

Lobbyarbeit - Die richtigen Leute erreichen

prenzel-com.de

Dr. Thorben Prenzel

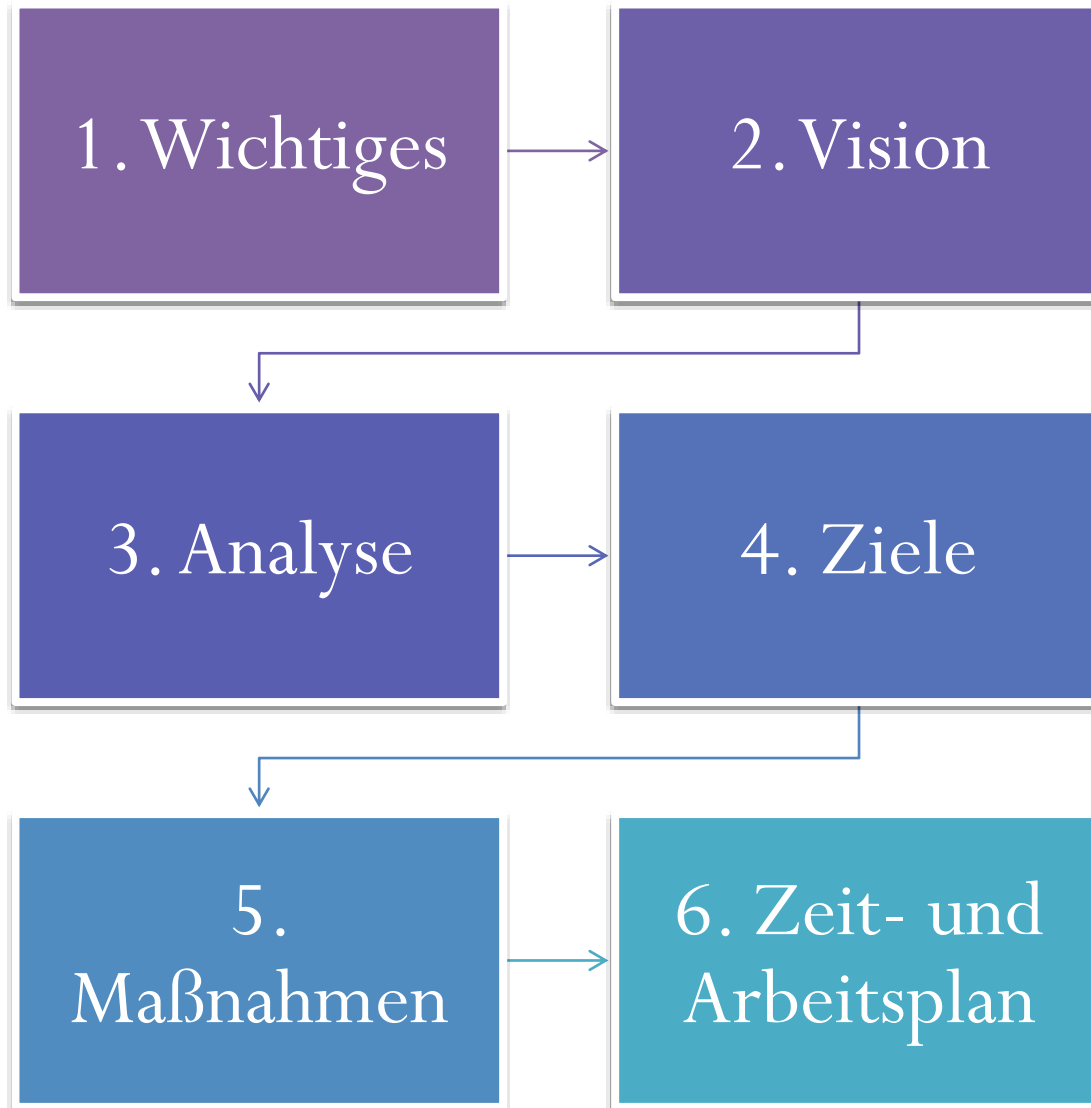
www.prenzel-com.de



Herausforderungen



War mog we heut?



