

# PUBLIC AFFAIRS UMFRAGE

2023





# VORWORT

Liebe Leserinnen und Leser,

es ist Halbzeit in der 20. Legislaturperiode und damit an der Zeit, eine erste Bilanz zur Arbeit der Ampel-Koalition zu ziehen. Der Krieg in der Ukraine, ausgelöst durch den völkerrechtswidrigen Angriff Russlands, stellt die Bundesregierung weiterhin vor geopolitische und energiepolitische Herausforderungen. Vorhaben wie das Heizungsgesetz und die Kindergrundsicherung legten Spannungen innerhalb der Koalition offen. Zudem muss die Ampel-Regierung weiterhin Antworten auf Migration, Inflation und Rezession finden.

Mit unserer 22. Public-Affairs-Umfrage möchten wir eine Halbzeitbilanz der Legislaturperiode ziehen und darauf eingehen, wie Public-Affairs-Verantwortliche auf die Arbeit der Bundesregierung blicken.

Neben den multiplen Krisen haben auch die rasanten Entwicklungen im Bereich der Künstlichen Intelligenz in diesem Jahr Politik, Wirtschaft und Gesellschaft beschäftigt. Künstliche Intelligenz ist somit auch das Schwerpunktthema unserer diesjährigen Public-Affairs-Umfrage. Wir haben Public-Affairs-Verantwortliche gefragt, welche Einflüsse

Künstliche Intelligenz und die neuen Möglichkeiten KI-basierter Tools schon jetzt auf ihre Arbeit haben. Zudem hat uns interessiert, ob für sie aktuell die Chancen oder doch die Risiken der Künstlichen Intelligenz im Vordergrund stehen.

Darüber hinaus beschäftigt auch die geplante weitere Verschärfung des Lobbyregisters die Branche. Auch zu diesem Thema haben wir mit unserer Umfrage ein Stimmungsbild der Public-Affairs-Verantwortlichen eingefangen.

Seit 2002 begleiten wir die Public-Affairs-Verantwortlichen in Deutschland bei ihren Herausforderungen, Erfolgen und den neuen Wegen, die sie beschreiten. So halten wir seit zwei Jahrzehnten mit unserer Studie fest, welche Entwicklungen die Politik und die Branche verändern, aber auch welche Konstanten erkennbar sind.

Wir freuen uns, Ihnen in dieser Broschüre die zentralen Ergebnisse unserer 22. Public-Affairs-Umfrage präsentieren und diese mit Ihnen diskutieren zu können.

**Ihr MSL-Team**

# 1

ALLGEMEINE FRAGEN

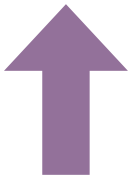
# POLITIK UND WIRTSCHAFT





# 01

Wie beurteilen Sie insgesamt die Leistung der Ampel-Koalition zur Halbzeit der aktuellen Legislaturperiode?



**▲ 2,63%**

sehr gut

2022: 2,27%



**▽ 36,84%**

gut

2022: 63,64%



**▲ 42,11%**

schlecht

2022: 29,55%



**▲ 18,42%**

sehr schlecht

2022: 4,55%

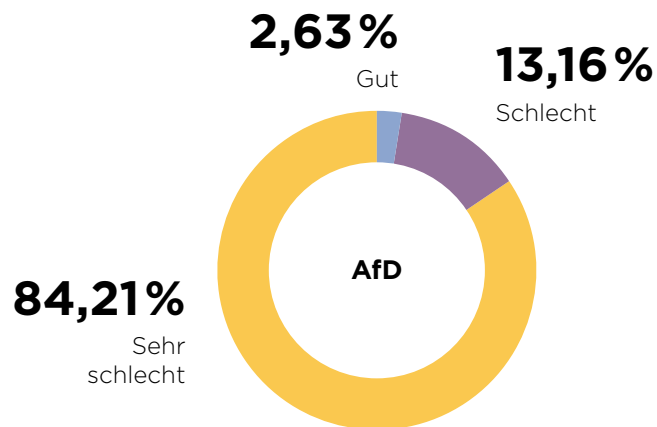
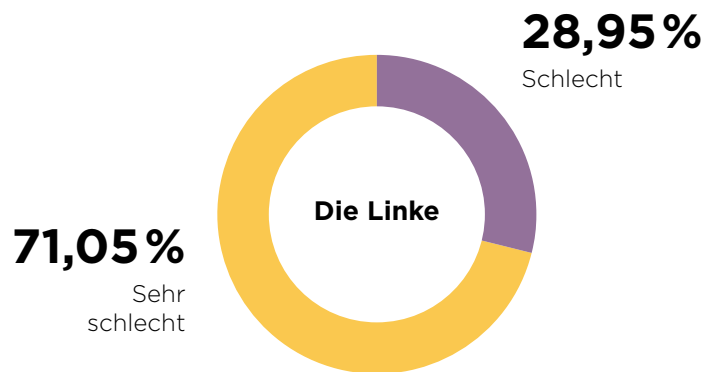
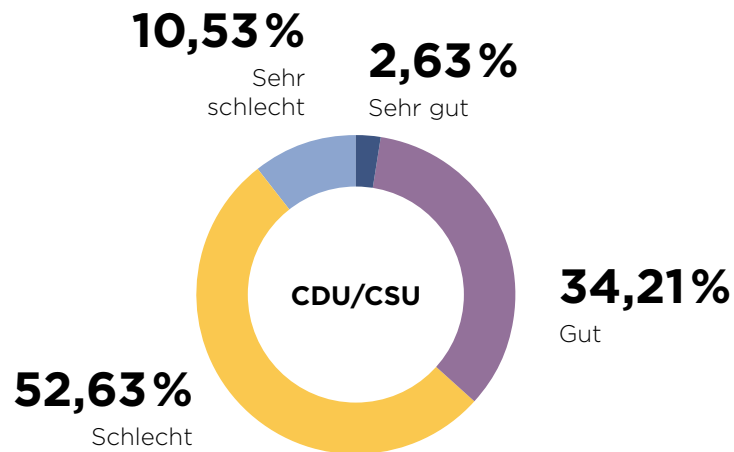
# 02

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

	sehr gut	gut	schlecht	sehr schlecht	keine Angabe
Wirtschaft und Klima	2,63 %	21,05 %	52,63 %	23,68 %	0,00 %
Steuern und Finanzen	0,00 %	34,21 %	52,63 %	13,16 %	0,00 %
Arbeit und Soziales	5,26 %	50,00 %	26,32 %	18,42 %	0,00 %
Außenpolitik	21,05 %	42,11 %	23,68 %	13,16 %	0,00 %
Gesundheit	0,00 %	28,95 %	36,84 %	31,58 %	2,63 %
Bildung, Forschung, Technologie und Innovationen	0,00 %	13,16 %	31,58 %	39,47 %	15,79 %
Umwelt	5,26 %	31,58 %	47,37 %	13,16 %	2,63 %
Energie	13,16 %	36,84 %	26,32 %	23,68 %	0,00 %
Verbraucherschutz	0,00 %	21,05 %	39,47 %	18,42 %	21,05 %
Ernährung und Landwirtschaft	0,00 %	21,05 %	31,58 %	23,68 %	23,68 %
Verteidigung	23,68 %	50,00 %	18,42 %	5,26 %	2,63 %
Familienpolitik	0,00 %	13,16 %	42,11 %	26,32 %	18,42 %
Digitalpolitik	0,00 %	5,26 %	28,95 %	55,26 %	10,53 %
Verkehr und Infrastruktur	2,63 %	15,79 %	44,74 %	28,95 %	7,89 %
Asyl- und Flüchtlingspolitik	0,00 %	21,05 %	26,32 %	36,84 %	15,79 %
Rentenpolitik	2,63 %	21,05 %	44,74 %	18,42 %	13,16 %
Innere Sicherheit	0,00 %	44,74 %	23,68 %	13,16 %	18,42 %
Bewältigung der Folgen des russischen Angriffskrieges auf die Ukraine	13,16 %	47,37 %	21,05 %	15,79 %	2,63 %
Unterstützung der Ukraine	10,53 %	57,89 %	26,32 %	5,26 %	0,00 %

