



Grundlagen für erfolgreiches Lobbying

Beitrag zum Lobbying-Workshop:

«Mehr finanzielle Mittel für qualitativ gute Angebote
der frühen Kindheit - aber wie?»

Olivia Thoenen, polsan
Luzern, 27. August 2020



••• Was heisst Lobbying

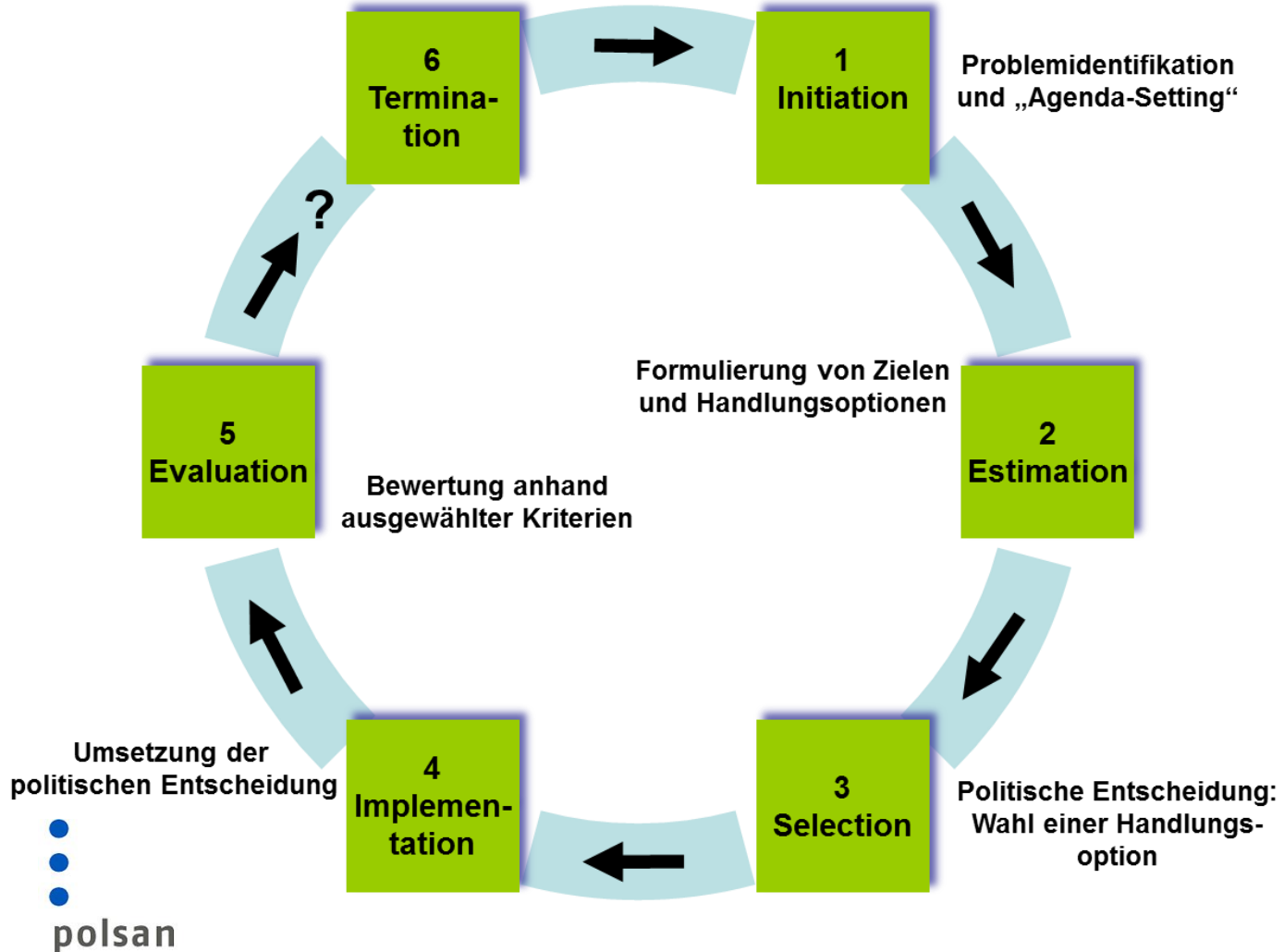
- **Lobbying** = Vertretung spezifischer Interessen gegenüber politischen Entscheidungsträger*innen.
(Gallati 2003)

●●● Analyse und Prioritätensetzung

- Beurteilung und Bewertung der eigenen Situation
 - z.B. mittels SWOT-Analyse

	Strenghts	Weaknesses
Oppor- tunities		
Threats		

... Entscheidungsprozess im Policy-Cycle



••• Wie betreibt man Lobbying?

