

MC&P Representation of Strategic Interests veb.ch

Netzwerk Anlass veb.ch

Politisches Lobbying- Wie funktioniert das und was ist der Nutzen? - Handout

Inhalt veb.ch

- Warum geht uns Politik etwas an
- Womit beschäftigt sich Politik
- Warum braucht es politische Interessenvertretung und Lobbying
- Wie funktioniert die politische Interessenvertretung im Alltag
- Was bringt die politische Interessenvertretung
- Was ist deren Nutzen und Mehrwert
- Was lernen wir daraus

Politische Handlungsfelder veb.ch

Lobbying: Ursprünge


Ziel Politik zu beeinflussen ist so alt wie die Politik selbst

Methoden und Techniken haben sich im Laufe der Geschichte **gewandelt**

Etymologie: „labium“ (lat.) bedeutet **Vorhalle**

Lobby / Vorraum → des amerikanischen Kongresses (USA)
→ des englischen Parlamentes (GB)

Anwendung → Raum für politische Begegnungen / Gespräche
→ z.B. Wandelhalle im Bundeshaus



veb.ch

MC&P

Lobbying: Begriffsdefinitionen (1)

Allg. Politikumfeld

- „Die grosse Strafe für diejenigen, die sich nicht für Politik interessieren, ist, dass sie von denjenigen registriert werden, die sich für **Politik interessieren**.“ (Peter Köppl)
- „In der Politik kommt es nicht darauf an, dass man **Recht hat**, sondern dass man **Recht bekommt!**“ (Fritz Erler, SPD-Politiker)
- „Die beste Möglichkeit für einen Politiker sich umfassend über ein Thema zu informieren, ist es, alle beteiligten **Lobbyisten anzuhören**.“ (John F. Kennedy)

Lobbying

- Wertneutraler Sammelbegriff: „Für die Fülle von Möglichkeiten zur Reaktion und **Einflussnahme** nicht direkt **beteiligter Dritter** auf den politischen Entscheidungsprozess.“ (Buholzer)
- Mischung aus **Strategie, Recherche, Präsentation** und politischem Gefühl: „strategy, research, presentation and feel.“ (Burrell)
- „Frühzeitige Mitwirkung an den politischen Entscheidungsprozessen (...) durch **Interessenvertreter**, d.h. Repräsentanten mit partikulären Interessen.“ (Baenswy)
- „Lobbying als Vertretung spezifischer Interessen gegenüber **politischen Entscheidungsträgern**“, wobei Lobbying als Kernaktivität den Public Affairs untergeordnet ist. (Gallati)

Politik

veb.ch

MC&P

Lobbying: Begriffsdefinitionen (2)



Public Affairs

Networking / Aussenbeziehungen einer Organisation oder einer Unternehmung gegenüber ihrem politischen – nichtkommerziellen - Umfeld. (Gallati)

→ Tätigkeiten, um in der Öffentlichkeit **Vertrauen / Akzeptanz zu gewinnen**

→ Politische Einflussnahme, die durchaus **auch verkaufsorientiert** sein darf, aber nicht im Stil von Werbung / Marketing.

Public Affairs versus PR

- Public Relations** hat die Aufgabe, dass es in den **Kassen** klingelt! (Harald Burson, New York)
- Public Affairs** hat die Aufgabe, dass es in den **Köpfen** klick macht!
→ Chancen nutzen
→ Risiken vermeiden

Politik

veb.ch


MC&P

Lobbying: Image des Lobbying

Negativbeispiele

- „Schwefelgeruch von Gefährlichkeit, Ungehörigkeit, Zudringlichkeit, der den Begriff des Lobbyisten umschwebt.“ (B. Kappeler)
- *Unethisches Verhalten*: Grauzone von Filz und Bestechung
- *Anrüchiges Business*, in Verbindung mit Geheimnissen, lösen Verunsicherung aus
- „*Viel- und Grossverdiener*“, im Dunstkreis der Abzocker
- Tatsächliches *Fehlverhalten* von Lobbyisten:
 - CH: z.B. IV und Hörgeräte (BSV und Agenturen), Mindestzinsregelung 2. Säule (BR Metzler / SVV)
 - USA: z.B. US-Lobbyist Abramoff

