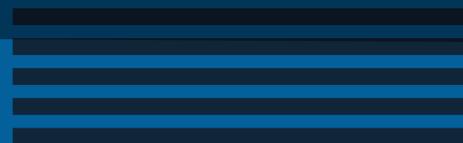
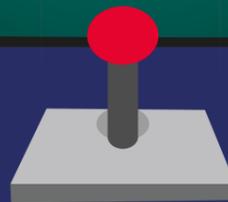


PUBLIC AFFAIRS

UMFRAGE 2021



▶ NEW GAME
OPTIONS
QUIT



MSL
Influence. Impact.



Liebe Leserinnen und Leser,

die Covid-19-Pandemie bestimmt auch in diesem Jahr unseren Alltag. Auch die Politik ist Tag für Tag gefragt, sich mit der Pandemie und ihren gesellschaftlichen Folgen zu befassen. Doch auch so ist das Jahr 2021 ein ganz Besonderes, denn nach 16 Jahren geht die Kanzlerschaft Angela Merkels zu Ende. Neben der Union mit Armin Laschet und der SPD mit Olaf Scholz stellen die Grünen mit Annalena Baerbock erstmals eine eigene Kanzlerkandidatin auf. Die Frage, wer nach der Bundestagswahl am 26. September Angela Merkel im Kanzleramt beerbt, ist völlig offen. Wir haben daher die Public-Affairs-Verantwortlichen in diesem Jahr nicht nur nach ihrer Arbeitsweise und der Bewertung der laufenden Legislaturperiode befragt, sondern auch einen Blick auf die Veränderungen durch die Covid-19-Pandemie und das Wahljahr 2021 eingeholt.

Seit 2002 begleiten wir die Public-Affairs-Verantwortlichen in Deutschland bei ihren Herausforderungen und Erfolgen. Dabei halten wir jedes Jahr mit unserer Studie fest, welche Entwicklungen die Politik und die Branche verändern, aber auch welche Konstanten deutlich werden.

In rund zwei Jahrzehnten Beobachtung konnten wir mit unserer Public-Affairs-Studie viele Trends festhalten und haben einiges kommen und gehen sehen. Doch in den letzten Jahren ist eines sehr deutlich geworden: Digital-Public-Affairs ist kein Trend mehr, sondern eine neue Konstante. Und trotzdem zeigt sich auch Jahr für Jahr, dass Public Affairs durch die enorme Wichtigkeit persönlicher Treffen und physischer Veranstaltungen weiterhin eine wichtige analoge Komponente hat.

Wir freuen uns darüber, Ihnen in dieser Broschüre die zentralen Ergebnisse unserer 20. Public-Affairs-Umfrage zu präsentieren und freuen uns darauf, diese mit Ihnen zu diskutieren.

Ihr MSL-Management

PRESS START...





LEVEL 1

IHRE ARBEIT ALS PUBLIC-
AFFAIRS-VERANTWORTLICHE
ODER -VERANTWORTLICHER

LEVEL 2

POLITIK UND
WIRTSCHAFT

LEVEL 3

FRAGEN ZUR
BUNDESTAGSWAHL
2021

LEVEL 4

DAS RENNEN UM DAS
KANZLERAMT

01

Für Public-Affairs-Verantwortliche ist es wichtig, sich zu Beginn eines Tages schnell einen Überblick über die relevanten Themen zu verschaffen. Wie informieren Sie sich am Morgen?

(Mehrfachnennung möglich)



53%

Soziale Medien
(2020: 46 %)

62%

Pressespiegel
(2020: 69 %)

64%

E-Mail-Newsletter-Dienste
verschiedener Medien
(2020: 78 %)

88%

Online-Medien
(2020: 75 %)

30%

Aufbereitete Monitorings
(2020: 27 %)

28%

Klassische Tageszeitungen
(2020: 37 %)

11%

News Aggregatoren
(2020: 6 %)

11%

TV-Angebote
(2020: 6 %)

02

Wie haben sich Ihre Investitionen in Public-Affairs-Aktivitäten im laufenden Jahr entwickelt?

(Mehrfachnennung möglich)

51%

Es wurden **mehr personelle Ressourcen** für die Public-Affairs-Aktivitäten eingesetzt. (2020: 29 %)

40%

Es gab **keine Veränderungen bei den personellen Ressourcen** für die Public-Affairs-Aktivitäten. (2020: 51 %)

32%

Es wurden **mehr finanzielle Ressourcen** für die Public-Affairs-Aktivitäten eingesetzt. (2020: 16 %)

23%

Es gab **keine Veränderungen bei den finanziellen Ressourcen** für die Public-Affairs-Aktivitäten. (2020: 18 %)

9%

Es wurden **weniger finanzielle Ressourcen** für die Public-Affairs-Aktivitäten eingesetzt. (2020: 28 %)

0%

Es wurden **weniger personelle Ressourcen** für die Public-Affairs-Aktivitäten eingesetzt. (2020: 6 %)

4% Keine Angabe. (2020: 4 %)

03

Welche Instrumente nutzen Sie, um Ihre politischen Kontakte zu pflegen?