- Definition der eigenen Interessen
 - *Was wollen wir? Wo wollen wir hin?*
- Welche Politikbereiche werden davon tangiert
 - *„Wo“ werden die Entscheide gefällt, die uns betreffen?*
- Akteurskonstellationen in diesen Politikbereichen
 - *Wer ist an Entscheidungen beteiligt?*
- Analyse der Partnerschaften und institutionellen Einbindungen
 - *Wo finden wir verbündete? Wo und wer sind unsere Gegner?*
- Welche Regelwerke gelten in diesem Bereich und auf welcher föderalen Stufe?
 - auf Verfassungs-, Gesetzes- und Verordnungsstufe, beim Bund, Kanton, den Gemeinden

● ● ● Monitoring (!)

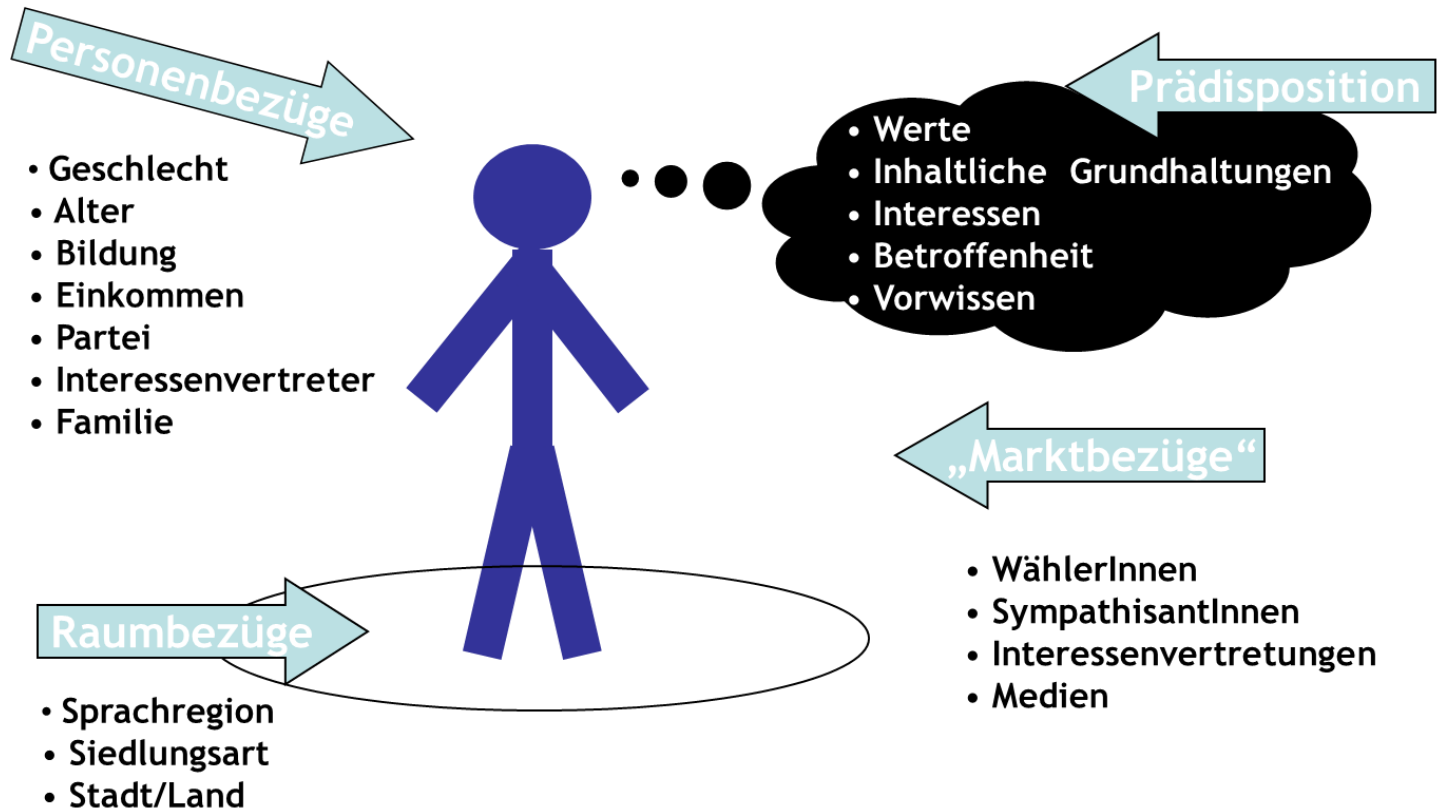
Beobachten der relevanten Entscheidungsprozesse

