



Das aktuelle Image des Lobbyings

Eine quantitative Untersuchung
für Lusak Consulting
durchgeführt vom Österreichischen Gallup-Institut

ARS - Akademie für Recht, Steuern und Wirtschaft
3. Lobbying-Kongress
14. März 2013

Dr. Sophie Karmasin



Untersuchungsdesign

Methode	1.000 Face-to-Face-Interviews, Einschaltung in den Gallup Omnibus
Zielgruppe	Österreichische Bevölkerung ab 14 Jahren, mehrstufig vorgeschichtete Zufallsauswahl (Random Sampling)
Untersuchungszeitraum	14.11.2012 - 30.11.2012

Statistik

	Basis	In Prozent
Total	1000	100
GESCHLECHT		
Männer	478	48
Frauen	522	52
ALTER		
14 - 30 Jahre	230	23
31 - 50 Jahre	376	38
Über 50 Jahre	394	39
BERUF		
Selbständige, Freiberufliche, leit. Angestellte	81	8
Beamte, Angestellte	307	31
Arbeiter	182	18
Landwirt	24	2
Schüler, Student	72	7
Hausfrau	82	8
Pensionist	252	25
SCHULBILDUNG		
Pflichtschule	239	24
Berufs-, Fachschule	535	54
Matura, Universität	225	23
EINKOMMEN		
Bis Euro 1.500	193	19
Bis Euro 2.400	252	25
Bis Euro 3.000	107	11
Über Euro 3.000	242	24
BUNDESLAND		
Wien	197	20
NÖ, Bgld	228	23
Stmk, Ktn	219	22
OÖ, Sbg	232	23
Trl, Vbg	125	13
ORTSGRÖSSE		
Bis 5.000	448	45
Bis 50.000	247	25
Über 50.000	108	11

Das aktuelle Image des Lobbyings

Bekanntheit und Assoziationskreis Lobbying

Das Image von Lobbying

Wem nutzt Lobbying?

Lobbyisten als Professionisten

Wer braucht Lobbying?

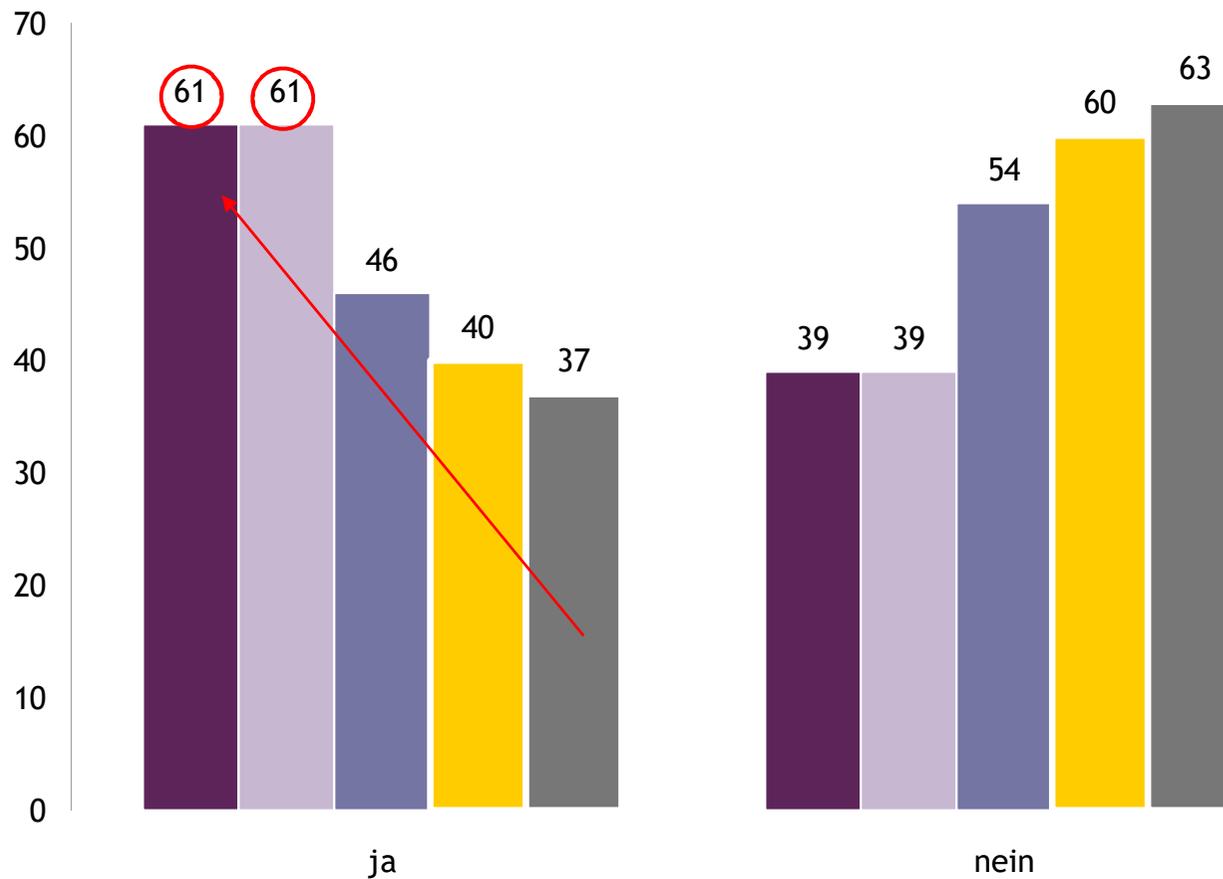
Lobbying für KMU's - zu viel oder zu wenig?

Einsatzbereiche für Lobbying

Starke Lobbys für KMU's

Die Bekanntheit des Begriffs „Lobbying“ ist in Österreich in den letzten Jahren stetig angestiegen. In den Jahren 2012 und 2011 betrug sie 61%.

Kennen Sie den Begriff „Lobbying“ ? Haben Sie schon einmal davon gehört?



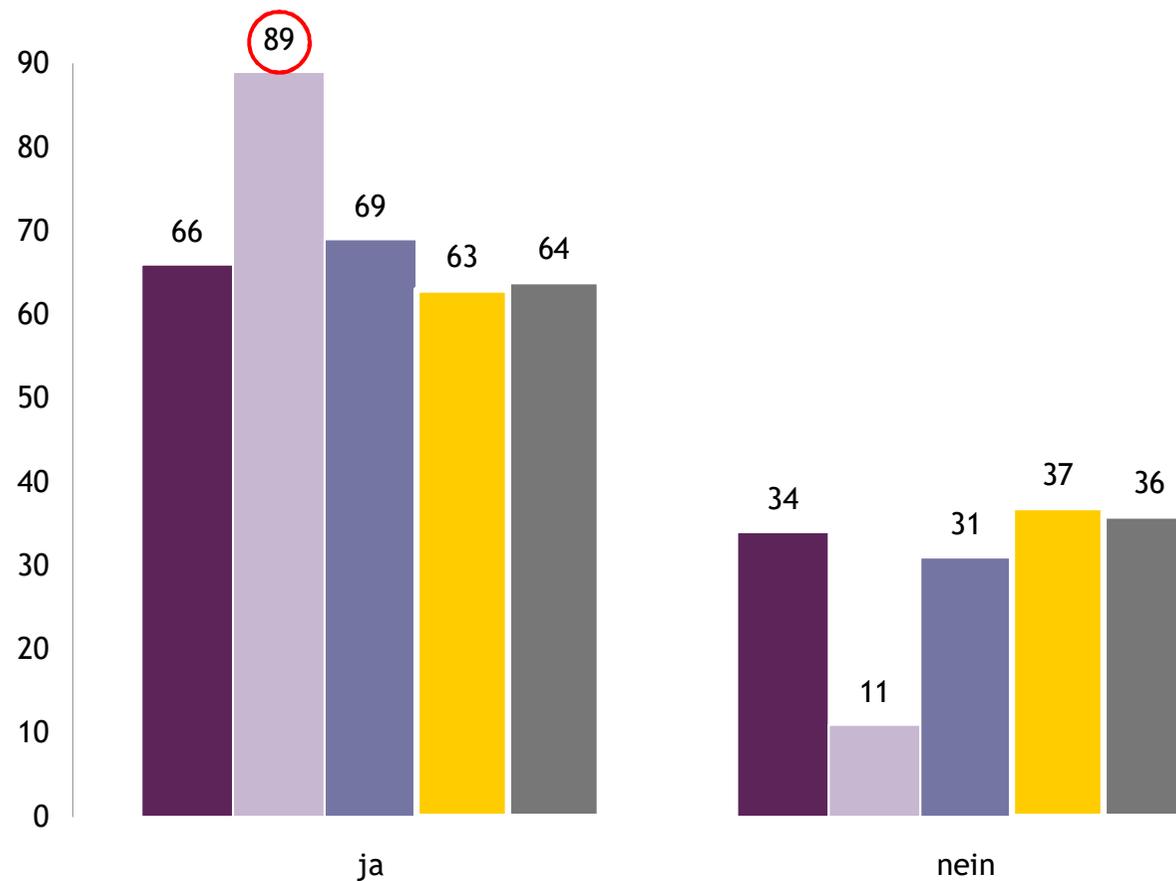
%-Werte

■ 2012 ■ 2011 ■ 2010 ■ 2009 ■ 2008

n=1000

Bei Selbständigen, Freiberuflichen und leitenden Angestellten ist der Begriff „Lobbying“ generell bekannter als in der österreichischen Bevölkerung allgemein. 2011 gaben sogar 89% an, diesen Begriff zu kennen.

Kennen Sie den Begriff „Lobbying“ ? Haben Sie schon einmal davon gehört?

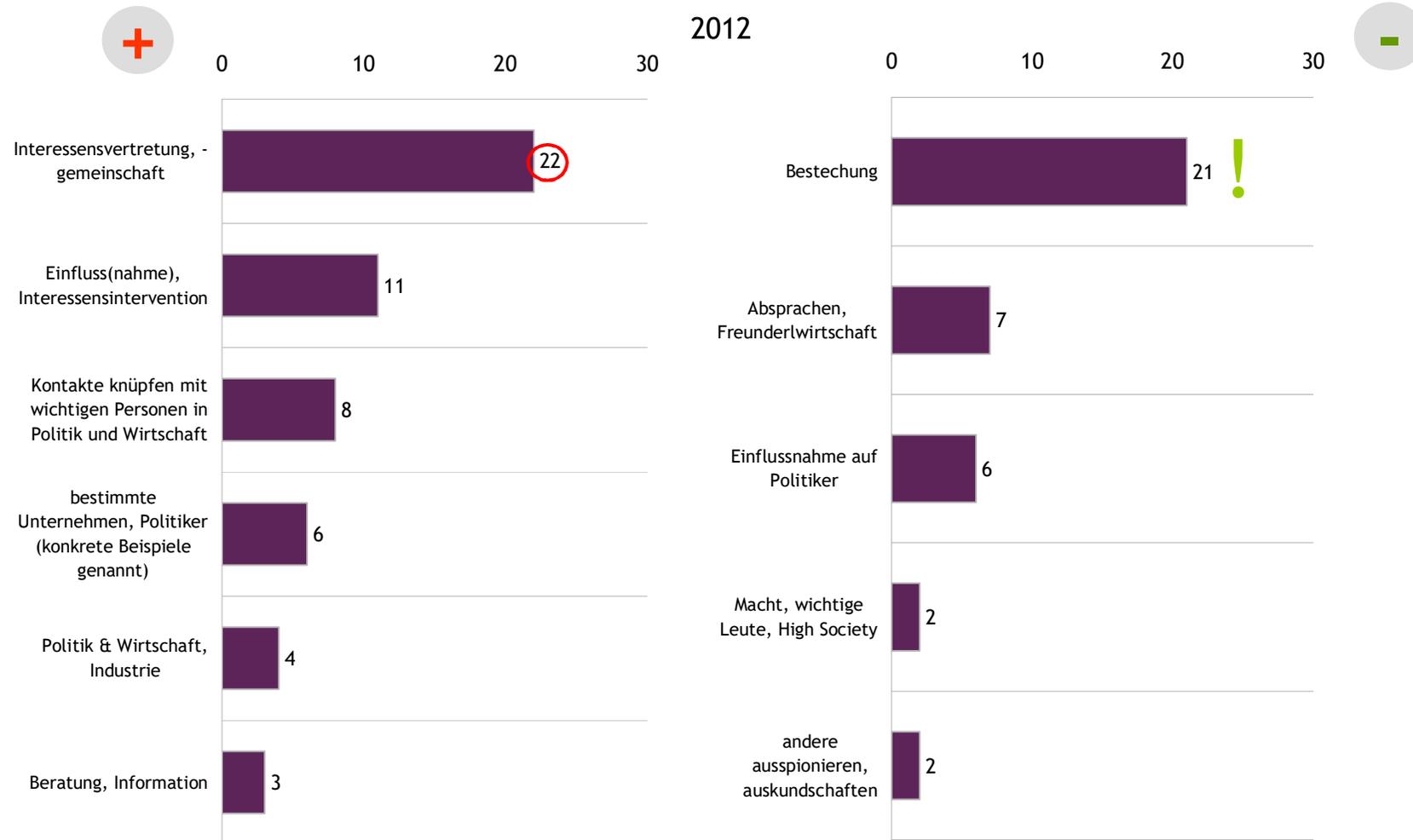


%-Werte

■ 2012 (n=81) ■ 2011 (n=80) ■ 2010 (n=80) ■ 2009 (n=72) ■ 2008 (n=81)

