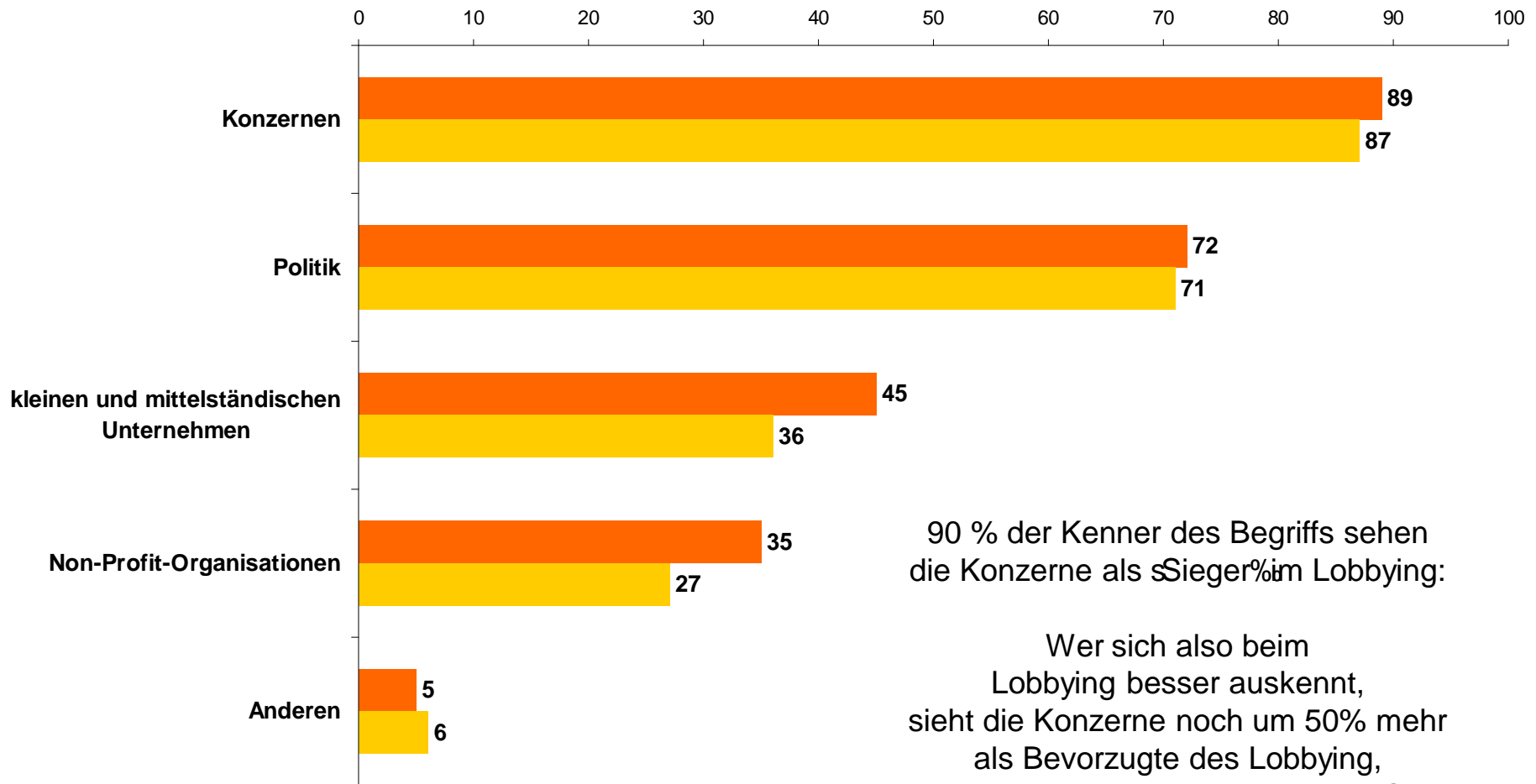


Frage 2  
 Basis: Kenner des Begriffs  
 Angaben in %

### Was glauben Sie, wem nützt "Lobbying"?

- Basis: Kenner des Begriffs -

2009 (n=401) 2008 (n=365)



90 % der Kenner des Begriffs sehen die Konzerne als "Sieger" im Lobbying:

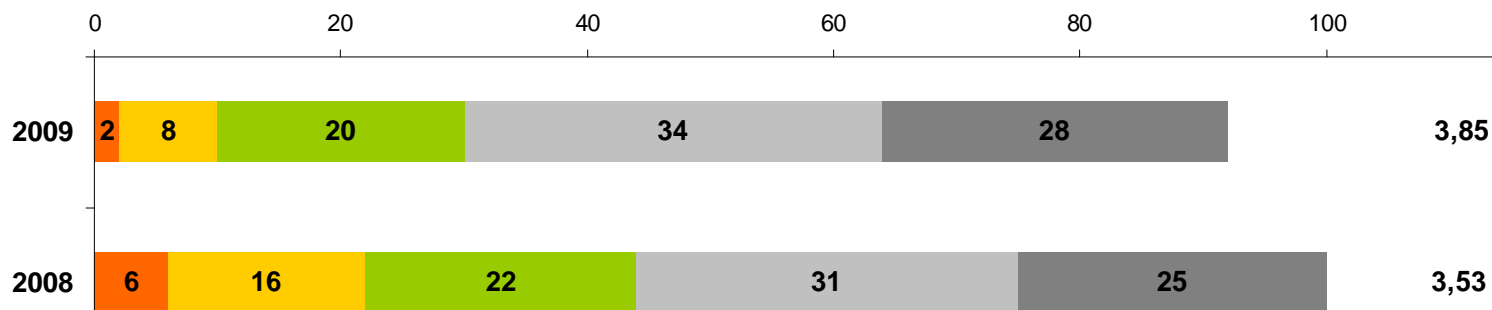
Wer sich also beim Lobbying besser auskennt, sieht die Konzerne noch um 50% mehr als Bevorzugte des Lobbying, aber auch die Politik, KMU und NPO als etwas besser im Rennen

Frage 3  
Angaben in % und MW

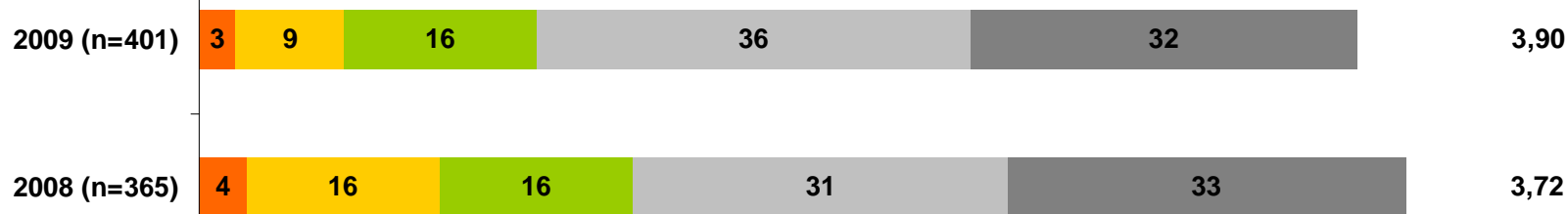
### Glauben Sie, wird für die kleinen und mittelständischen Unternehmen in Österreich ... Lobbying betrieben?