# 03

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

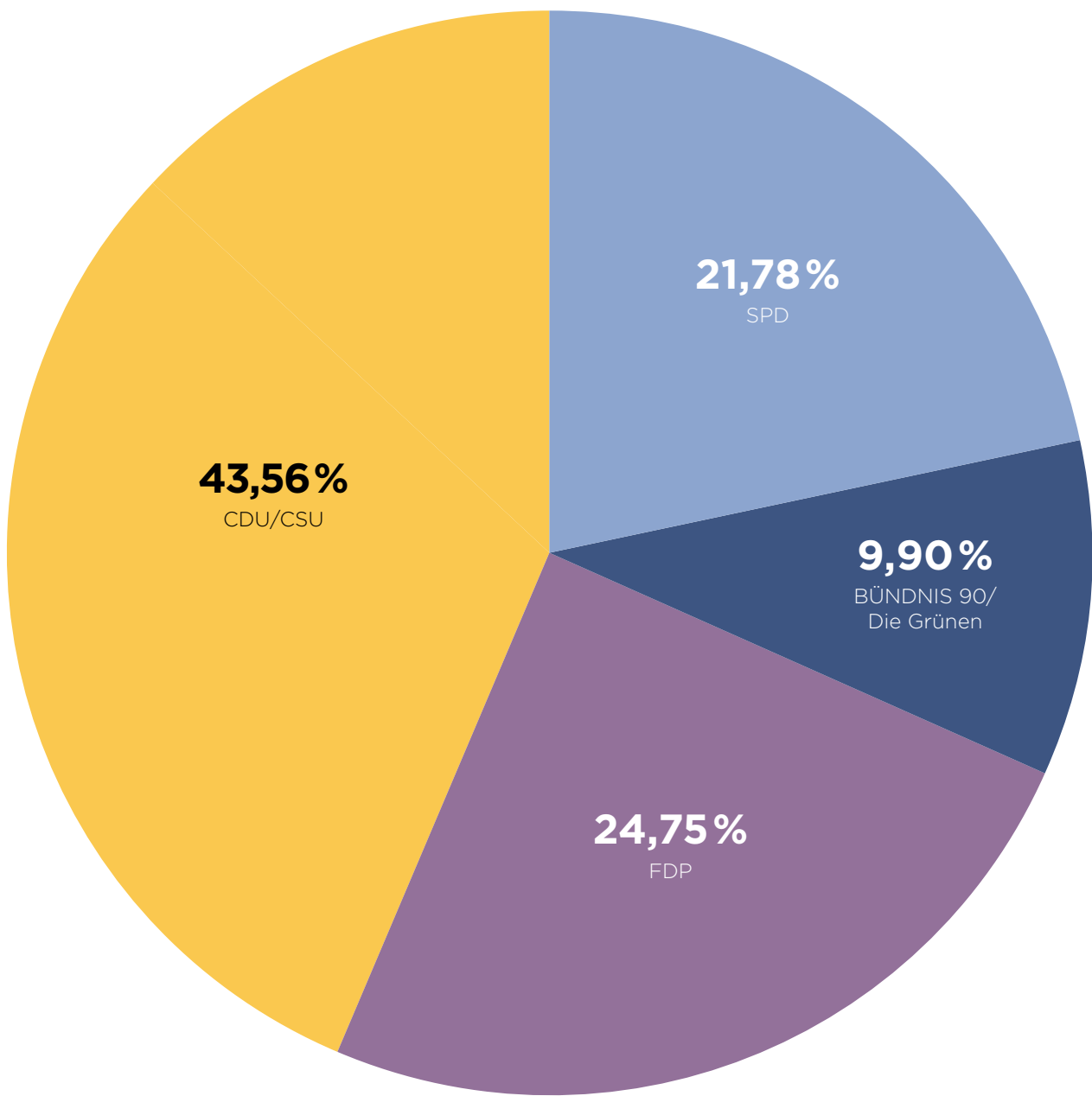




# 04

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

(Mehrfachnennungen möglich)



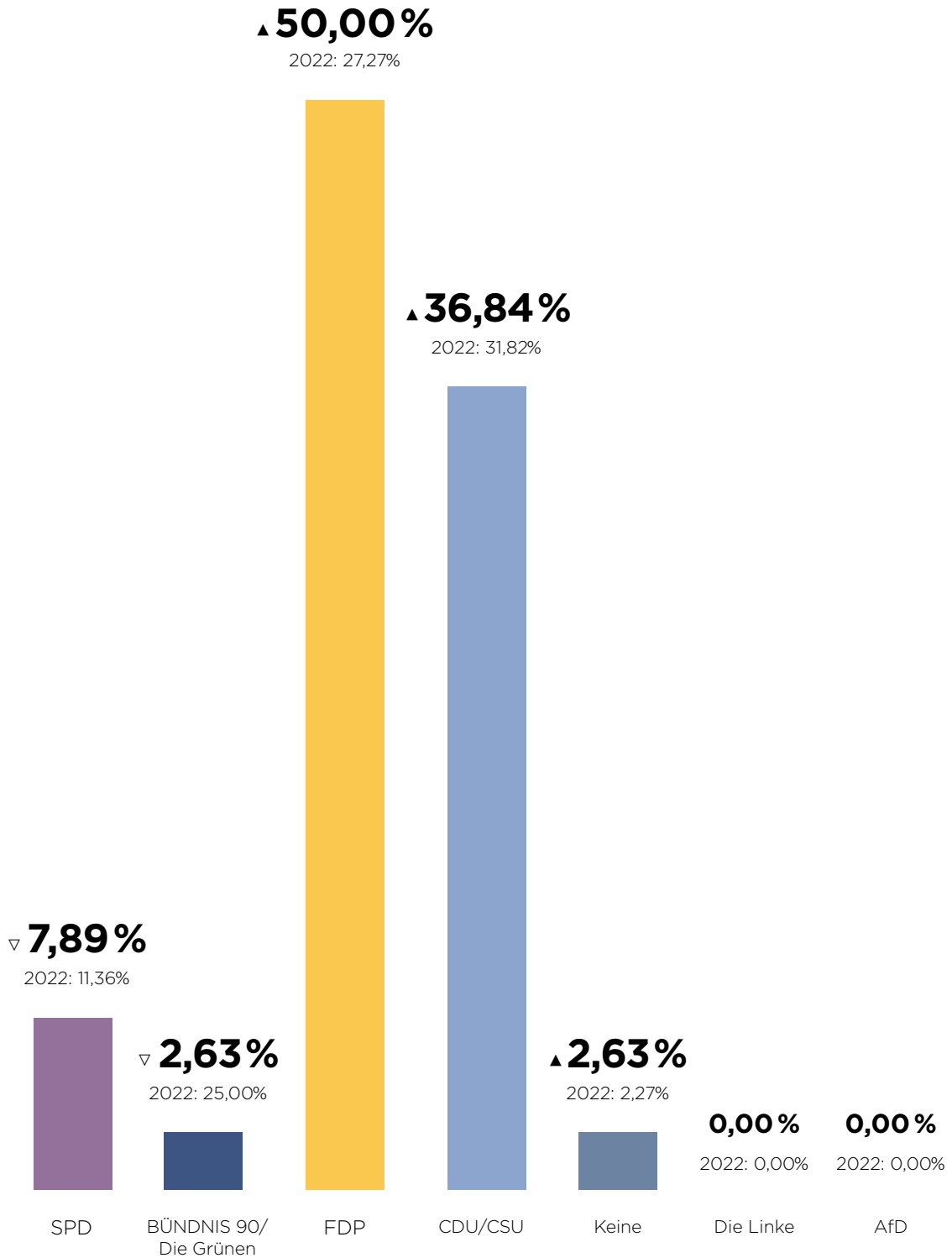
# 05

Die erste Halbzeit der Legislaturperiode war zum Teil auch durch neue Kommunikationsstile seitens der politischen Vertreterinnen und Vertreter geprägt. Wie bewerten Sie die Kommunikation der folgenden Stakeholder?