Fazit: Lobbying ist oft **negativ konnotiert**, die öffentliche Wahrnehmung ist eher schlecht



veb.ch

Politik

G \ \ s d i a

G \ \ s d i a h o h * !
K i f o r x e

G \ \ s d i a h d i * ! !
K i f r o m



NK < B

MC&P

Lobbying und Politik: Warum Interessenvertretung?

Interessenvertretung im Staat: Ja oder nein

- Frage: Interessenvertretung *gestattet / nicht gestattet, gewollt / nicht gewollt?*
- „Reinheit **staatlicher Willensbildung**, die nicht durch Interessen über und zwischen den einzelnen Bürgern getrübt werden darf.“ (Rousseau, *Contrat social / Volonté générale*)
 - **Gemeinwohl** steht im Vordergrund und nicht die Vertretung partikulärer Interessen
- Die Vertretung der **unterschiedlichen Interessen** von Wirtschaft und Gesellschaft werden als *Teil des politischen Prozesses* verstanden. (Gründung Bundesstaat Schweiz, 1848)
- „Demokratische **Gesellschaften** sind **pluralistisch** verfasst. Daher ist es nicht anrüchig, sondern geboten, dass sich unterschiedliche Interessen organisieren und Gehör verschaffen.“ (Merkle)
- „Interessenvertretung ist der **Motor der demokratischen, gesellschaftlichen und politischen Entwicklung**, denn sie widerspiegelt nicht zuletzt Anliegen, Wünsche und Ängste eines Teils des Volkes.“ (Rene Rhinow)

veb.ch

Politik

G \ \ s d i a

G \ \ s d i a h o h * !
K i f o r x e

G \ \ s d i a h d i * ! !
K i f r o m

NK < B

MC&P

Lobbying und Politik: Politische Interventionsmöglichkeiten

Institutionalisiertes „Lobbying“

- Volksrechte (Initiativen, Referenden)
- Vernehmlassungsverfahren
 - typisch schweiz. Einrichtung: verankerte Anhörungspflicht; Verfahren 2004 modernisiert (Gesetzesform)
 - Meinungsäusserung, -evaluation in vorparlamentarischer Phase
 - Vorlage frühzeitig auf sachliche und politische Tragfähigkeit prüfen
- Rekursverfahren
- Beschwerdeverfahren



veb.ch

Politik

G \ \ s d i a

G \ \ s d i a h o h * !
K i f o r x e

G \ \ s d i a h d i * ! !
K i f r o m

NK < B

MC&P

Lobbying in der Praxis: Management des Lobbying (1)


Lobbying ist „Knochenarbeit“
Erfolgreiches Lobbying erfordert eine *umfassende Vorbereitung*, eine *gute Strategie*, eine *professionelle Umsetzung* und die entsprechende *Erfolgskontrolle*.

Lobbying-Strategie
Dazu ist ein *umfangreiches Lobbyingkonzept* nötig, welches folgende Punkte beinhaltet

Lobbyingkonzept

- Zielsetzungen
- Situations-, Stakeholderanalyse
- Lobbyingstrategie, Vorgehen
- Umsetzungsplan, Massnahmen
- Erfolgskontrolle

veb.ch



Lobbying in der Praxis: Stakeholder-Management

Stakeholder:

Kantonale Verwaltung

Kantonale Politik

Nationale Politik

Gesellschaft

Medien

**UNTERNEHMEN
VERBAND
NGO**

Verbände

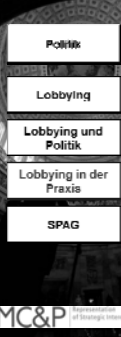
Kunden

Wirtschaft

Wissenschaft / Bildung

CSR

veb.ch



Lobbying in der Praxis: Management des Lobbying (2)