(Mehrfachnennung möglich)

94%

E-Mail
(2020: 86%)

92%

Persönliche Treffen mit relevanten politischen Entscheidungsträgern
(2020: 100%)

72%

Telefonanrufe oder Telefonkonferenzen
(2020: 86%)

72%

Videocall-Dienste (z.B. Skype, ZOOM, Microsoft Teams, edudip)
(2020: 69%)

68%

Teilnahme an Podiumsdiskussionen
(2020: 71%)

66%

Eigene Veranstaltungsformate (z.B. Parlamentarische Abende/ Frühstücke)
(2020: 69%)

53%

Social Media (z.B. Twitter, Instagram, Facebook)
(2020: 57%)

34%

Teilnahme an Parteitagen
(2020: 59%)

32%

Digitale Mailings (z.B. Newsletter, Broschüren)
(2020: 35%)

28%

Workshops/ andere Veranstaltungen für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Abgeordneten
(2020: 55%)

26%

Messenger-Dienste (z.B. SMS, WhatsApp, Facebook Messenger, Telegram)
(2020: 31%)

21%

Postalische Mailings (z.B. Newsletter, Broschüren)
(2020: 18%)

04

Wenn Sie das Social Web und Digital-Instrumente zur Pflege politischer Kontakte nutzen, welche sind das?

(Mehrfachnennung möglich)

81%

Twitter
(2020: 87%)

64%

LinkedIn/
Xing
(2020: 84%)

19%

Facebook
(2020: 47%)

7%

YouTube
(2020: 18%)

7%

Blogs
(2020: 22%)

10%

Instagram
(2020: 33%)

10%

Clubhouse
(2020: 0%)