Das Wichtigste zuerst

Sie haben es mit
Menschen zu tun

Motto 1: Nett sein



Motto 2: Make Friends before you need them

Merksatz: Die 70-20-10 Formel

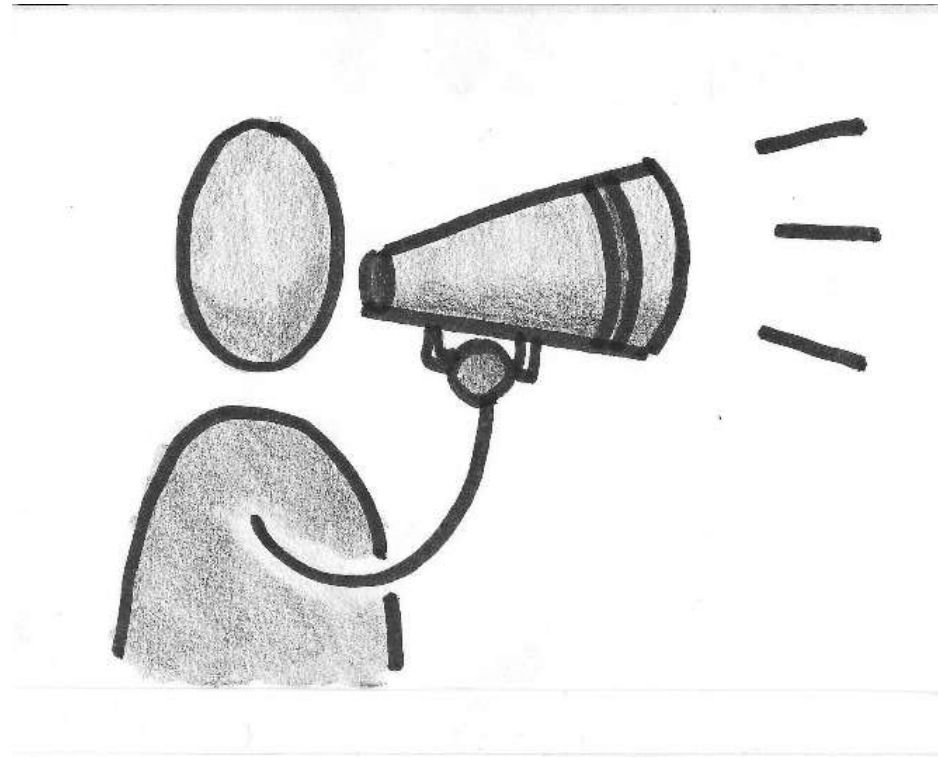
- 70 Prozent der Zeit zum Aufbau von Vertrauen.
- 20 Prozent was Sie bewegt, Ihre Ziele etc.
- 10 Prozent für Ihr Anliegen.

Mike Sansoen, Social-Media Berater

Motto 3: Machen Sie auf sich aufmerksam



Motto 4: Nicht schreiben – reden!