		Sehr gut	Gut	Schlecht	Sehr schlecht
Olaf Scholz	<b>2023</b>	▲ 0,00%	▲ 21,05%	▲ 50,00%	▼ 28,95%
	2022	0,00%	15,91%	50,00%	34,09%
Robert Habeck	<b>2023</b>	▼ 15,79%	▲ 42,11%	▲ 31,58%	▲ 10,53%
	2022	75,00%	25,00%	0,00%	0,00%
Christian Lindner	<b>2023</b>	▲ 10,53%	▲ 65,79%	▲ 21,05%	▲ 2,63%
	2022	4,55%	45,45%	34,09%	15,91%
Friedrich Merz	<b>2023</b>	▼ 0,00%	▼ 21,05%	▲ 44,74%	▲ 34,21%
	2022	11,36%	54,55%	29,55%	4,55%
SPD (Partei)	<b>2023</b>	▲ 2,63%	▲ 28,95%	▼ 52,63%	▼ 15,79%
	2022	2,27%	25,00%	56,82%	15,91%
BÜNDNIS 90/ Die Grünen (Partei)	<b>2023</b>	▼ 0,00%	▼ 21,05%	▲ 71,05%	▲ 7,89%
	2022	11,36%	70,45%	13,64%	4,55%
FDP (Partei)	<b>2023</b>	▲ 2,63%	▲ 57,89%	▼ 31,58%	▼ 7,89%
	2022	0,00%	36,36%	52,27%	11,36%
CDU/CSU Parteien)	<b>2023</b>	▼ 0,00%	▼ 34,21%	▲ 57,89%	▲ 7,89%
	2022	6,82%	43,18%	47,73%	2,27%
Die Linke (Partei)	<b>2023</b>	0,00%	0,00%	▲ 34,21%	▼ 65,79%
	2022	0,00%	0,00%	27,27%	72,73%
AfD (Partei)	<b>2023</b>	0,00%	▲ 10,53%	▼ 10,53%	▼ 78,95%
	2022	0,00%	0,00%	15,91%	84,09%

# 06

Welcher Fraktion messen Sie die höchste Kompetenz in Wirtschaftsfragen bei?



# 07

## Ist die Politik für Ihr Unternehmen/Ihren Verband ein verlässlicher Partner? Die Politik ...

... ist und bleibt ein verlässlicher Partner.

2022: 38,64%

... wird künftig ein weniger verlässlicher Partner sein.

2022: 25,00%

... ist bereits ein weniger verlässlicher Partner.

2022: 34,09%

**▲ 5,26%**

... ist kein verlässlicher Partner.

2022: 2,27%



# 2

## ARBEITSWEISE

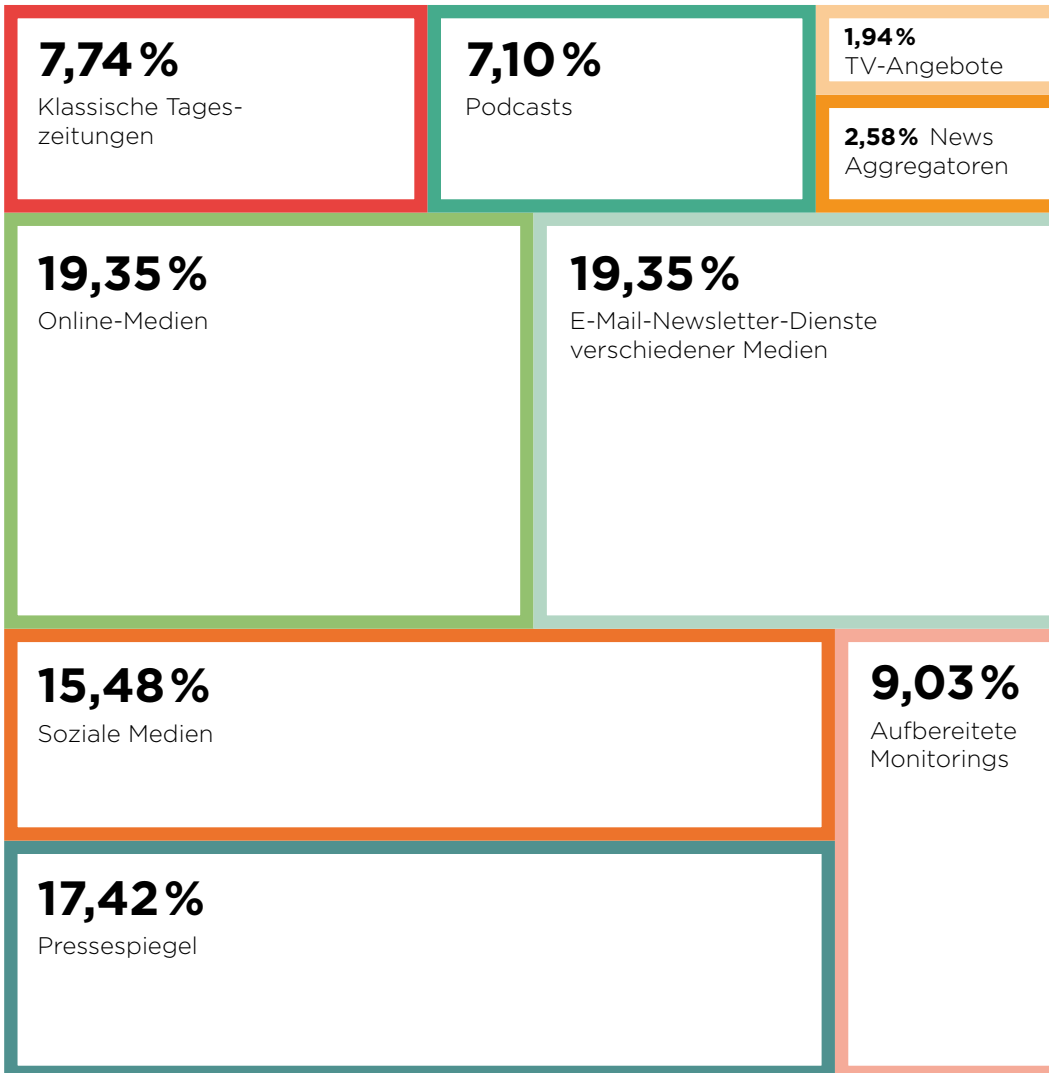
DER PUBLIC-AFFAIRS-  
VERANTWORTLICHEN





# 08

Als Public-Affairs-Verantwortliche und Verantwortlicher ist es wichtig, sich zu Beginn eines Tages schnell einen Überblick über die relevanten Themen zu verschaffen. Wie informieren Sie sich am Morgen? (Mehrfachnennungen möglich)





# 09

## Wie haben sich Ihre Investitionen in Public-Affairs-Aktivitäten im laufenden Jahr entwickelt? (Mehrfachnennung möglich)



Es wurden mehr personelle Ressourcen für die Public-Affairs-Aktivitäten eingesetzt.



Es gab keine Veränderungen bei den personellen Ressourcen für die Public-Affairs-Aktivitäten.



Es wurden weniger personelle Ressourcen für die Public-Affairs-Aktivitäten eingesetzt.



Es wurden mehr finanzielle Ressourcen für die Public-Affairs-Aktivitäten eingesetzt.