■ viel zu viel   
 ■ etwas zu viel   
 ■ gerade richtig   
 ■ etwas zu wenig   
 ■ viel zu wenig   
 Mittelwerte

**Basis Total**  
**(n=1000)**



**Basis Kennen**  
**Begriff Lobbying**



Rest auf 100% = k.A.

Die Österreicher sehen die KMU als Lobby-Verlierer%  
62% glauben, dass für KMU zu wenig Lobbying betrieben wird. Im Vergleich zu 2008 hat sich diese Einstellung noch verstärkt. Bei den Lobby-Begriffkennern ist dieser Eindruck noch ungünstiger für die KMU.

Als besonders interessant ist in diesem Zusammenhang der Vergleich mit einer Gallup-Studie aus dem September 09, denn:

Die gleichen Menschen, welche bei den KMU viel zu wenig Lobbying-Macht sehen, trauen ihnen am ehesten zu, Österreich aus der Krise zu führen.

Laut dieser Studie halten die Österreicher die KMU

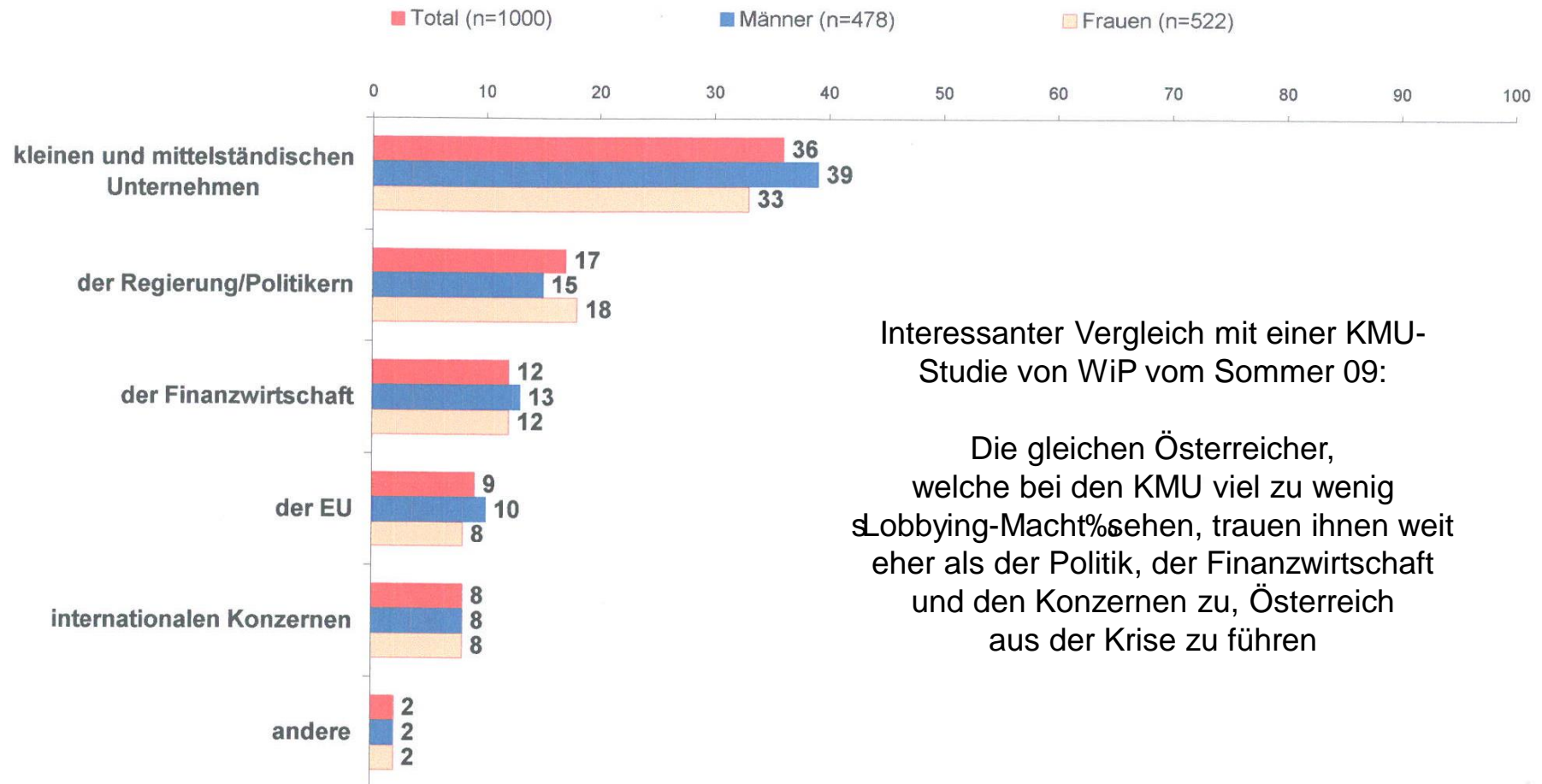
- “ für doppelt so befähigt das Land aus der Krise zu führen, wie die Regierungspolitiker,
- “ als dreimal so fähig wie die Finanzwirtschaft und
- “ viermal so fähig wie EU und Konzerne

Das ist kein Widerspruch, sage ich, denn die Menschen erleben täglich in den Medien, wer den Ton angibt und im Beruf, wer echte Wertschöpfung für Österreich erbringt. Das Vertrauen in die mittelständische Wirtschaft ist enorm!