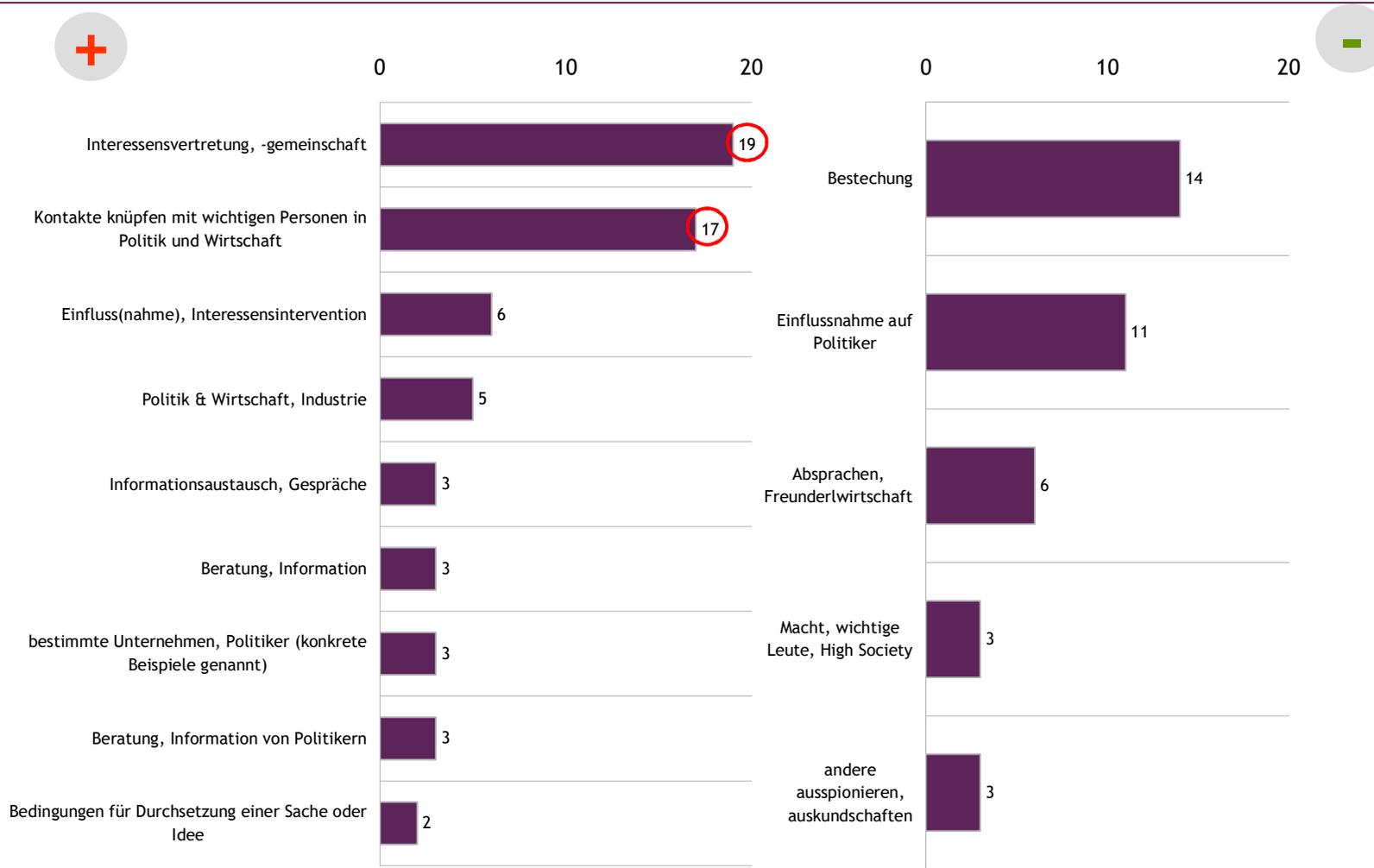
Die häufigste positive Assoziation mit dem Begriff „Lobbying“ ist „Interessensvertretung bzw. -gemeinschaft“ (22%). Lobbying ist aber auch negativ konnotiert und wird vor allem mit Bestechung verbunden (21%).

Woran denken Sie wenn Sie den Begriff „Lobbying“ hören? Was bedeutet Lobbying für Sie? Was fällt Ihnen ganz spontan dazu ein?



Für Selbständige, Freiberufliche und leitende Angestellte steht 2012 neben der Funktion des Lobbying als Interessensvertretung/-gemeinschaft (19%) auch jene des Networking im Vordergrund (17%).

Woran denken Sie wenn Sie den Begriff „Lobbying“ hören? Was bedeutet Lobbying für Sie? Was fällt Ihnen ganz spontan dazu ein?



%-Werte

Basis: Kennen den Begriff "Lobbying"

n=54

Das aktuelle Image des Lobbyings

Bekanntheit und Assoziationskreis Lobbying

Das Image von Lobbying

Wem nutzt Lobbying?

Lobbyisten als Professionisten

Wer braucht Lobbying?

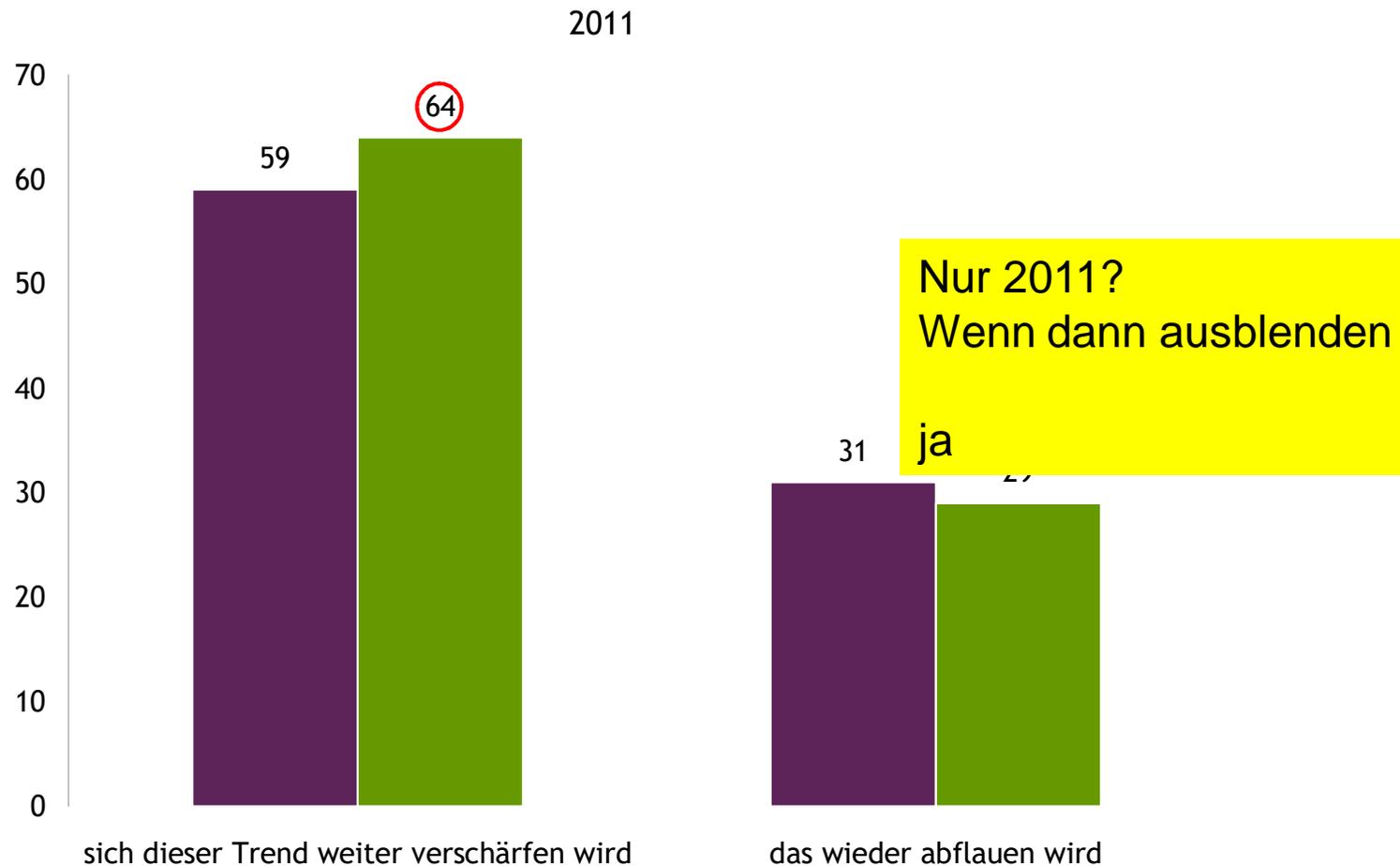
Lobbying für KMU's - zu viel oder zu wenig?

Einsatzbereiche für Lobbying

Starke Lobbys für KMU's

2011 glauben vor allem die Kenner des Begriffs „Lobbying“, dass sich der Trend der Disqualifizierung des Berufsstandes weiter verschärfen wird (64% vs. Bevölkerung 59%).

Lobbying und Lobbyisten sind in letzter Zeit stark in Verruf geraten. Glauben Sie, dass...



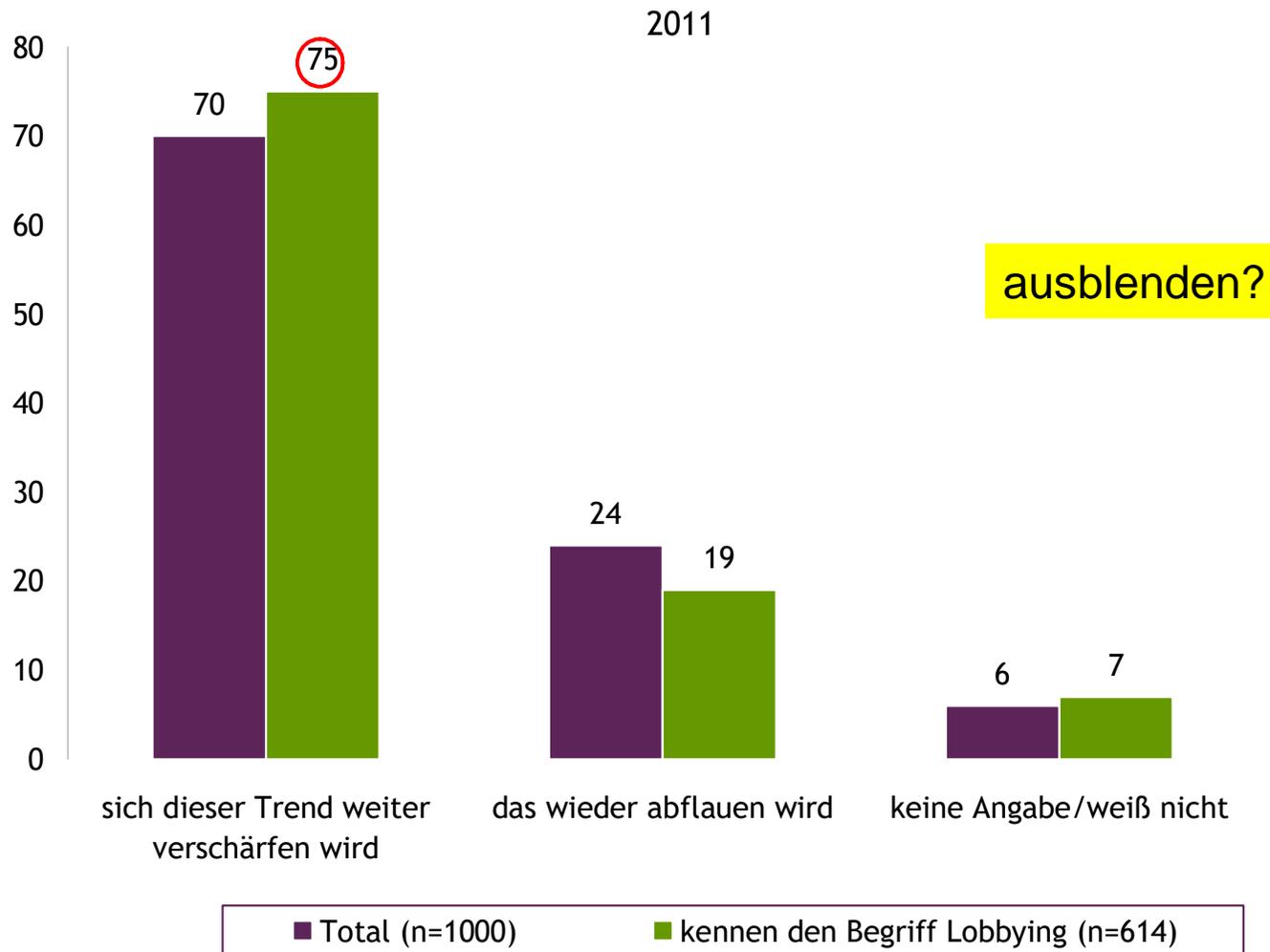
%-Werte

■ Total (n=1000)

