

Lob Dich reich – Evaluation und Kosten von Public Affairs Impulsstatement

Dr. Peter Köppl, M.A.
Politikkongress 2005
Berlin, 30. November 2005

Notwendigkeit der Messbarkeit

➤ Grundlage: Verstehen alle dasselbe unter Public Affairs?

„Public Affairs ist das strategische Management von Entscheidungsprozessen an der Schnittstelle zwischen Politik, Wirtschaft und Gesellschaft. (...) direkt durch Lobbying, also Kommunikation mit und Beratung von Entscheidungsträgern; und indirekt über Meinungsbildner und Medien.“ (Althaus / Geffken / Rawe: Handlexikon der Public Affairs, 2005, S. 262)

➤ Managementprinzip: Legitimität einer Aktivität beruht auf Überprüfbarkeit und Messbarkeit

- Zunehmender Bedarf nach differenzierten Evaluationsmöglichkeiten
- Motto: „If you can't measure it, you cannot manage it.“
- Differenzierung in Prozess- und Ergebnisevaluation

Möglichkeiten der Evaluation

(1) Prozessevaluation:

- Controlling-Instrumente des Projektmanagements bieten Mess-Parameter um Zielerreichung von Milestones und Projektzielen zu prüfen
- Nachteil: kaum inhaltlich-qualitative Aussagen möglich

(2) Ergebnisevaluation:

- *Bottom-line Impact*: Kosten eingespart, Einnahmen erhöht, Konfliktkosten reduziert, Markt geöffnet (monetär bewertbar)
- *Secondary Impact*: Unterstützung von Stakeholdern erreicht, Zugänge eröffnet, Arbeitsbeziehungen etabliert (klimatisch bewertbar)
- *Goodwill Impact*: positives Meinungsklima erzeugt, Kunden-Loyalität erhalten (bedingt bewertbar)
- Nachteil: meist nur ex-post Analyse möglich / Aussagekraft limitiert

Zielformulierung ist Basis für Messbarkeit

Faustformel für die Zielfindung & Messbarkeit in Lobbying & Public Affairs:

- **S:** das Ziel muss eine signifikante Veränderung zum Ist-Stand darstellen
- **M:** diese Veränderung muss messbar sein,
- **A:** durch konkrete Aktivitäten herbeiführbar sein,
- **R:** die Zielvorgabe muss realistisch sein und
- **T:** innerhalb eines definierten Zeitrahmens erreichbar sein (time-based).

3 Thesen zur Evaluation von Public Affairs

- (1) Public Affairs messbar zu machen ist ein Zeichen professioneller Arbeit: wer seine Public Affairs-Arbeit an keinerlei Mess-Kriterien fest machen kann, ist ein Gaukler
- (2) Politik & Public Affairs sind keine Naturwissenschaft: Harte Evaluationskriterien sind nicht immer möglich und nicht immer notwendig, die Transparenz der Kausalität von Ziel => Aktivität => Ergebnis ist essentiell
- (3) Lobbying & Public Affairs zu betreiben kann teuer sein. Es ist aber jedenfalls teuer, kein Lobbying und keine Public Affairs zu betreiben.

Kontakt

Büro Wien

Dorotheergasse 7/7, 1010 Wien

T: +43 (1) 522 9220-0

F: +43 (1) 522 9220-22

peter.koeppl@publicaffairs.cc

Büro Berlin

Dr. Burgmer Managementberatung

Unter den Linden 21, 10117 Berlin

T: +49 (30) 2092 4180

F: +49 (30) 2092 4200

Büro Washington

Laird & Associates

5480 Wisconsin Ave., Suite 1125,
Chevy Chase, MA 20815, USA

T: +1 301 657 9238

F: +1 301 657 8946

Peter Köppl, Power Lobbying: Das Praxishandbuch der Public Affairs, Wie professionelles Lobbying die Unternehmenserfolge absichert und steigert



Linde international 2003, 276 Seiten, geb., ISBN 3-7143-0010-4, Euro 35,-

Führungskräfte geraten zusehends unter Druck: Aufrufe zum Produkt-Boycott, neue Gesetze, die Jagd der Medien nach Konfliktstoff werfen die Frage auf, ob es für Unternehmen so etwas wie Planungssicherheit überhaupt noch gibt. Die Folge: ungeplante Kosten, Schäden an der Reputation und dramatische Korrekturen an Zielvorgaben.

Peter Köppl zeigt dem Leser, wie er mit Public Affairs das Umfeld seines Unternehmens aktiv so gestalten kann, dass die Erreichung der formulierten Ziele möglich ist: durch Lobbying, die Beeinflussung von politischen und gesetzlichen Entscheidungen oder durch permanentes Risikomanagement. Denn wer Polit- und Medienthemen und Widerstände vorhersieht und entsprechend reagiert, kann Wettbewerbsvorteile herauschlagen.