

„Was sich ändern würde, wenn...“

Wie Forscherinnen und Managerinnen mit gezieltem Lobbying ihre Interessen durchsetzen.

w-fORTE, FFG
3. Mai 2006

3. Mai 2006

Vortrag Lobbying, w-fORTE/FFG

Themen

- Definition
- Geschichte
- Strategie
- Praxis
- Akteur/innen

3. Mai 2006

Vortrag Lobbying, w-fORTE/FFG

Interessen gegenüber der Politik

- Wirtschaftliche Rahmenbedingungen
- Forschungspolitik
- Steuern
- Arbeitsmarkt
- Individuelle Rahmenbedingungen
(Genehmigungen, Zulassungen, Förderungen,
Auflagen)
- Öffentliche Auftragsvergaben

3. Mai 2006

Vortrag Lobbying, w-fORTE/FFG

Wer vertritt meine Interessen?

- Interessenvertretungen (WK, IV...)
- Parteien
- Politische Mandatar/innen

- und ich selbst!

3. Mai 2006

Vortrag Lobbying, w-IFORTE/FFG

Was ist Lobbying?

- Interessenvertretung für Organisationen und Unternehmen
- gegenüber Öffentlicher Hand, Politik
- Vermittlung zwischen den Interessen
- Ziel: Beeinflussung von politischen Entscheidungen (Win-Win)
- gelebte Demokratie

3. Mai 2006

Vortrag Lobbying, w-IFORTE/FFG

Wohin gehört Lobbying?

- Kommunikation ist Teil des Marketings
- Lobbying ist Teil der Kommunikation
- angesiedelt bei Unternehmensführung
- Stabstelle und/oder externe Beratung

3. Mai 2006

Vortrag Lobbying, w-IFORTE/FFG

Geschichte des Lobbyings

- „Vorhalle“, „Wartehalle“
- USA: Beginn 19. Jahrhundert
- EU: Pionierrolle in Europa
- Österreich: institutionell geprägt, seit 90er-Jahre Individual-Lobbying

3. Mai 2006

Vortrag Lobbying, w-IFORTE/FFG

Wie funktioniert Lobbying?

- Basis: Politikverständnis, Kompetenz und Netzwerk
- Informationen über Entscheidungsträger/innen und deren Umfeld
- Technik: sachliche Information, politische Argumente, gute Kommunikation
- Win-Win-Situationen schaffen

3. Mai 2006

Vortrag Lobbying, w-IFORTE/FFG

Die Lobbyingstrategie

...beschreibt den Weg zum Lobbyingziel:

- Arena-Analyse erstellen
- Anspruchsgruppen definieren
- Argumente und Nutzen herausarbeiten
- Taktik entwerfen
- Maßnahmen entwickeln

3. Mai 2006

Vortrag Lobbying, w-IFORTE/FFG

Die Arena-Analyse

- Anspruchsgruppen (primär / sekundär)
- Standortsituation
- Rechtliche Erfordernisse

3. Mai 2006

Vortrag Lobbying, w-IFORTE/FFG

Die Anspruchsgruppen

- Quantität
- Position zum Anliegen
- Zugang zu Politik/Medien
- Nutzen
- Priorität
- Beeinflussungsfaktor

3. Mai 2006

Vortrag Lobbying, w-IFORTE/FFG

Das Themen-Management

- Argumente für eigene Position formulieren
- Nutzen für Anspruchsgruppen herausarbeiten
- eigene / externe Themen analysieren
 - Bedeutung (Gefahr, Auswirkung)
 - Stärke bei Stakeholdern
 - Wahrscheinlichkeit
 - Steuerungsmöglichkeit
- Themen beobachten und steuern

3. Mai 2006

Vortrag Lobbying, w-IFORTE/FFG

Die Taktik

- Beweise bringen (Evidenz): zB wissenschaftliche Studien
- Zeug/innen vorführen: zB Expert/innen, andere politische Verantwortungsträger/innen
- Allianzen bilden

3. Mai 2006

Vortrag Lobbying, w-IFORTE/FFG

Die Maßnahmen

Arten des Lobbyings:

- direkt (Entscheidungsträger/innen)
- indirekt (Opinion Leader)
- Grassroots (Betroffene)

3. Mai 2006

Vortrag Lobbying, w-IFORTE/FFG

Lobbying in der Praxis

- Netzwerk auf- und ausbauen
- Strategische Allianzpartner finden
- Hintergrundinformationen recherchieren
- Projektinhalte aufbereiten
- Kontakte herstellen
- Termine vor- und nachbereiten
- Treffen mit Entscheidungsträger/innen
- laufendes Monitoring

3. Mai 2006

Vortrag Lobbying, w-IFORTE/FFG

Netzwerke

- den ersten Eindruck sichern
- Visitenkarten einsetzen
- Kontakte sammeln
- Kontakte pflegen
- geben und nehmen
- Plattformen und Organisationen nützen
- www.frauenfakten.at nützen

3. Mai 2006

Vortrag Lobbying, w-IFORTE/FFG

Lobbyist/innen in Österreich

- Einzelberater/innen: www.alpac.at
- PR-Agenturen: www.pasa.at

- Feri Thierry: www.thierry.at

3. Mai 2006

Vortrag Lobbying, w-IFORTE/FFG

Warum Lobbying?

*„Demokratie heißt,
sich in seine eigenen Angelegenheiten einzumischen.“*

(Max Frisch)

3. Mai 2006

Vortrag Lobbying, w-IFORTE/FFG