■ kennen den Begriff Lobbying (n=614)

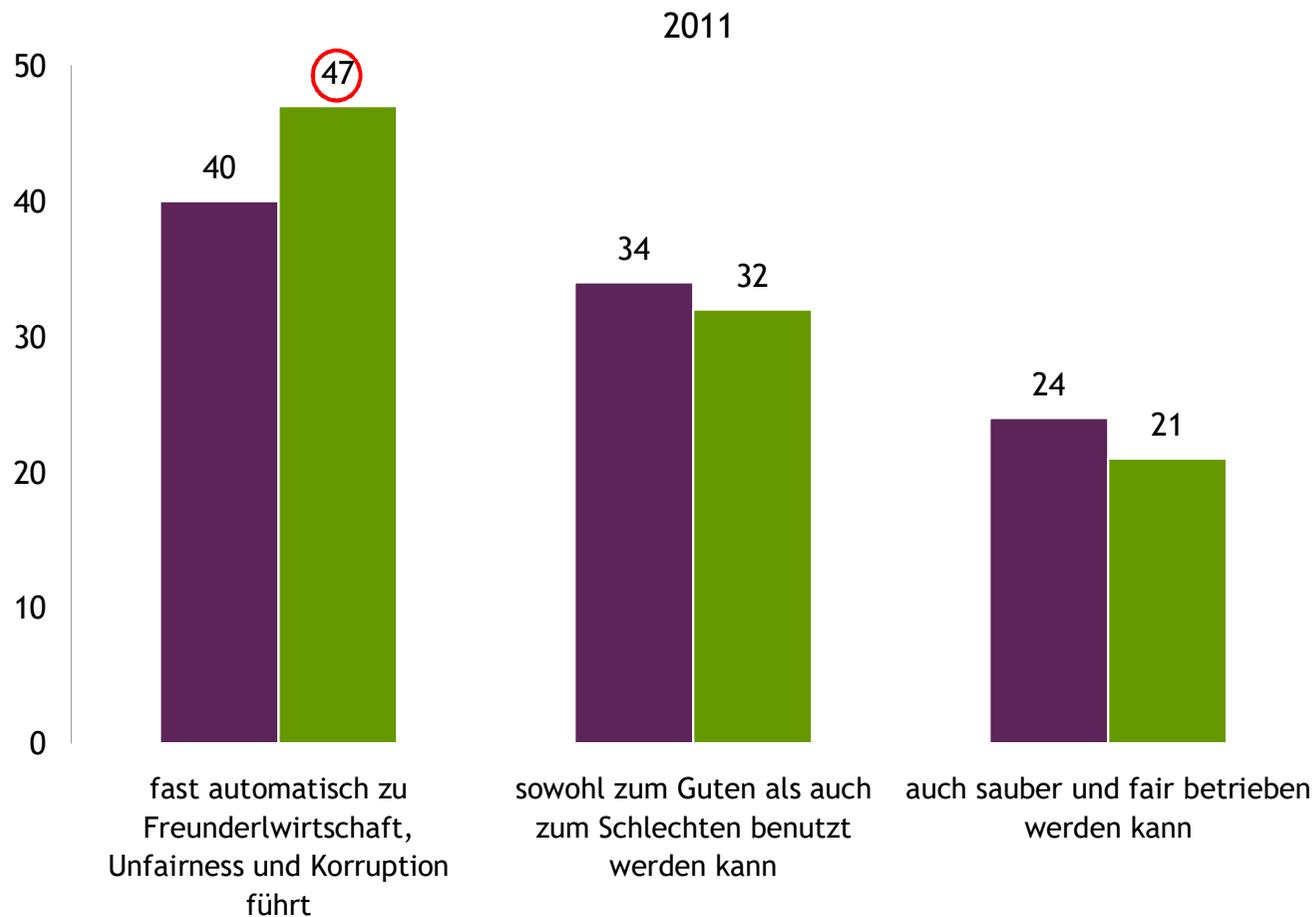
Lobbying-Kenner unter den Selbständigen, Freiberuflichen und leitenden Angestellten befürchten noch mehr eine Verschärfung dieses Trends (75% vs. 70% Nicht-Kenner).

Lobbying und Lobbyisten sind in letzter Zeit stark in Verruf geraten. Glauben Sie, dass...



Lobbying-Kenner sehen häufiger als Nicht-Kenner die Gefahr, dass Lobbying zu Freunderlwirtschaft, Unfairness und Korruption führen kann (47% vs. 40%)

Ist Lobbying ein Instrument, welches...



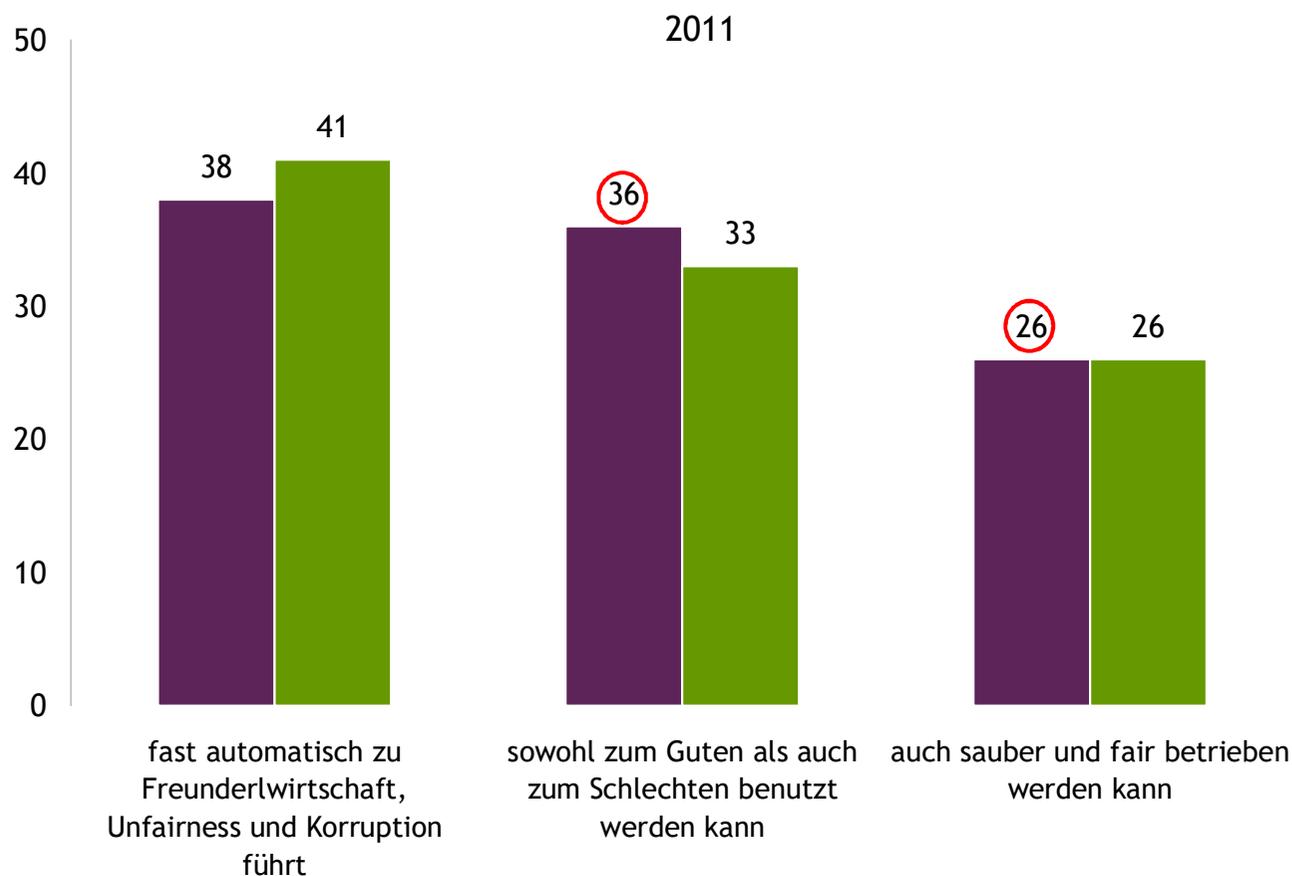
%-Werte

■ Total (n=1000)

■ kennen den Begriff Lobbying (n=614)

Selbständige, Freiberufliche und leitende Angestellte sind etwas häufiger als die Gesamtbevölkerung der Meinung, dass Lobbying sowohl zum Guten als auch zum Schlechten benutzt werden kann (36% vs. 34%) bzw. auch sauber und fair betrieben werden kann (26% vs. 24%).

Ist Lobbying ein Instrument, welches...



%-Werte

■ Total (n=1000)

■ kennen den Begriff Lobbying (n=614)

Das aktuelle Image des Lobbyings

Bekanntheit und Assoziationskreis Lobbying

Das Image von Lobbying

Wem nutzt Lobbying?

Lobbyisten als Professionisten

Wer braucht Lobbying?

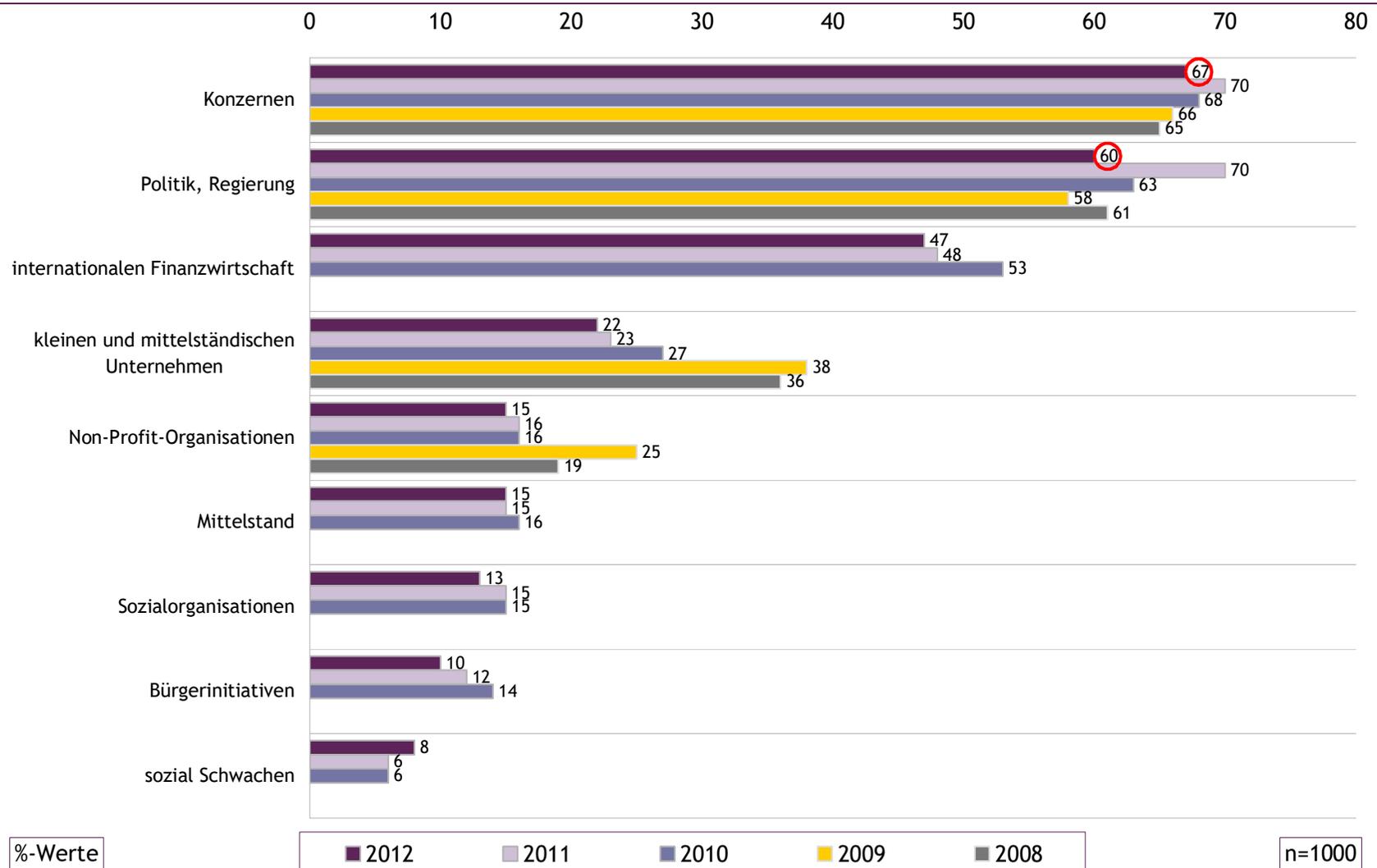
Lobbying für KMU's - zu viel oder zu wenig?