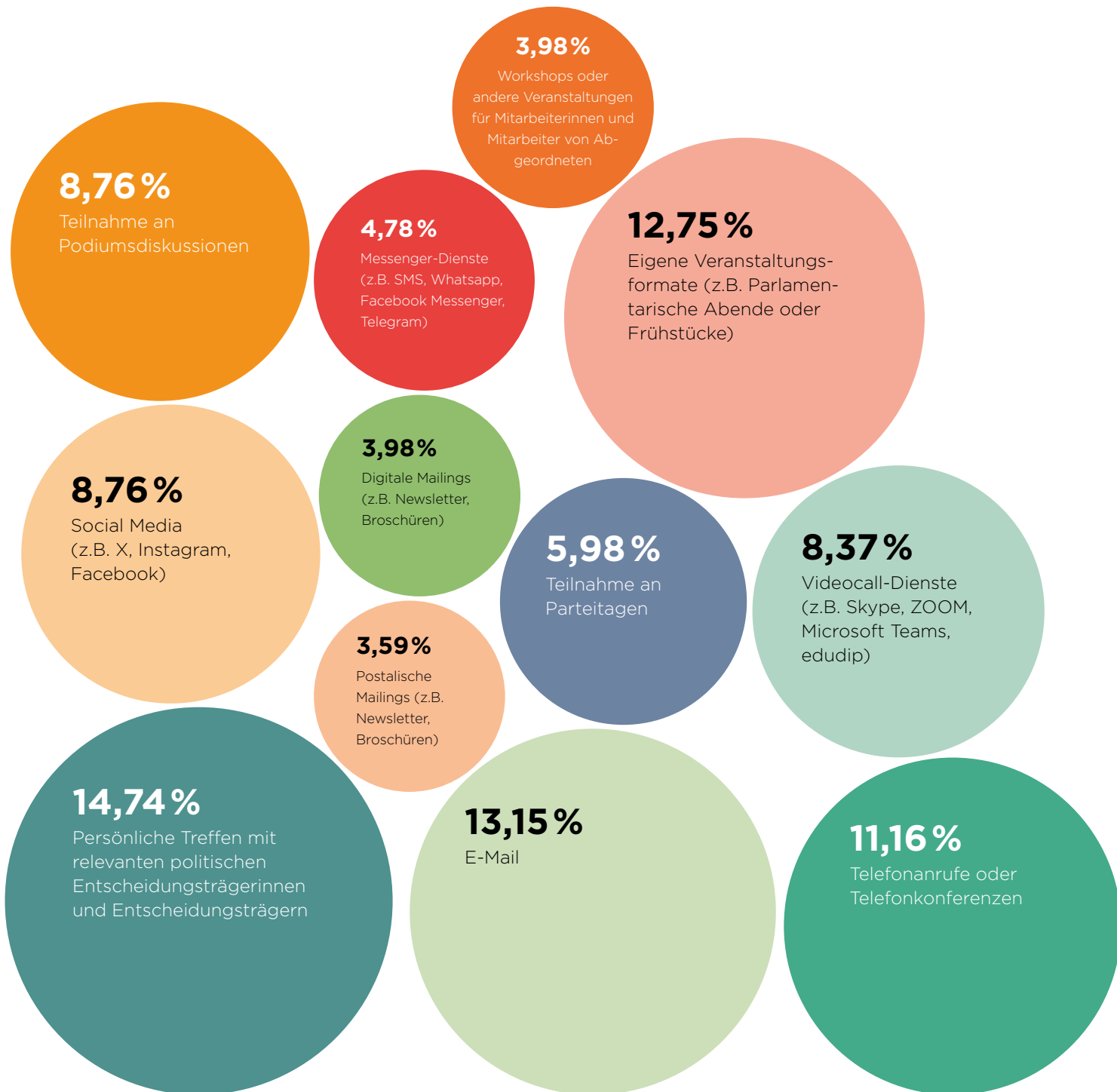
Es gab keine Veränderungen bei den finanziellen Ressourcen für die Public-Affairs-Aktivitäten.



Es wurden weniger finanzielle Ressourcen für die Public-Affairs-Aktivitäten eingesetzt.

# 10

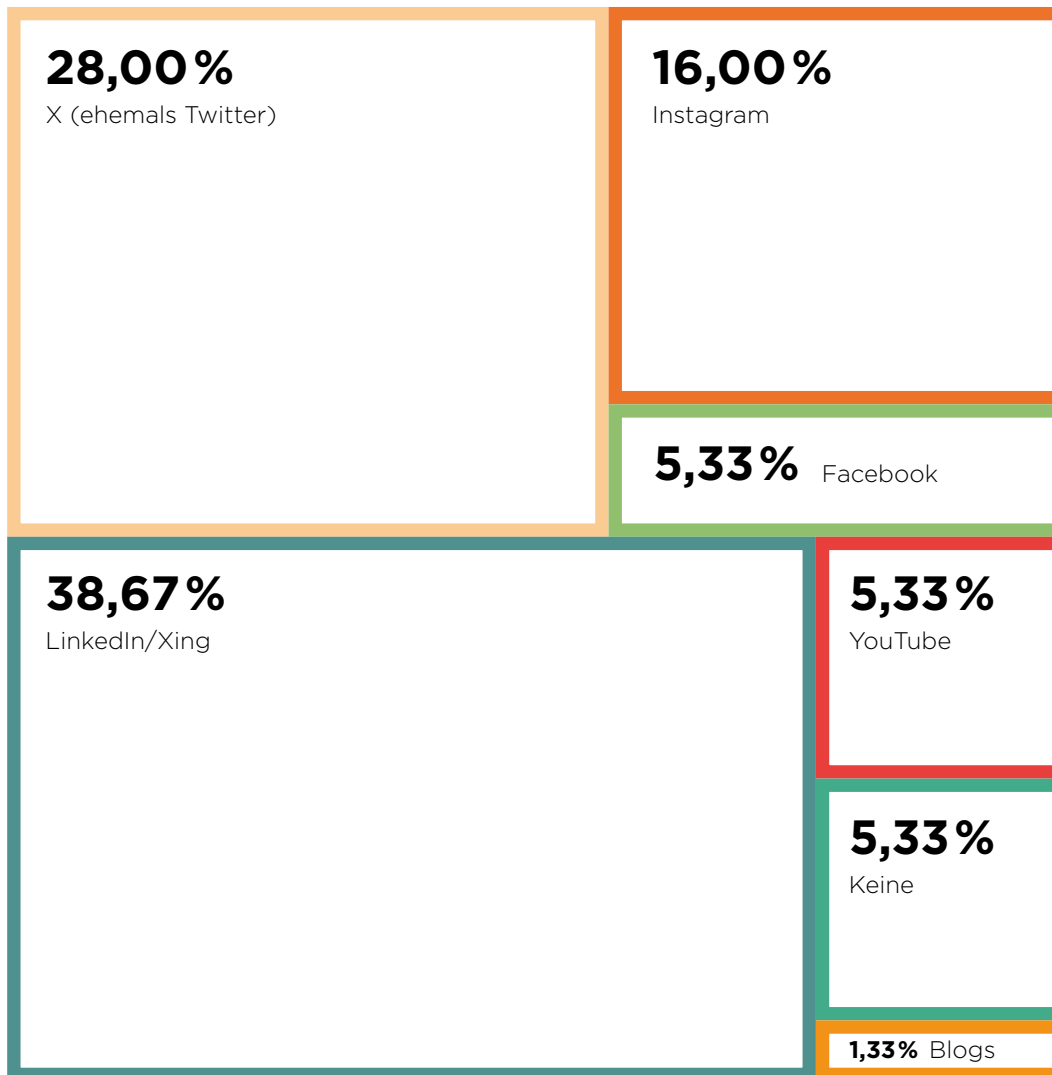
## Welche Instrumente nutzen Sie, um Ihre politischen Kontakte zu pflegen? (Mehrfachnennung möglich)