# Querverweis: WiP Gallup Befragung 09: Wem trauen Sie am ehesten zu, Österreich aus der Krise zu führen?

Frage 1  
Angaben in %

**Wem trauen sie am ehesten zu,  
Österreich aus der Krise zu bringen?**  
Total vs. Geschlecht

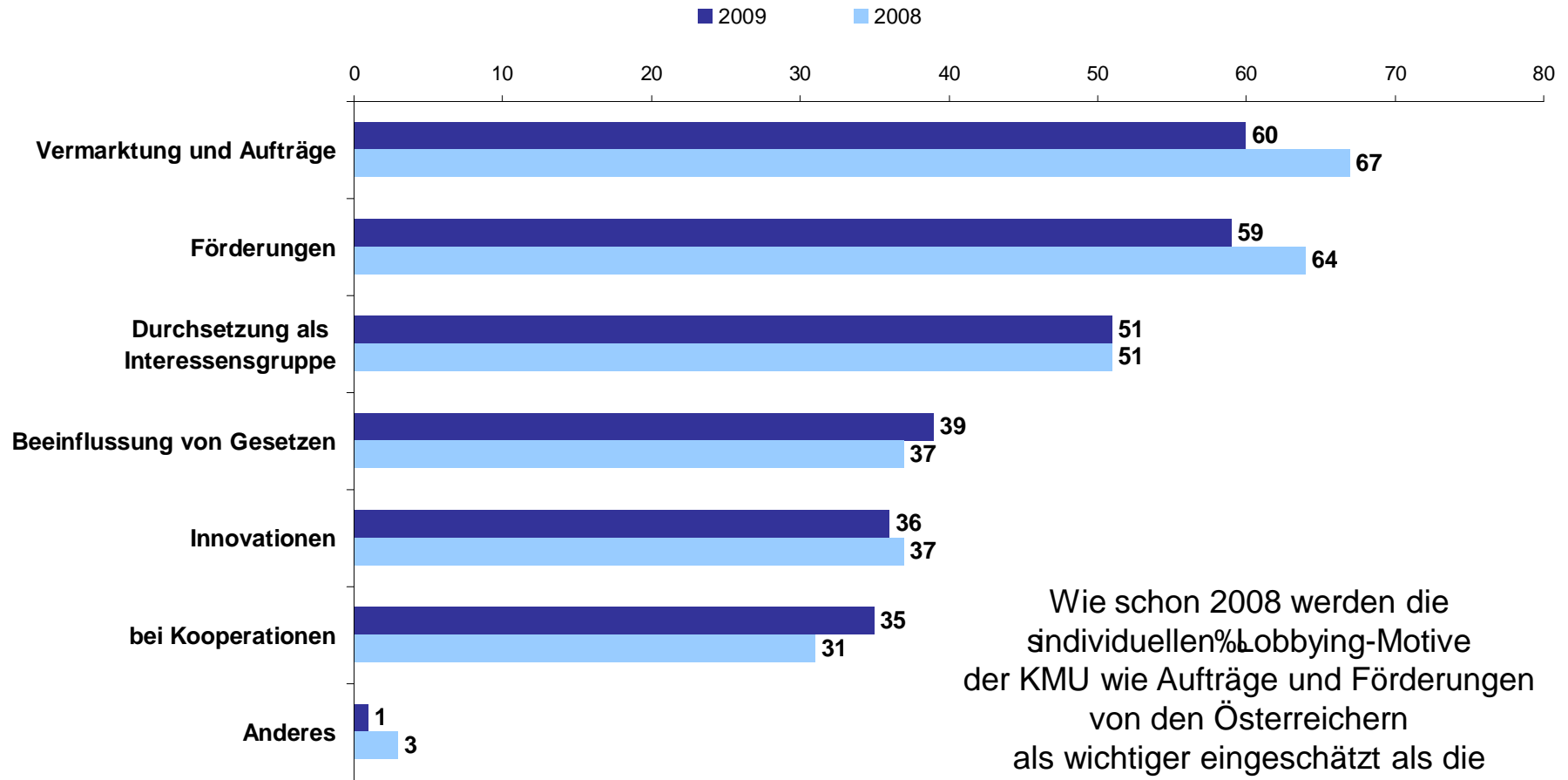


Interessanter Vergleich mit einer KMU-Studie von WiP vom Sommer 09:

Die gleichen Österreicher, welche bei den KMU viel zu wenig Lobbying-Macht sehen, trauen ihnen weit eher als der Politik, der Finanzwirtschaft und den Konzernen zu, Österreich aus der Krise zu führen

Frage 4  
Basis: Total, n=1000  
Angaben in %

### Für welche der folgenden Dinge brauchen kleine und mittelständische Unternehmen Lobbying? - Basis: Total -



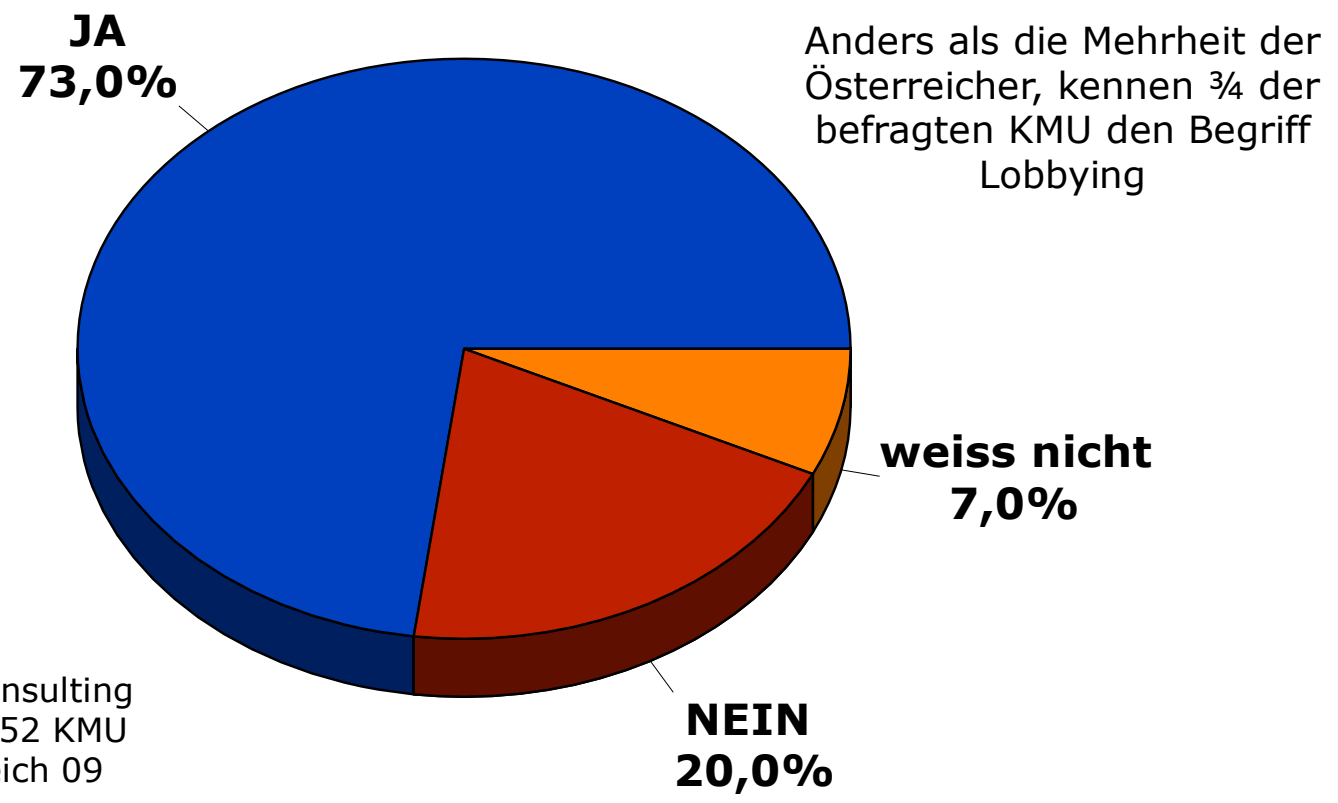
Wie schon 2008 werden die individuellen Lobbying-Motive der KMU wie Aufträge und Förderungen von den Österreichern als wichtiger eingeschätzt als die allgemeinen wie Gruppen-Durchsetzung und Gesetze

