



„150 Personen lobbyieren für Handel und Industrie“

Key Account: Was glauben Sie: Ist die Branche angestreift an unsauberen Aktionen ala Hochegger?

Peter Köppl: Die aktuelle Diskussion trifft leider alle gleich. Der Schaden ist enorm. Aber jetzt trennt sich auch Spreu von Weizen. Ich glaube nicht, dass die Branche besonders betroffen wäre. Aber: Jetzt ist die Zeit, sich mit guter, seriöser Lobbying-Arbeit abzuheben und sich als professioneller Partner der Politik zu positionieren

Was unterscheidet PR von Lobbying?

PR ist Marktkommunikation, im Lobbying geht es darum, Anliegen und Interessen eines Unternehmens gegenüber der Politik zu artikulieren und durchzusetzen. PR zielt primär auf Darstellung, Lobbying auf Durchsetzung ab. Die beiden Disziplinen können sich gut ergänzen. Sie können einander aber auch behindern, wenn sie nicht abgestimmt sind.

Wie relevant ist Lobbying für den Lebensmittelhandel und die Markenartikelindustrie?

Genauso relevant wie für alle anderen Branchen, würde ich sagen. Denn natürlich haben auch diese beiden Branchen berechnete und legitime Anliegen, wenn es um Wettbewerbsvorteile, Standortvorteile und ähnliches geht.

Was sind „typische Anliegen“ dieser Branche?

Nun aus meiner Erfahrung sind das Themen wie Genehmigungen, Zulassungen, die Genehmigung von Produkteinführungen, Steuer-Themen, Betriebsansiedlungsthemen und oftmals auch die Frage des Umgangs mit kritischen Gruppierungen, sprich Gegnern, Kritikern.

Welche Aktivitäten haben Sie für wen bereits verfolgt?

Beispielsweise die gesellschaftspolitische Vorbereitung einer Produktinnovation im Lebensmittelbereich, die ohne dem von Umwelt-NGOs und Politikern vermutlich skandalisiert worden wäre. Einmal ging es auch darum, den Weg für eine Neu-Ansiedlung einer Handelskette zu ebnet. Ein anderes Mal um die Schließung eines Standortes, die möglichst ohne Aufsehen vor sich gehen musste. Meine Kunden kann ich wegen Verschwiegenheitserklärungen nicht nennen.

Wie hoch sind die Lobbying-Erfolge beim Handel/der Industrie?

Erfolgsgarantien gibt es im Lobbying niemals. Je präziser das Briefing ist und je früher ein professioneller Lobbyist einbezogen wird, umso höher ist die Aussicht, das Anliegen auch durchsetzen zu können.

Wie viele Lobbyisten gibt es in Österreich?

2.000 Personen arbeiten in Summe mehr oder weniger hauptberuflich inklusive der Kammern und Verbände, 100 bis 150 im Handels- und Lebensmittelbereich.

Frage: Wie hoch sind die Stundensätze?

Rund um 300 bis 400 Euro pro Stunde liegen die seriösen Anbieter. Aber der Stundensatz sagt wenig aus. Es zählt die Erfahrung und Kompetenz des Lobbyisten und das Vertrauen, dass ein Auftraggeber in ihn oder sie hat.

Peter Köppl ist Handels- und Industrie-Lobbyist sowie Geschäftsführer der Mastermind Public Affairs Consulting GmbH. Er ist Universitätsprofessor für Public Affairs, Fachautor und Vortragender sowie Vizepräsident der Österreichischen Public Affairs Vereinigung (OePAV). ■