# 11

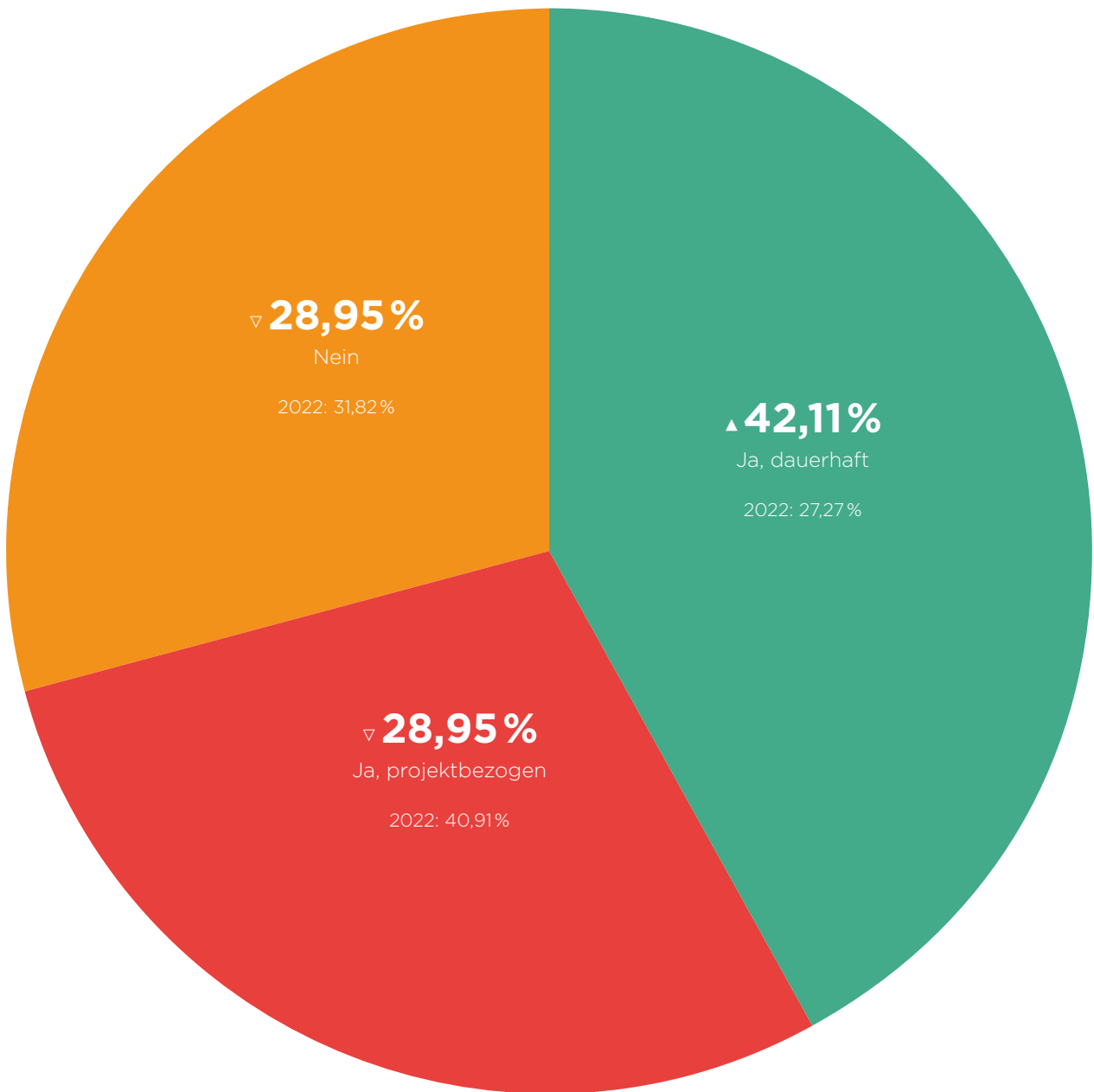
Wenn Sie digitale oder Social Media Plattformen zur Pflege politischer Kontakte nutzen, welche sind das?

(Mehrfachnennung möglich)