## 2. Lusak KMU –Interviews

### Die Daten zur KMU-Befragung:

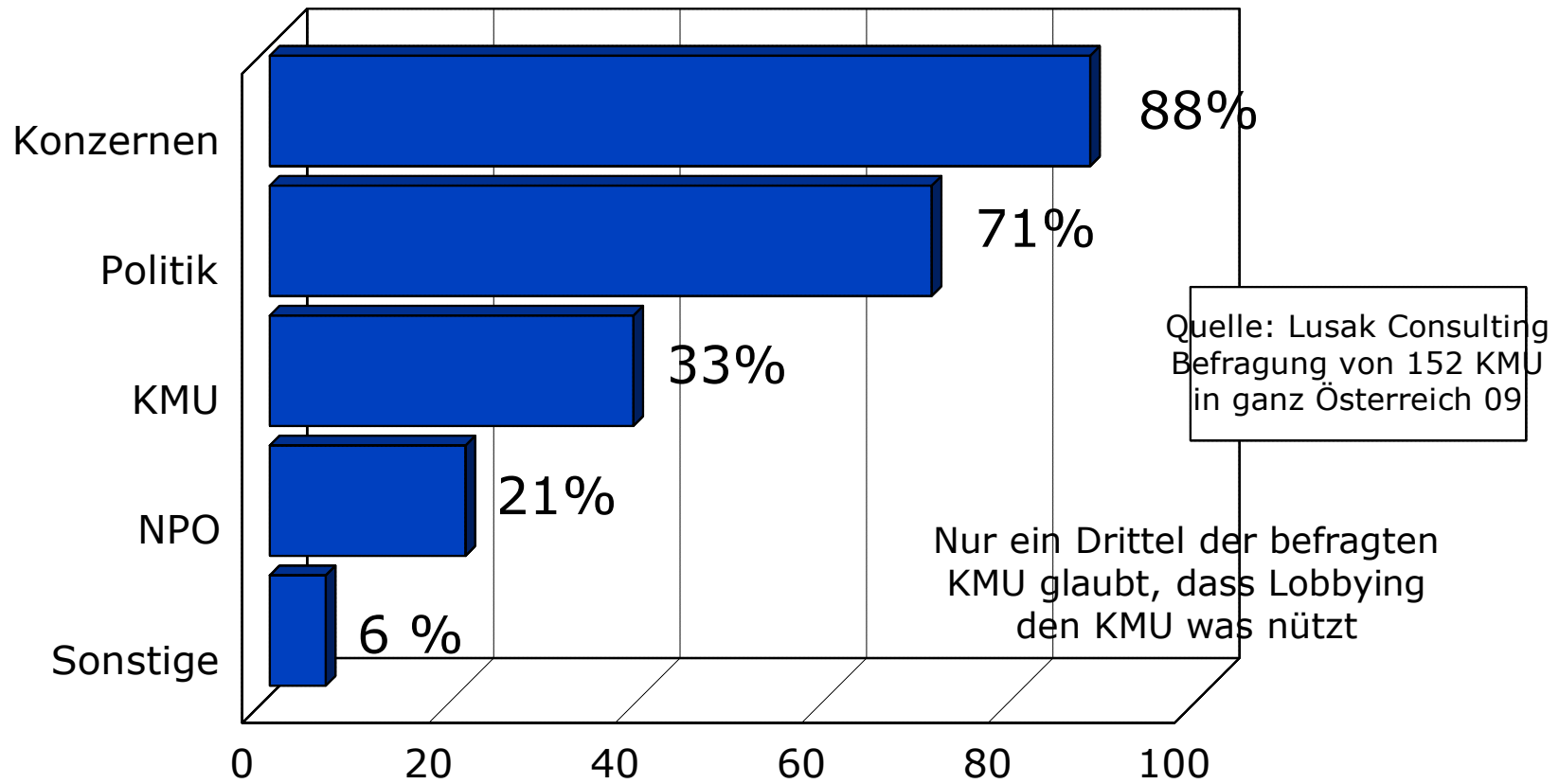
Methode der Interviews	Persönlich/Face to Face
Anzahl der Interviews	152
Bundesländer-Anteile in %	Wien 33, NÖ/B 73, St/K 25, OÖ/Sbg 14, T/V 7
Mitarbeiter Anzahl Anteile	<ul style="list-style-type: none"><li>•1-5: 25%</li><li>•5-10: 28%</li><li>•10-50: 18%</li><li>•50-100: 22%</li><li>•Über 100: 7%</li></ul>
Branchen Verteilung	<ul style="list-style-type: none"><li>•Gewerbe/Handwerk 53%</li><li>•Handel 17%</li><li>•Transport 4%</li><li>•Tourismus 10%</li><li>•IC 13%</li></ul>
Geschlecht	79% Männer, 21% Frauen
Befragungs-Zeitraum	2. Hj 2009: Sep – Dez 09