Einsatzbereiche für Lobbying

Starke Lobbys für KMU's

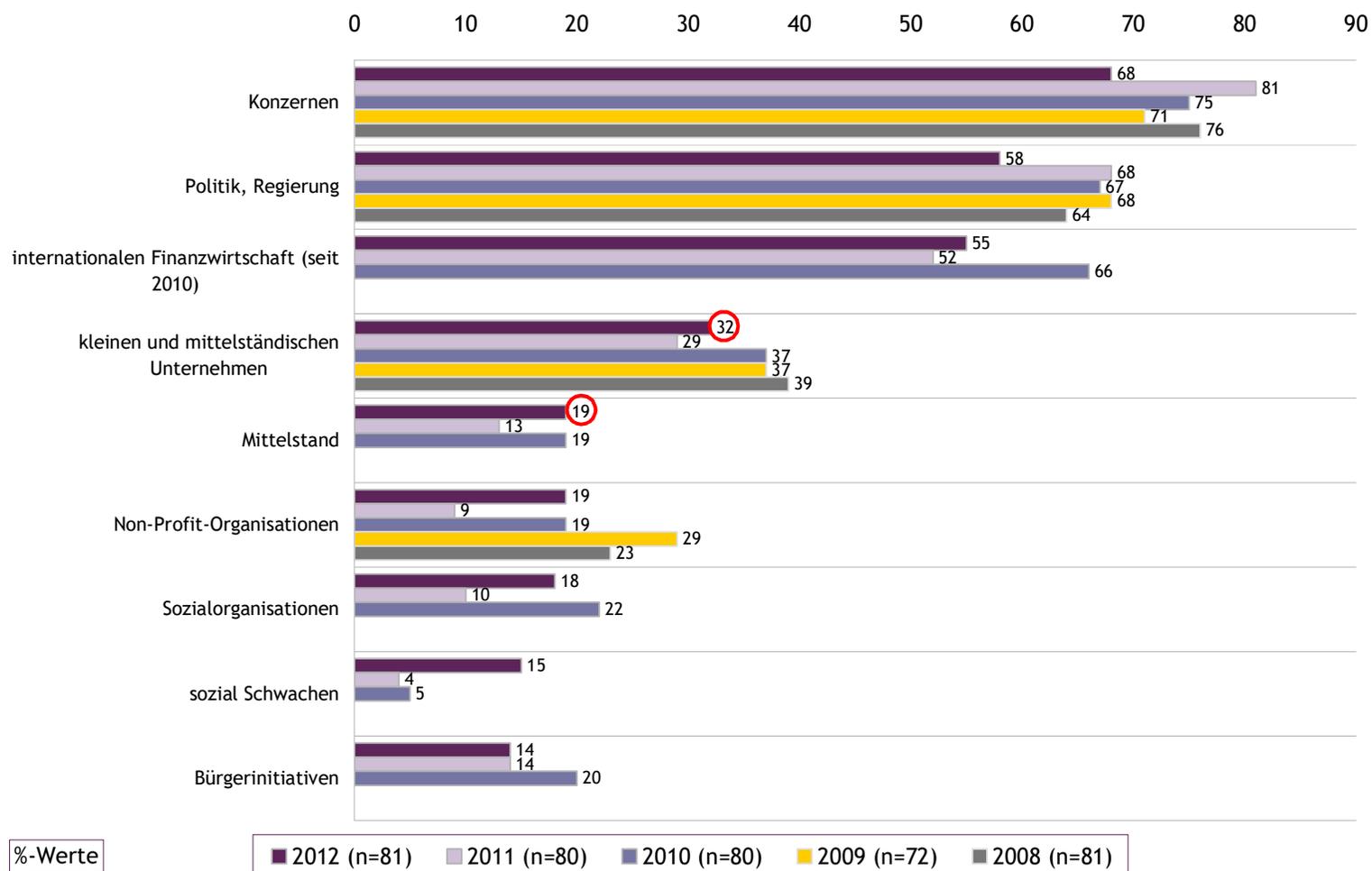
Lobbying bringt Konzernen (67%) und der Politik (60%) am meisten Nutzen. 2012 wird die Einflussnahme des Lobbying tendenziell geringer eingeschätzt als in den Vorjahren.

Was glauben Sie, wem nützt Lobbying? Wer profitiert vom Lobbying?



Selbständige, Freiberufliche und leitende Angestellte sind 2012 häufiger als die breite Bevölkerung der Meinung, dass kleine und mittelständische Unternehmen bzw. der Mittelstand vom Lobbying profitieren.

Was glauben Sie, wem nützt Lobbying? Wer profitiert vom Lobbying?



Das aktuelle Image des Lobbyings

Bekanntheit und Assoziationskreis Lobbying

Das Image von Lobbying

Wem nutzt Lobbying?

Lobbyisten als Professionisten

Wer braucht Lobbying?

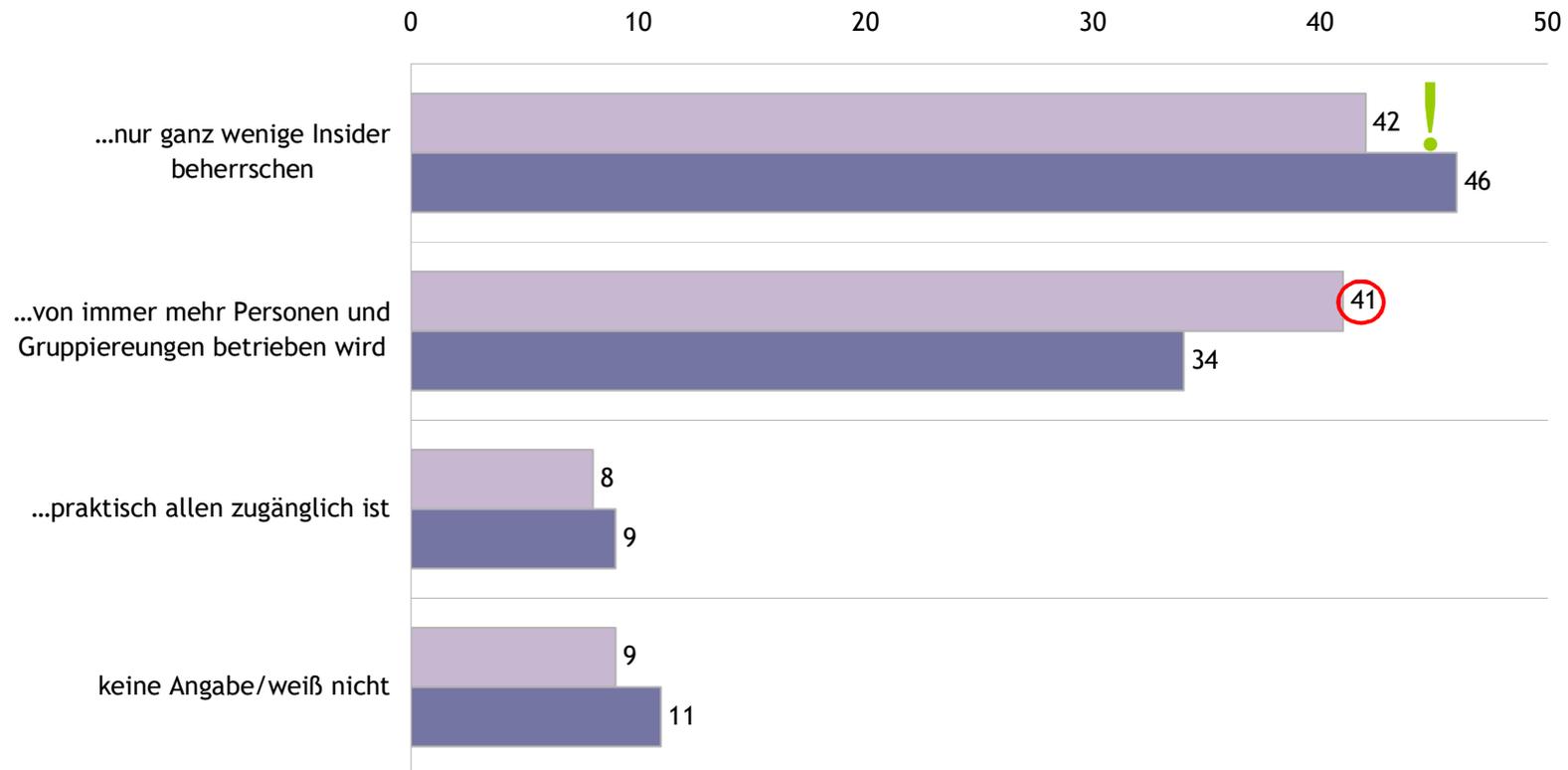
Lobbying für KMU's - zu viel oder zu wenig?

Einsatzbereiche für Lobbying

Starke Lobbys für KMU's

2011 wird Lobbying stärker als im Vorjahr als eine Kommunikationsmethode gesehen, die von immer mehr Personen und Gruppierungen betrieben wird (41%), sein Insider-Status verliert an Bedeutung.

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



%-Werte

■ 2011

■ 2010

n=1000

Das aktuelle Image des Lobbyings

Bekanntheit und Assoziationskreis Lobbying

Das Image von Lobbying

Wem nutzt Lobbying?

Lobbyisten als Professionisten

Wer braucht Lobbying?

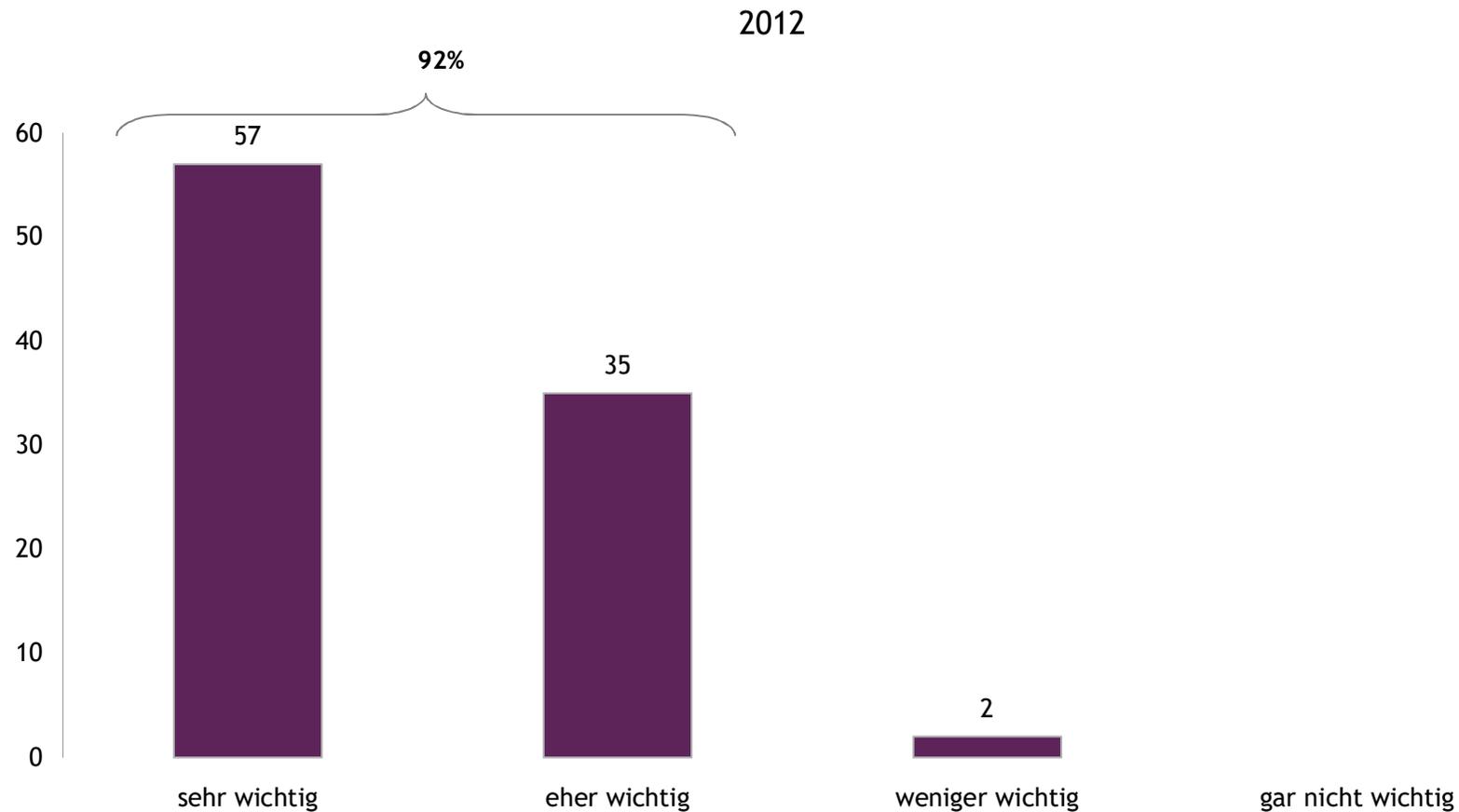
Lobbying für KMU's - zu viel oder zu wenig?