2%

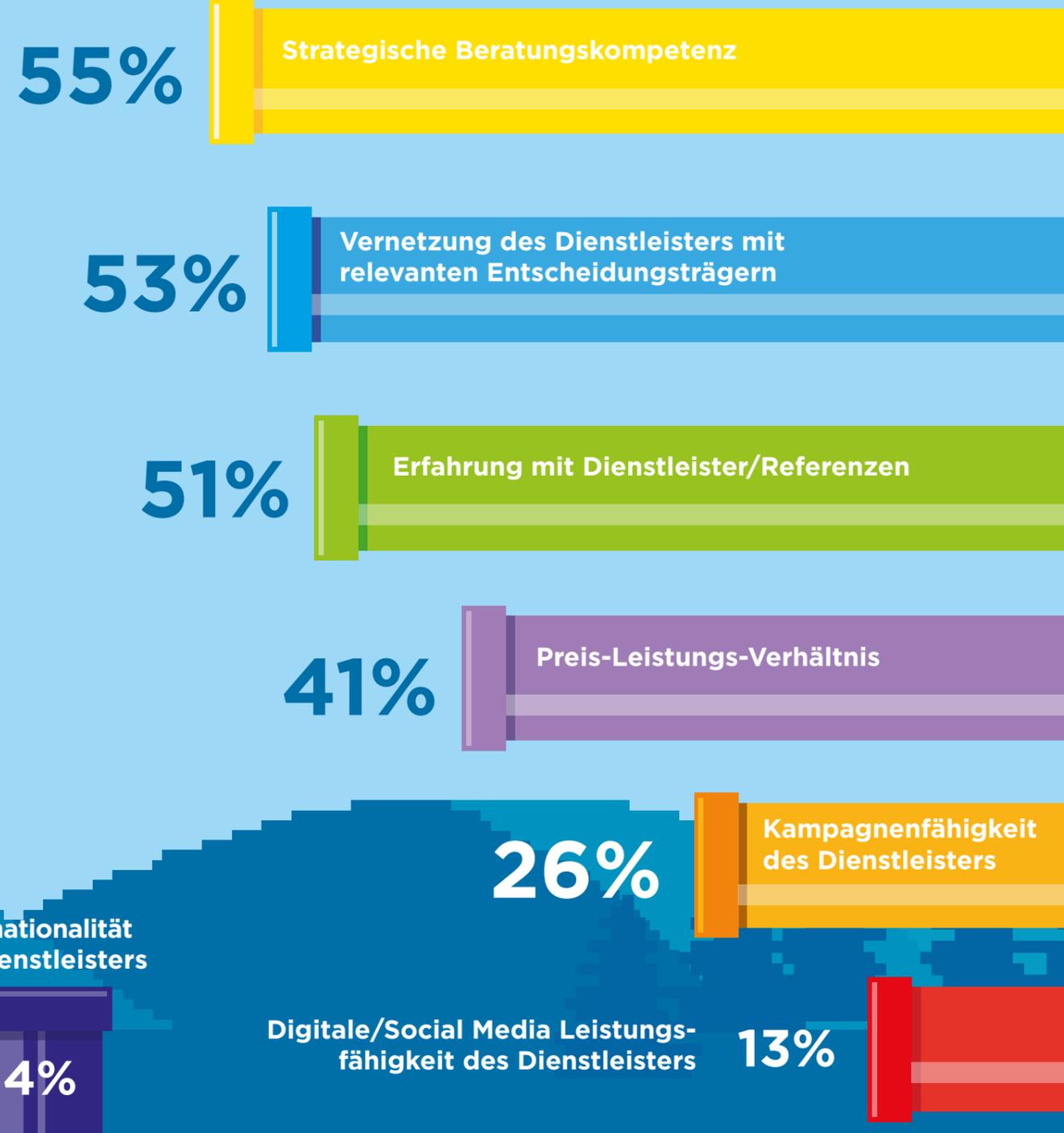
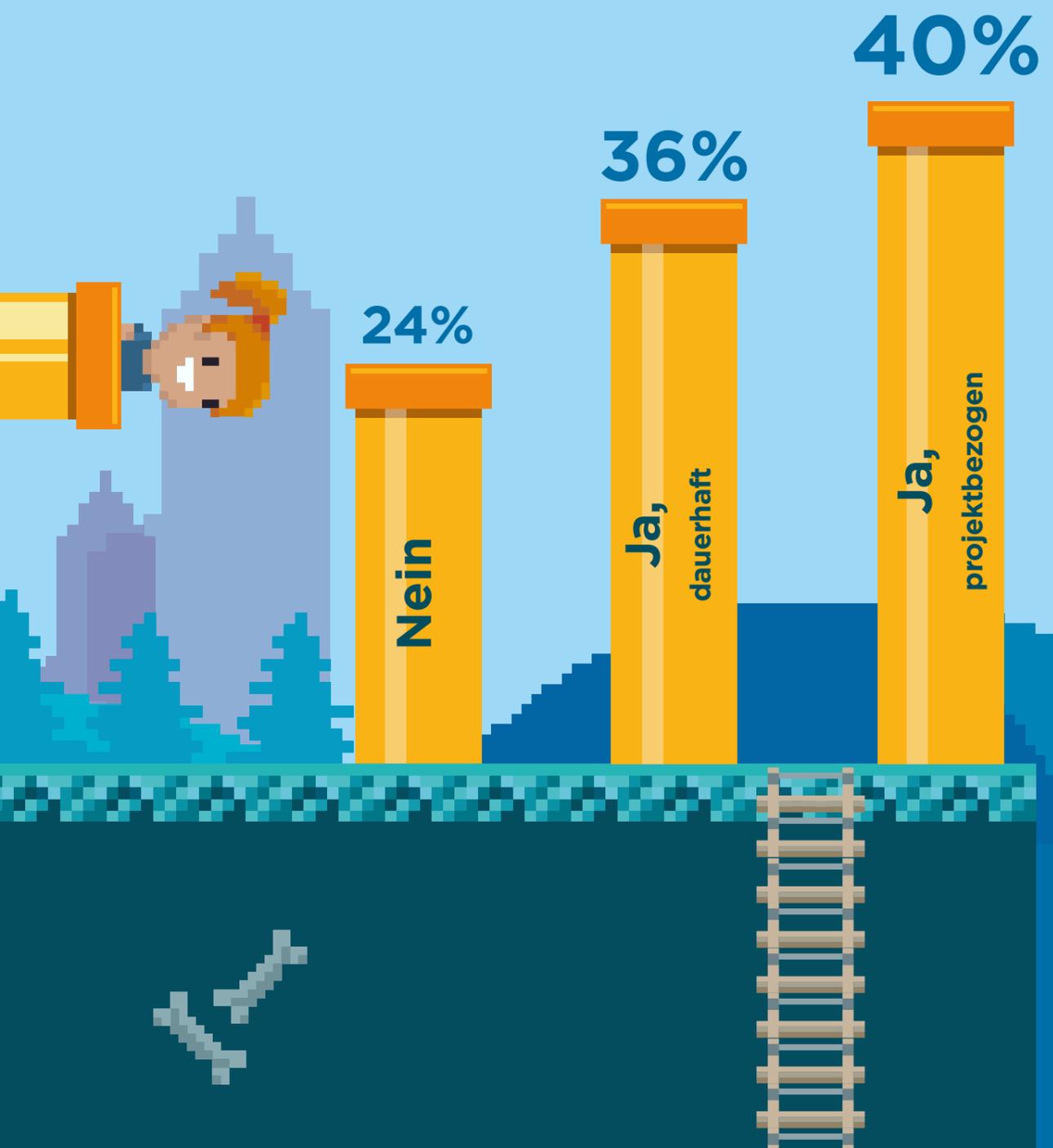
Petitionsplattformen wie Change.org
(2020: 0%)

0% Snapchat (2020: 0%)

0% TikTok (2020: 0%)

05 Arbeiten Sie bei der Planung und Umsetzung Ihrer Public-Affairs-Strategien mit externen Beratern bzw. Agenturen zusammen?