# Frage an KMU: "Kennen Sie den Begriff Lobbying?"



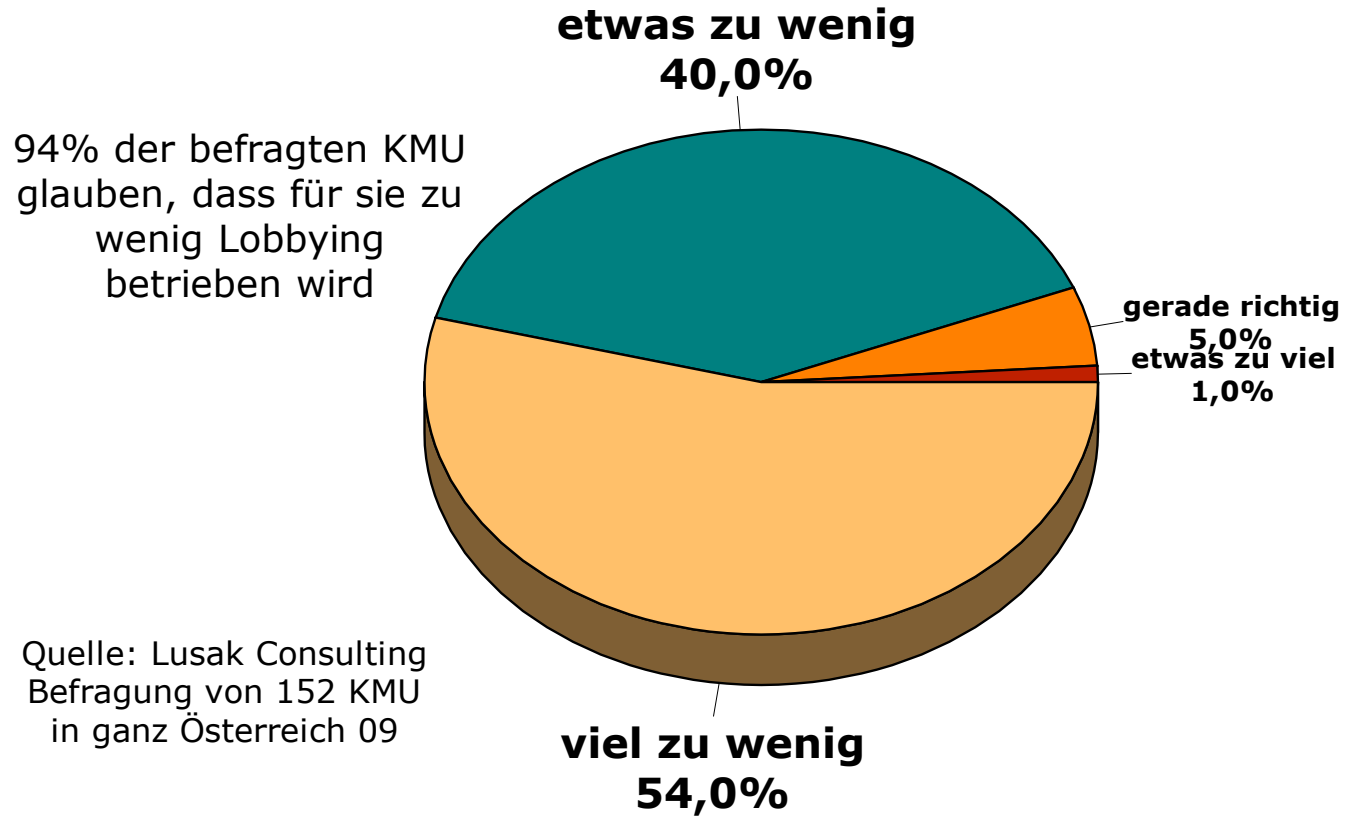
Quelle: Lusak Consulting  
Befragung von 152 KMU  
in ganz Österreich 09