Einsatzbereiche für Lobbying

Starke Lobbys für KMU's

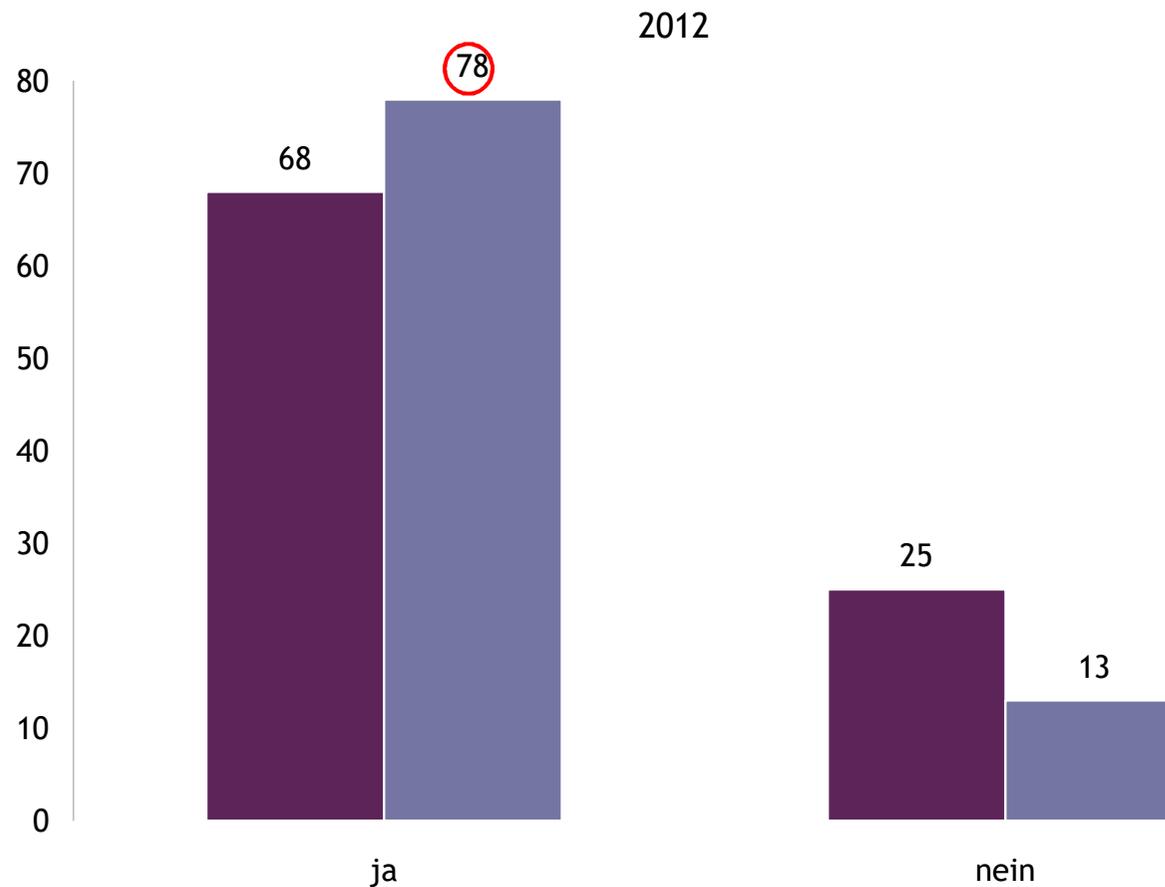
92% der ÖsterreicherInnen halten die mittelständische Wirtschaft/den Mittelstand für sehr/eher wichtig für die Gesellschaft und die Zukunft des Landes.

Für wie wichtig halten Sie den Mittelstand bzw. die mittelständische Wirtschaft für die Gesellschaft und die Zukunft des Landes?



Selbständige, Freiberufliche und leitende Angestellte zählen sich häufiger als die Gesamtbevölkerung zum Mittelstand (78% vs. 68%).

Zählen Sie sich persönlich zum österreichischen Mittelstand?



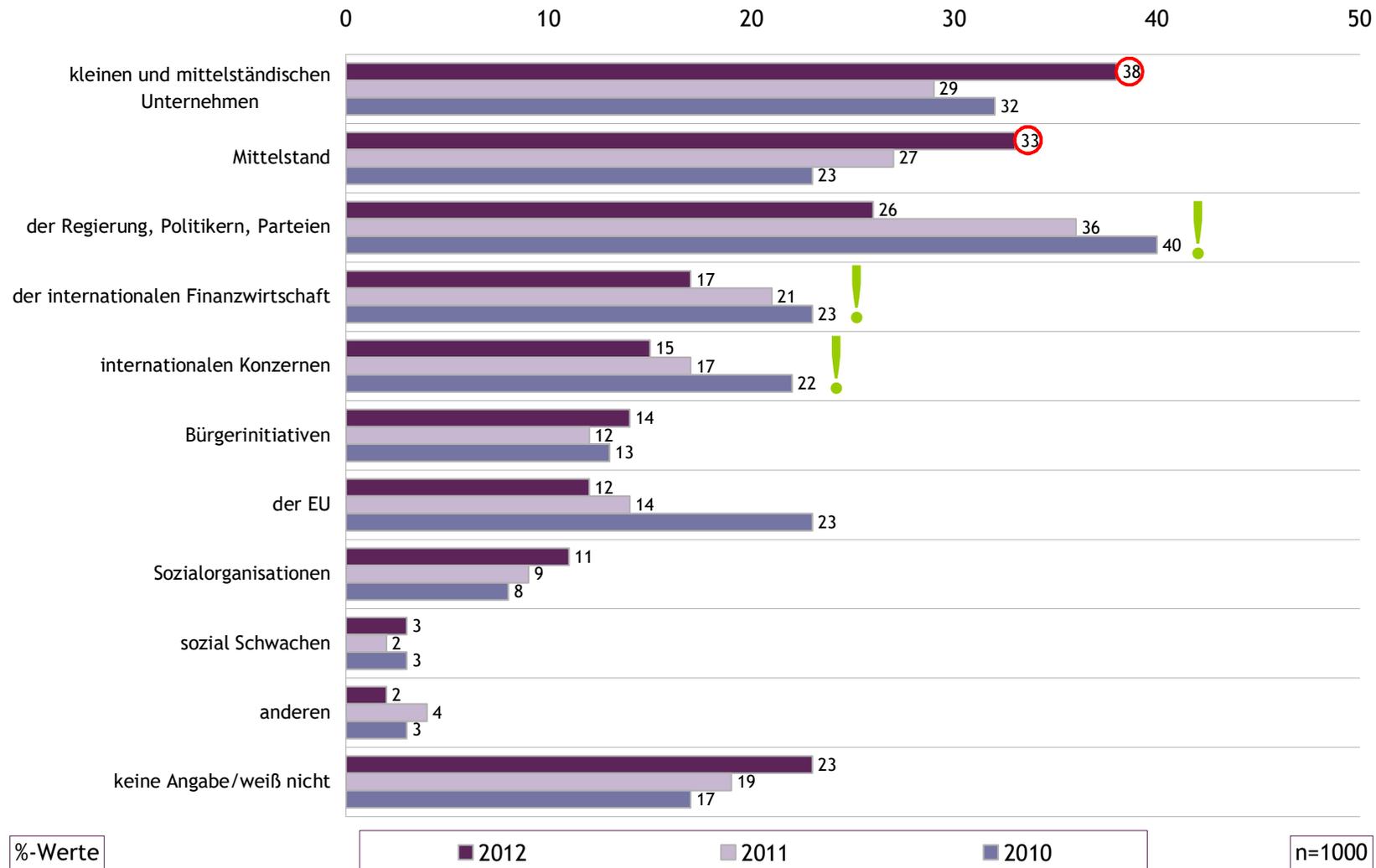
%-Werte

■ Total (n=1000)

■ Selbständige, Freiberufliche, leitende Angestellte (n=81)

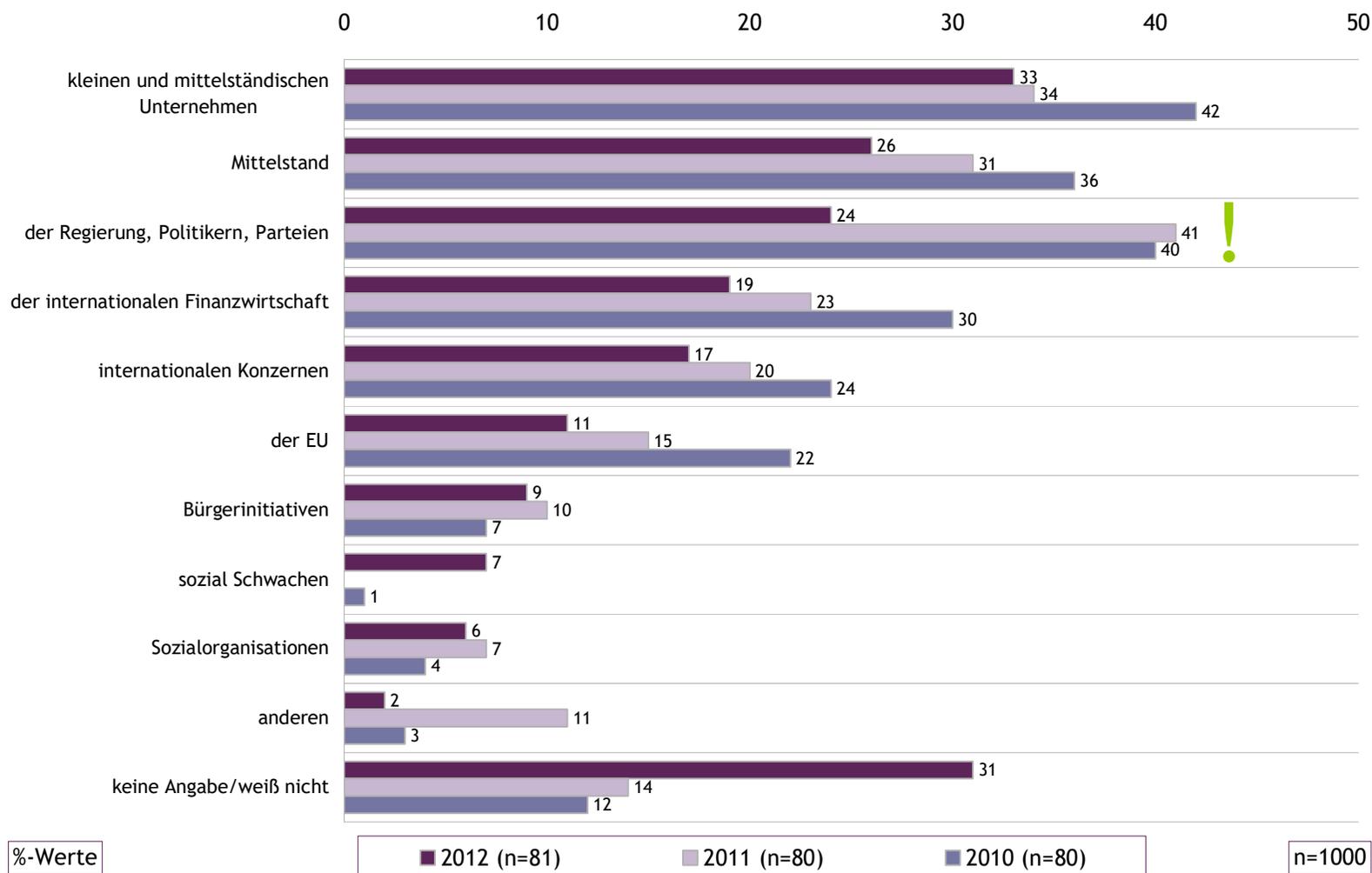
Österreichische Bevölkerung traut 2012 den KMU's/dem Mittelstand am ehesten einen Ausweg aus der Krise zu (38% und 33%). Politik, internationale Finanzwirtschaft sowie internationale Konzerne verzeichnen hingegen einen Vertrauensverlust.

Wem (welchen Gruppen) trauen Sie am ehesten zu, Österreich aus der Krise zu bringen?