- Analyse zum Stand der Dinge in den jeweiligen politischen Entscheidungsprozessen
- Aufbereitung der Informationen zu inhaltlichen Aspekten
- Screening der relevanten Akteure

••• Die eigentliche Lobbystrategie

- Zieldefinition
- Entscheid für eine Handlungsoption
- Analyse des Zielpublikums
- Kontextanalyse (evtl. Medienanalyse)
- Selektion der relevanten Botschaften
- Aufarbeitung der für das Zielpublikum relevanten Informationen
 - Expertenwissen zur Verfügung stellen (z.B. Positionspapiere, Argumentarien)
 - Professioneller Auftritt (online & analog)
- Suchen von Partnerschaften, kennen der Gegner
- Positionierung (Persönliche Gespräche, Medienarbeit etc.)

••• Wer sind die Entscheidungsträger?



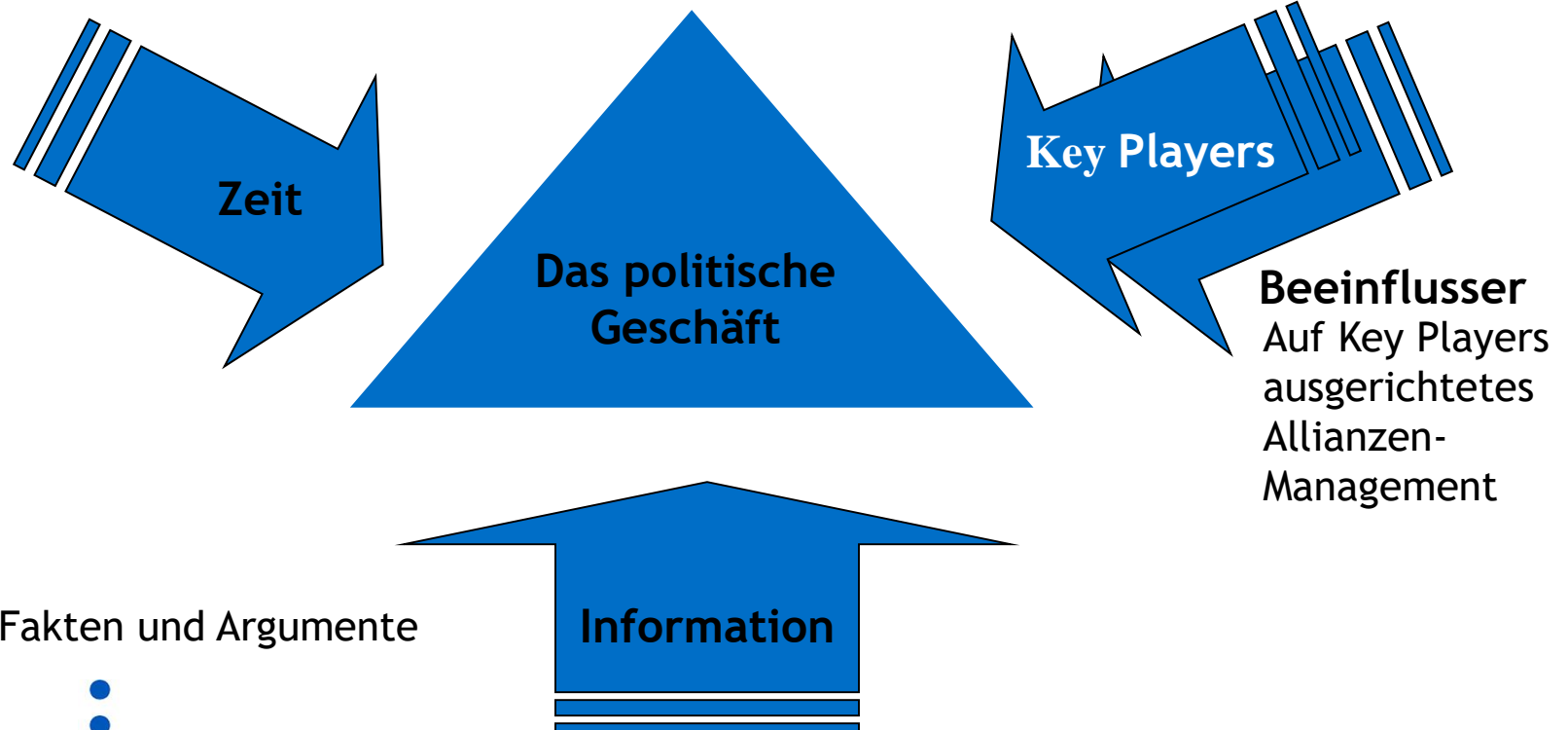
● ● ● Lobbyinstrumente

- Persönliche Gespräche mit Entscheidungsträgern
 - Informationen austauschen, die beiden Gesprächspartnern nützen. Ziel: Entscheidungsträger übernimmt Argumentation des Lobbyisten
 - Wird als sehr effizientes Instrument bewertet
- Kommunikation via Email und Telefon
 - Wirkung nicht klar, negative bei zu vielen E-Mails, Telefon nur, wenn sich Politiker und Lobbyist*in kennen
- Expertenkommissionen
- Parlamentarische Anlässe
 - Wirkung eher gering: zwar viele Personen, jedoch selten viele Parlamentarier. Zudem: keine Zeit für vertiefte Gespräche.
- Allianzen
 - Mehr Druck und Gewicht, mehr Ressourcen (personell aber auch finanziell)
 - Nachteil: nur bei langfristigen Zielen (Aufbau braucht Zeit, Argumente können verwässert werden)
- Built-in Lobbyists: Entscheidungsträger in den Verband integrieren
- Zivilgesellschaft aktivieren ([Grassroot-Lobbying](#), [Crowd Lobbying](#))