## Was glauben Sie, wem nützt Lobbying?

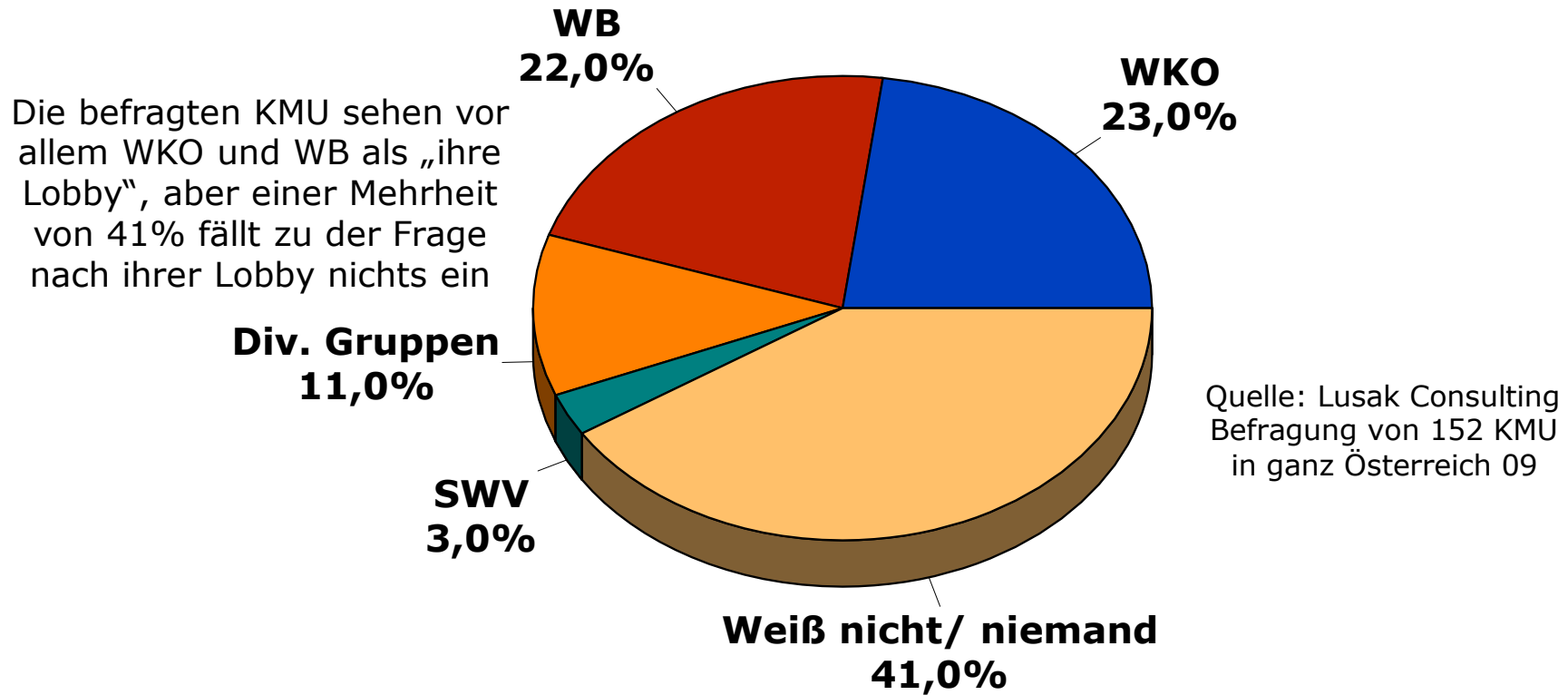




# Glauben Sie wird für die KMU in Ö ..... Lobbying betrieben?

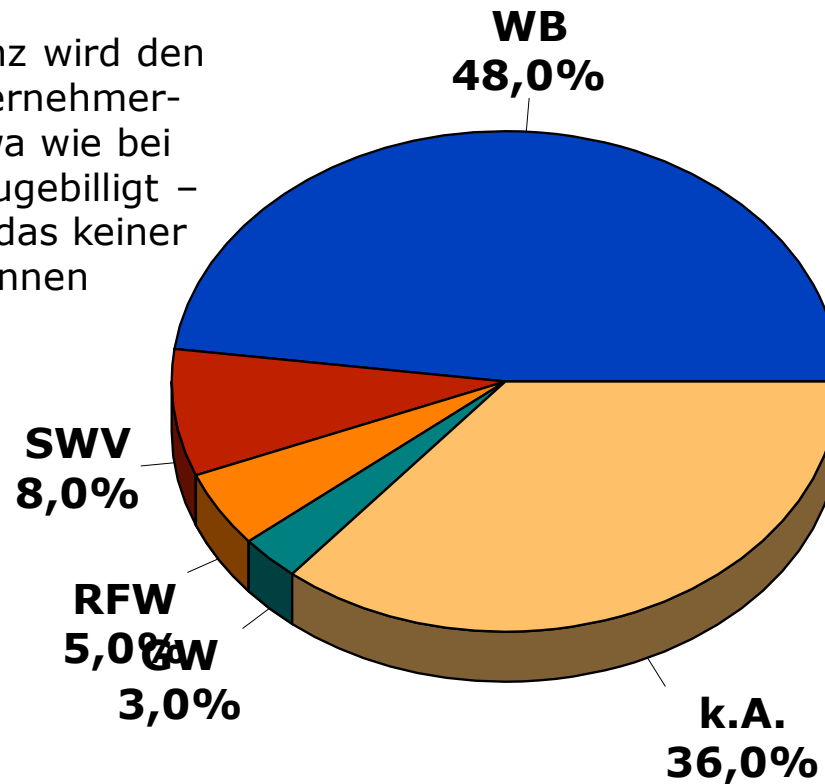


## Wen sehen Sie als Lobby der KMU (spontane Nennung)?



## Welche der vorgegebenen politischen Interessenvertretungen hat für Sie die höchste KMU-Kompetenz?

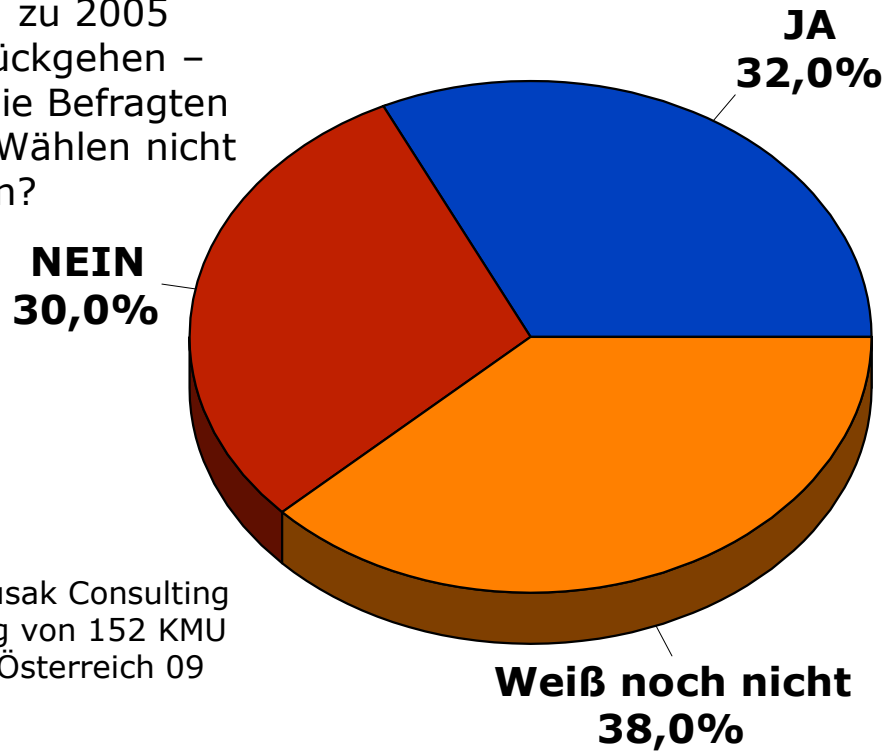
Die KMU-Kompetenz wird den 4 politischen Unternehmer-Vertretungen etwa wie bei der letzten Wahl zugebilligt – aber 36% wollen das keiner der 4 zuerkennen