06 Falls ja, nach welchen Kriterien wählen Sie diese externen Dienstleister aus? (Mehrfachnennung möglich)



Internationalität des Dienstleisters

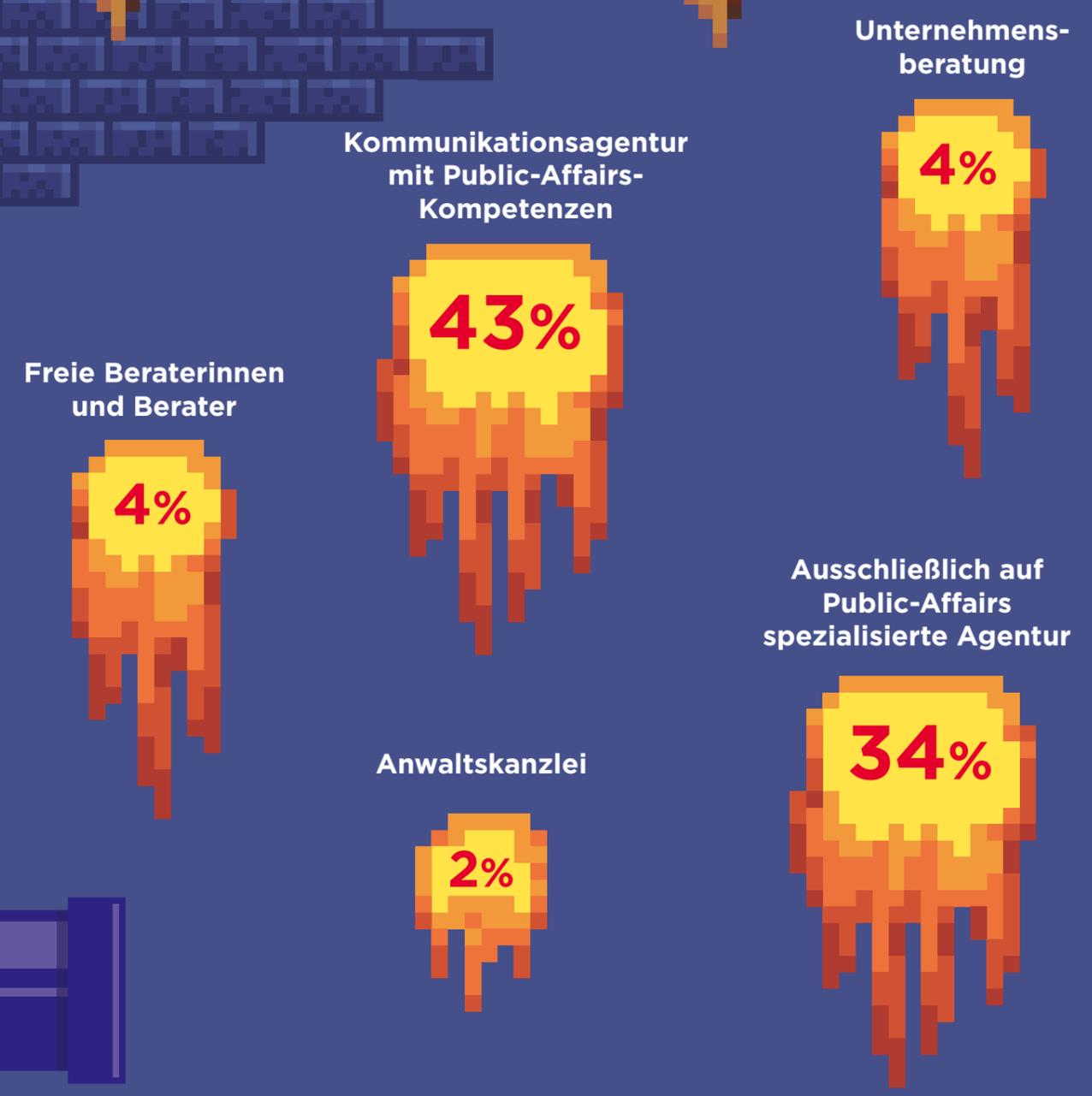


Digitale/Social Media Leistungsfähigkeit des Dienstleisters



07

Mit welcher Art von Beratungsunternehmen arbeiten Sie bevorzugt zusammen?



08

Wie groß ist Ihr Public-Affairs-Team in Deutschland?



09

Das Lobbyregistergesetz wurde in diesem Jahr beschlossen. Wie schätzen Sie folgende Aussagen ein: Das Lobbyregistergesetz...

	Trifft zu	Trifft eher zu	Teils-teils	Trifft eher nicht zu	Trifft nicht zu
...ist eine begrüßenswerte Maßnahme.	51%	28%	17%	2%	0%
...bedient politische Klischees und erzeugt keine Wirkung.	15%	17%	38%	28%	2%
...erhöht die Transparenz im Gesetzgebungsprozess	13%	26%	45%	15%	2%
...hilft bei der Prävention von Korruption.	9%	21%	32%	23%	15%
...erhöht das Vertrauen der Gesellschaft in die Politik.	15%	32%	32%	17%	4%
...hat keine Auswirkungen auf meine Public-Affairs-Arbeit.	43%	26%	15%	15%	2%
...wird die Public-Affairs-Arbeit nachhaltig verändern.	0%	11%	34%	43%	13%
Mir ist nicht klar, was das Gesetz konkret bedeutet.	9%	13%	17%	13%	45%





LEVEL UP

Politik und Wirtschaft

10 Ist die Politik für Ihr Unternehmen/
Ihren Verband ein verlässlicher
Partner?



Die Politik ...

