



Grundlagen für erfolgreiches Lobbying

Beitrag zum Lobbying-Workshop:

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

Olten, 12. Juni 2019

**Reto Wiesli
polsan,
Büro für Politikanalyse und -beratung**





Was heisst Lobbying?

Lobbying = Vertretung spezifischer Interessen gegenüber politischen EntscheidungsträgerInnen.

(Gallati 2003)



● ● ● Analyse und Prioritätensetzung

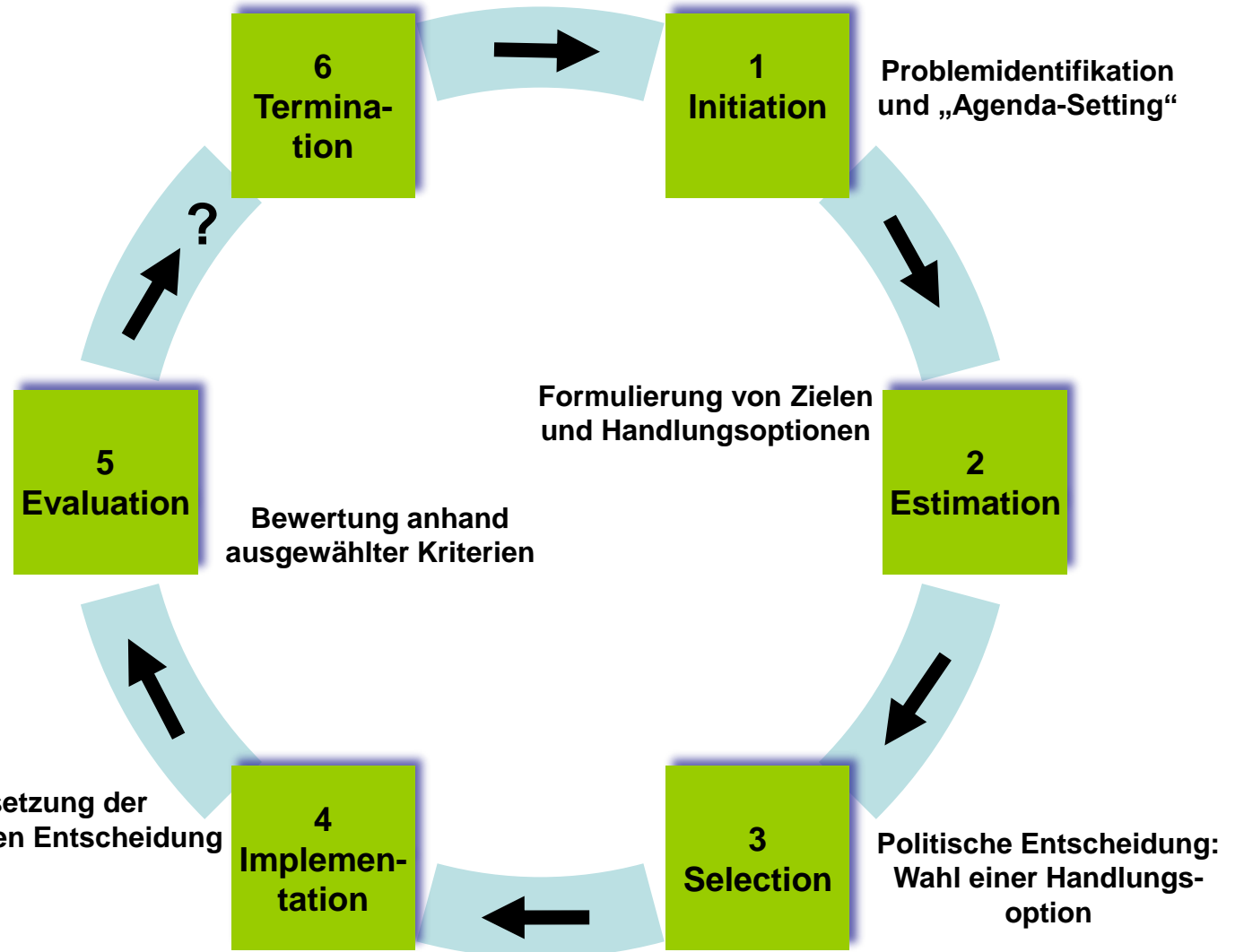
Beurteilung und Bewertung der eigenen Situation

- z.B. mittels SWOT - ANALYSE

	Strengths	Weaknesses
Oppor- tunities		
Threats		



●●● Entscheidungsprozess im „Policy-Cycle“





Wie betreibt man Lobbying?