# 12

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



# 13

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

**27,06%**

Vernetzung des Dienstleisters mit relevanten Entscheidungsträgern

**11,76%**

Erfahrung mit Dienstleister/Referenzen

**24,71%**

Strategische Beratungskompetenz

**11,76%**

Kampagnenfähigkeit des Dienstleisters

**4,71%** Internationalität des Dienstleisters

**11,76%**

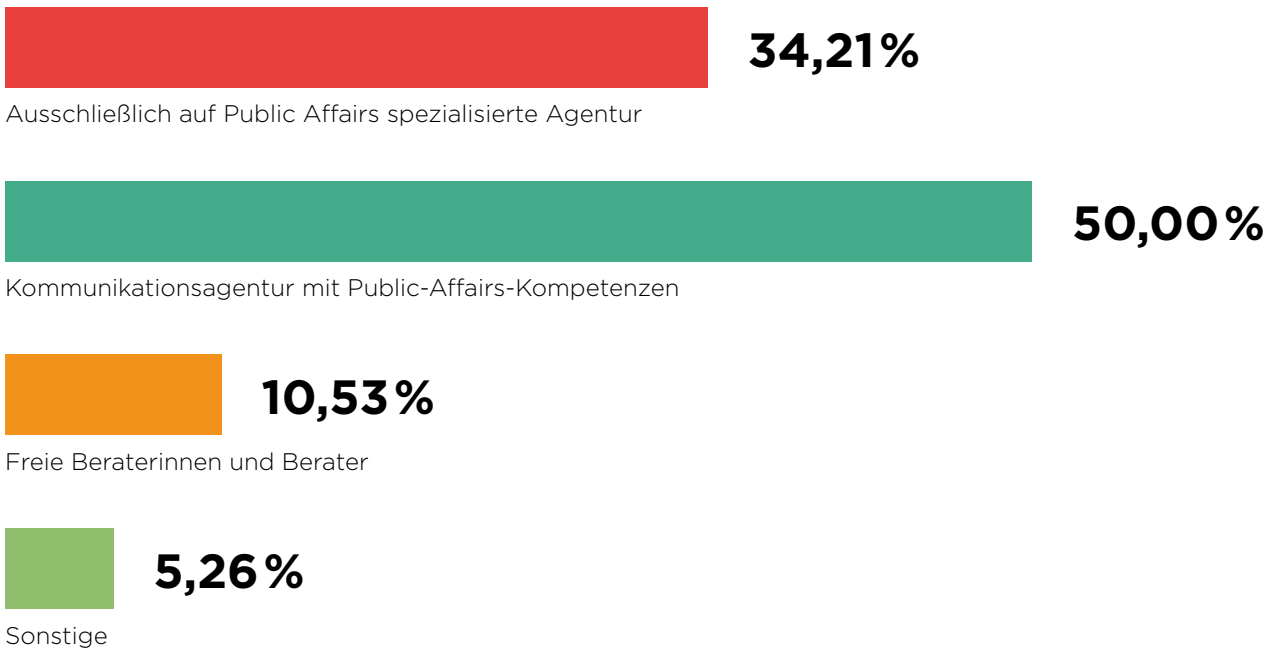
Preis-Leistungs-Verhältnis

**5,88%** Digitale/Social Media Leistungsfähigkeit des Dienstleisters

**2,35%** Sonstige

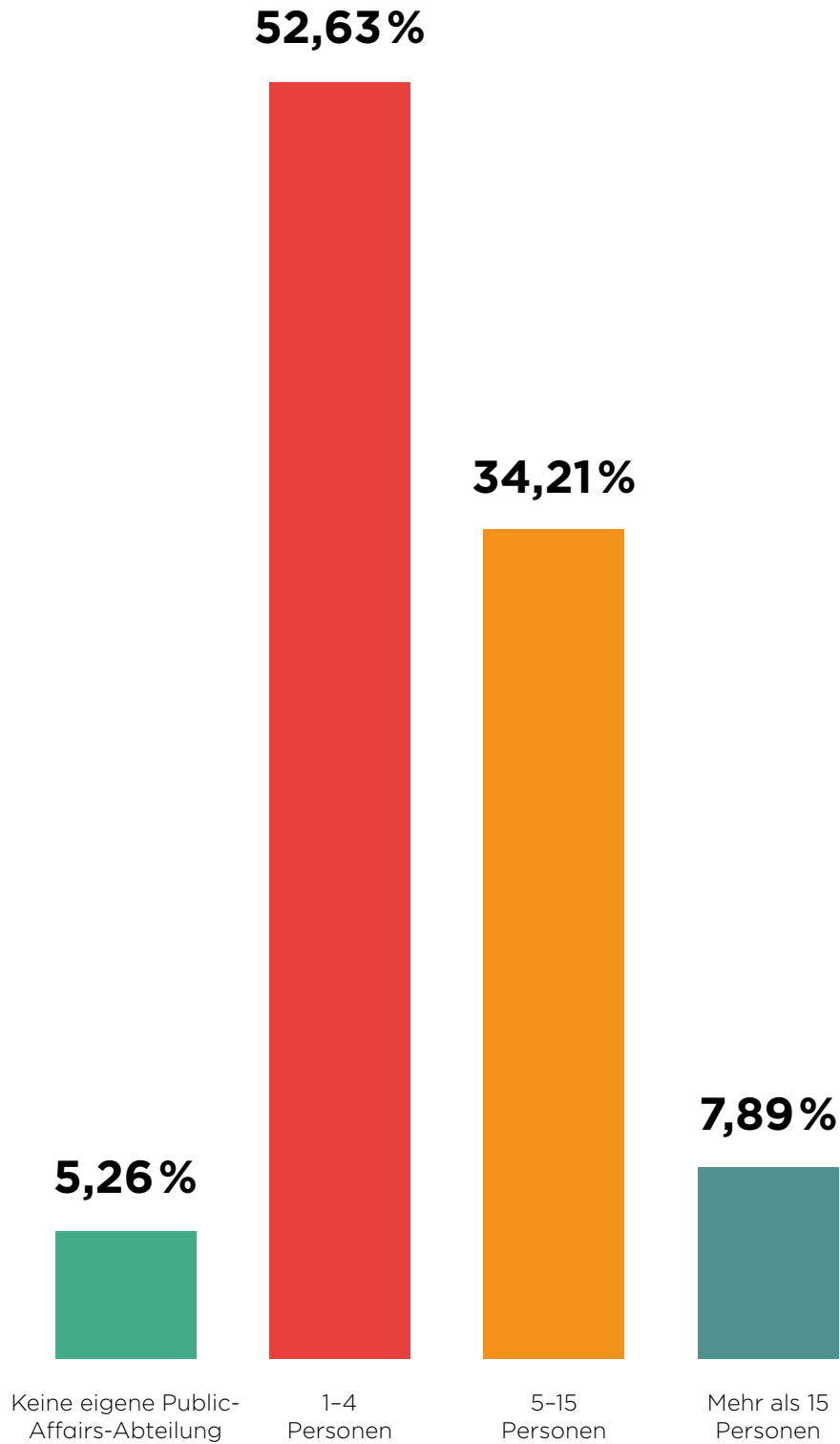
# 14

Mit welcher Art von Beratungsunternehmen arbeiten Sie bevorzugt zusammen?



# 15

Aus wie vielen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern besteht Ihre Public-Affairs-Abteilung in Deutschland?



# 3

THEMENKOMPLEX  
**KÜNSTLICHE  
INTELLIGENZ**

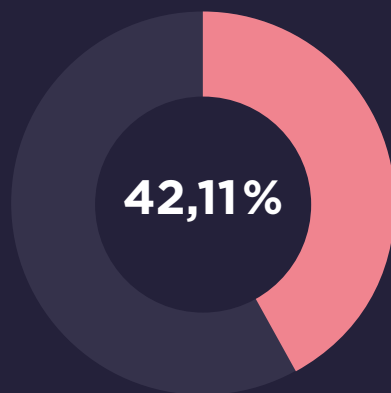




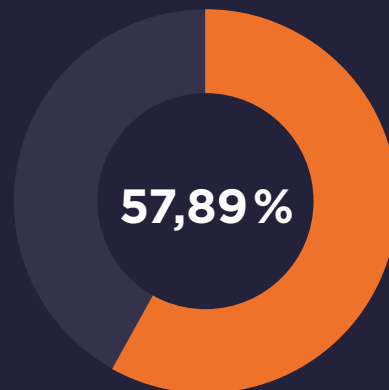


# 16

Haben Sie bereits KI-basierte Tools im Rahmen Ihrer Public-Affairs-Arbeit genutzt?



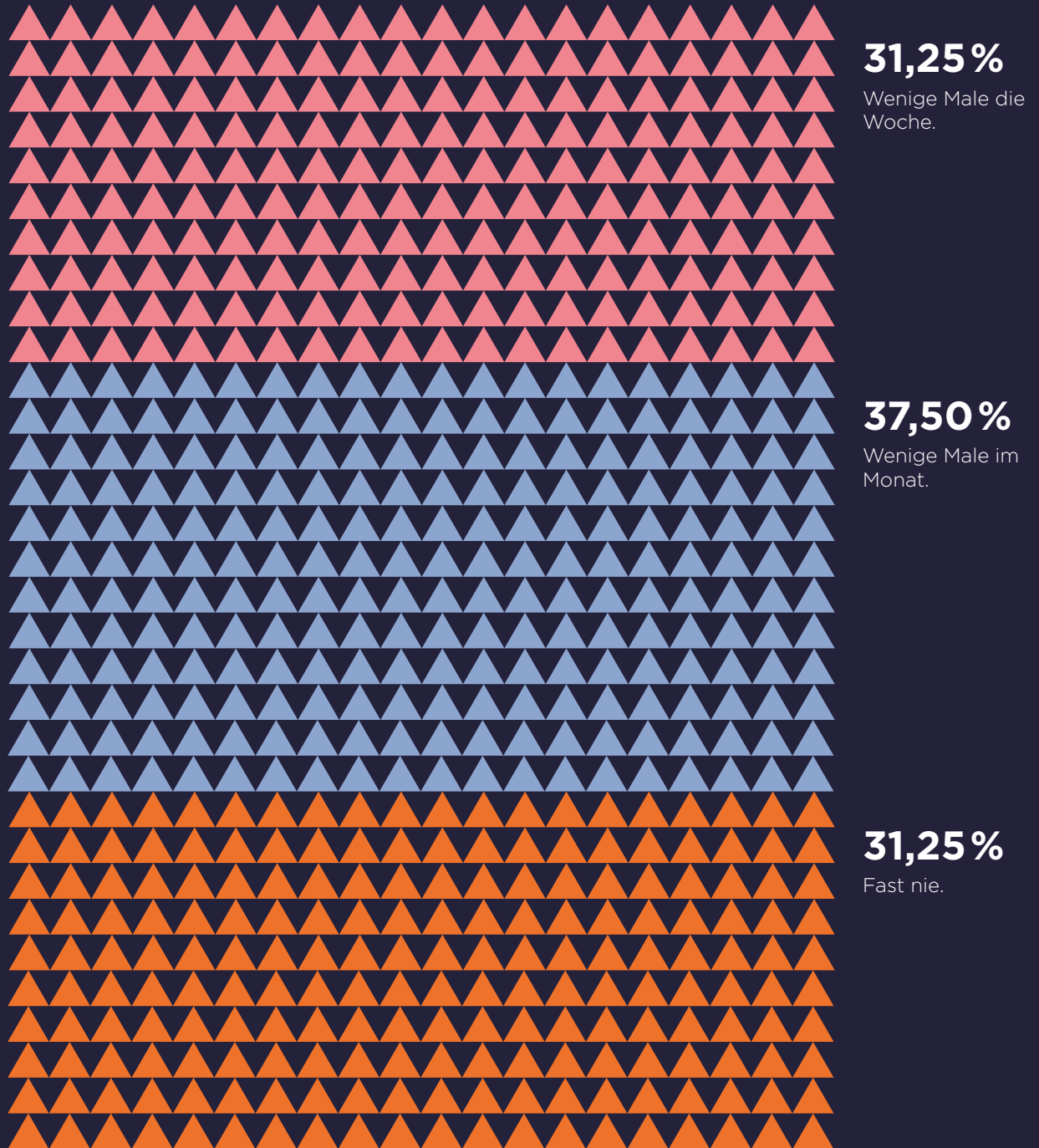
Ja



Nein

# 17

Wenn ja: Wie oft nutzen Sie KI-basierte Tools für Ihre Arbeit?



# 18

Künstliche Intelligenz ist in diesem Jahr in aller Munde und Expertinnen und Experten prognostizieren, dass sie unsere Arbeitswelt stark verändern wird. Wie schätzen Sie die Auswirkungen Künstlicher Intelligenz auf die politische Interessenvertretung ein? Künstliche Intelligenz...