51%
... ist und bleibt ein verlässlicher
Partner. (2020: 41%)

28%
... ist bereits ein weniger
verlässlicher Partner. (2020: 33%)

19%
... wird künftig ein weniger
verlässlicher Partner sein. (2020: 22%)

2%
... ist kein verlässlicher Partner.
(2020: 4%)



11 Glauben Sie, dass sich die Kommunikation mit politischen Stakeholdern durch die aktuelle Situation mit COVID-19 nachhaltig verändert?

92%
Teilweise

Einige Tools und neue Gewohnheiten bleiben auch nach der Krise bestehen. Jedoch werden auch klassische Formate wie persönliche Treffen und Veranstaltungen wieder genutzt.

(2020: 88%)

8%
Ja

Digitale Public-Affairs-Arbeit und der digitale Austausch werden zum neuen Standard.
(2020: 12%)

0%
Nein

Nach der Krise werden wir wieder in den Regelbetrieb zurückkehren.
(2020: 0%)

12 Inwieweit haben Influencer und Blogger Relations in den vergangenen Monaten an Bedeutung für die politische Meinungsbildung gewonnen?

57%

Sie haben wenig an Bedeutung gewonnen. (2020: 67%)

22%

Sie haben nicht an Bedeutung gewonnen. (2020: 19%)

21%

Sie haben deutlich an Bedeutung gewonnen. (2020: 14%)

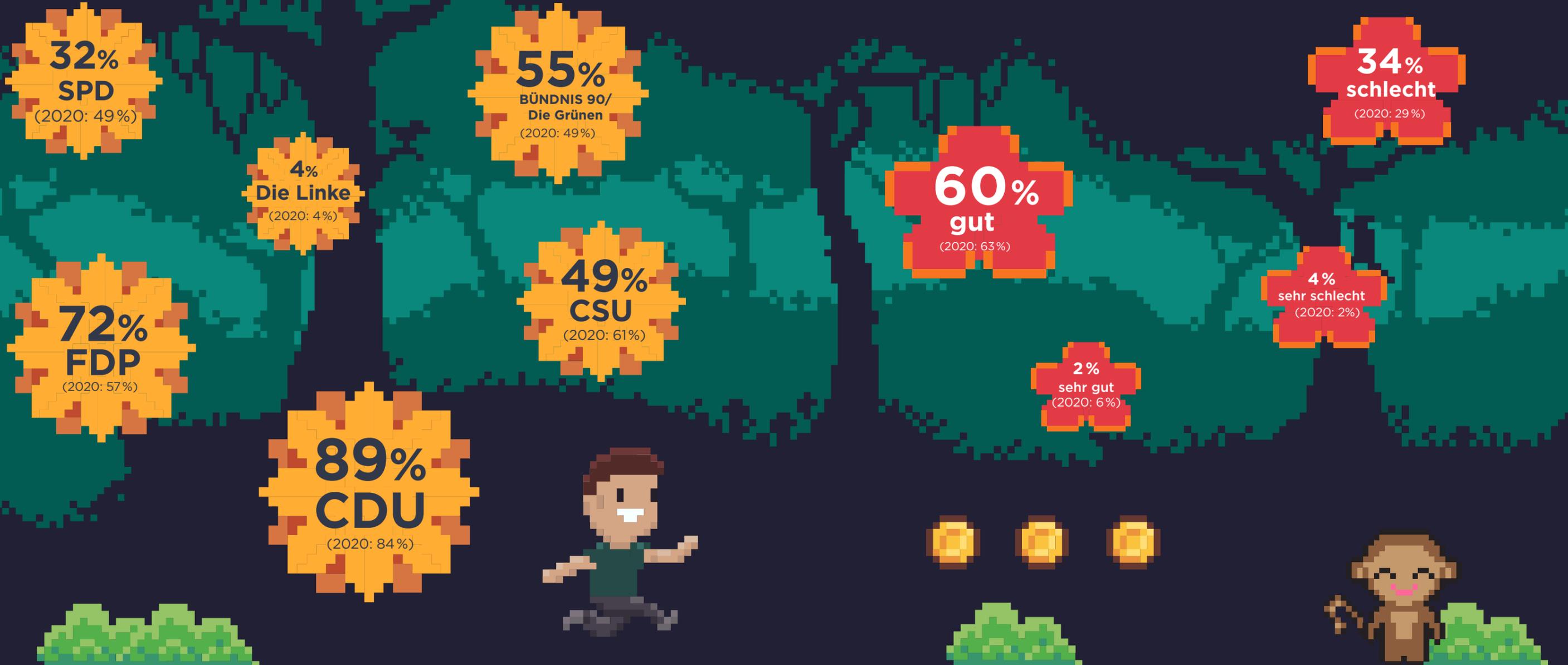
13

Mit welchen Parteien ist die Zusammenarbeit aus Sicht Ihres Unternehmens/Verbands am konstruktivsten?