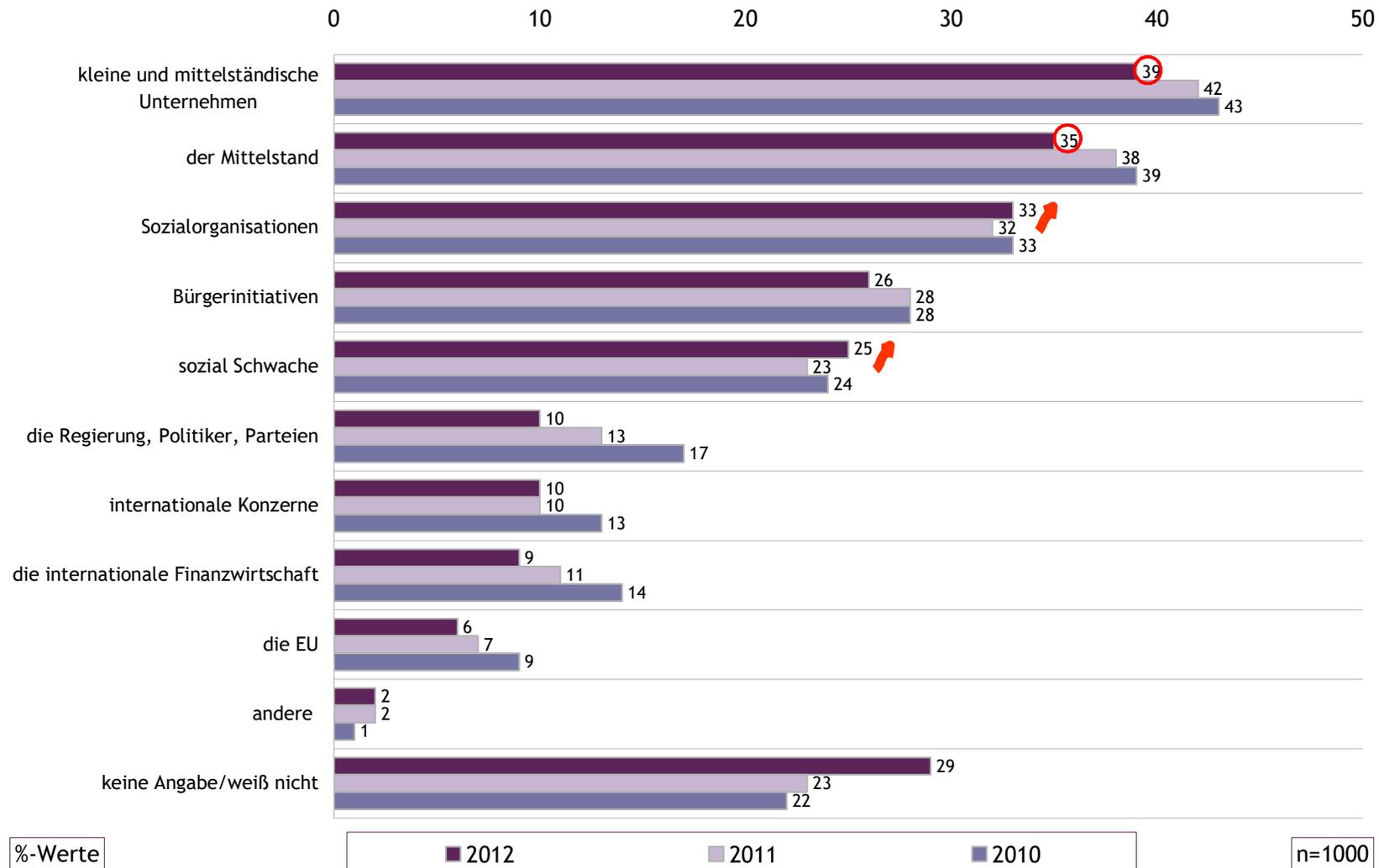
Selbständige, Freiberufliche und leitende Angestellte sind bezüglich der Krisenbewältigung im Allgemeinen skeptischer geworden. Am meisten Vertrauen hat 2012 die Politik eingeübt.

Wem (welchen Gruppen) trauen Sie am ehesten zu, Österreich aus der Krise zu bringen?



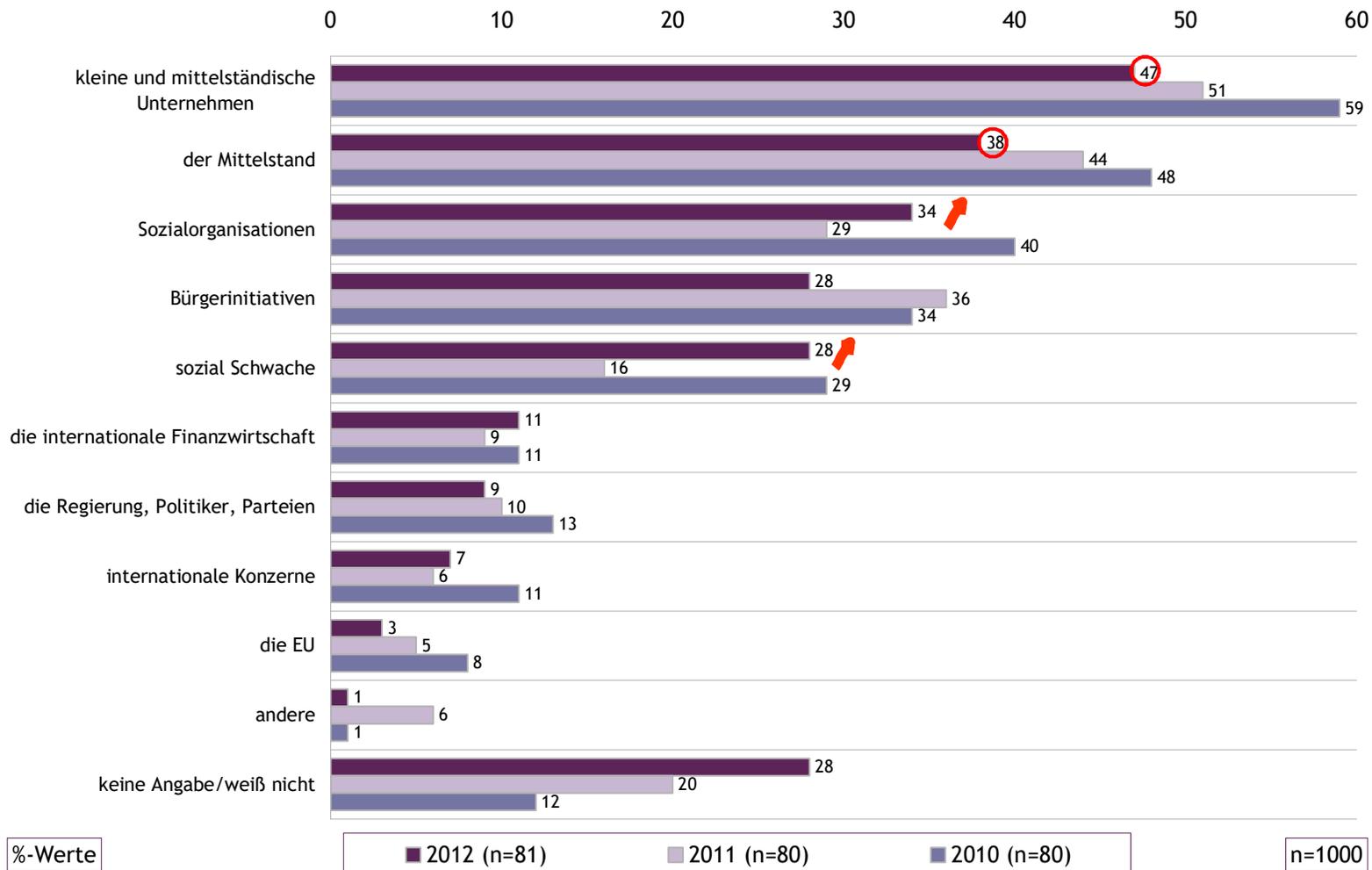
Mehr Lobbying sollen aus Bevölkerungssicht vor allem die KMU's (39%) und der Mittelstand (35%) betreiben, wenngleich der Bedarf 2012 etwas geringer eingeschätzt wird als in den Vorjahren. Nachholbedarf ist bei Sozialorganisationen (33%) und sozial Schwachen (25%) gegeben.

Wer sollte Ihrer Meinung nach mehr Lobbying betreiben?



Auch Selbständige, Freiberufliche und leitende Angestellte sehen 2012 mehr Lobbyingbedarf im sozialen Bereich (Sozialorganisationen 34%, sozial Schwache 28%).

Wer sollte Ihrer Meinung nach mehr Lobbying betreiben?



Das aktuelle Image des Lobbyings

Bekanntheit und Assoziationskreis Lobbying

Das Image von Lobbying

Wem nutzt Lobbying?

Lobbyisten als Professionisten

Wer braucht Lobbying?

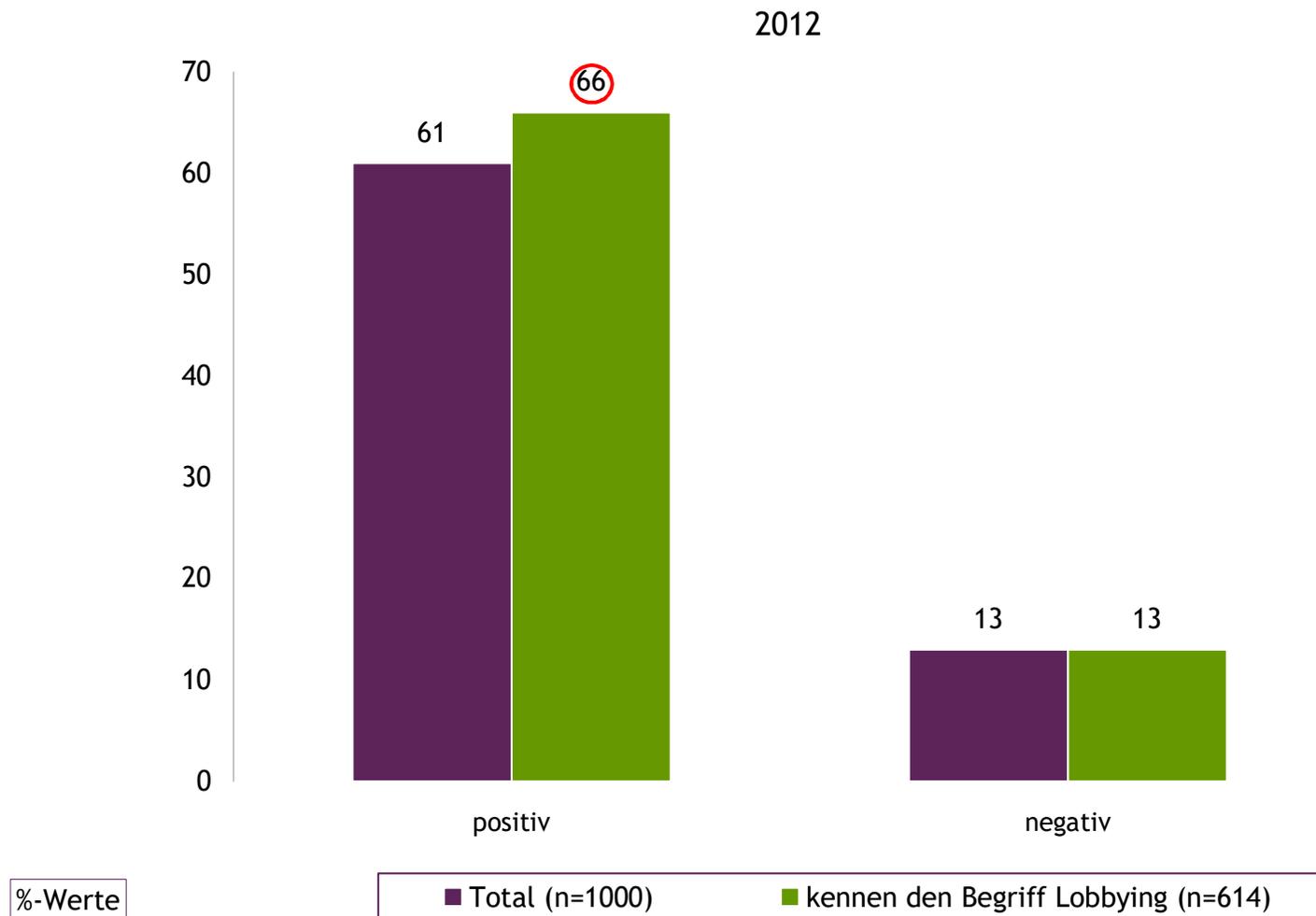
Lobbying für KMU's - zu viel oder zu wenig?