Quelle: Lusak Consulting  
Befragung von 152 KMU  
in ganz Österreich 09

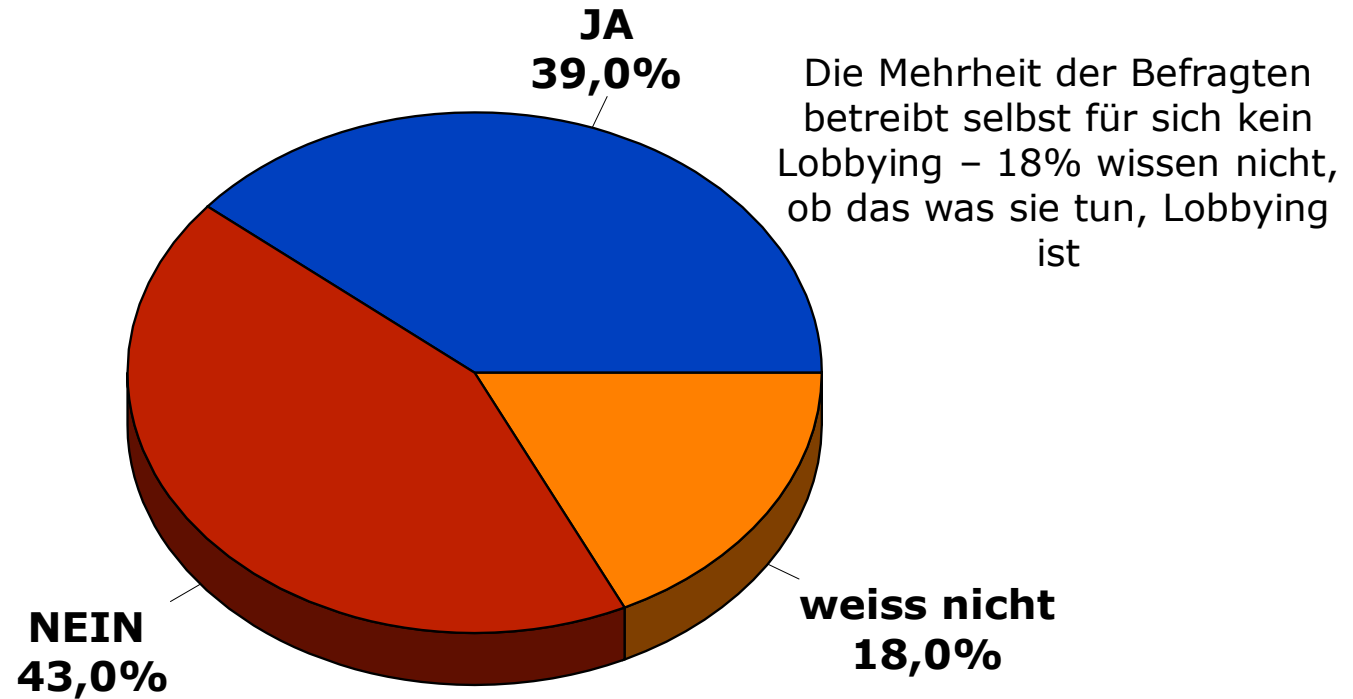
## Werden Sie bei der Kammerwahl wählen?

Die Wahlbeteiligung könnte im Vergleich zu 2005 nochmals zurückgehen – vielleicht weil die Befragten den Nutzen im Wählen nicht sehen?



Quelle: Lusak Consulting  
Befragung von 152 KMU  
in ganz Österreich 09

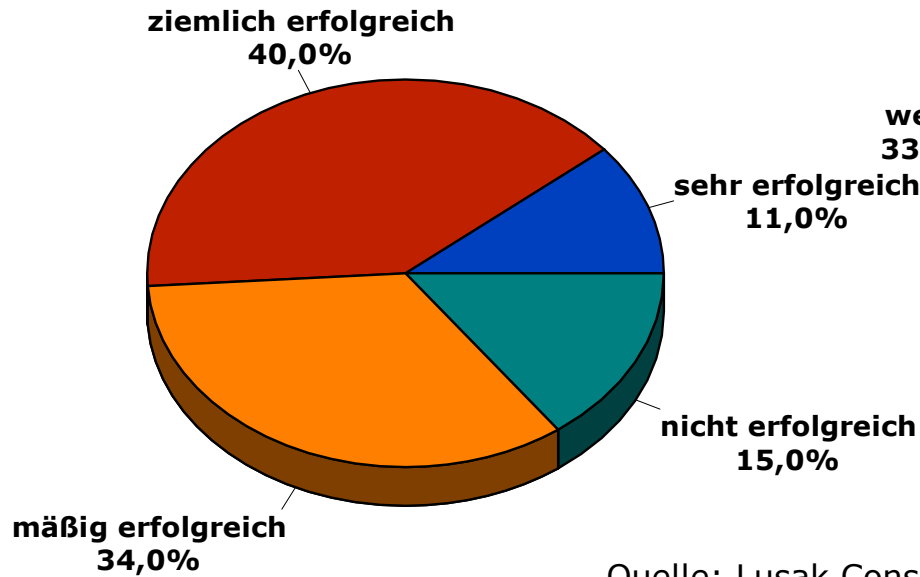
## "Betreiben Sie für Ihr Unternehmen Lobbying?"



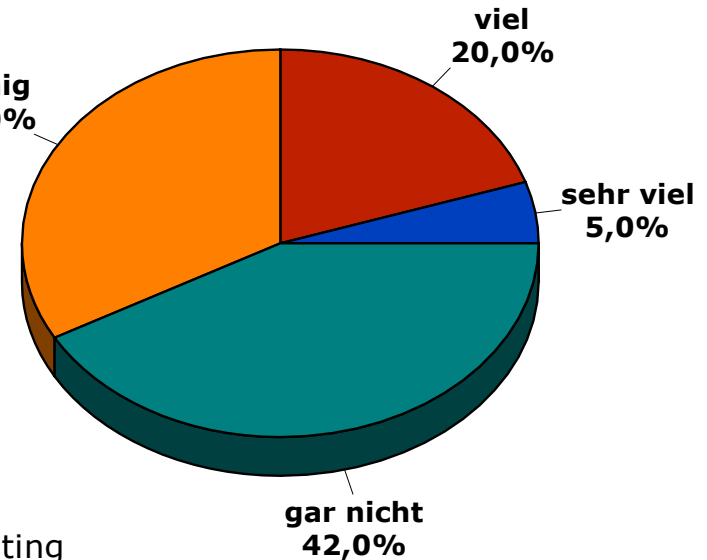
Quelle: Lusak Consulting  
Befragung von 152 KMU  
in ganz Österreich 09

### Fragen an KMU:

"Wie erfolgreich schätzen Sie sich ein?"