(Mehrfachnennungen möglich)

14

Wie beurteilen Sie insgesamt die bisherige Leistung der Großen Koalition in der aktuellen Legislaturperiode?



15

Wie beurteilen Sie die Arbeit der Bundesregierung in den folgenden Politikbereichen?

	sehr gut	gut	schlecht	sehr schlecht	keine Angabe
Arbeit & Soziales	11 %	40 %	36 %	9 %	4 %
Außenpolitik	9 %	51 %	26 %	13 %	3 %
Gesundheit	19 %	51 %	19 %	9 %	2 %
Pandemie-Bekämpfung	26 %	43 %	26 %	5 %	0 %
EU-Politik	11 %	55 %	17 %	15 %	2 %
Asyl- & Flüchtlingspolitik	6 %	43 %	30 %	11 %	11 %
Innere Sicherheit	2 %	60 %	30 %	2 %	6 %
Wirtschaft	4 %	40 %	40 %	11 %	5 %
Steuer & Finanzen	4 %	43 %	36 %	15 %	2 %
Klima & Umwelt	4 %	30 %	38 %	23 %	5 %
Energie	2 %	15 %	45 %	32 %	6 %
Verbraucherschutz	2 %	40 %	36 %	13 %	9 %
Ernährung & Landwirtschaft	2 %	45 %	19 %	26 %	8 %
Verteidigung	2 %	40 %	32 %	17 %	9 %
Familienpolitik	0 %	45 %	32 %	13 %	10 %
Digitalpolitik	2 %	17 %	36 %	38 %	7 %
Verkehr & Infrastruktur	4 %	23 %	33 %	34 %	6 %
Rentenpolitik	2 %	38 %	23 %	26 %	11 %
Bildung, Forschung, Technologie & Innovationen	0 %	23 %	38 %	39 %	0 %

16

Wie beurteilen Sie die Arbeit der Opposition im Deutschen Bundestag in der laufenden Legislaturperiode?

	sehr gut	gut	schlecht	sehr schlecht
Die Linke	2 %	9 %	53 %	36 %
Bündnis 90/ Die Grünen	21 %	56 %	21 %	2 %
FDP	11 %	70 %	17 %	2 %
AfD	0 %	2 %	17 %	81 %

17 Welcher Partei messen Sie die höchste Kompetenz in Wirtschaftsfragen zu?

18 Welcher Partei messen Sie die höchste Kompetenz in Klimafragen zu?



6% 
CSU
(2020: 10%)

2% 
CSU


11%
FDP

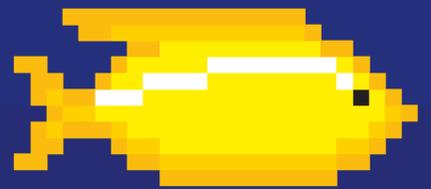
6% 
BÜNDNIS 90/Die Grünen
(2020: 0%)

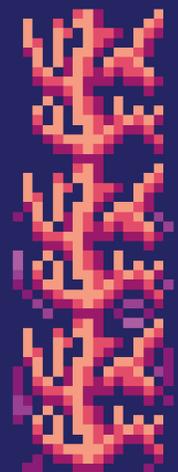

15%
CDU

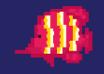
2% 
SPD

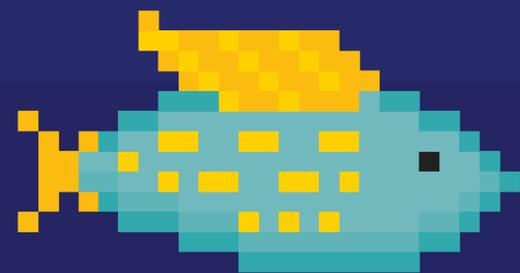

32%
CDU
(2020: 57%)

4% 
SPD
(2020: 8%)


49%
FDP
(2020: 21%)



2% 
Die Linke
(2020: 0%)