Einsatzbereiche für Lobbying

Starke Lobbys für KMU's

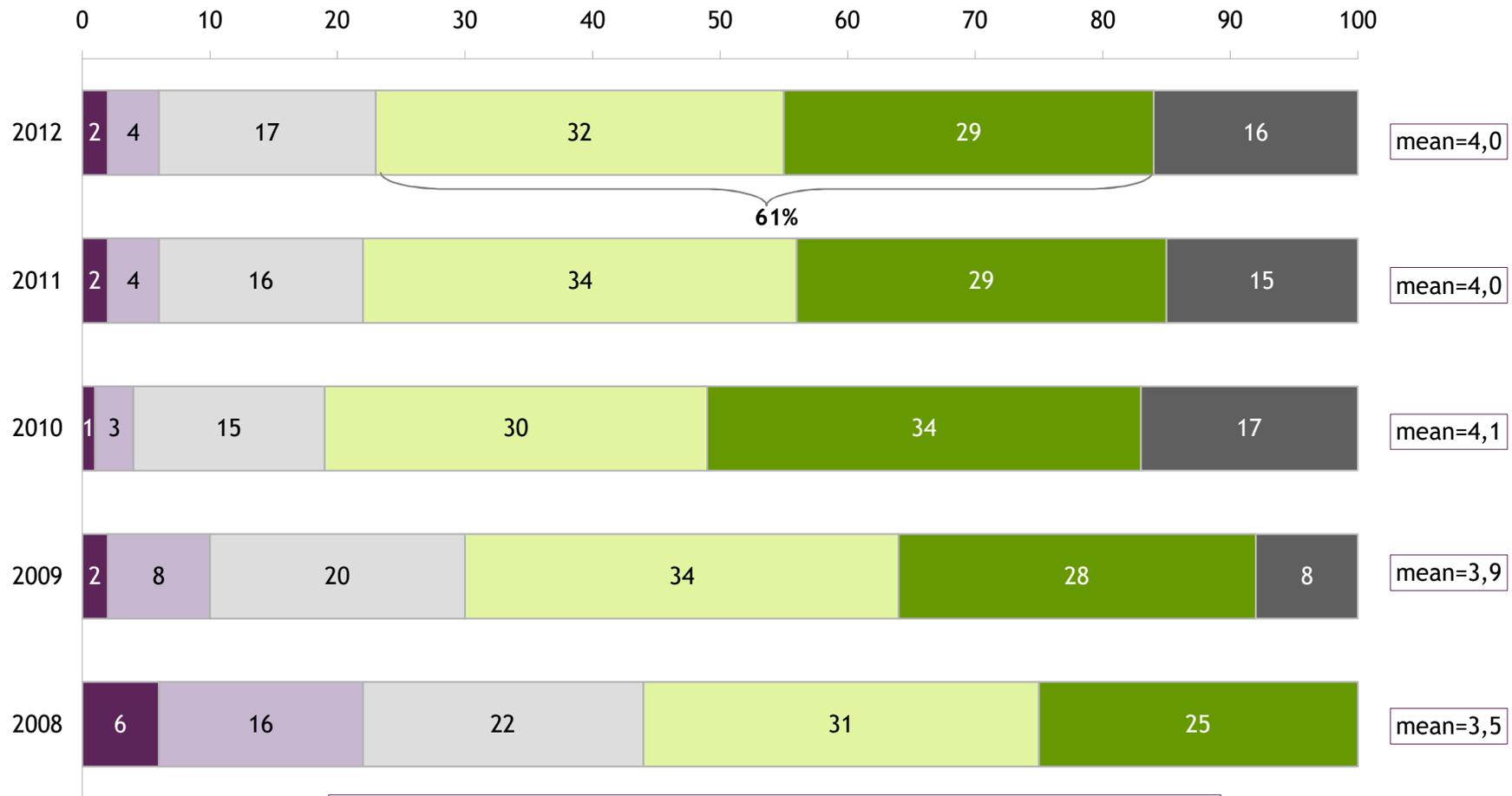
Die Bedeutung des Lobbyings für KMU's in Österreich wird von Kennern des Begriffs positiver eingeschätzt als von der Gesamtbevölkerung (66% vs. 61%).

Sehen Sie Lobbying für kleine und mittelständische Unternehmen in Österreich als positiv oder als negativ?

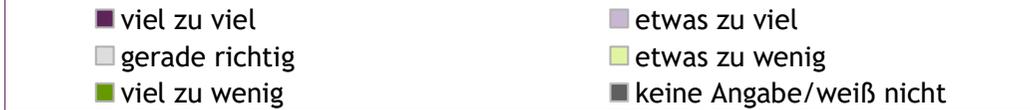


Aus Bevölkerungssicht wird 2012 eher zu wenig Lobbying für KMU's betrieben (61% viel/etwas zu wenig).

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



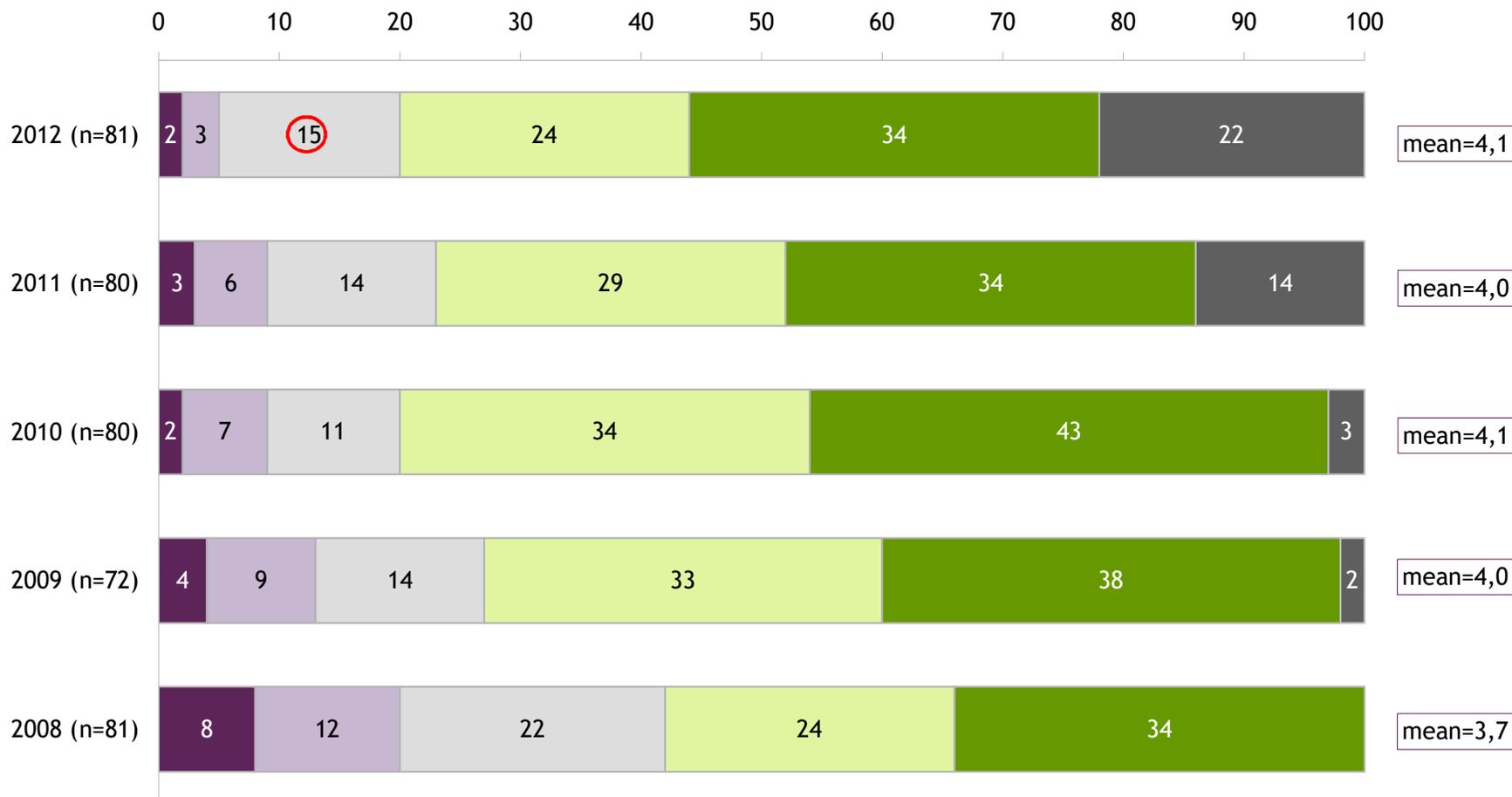
%-Werte



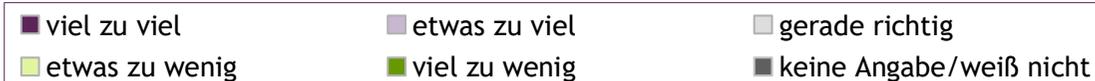
n=1000

Nur 15% der Selbständigen, Freiberuflichen und leitenden Angestellten sind der Meinung, dass für KMU's in Österreich ausreichend viel Lobbying betrieben wird.

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



%-Werte



n=1000

Das aktuelle Image des Lobbyings

Bekanntheit und Assoziationskreis Lobbying

Das Image von Lobbying

Wem nutzt Lobbying?

Lobbyisten als Professionisten

Wer braucht Lobbying?

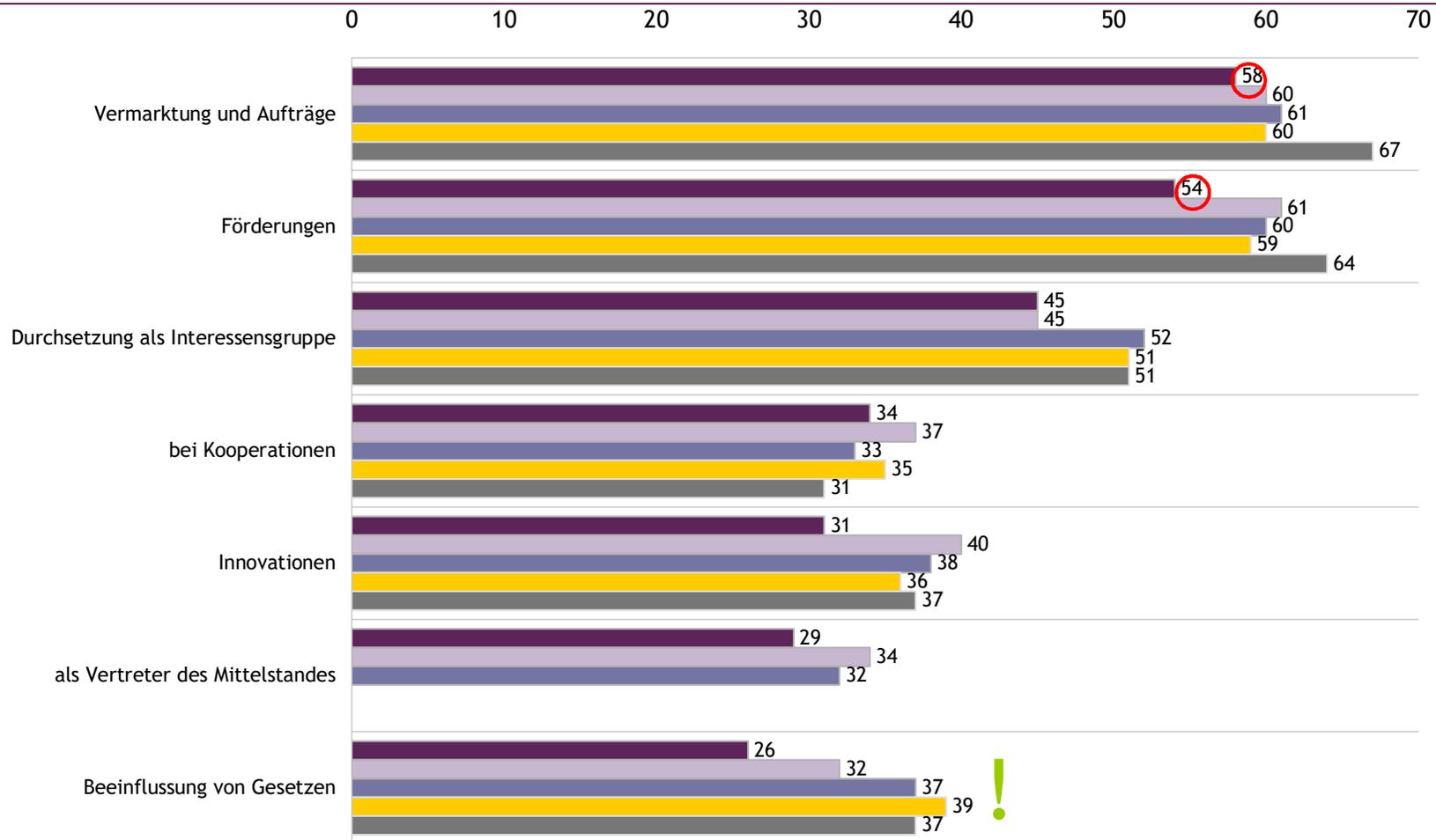
Lobbying für KMU's - zu viel oder zu wenig?

Einsatzbereiche für Lobbying

Starke Lobbys für KMU's

KMU's brauchen Lobbying primär für Vermarktung/Auftragsbeschaffung (58%) und Sicherung der Förderungen (54%). 2012 verzeichnet der Lobbying-Bedarf für KMU's aus Bevölkerungssicht in allen unternehmensrelevanten Bereichen einen Abwärtstrend.