Zielsetzung (Ist - Soll)

Situationsanalyse / Ausgangslage

- Issue- und Medienmonitoring
- Studien, Berichte
- Prädispositionen, Meinungsumfragen

Lobbyingplan, -strategie

- Ziel
- Strategie
- Szenarien / Varianten
- Timing
- Ressourcen / Budget

Realisierung

- Organisatorische Aspekte
- Umsetzung


- Einschätzung politisches Umfeld
- Stakeholderanalyse
- Kosten-Nutzen-Analyse
- Erfolgsaussichten

- Akteure / politische Stärke
- Zielgruppen / Alliierte bzw. Gegner
- Vorgehen / Massnahmen
- Instrumente, -Mx -> integrierte Kommunikation
- Botschaften / Argumente

Erfolgskontrolle

- Reporting

veb.ch



Lobbying in der Praxis: Lobbying-Instrumente

veb.ch

Direkte Kommunikation			Indirekte Kommunikation
mündlich	schriftlich	elektronisch	
<ul style="list-style-type: none"> - Persönliche Gespräche (one to one, one to many) - Briefings - Telefonanrufe - Vorträge, Reden - Pressekonferenzen, Medienanlässe - Persönliche Treffen - Arbeitessen - Informelle Treffen bei Veranstaltungen - Spezielle Anlässe mit Parlamentariern etc. - Einladung zu internen Sitzungen - Teilnahme an öffentlichen Anhörungen - Seminare, Tagungen, andere Veranstaltungen 	<ul style="list-style-type: none"> - Persönliche Briefe und Fax - Positionspapiere (issue papers) - Argumentarien - Analysen, Berichte - Wissenschaftliche Studien und Statistiken - Sog. briefing papers für Politiker und Opinion leaders - Presseinformationen, Communiqués - Beiträge in Publikationsorganen - Nachdrucke von Artikeln - Stellungnahmen 	<ul style="list-style-type: none"> - Radiosendungen, Fernsehauftritte - Email - Internet - Meinungsforen - Elektronische Zukunftsmedien 	<ul style="list-style-type: none"> - Über Drittpersonen (z.B. Freunde, Bekannte, Wähler) - Über andere öffentliche Akteure (z.B. part. Anfragen, interfraktionelle Arbeitsgruppen, Parteien) - Über die öffentliche Meinung (z.B. Petitionen, Kampagnen, Meinungsumfragen, Demonstrationen, Ereigniszusammenhänge, Publikationen, Leserbriefe, Pressekonferenzen, Werbung) - Über die Wirtschaft (z.B. Organisation / Sponsoring von Fachtagungen, Seminaren, „Unabhängigen Gutachten“)

Politik

G \ \ s d h a

G \ \ s d h a h * !

K i f o r z

G \ \ s d h a l d h * ! !

K i r o m

N K < B

MC&P

Lobbying in der Praxis: Erfolgsfaktoren des Lobbyings

veb.ch

Einflussvariable	Richtige Umsetzung
Passender Entscheidungspunkt	Je früher, desto besser
Aufmerksamkeit für Issue	Je größer, umso besser
Stärke des Entscheidungsträgers	Je stärker, je besser
Netzwerk	Je breiter, desto besser
Affiliation mit Opinion Leaders	Je stärker, desto besser
Unterstützung durch Interessengruppen	Je engagierter, umso besser
Möglichkeit der Kommunikation	Je vielfältiger, umso besser
Wiederholbarkeit der Kommunikation	Je mehr Wiederholungen, je besser (bis zur Überfrachtung)

Politik

G \ \ s d h a

G \ \ s d h a h * !

K i f o r z

G \ \ s d h a l d h * ! !