68%
BÜNDNIS 90/Die Grünen





LEVEL UP

Fragen zur Bundestagswahl 2021

19 Was sind aus Ihrer Sicht die drei wichtigsten Themen in der kommenden Legislaturperiode?
(Dreifachnennung möglich)



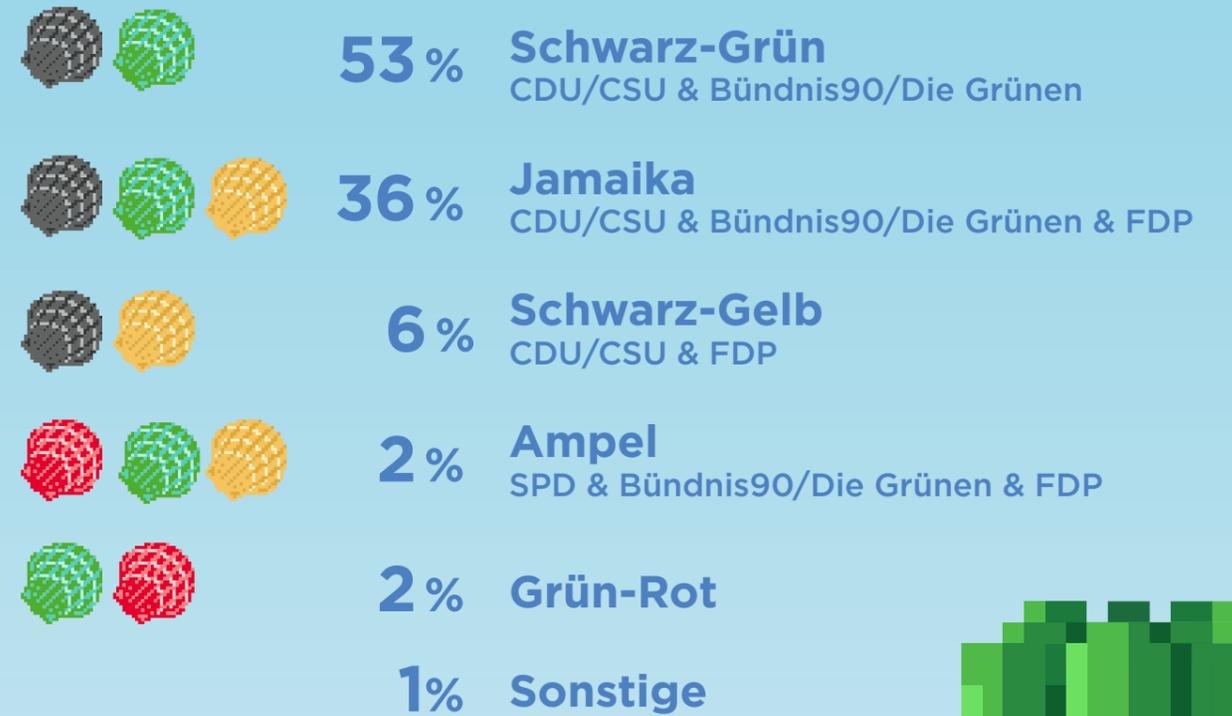
- 64% Klima- und Umweltschutz
- 40% Bewältigung der Corona-Krise
- 30% Rentenreform
- 28% Energiewende
- 21% Mobilitätswende
- 13% Gesundheitspolitik
- 11% Außenpolitik
- 11% Steuerreform
- 11% Verbesserung der sozialen Gerechtigkeit
- 9% Migrations- und Integrationspolitik
- 6% Vertiefung der Europäischen Integration
- 2% Digitale Agenda
- 2% Regulierung des Finanzsystems

20

Welche Regierungskoalition wünschen Sie sich nach der Bundestagswahl am 26. September 2021?

21

Welche Regierungskoalition erwarten Sie nach der Bundestagswahl am 26. September 2021?



4

LEVEL UPDas Rennen
um das Kanzleramt**22**

Wir blicken auf eine 16-jährige
Regierungszeit Dr. Angela Merkels
zurück. Wie beurteilen Sie die
Leistung der Bundeskanzlerin?