Motto 5: Zusammen denken

Öffentlichkeitsarbeit

Pressearbeit

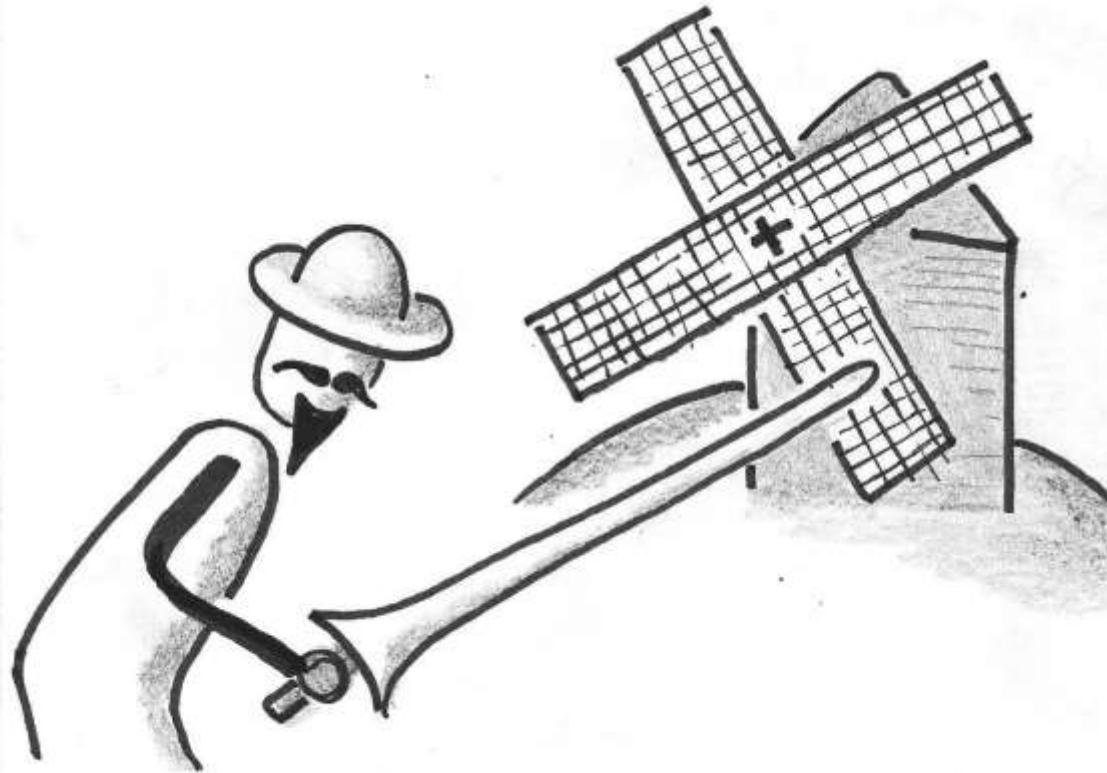
Netzwerkarbeit

Direkte Lobbyarbeit

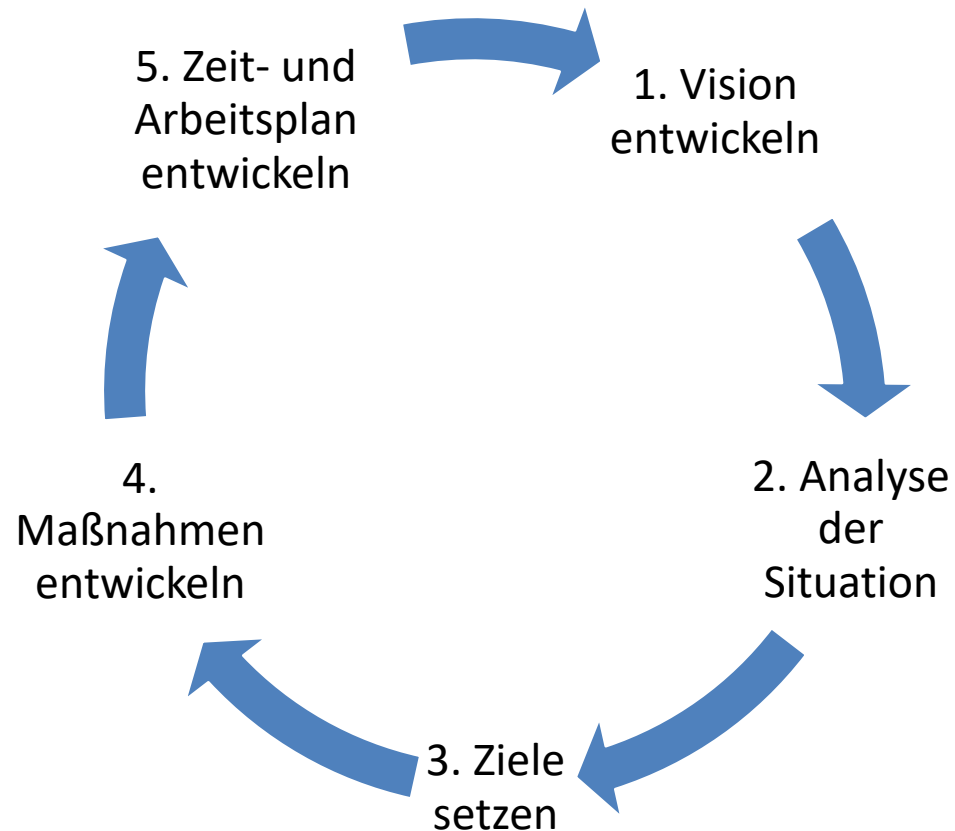
Motto 6: Haben Sie Spaß



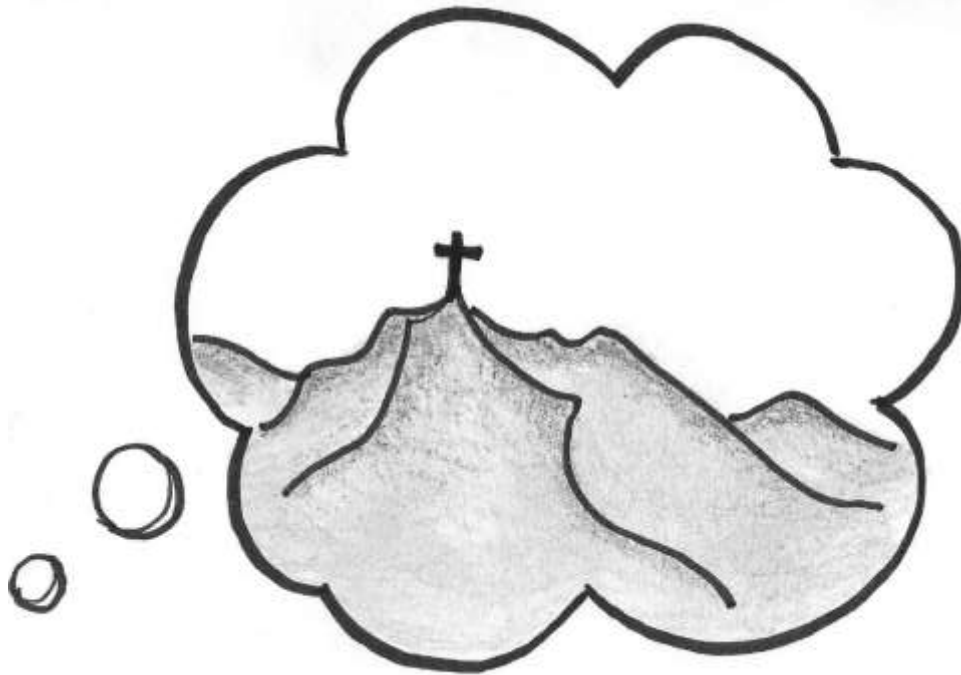
Nu aber los: Die Lobbystrategie



Eine (Lobby-)Strategie entwickeln



Schritt 1 Vision entwickeln



Aufgabe: Vision entwickeln

Warum mache ich das Ganze überhaupt?

...erklären Sie das mal jemand anderem.

...in einem Satz!

...und jetzt so, dass Sie das Allgemeinwohl benennen können.