- Definition der eigenen Interessen
- Welche Politikbereiche werden davon tangiert
- Akteurskonstellationen in diesen Politikbereichen
- Analyse der Partnerschaften und institutionellen Einbindungen
- Welche Regelwerke gelten in diesem Bereich: auf Verfassungs-, Gesetzes- und Verordnungsstufe, beim Bund, Kanton, den Gemeinden





Am Beginn: Monitoring

Beobachten der relevanten Entscheidungsprozesse

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

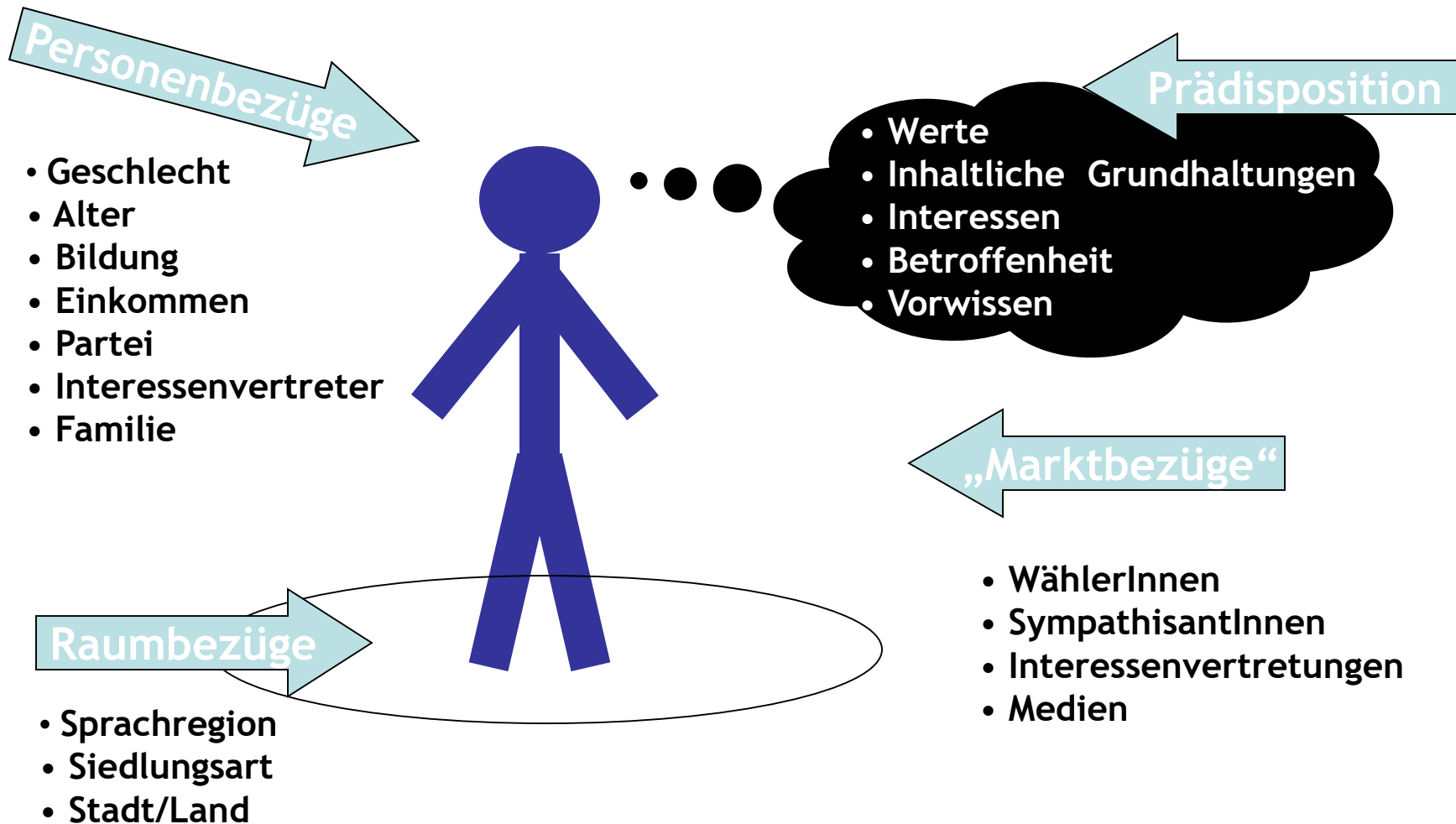


● ● ● Die eigentliche Lobbystrategie

1. Entscheid für eine Handlungsoption
2. Zieldefinition
3. Analyse des Zielpublikums
4. Kontextanalyse (evtl. Medienanalyse)
5. Selektion der relevanten Botschaften
6. Aufarbeitung der für das Zielpublikum relevanten Informationen
7. Suchen von Partnerschaften
8. Positionierung (Persönliche Gespräche, Medienarbeit etc.)



Wer sind die Entscheidungsträger ?



••• Welches Instrument fürs Lobbying?