7,5

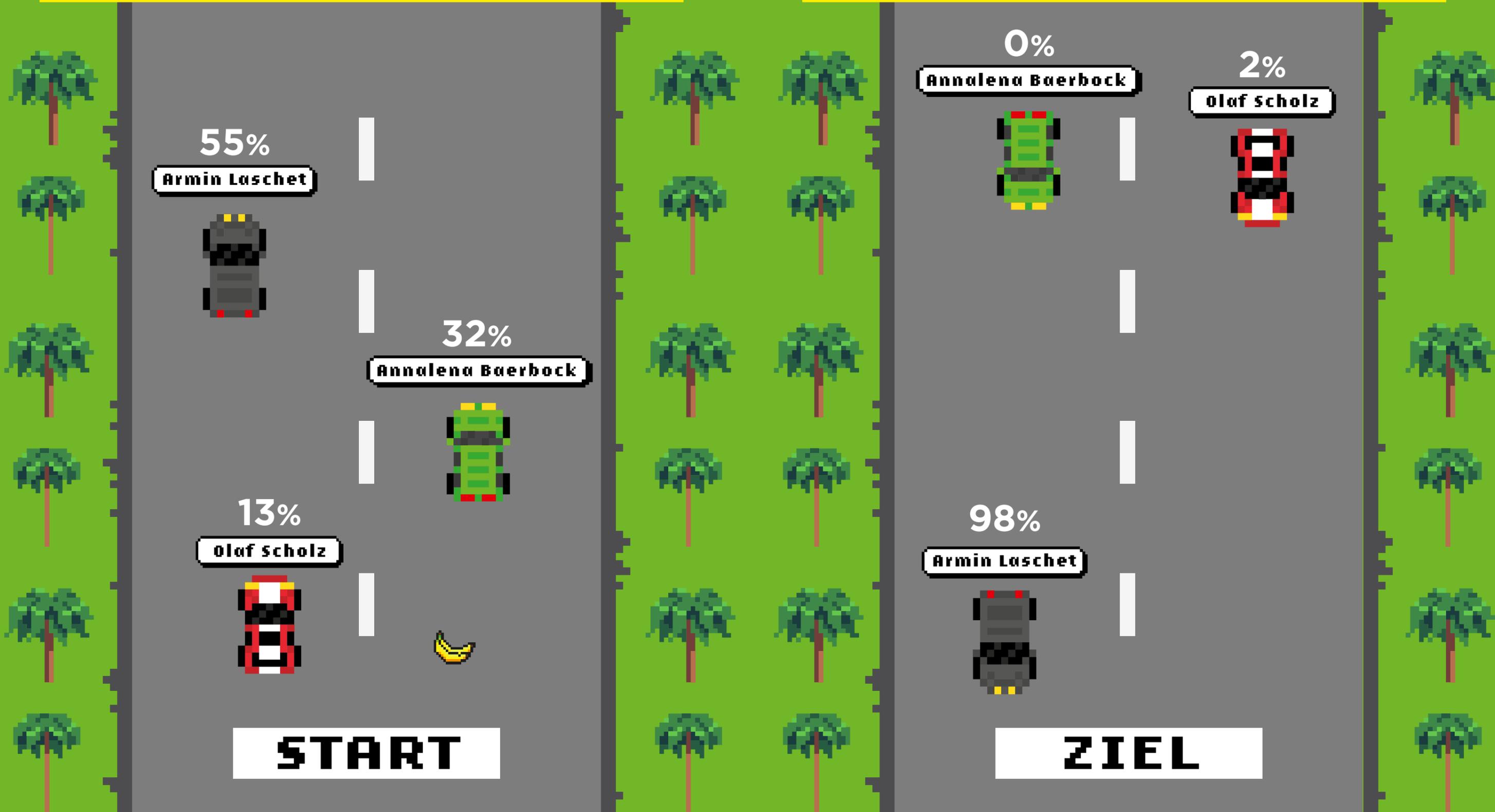


23

Welche Bundeskanzlerin oder welchen Bundeskanzler wünschen Sie sich für die kommende Legislaturperiode?

24

Welche Bundeskanzlerin oder welchen Bundeskanzler erwarten Sie für die kommende Legislaturperiode?



Unser Public-Affairs-Vierklang

Strategische Positionierung

Der Platz auf der politischen Agenda ist begrenzt. Wir wissen, wie Ihre Themen dort Raum finden.

Öffentliche Kampagnen

Wir kennen die geschriebenen und ungeschriebenen Gesetze öffentlicher Auseinandersetzungen. Wir entwickeln Kampagnen für Sie, mit denen Ihre Botschaften die Augen, Ohren und Herzen der Menschen erreichen, auf die es ankommt.

Vernetzung

Wir vermitteln Zugänge zu politischen Entscheidern, schaffen Gesprächsanlässe und planen neue Kontaktpunkte.

Digital Public Affairs

Soziale Medien prägen die politische Meinungsbildung. Wir helfen Ihnen dabei, diese Instrumente für Ihre politische Kommunikation gezielt einzusetzen.

Leistungen

In Berlin kümmern wir uns schwerpunktmäßig um die Beziehung unserer Kunden zur Politik. Wir schaffen Zugänge, setzen Themen und sorgen dafür, dass die Anliegen unserer Kunden von den relevanten politischen Entscheidern wahrgenommen werden.

Neben dem Feld Public Affairs unterstützen wir Sie mit mehreren Standorten in ganz Deutschland als strategische Kommunikationsagentur auch in den Feldern Corporate Communications, Reputation Management, Krisenkommunikation, Consumer PR sowie B2B. Ergänzt wird diese Expertise durch unser Kreativteam, das den richtigen Weg zu Ihrer Zielgruppe findet.

-  MSL hat 100+ Büros in 40 Ländern und 2.500+ Mitarbeiterinnen Mitarbeiter.
-  MSL sind 120+ Mitarbeiterinnen Mitarbeiter in vier Büros in Deutschland.
-  Wir sind Nr. 1 in EMEA. In Deutschland ist MSL Nr. 1 in Public Affairs.
-  MSL ist Teil der Publicis Groupe.

Impressum

Herausgeber und Redaktion:

MSLGROUP Germany GmbH
Leibnizstraße 65, 10629 Berlin

Tel.: +49 30 82 082-500

www.mslgroup.de

Verantwortlich:

Axel Wallrabenstein (axel.wallrabenstein@mslgroup.com)
Christoph Moosbauer (christoph.moosbauer@mslgroup.com)

Redaktion:

Michael Bestgen

Umsetzung:

MSL Design & Creative Studio



@MSL_Germany

facebook.com/MSLGroupGermany

instagram.com/msl_germany