 - Leserbrief schreiben (lassen) / Mitteilungen an Parlamentarier
 - Demonstrationen / Anlässe organisieren
 - Unterschriften für Volksinitiative sammeln

●●● Einflussnahme

Frühzeitige Definition
potentieller Interventions-
fenster

Kategorisierung der Entscheidungs-
träger, Definition der Key Players

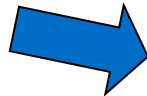


●●● Interventionsmöglichkeiten

Direkte Beeinflussung
des Entscheidungsträgers

Indirekte Beeinflussung
über das Umfeld des
Entscheidungsträgers

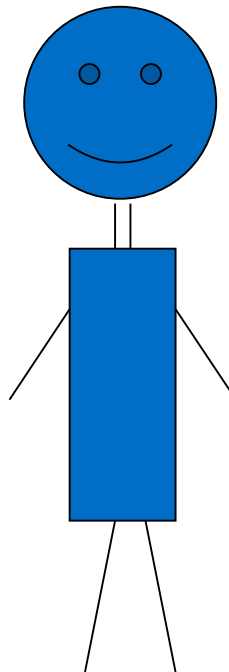
Information



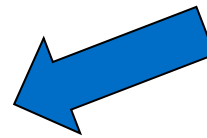
Sachkenntnis



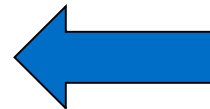
Status



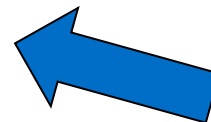
Koalitionen



Medienarbeit/PR



Campaigning



● ● ● Fazit

- Grundsatz: Politiker werden mit Informationen und Expertenwissen geflutet.
 - Gehört wird, wenn *Absender und Aufbereitung* stimmen (Vertrauen, Werte, Betroffenheit, Auftrittskompetenz)
- Vertrauen Sie nicht darauf, dass Evidenz für sich spricht
 - Evidenz muss transportiert werden (Storytelling)
- Kommunikation ohne «Beziehung» ist (fast) wirkungslos
 - Persönliche Kontakte sind Gold, schriftliche Kommunikation funktioniert nur, wenn Absender vertrauensvoll ist
 - Vertrauen Aufbauen ist ein langer Prozess!
- Lobbying bedeutet viel und langfristige Arbeit und vor allem auch strategische Beziehungsarbeit!
 - Netzwerk und Allianzen sind im Lobbying entscheidend, aber: Nicht immer ist das Lobbying entscheidend!

- ● ● Zentral: Transparenz



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

polsan AG - Büro für Politikanalyse
und -beratung
Effingerstrasse 2
CH-3011 Bern
T +41 31 508 36 00

● [Website](#) ● [Facebook](#) ● [Twitter](#)



polsan