K i r o m

N K < B

MC&P

Lobbying und Politik: Wer betreibt Lobbying (1)

veb.ch

Unterscheidung der Lobbyisten

- **Parlamentarier**
Sind demokratisch *legitimierte Interessenvertreter* / Lobbyisten, d.h. sie sind Milizparlamentarier und zugleich Interessenvertreter
- **Verbands- und Organisationsvertreter**
Auch „Lobbymaschinen“ genannt, welche im Dienst bestimmter *partikularer Interessen* Einfluss auf das politische Geschehen ausüben
- **Berufslobbyisten**
Welche im *Auftragsverhältnis* von Organisationen, kleinen Verbänden, Unternehmen, Bürgergruppen etc. Lobbying betreiben
- **Unternehmensvertreter**
Welche die Interessen ihrer Firma nach aussen vertreten, z. B.:
→ VR-Präsident
→ CEO
→ Public Affairs – Spezialisten, zur Interessenwahrung des Unternehmens

Politik

G \ \ s d h a

G \ \ s d h a h * !

K i f o r z

G \ \ s d h a l d h * ! !

K i r o m

N K < B




MC&P

Lobbying und Politik: Wer betreibt Lobbying (2)

■ ■ ■ veb.ch

Unerreichung Lobbyisten

- **Rechtsanwälte / Berater**
Professionelle Wahrnehmung von *politischen Mandaten*
- **Einzelkämpfer / Bürgergruppen**
Einzelpersonen mit *bestimmten Anliegen*, z.B. Franz Weber, Margrith Kessler, Bruno Manser
- **Bürgergruppen**
Soft Mobs: spontan organisierte, rasche mobilisierte *Massen* (Internet, SMS, Blogs etc.)

Politik

G \ \ ssha

G \ \ sshaoh^! Ki fozz

G \ \ sshaidd^! Ki f r om

NK <B



MC&P

Lobbying in der Praxis: Lobbyingtechniken

■ ■ ■ veb.ch

Über acht bekanntesten Lobbyingtechniken

- **High-profile-Lobbying**
Knallhartes decision-making, gezielt, (laut)-starke Einflussnahme, meist auf oberster Ebene
- **Multiple-voice-Lobbying**
multiple Einflussnahme, verschiedene Kanäle gleichzeitig
- **Negatives Lobbying**
Blockade, Verzögerung, Zeitgewinn
- **Low-profile-Lobbying**
niederschwelliges, dezentes Engagement, meist mittel- und langfristig
- **Bottom-up**
Einflussnahme auf untere Ebene, Betroffene mobilisieren

Politik

G \ \ ssha

G \ \ sshaoh^! Ki fozz

G \ \ sshaidd^! Ki f r om


NK <B

MC&P

Lobbying in der Praxis: Die Kunst der Mobilisierung

■ ■ ■ veb.ch

AIDA-Prinzip	
Attention	aufmerksam machen
Interest	Interesse wecken
Desire	Empfänger überzeugen
Action	Empfänger agiert, vertritt gewünschte Meinung



Politik

G \ \ ssha

G \ \ sshaoh^! Ki fozz

G \ \ sshaidd^! Ki f r om

NK <B

MC&P

Lobbying und Politik: Fazit

veb.ch

➤ Politik bestimmt unseren Alltag

Politik schafft Rahmenbedingen; Politik nicht zum Selbstzweck, Politik soll Nutzen bringen

➤ Politik braucht Vertrauen, Integrität und Sachlichkeit

Es geht um das ständige Aushandeln von Kompromissen und Lösungen,

➤ Wissen ist Macht

Politiker können nicht alles wissen, sind deshalb auf gute und verlässliche Informationen angewiesen

➤ Interessenvertretung ist notwendig

Interessenvertretung ist Motor für pluralistische Gesellschaften, daher zentral für die Weiterentwicklung eines Landes

➤ Interessenvertretung / Lobbying – aber wie?

Interessenvertretung kennt Spielregeln, Interessenvertretung ist „Handwerk“

➤ Ihre Meinung ist gefragt

Politik braucht Mitbestimmung durch Dritte, Politik schafft vielfältige Partizipationsmöglichkeiten, Politik kann beeinflusst werden! Wer zuhause bleibt. ist selber schuld!



Lobbying in der Praxis

veb.ch

Besten Dank