... wird die Public-Affairs-Arbeit verändern.



... kann die Public-Affairs-Arbeit unterstützen, z.B. weil bestimmte Aufgaben KI-unterstützt schneller erledigt werden können.



... könnte eine Herausforderung für die Glaubwürdigkeit politischer Interessenvertretung darstellen.



... kann den Personalbedarf in der politischen Interessenvertretung reduzieren.

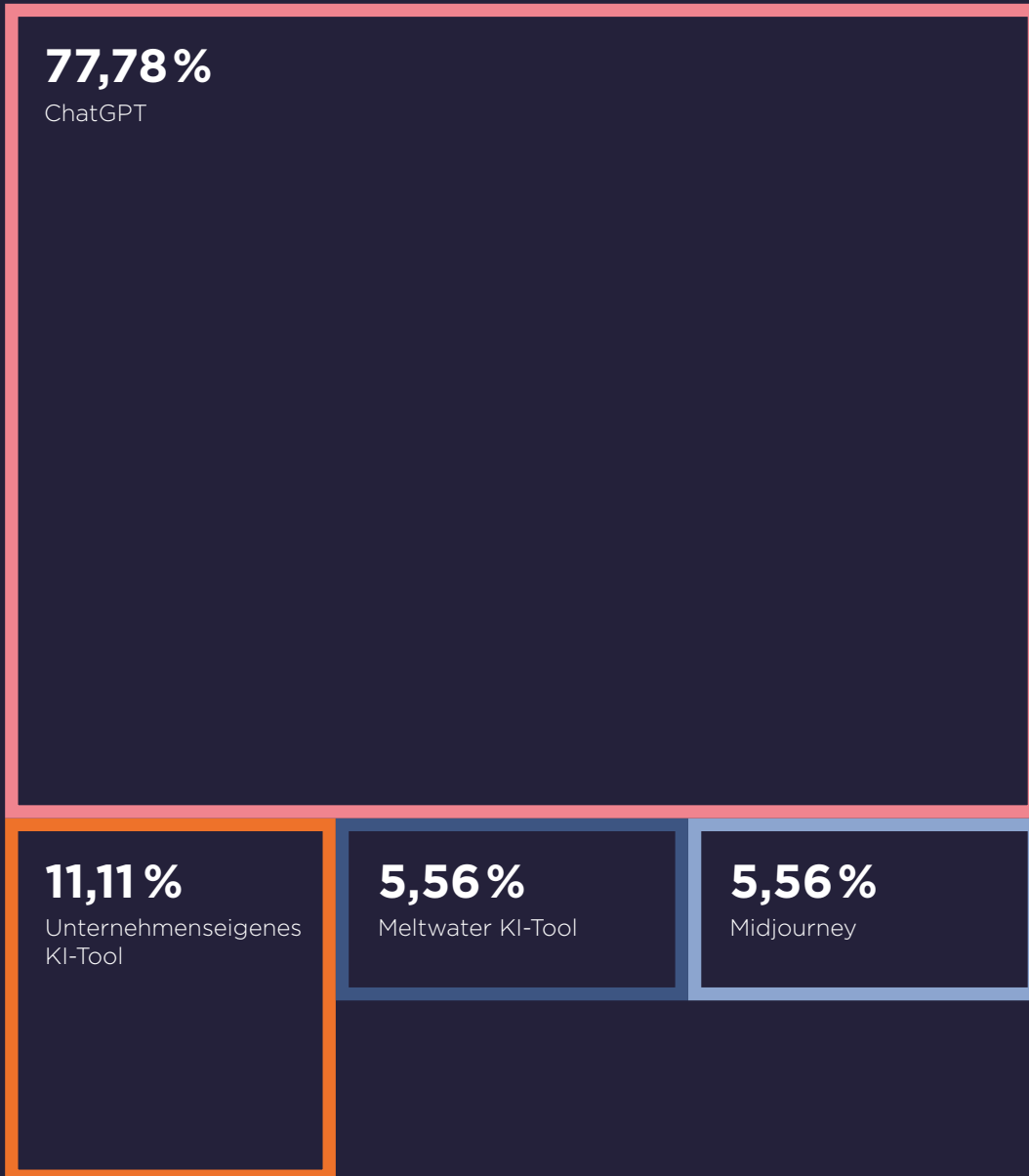


... wird Leistungen ersetzen, die bislang an Public-Affairs-Agenturen outgesourct wurden.

● Trifft zu    ● Trifft eher zu    ● Trifft eher nicht zu    ● Trifft nicht zu

# 19

Welche KI-basierten Tools nutzen Sie in Ihrem Unternehmen/  
Verband bereits?



# 20

Welche Chancen sehen Sie durch den Einsatz von KI in der politischen Interessenvertretung?

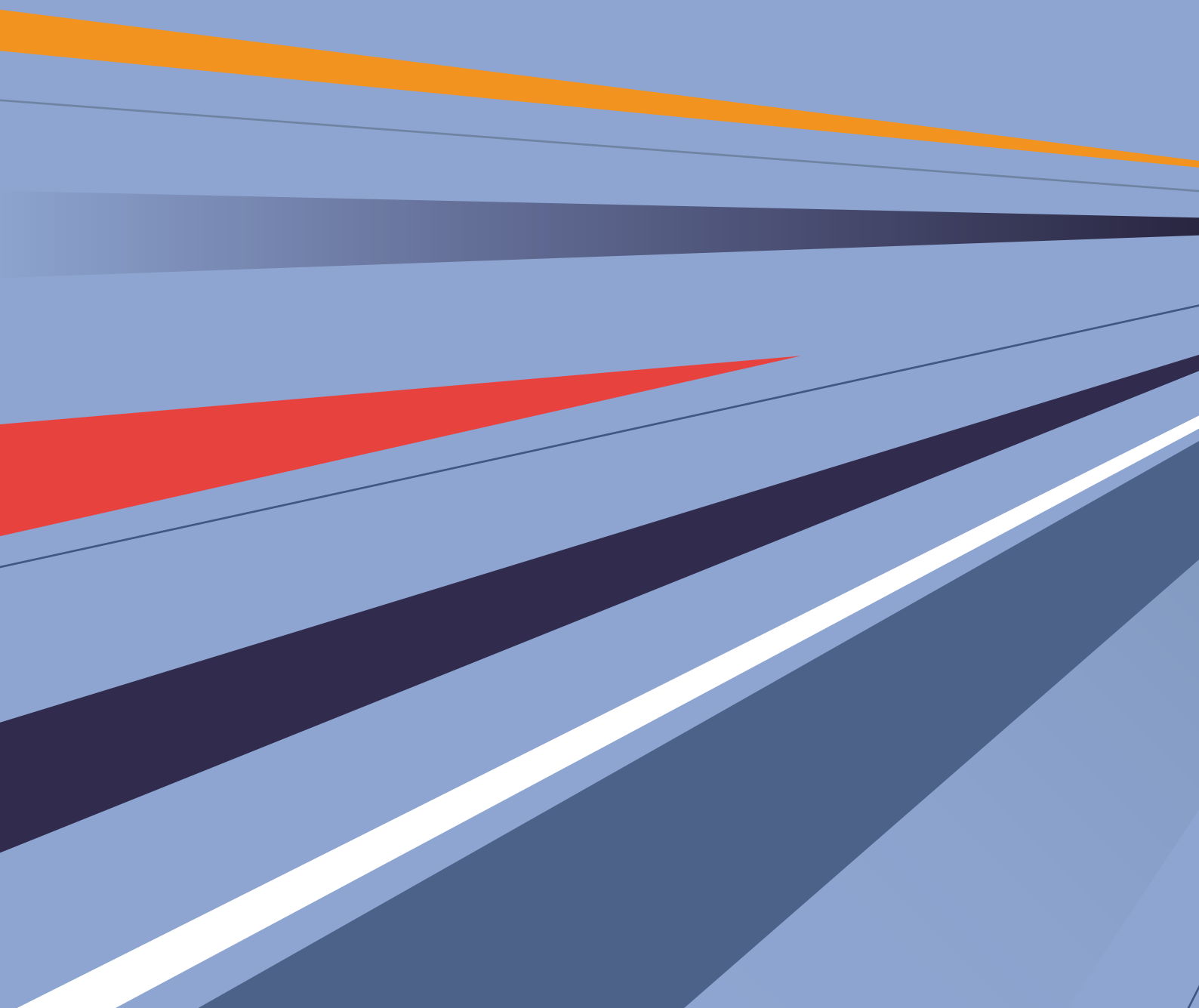
	Trifft zu	Trifft eher zu	Trifft eher nicht zu	Trifft nicht zu
Effizientere Informationsbeschaffung	18,42 %	68,42 %	13,16 %	0,00 %
Unterstützung bei der Erstellung von Inhalten für die Public-Affairs-Arbeit	18,42 %	65,79 %	15,79 %	0,00 %
Vereinfachung partizipativer Prozesse, z.B. durch Einsatz KI-basierter Tools bei der Vorbereitung von Bürgeranfragen o.Ä.	5,26 %	55,26 %	36,84 %	2,63 %
Es ergeben sich keine Chancen	0,00 %	5,26 %	28,95 %	65,79 %