Instrumente des Lobbyings

Einzelgespräche mit EntscheidungsträgerInnen	1.4
Hintergrundgespräche	1.8
Parlamentarische Abende	2.4
Eigene öffentliche Auftritte	2.9
Pressemitteilungen	3
Kongresse / Seminare	3.1
Publikationen	3.1
Info - Briefe	3.2
Repräsentanzbroschüre	3.7

Umfrage, durchgeführt von der Universität Bern N = 1'700 (2002)

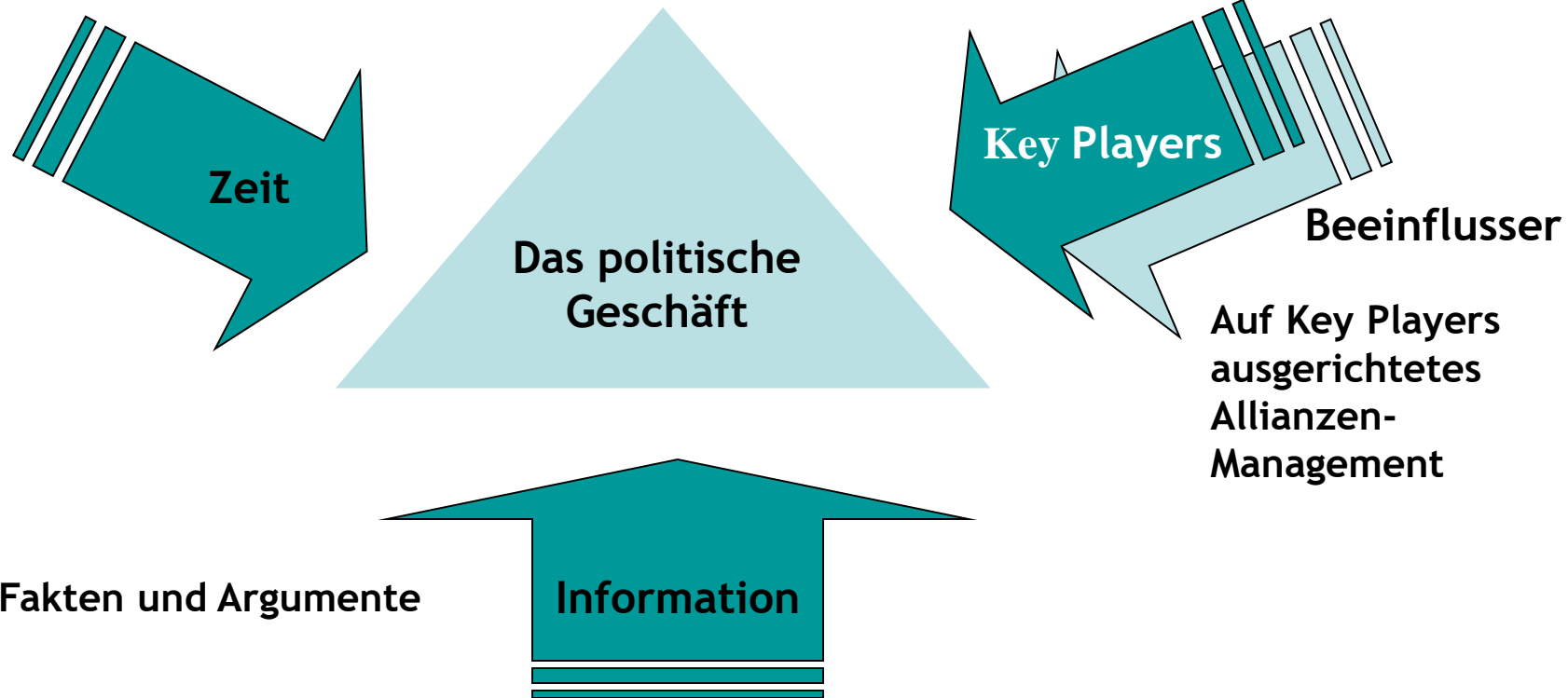




Einflussnahme

Frühzeitige Definition
potentieller Interventions-
fenster

Kategorisierung der Entscheidungs-
träger, Definition der Key Players



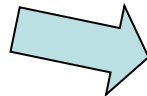


Interventionsmöglichkeiten

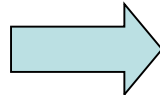
Direkte Beeinflussung
des Entscheidungsträgers

Indirekte Beeinflussung
über das Umfeld des
Entscheidungsträgers

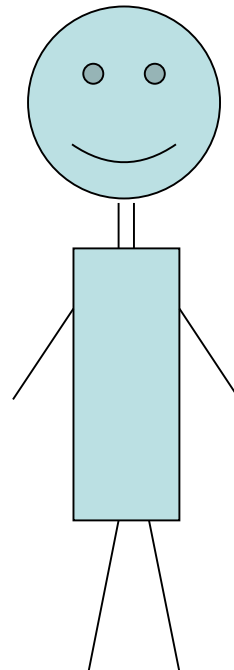
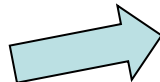
Information



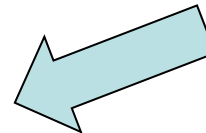
Sachkenntnis



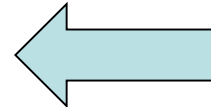
Status



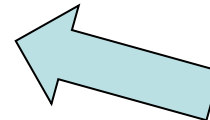
Koalitionen



Medienarbeit/PR



Campaigning





Fazit

- Ein Anliegen wird dann zum Thema, wenn die Absender und die Aufbereitung stimmen
- Überzeugen ist strategische Beziehungsarbeit mit einer Botschaft
- Netzwerke und Allianzen sind im Lobbying entscheidend, aber:
- Nicht immer ist das Lobbying entscheidend...