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



%-Werte

2012

2011

2010

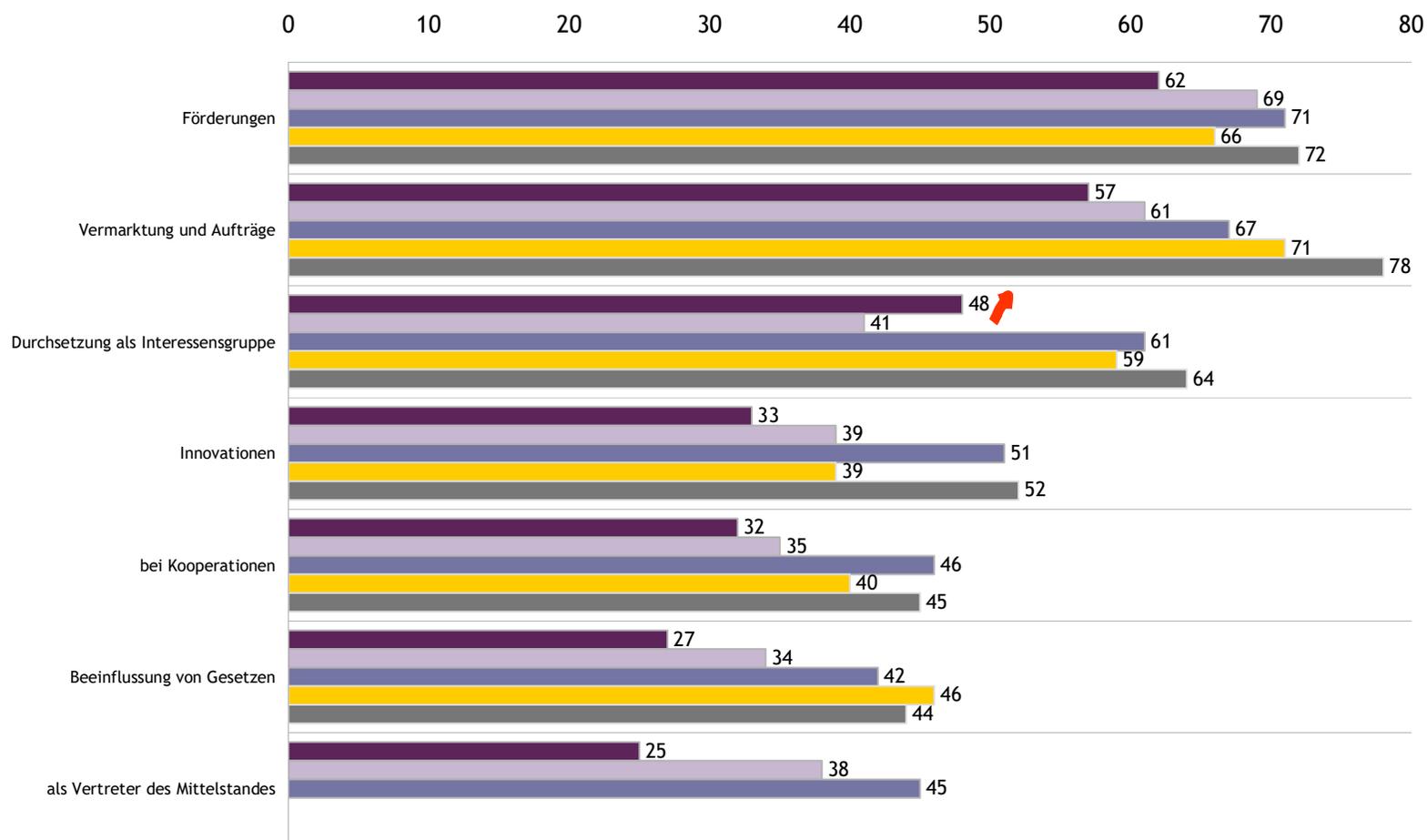
2009

2008

n=1000

Auch Selbständige, Freiberufliche und leitende Angestellte sind 2012 weniger als in den Vorjahren von der Nützlichkeit des Lobbying für KMU's überzeugt. Lobbying als Hilfe bei der Durchsetzung als Interessensgruppe gewinnt allerdings etwas an Bedeutung (48%).

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



%-Werte

■ 2012 (n=81) ■ 2011 (n=80) ■ 2010 (n=80) ■ 2009 (n=72) ■ 2008 (n=81)

n=1000

Das aktuelle Image des Lobbyings

Bekanntheit und Assoziationskreis Lobbying

Das Image von Lobbying

Wem nutzt Lobbying?

Lobbyisten als Professionisten

Wer braucht Lobbying?

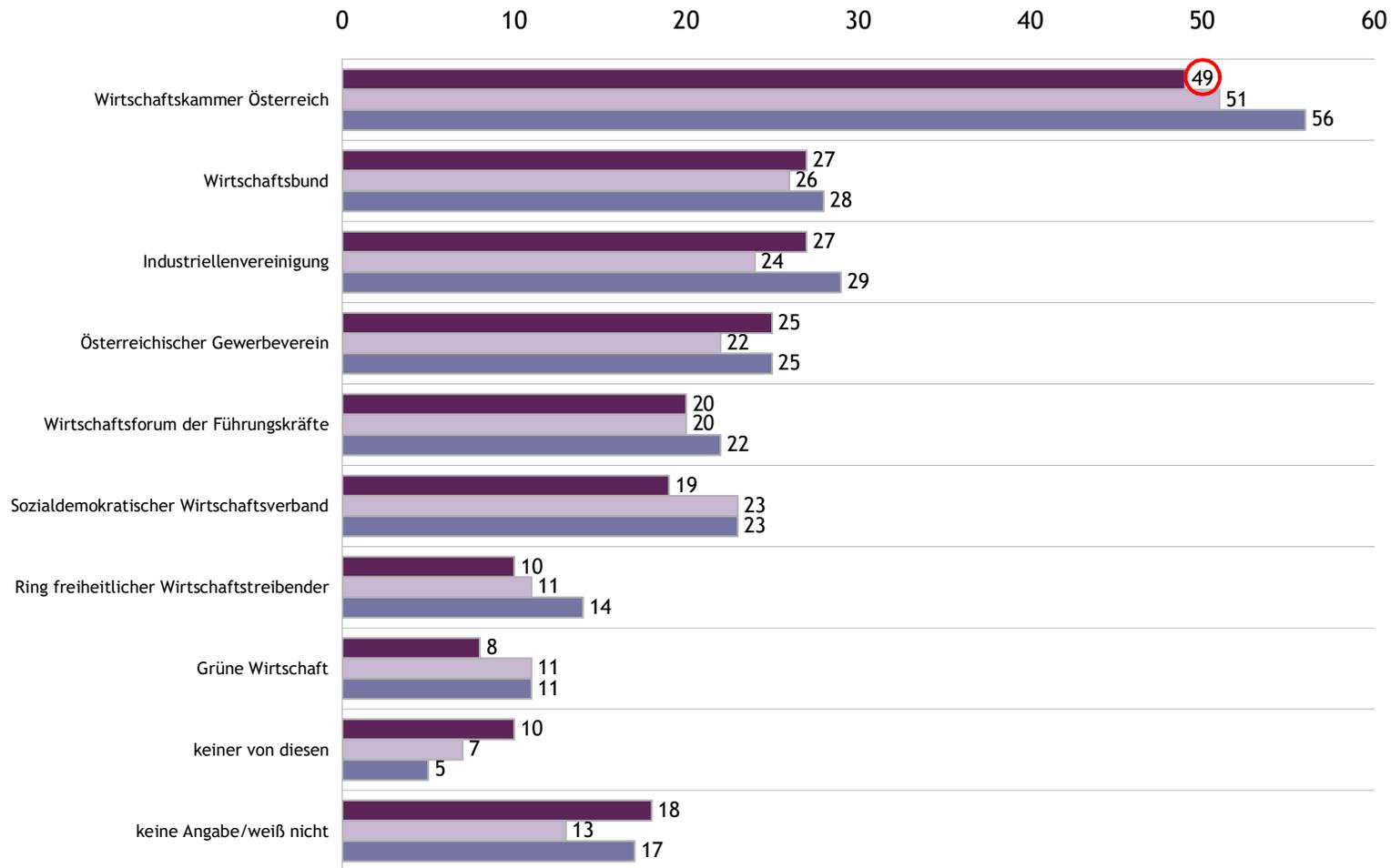
Lobbying für KMU's - zu viel oder zu wenig?

Einsatzbereiche für Lobbying

Starke Lobbys für KMU's

Wirtschaftskammer Österreich wird in der österreichischen Bevölkerung noch immer als wichtigste Lobby für KMU's wahrgenommen (49%), ihre Position ist aber im Jahresvergleich etwas geschwächt.

Welche der folgenden Organisationen würden Sie als typische und starke Lobby der Klein- und Mittelbetriebe (KMU) einschätzen?



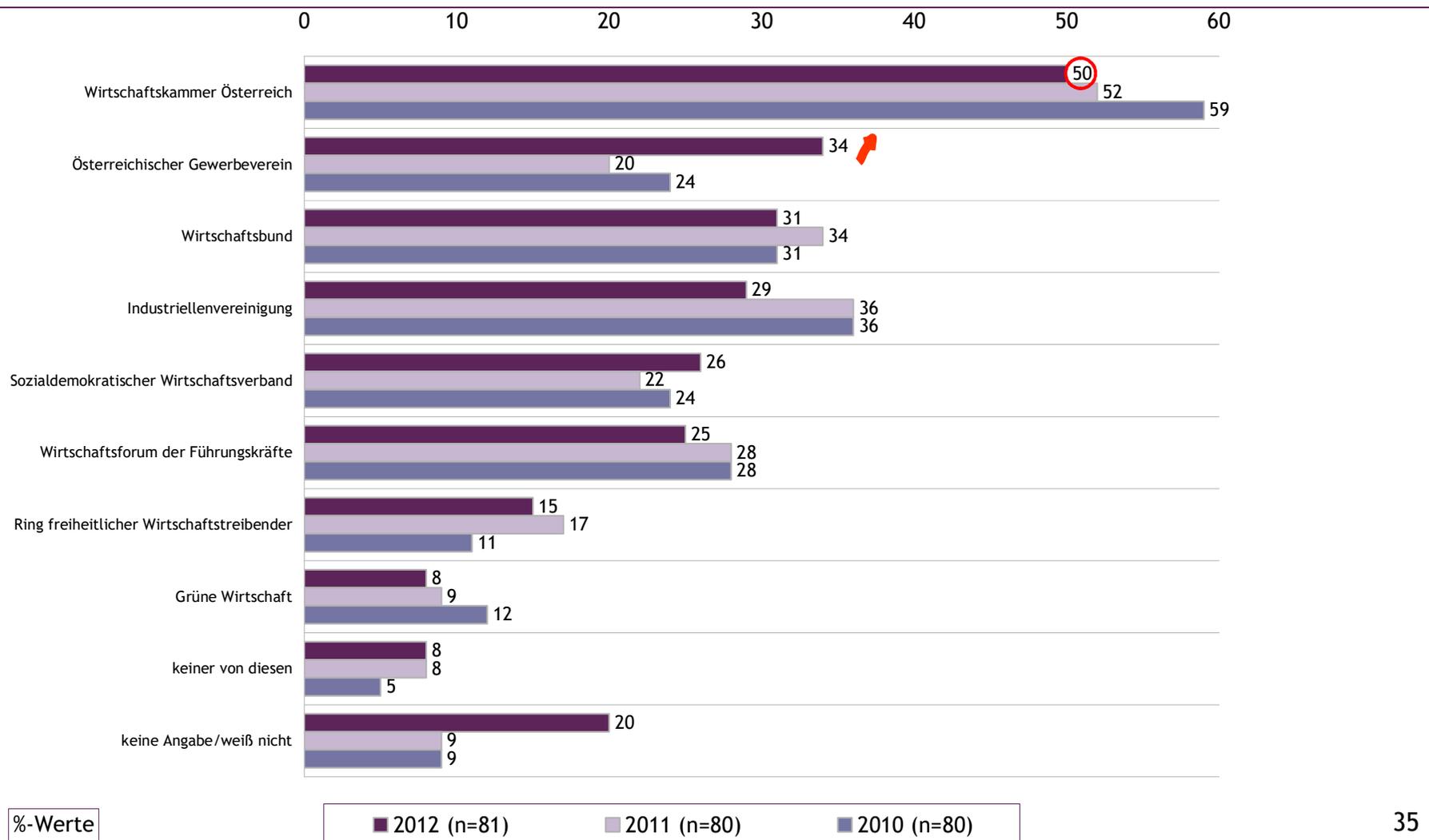
%-Werte



n=1000

Die Rolle des Österreichischen Gewerbevereins als typische Lobby für KMU's gewinnt bei Selbständigen, Freiberuflichen und leitenden Angestellten 2012 merklich an Bedeutung (34%).

Welche der folgenden Organisationen würden Sie als typische und starke Lobby der Klein- und Mittelbetriebe (KMU) einschätzen?



Die Herausforderungen für Lobbying

1

Obwohl eine **leichte Verbesserung** erkennbar ist,
braucht Lobbying eine **Imagekorrektur**:

Die **Aufgaben, Ziele und Werkzeuge** professionellen Lobbyings müssen
öffentlich noch stärker transportiert werden. Der **Unterschied** zwischen
Bestechung und **Interessensvertretung** muss transparent gemacht werden.



Die Herausforderungen für Lobbying

2

Die **Wirksamkeit von Lobbying** wird viel stärker **Konzernen**, der **Finanzwirtschaft** und der **Politik** zugeschrieben, **KMU's** sieht aktuell man **weniger als Nutznießer**.

ABER ...



Die Herausforderungen für Lobbying

3

**Aus der Krise werden aus Sicht der Bevölkerung die KMU's führen und gelten
als der Wachstumsmotor Österreichs
- und nicht die internationale
Finanzwirtschaft und Konzerne.**

ABER ...



Die Herausforderungen für Lobbying

4

KMU's nutzen Lobbying noch viel zu wenig und stellen ein großes Potential dar.

Auch: Sozial Schwächere und Sozialorganisationen haben Aufholbedarf.



Die Herausforderungen für Lobbying

5

Und: 61% sehen Lobbying
(trotz aller Imageprobleme) positiv für KMU's.



Die Herausforderungen für Lobbying

6

KMU's benötigen aus Sicht der Bevölkerung
am ehesten **Unterstützung** im Bereich
Businesslobbying und zur **Förderanbahnung**,
am **wenigsten** zur Anbahnung von **Gesetzen**.



ARS
AKADEMIE
FÜR RECHT,
STEUERN &
WIRTSCHAFT

Von den Besten lernen.