# 21

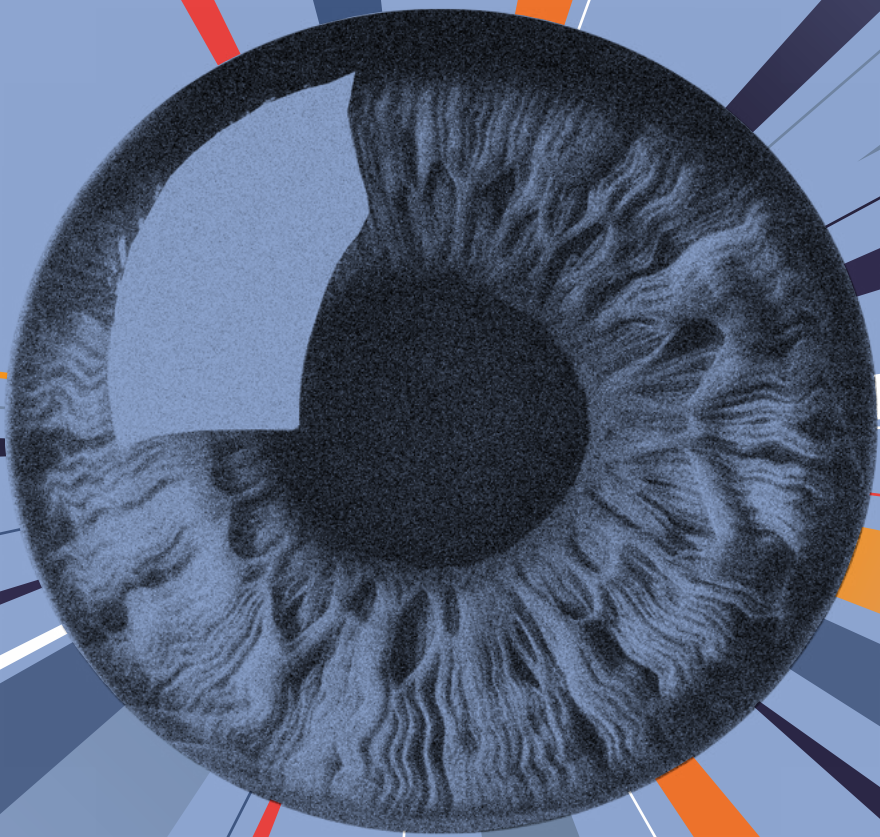
Welche Risiken sehen Sie durch den Einsatz von KI in der politischen Interessenvertretung?

	Trifft zu	Trifft eher zu	Trifft eher nicht zu	Trifft nicht zu
Falschinformation von KI-generierten Inhalten	55,26 %	39,47 %	2,63 %	2,63 %
Unklarheiten bei der Verwendung von vertraulichen Unternehmensdaten in KI-basierten Tools	42,11 %	50,00 %	5,26 %	2,63 %
Vertrauensverlust in demokratischen Prozess	26,32 %	52,63 %	21,05 %	0,00 %
Einsatz von KI zur Beeinflussung des öffentlichen Diskurses durch demokratiefeindliche Akteure	47,37 %	42,11 %	7,89 %	2,63 %
Es ergeben sich keine Risiken	0,00 %	5,26 %	28,95 %	65,79 %

# 4 LOBBYREGISTER DES DEUTSCHEN BUNDESTAGS







# 22

Wie schätzen Sie die folgende Aussage hinsichtlich des Lobbyregisters des Deutschen Bundestages und der Umsetzung ein: Das Lobbyregister...

	Trifft zu	Trifft eher zu	Trifft eher nicht zu	Trifft nicht zu
... wird von allen Beteiligten korrekt umgesetzt.	13,16 %	60,53 %	23,68 %	2,63 %
... ist eine begrüßenswerte Maßnahme.	15,79 %	60,53 %	5,26 %	18,42 %
...erhöht die Transparenz im Gesetzgebungsprozess	13,16 %	36,84 %	34,21 %	15,79 %
... hilft bei der Prävention von Korruption.	10,53 %	31,58 %	28,95 %	28,95 %
... erhöht das Vertrauen der Gesellschaft in die Politik.	2,63 %	42,11 %	39,47 %	15,79 %
... verändert meine tägliche Art zu arbeiten.	2,63 %	18,42 %	36,84 %	42,11 %
... hat die Public-Affairs-Arbeit nachhaltig verändert.	0,00 %	18,42 %	44,74 %	36,84 %
... hat zu mehr Bürokratie bei meiner Arbeit geführt.	47,37 %	36,84 %	13,16 %	2,63 %
... sollte wie geplant von der Ampel-Koalition verschärft werden.	0,00 %	15,79 %	26,32 %	57,89 %
... ist in seiner jetzigen Ausführung ausreichend.	31,58 %	42,11 %	18,42 %	7,89 %
... sollte wieder abgeschafft werden.	15,79 %	10,53 %	34,21 %	39,47 %

## 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 Diskurse. 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 Entscheiderinnen und 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 Beziehungen unserer Kunden zur Politik. Wir schaffen Zugänge, setzen Themen und sorgen dafür, dass die Anliegen unserer Kunden von den relevanten politischen Entscheiderinnen und Entscheidern wahrgenommen werden.

Neben dem Bereich Public Affairs unterstützen wir Sie mit mehreren Büros in ganz Deutschland als strategische Kommunikationsagentur auch in den Bereichen 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 und Mitarbeiter.**
- **MSL sind 100+ Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in fünf Büros in Deutschland.**
- **Wir sind Teil der Publicis Groupe.**

## Impressum

### Herausgeber und Redaktion:

MSLGROUP Germany GmbH  
Leibnizstraße 65, 10629 Berlin

Tel.: +49 30 82 082-500

**[www.mslgroup.de](http://www.mslgroup.de)**

### Verantwortlich:

Dr. Wigan Salazar ([wigan.salazar@mslgroup.com](mailto:wigan.salazar@mslgroup.com))  
Kirsten Leinert ([kirsten.leinert@mslgroup.com](mailto:kirsten.leinert@mslgroup.com))

### Redaktion:

Charlotte Siemen

### Umsetzung:

MSL Design & Creative Studio

 [@MSL\\_Germany](https://twitter.com/MSL_Germany)

 [facebook.com/MSLGroupGermany](https://facebook.com/MSLGroupGermany)

 [instagram.com/msl\\_germany](https://instagram.com/msl_germany)

 [linkedin.com/company/msl-germany](https://linkedin.com/company/msl-germany)

Die schwarz-weißen Bildelemente wurden mit dem KI-Tool Midjourney generiert.

Die Ergebnisse der Befragung sind nicht repräsentativ. Die Public-Affairs-Umfrage fängt ein Stimmungsbild der Public-Affairs-Verantwortlichen in Deutschland ein.