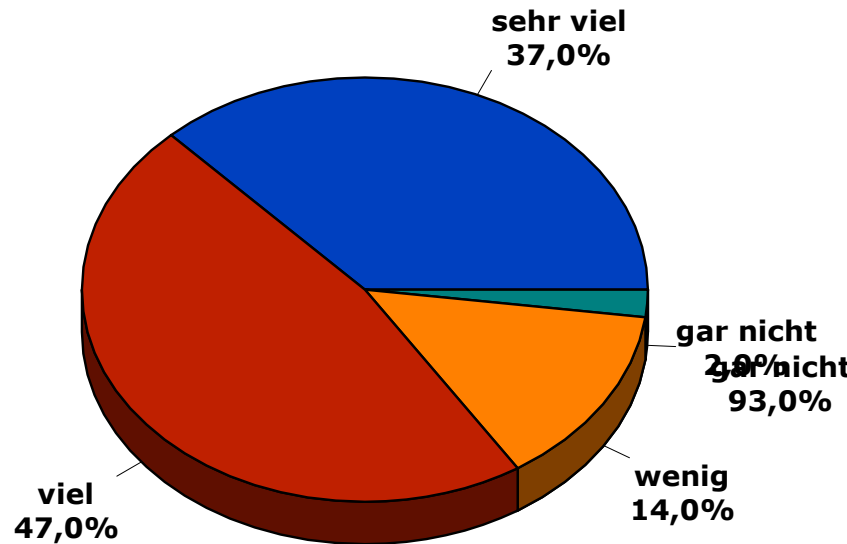
"Wie sehr betreiben Sie Lobbying?"



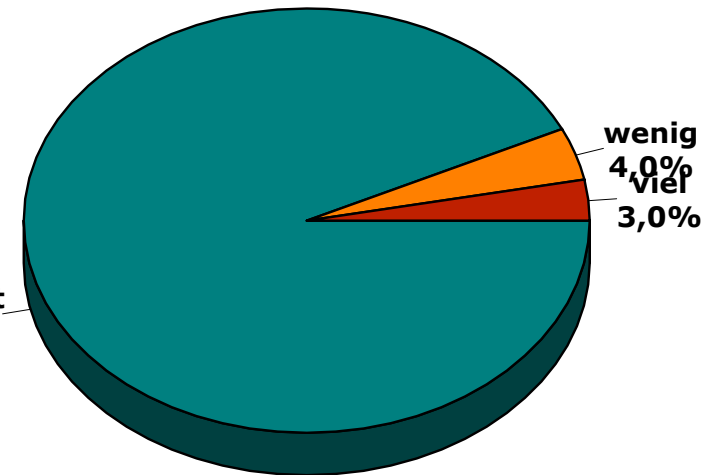
Quelle: Lusak Consulting  
Befragung von 152 KMU  
in ganz Österreich 09

## Korrelation Erfolg und Lobbying:

### Sehr erfolgreiche KMU betreiben Lobbying:



### Nicht erfolgreiche KMU betreiben Lobbying:



Quelle: Lusak Consulting  
Befragung von 152 KMU  
in ganz Österreich 09

Erfolgreiche KMU betreiben zu 84% viel oder sehr viel Lobbying, nicht erfolgreiche KMU betreiben zu 93% kein Lobbying für sich. Lobbying macht erfolgreich!%

Schlussfolgerungen

Lösungsansätze

Erwartungen an die Politik

KMU-Lobby-Erfolgs-Beispiele



Ich ziehe folgende Schlussfolgerungen aus den Befragungsergebnissen:

zuerst einmal erwecken die krisenbedingten Rettungseinsätze von Regierungen für Banken, Großfirmen und sozial Schwache den Eindruck, dass der Mittelstand überbleibt. Die Menschen haben das Gefühl, dass in unseren westlichen Demokratien mehr für oben und unten, links oder rechts gemacht wird, aber zu wenig für die Mitte. Wenn die KMU als Wirtschaftsflügel des Mittelstandes den Profi-Lobbyisten in Konzernen und Sozialpolitik nicht weiter zu viel Feld überlassen wollen, dann sollten sie ihr Lobbying neu aufstellen:

Die KMU könnten:

1. selbst professioneller und aktiver Lobbying für sich als einzelne Unternehmen betreiben: Es gibt kein erfolgreiches Marketing mehr ohne Lobbying.
2. ihre eigenen Lobbyisten in den KMU-Interessenvertretungen mit noch besseren Strategien, Instrumenten und Trainings für die Auseinandersetzung mit den Konzernen und Sozialpolitikern ausstatten.

im zunehmenden Verteilungskampf der globalisierten Welt

3. unkonventionelle, flexible, die Sozialschichten, Branchen und Grenzen überschreitende Kooperationen, Cluster und Lobbies bilden, z.B.:
  - a) Inner-KMU-Koalition: In einzelnen Unternehmen sitzen die KMU-Mitarbeiter doch viel eher mit ihren KMU-Chefs in einem Boot als mit ihren Gewerkschaften, die oft im Einklang mit Konzernchefs letztlich nicht zu rettende Industriearbeitsplätze auf Kosten mittelständischer Steuerzahler erhalten
  - b) Gemeinsamer Druck von KMU-Vertretern und Arbeitnehmervetretern auf Banken, um mehr Kapital für KMU-Innovationen und regionale Arbeitsplätze frei zu bekommen

Die KMU haben sensationelle Potentiale, Ideen und Innovationen parat, aber ohne professionelles Lobbying sind deren Finanzierungen und Realisierungen kaum durchsetzbar.

Wenn die internationale Staatengemeinschaft der zunehmenden Dominanz der Konzerne und Finanzwirtschaft nicht Herr wird, muss sie weltweite Gesetze für Eindämmung und Zerschlagungen schaffen.

Es sollte mehr Geld in regionale, nachhaltige Wirtschaft, in Forschung & Entwicklung der KMU, in Erneuerbare Energie und in die Ausbildung der Menschen investiert werden.‰

Als aktuelle positive Beispiele für erfolgreiches KMU-Lobbying nenne ich:

- “ Einerseits den Autarkie Coaching Cluster, welcher aus den Ingenieur-Büros NÖ entstanden ist und mit dem ACC-Lehrgang und dem Konzept der vernetzten Autarkie%den internationalen Energieanbietern mit Unterstützung des Lebensministeriums eine praktikable regionale Klimaschutz-Lösung entgegensetzt [www.autarkiecoaching.eu](http://www.autarkiecoaching.eu)
- “ Andererseits verweise ich auf die, 160 Firmen umfassende, unabhängige KMU-Gruppe WiP-Wirtschaftsantrieb am Punkt (mit den Firmen Wimtec, Riess-Kelomat, Sonnentor, Ardex, Pollmann, Schrenk, usw.) welche in den Bereichen Nachhaltigkeit, Mitarbeiter-Gesundheit und Unternehmer-nachwuchs wertvolle Pionierarbeit leistet.