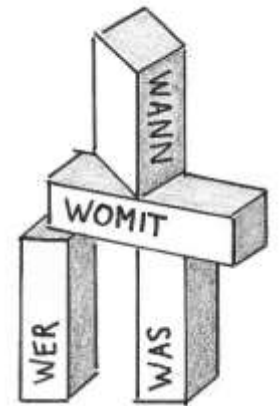
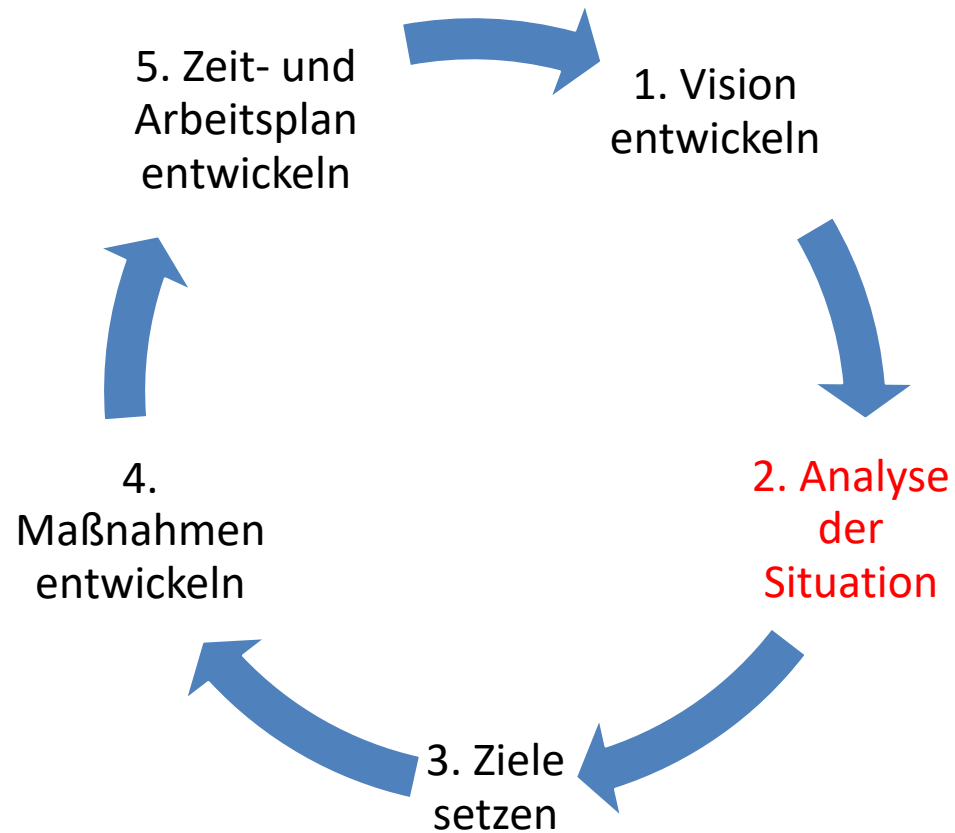
Merksätze zur Vision

Wie erreiche ich Menschen,
die **nicht** an meinem Thema interessiert sind?

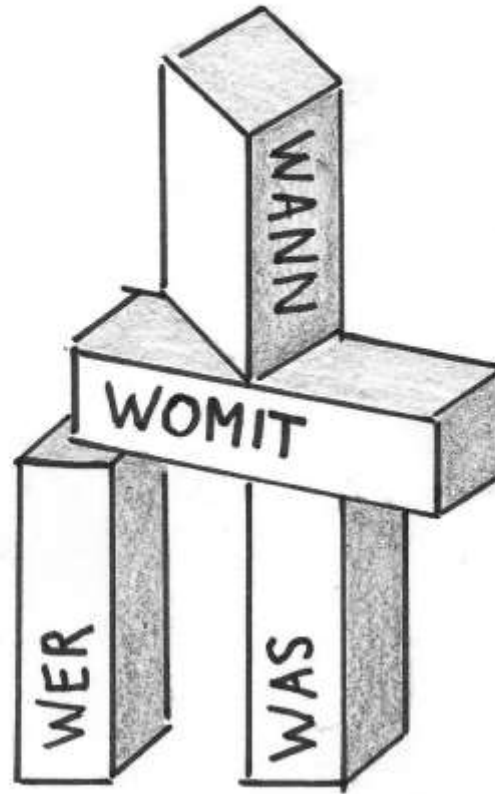
Die Vision ist gleichzeitig die Kernbotschaft

„Ach, das ist ja interessant, erzählen Sie mir mehr davon.“

Die Lobbystrategie



Schritt 2: Analysephase



Analysephase als Dreiklang

Sach-
Analyse

Politische
Analyse

Stakeholder
Analyse



Analyse 1 von 3

Sach-
Analyse

Politische
Analyse

Stakeholder
Analyse

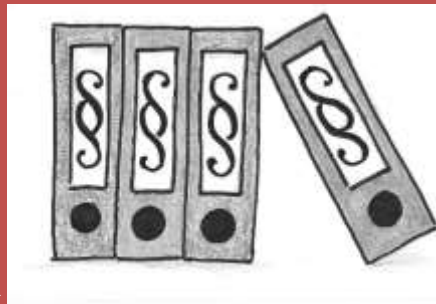


Analyse 2 von 3

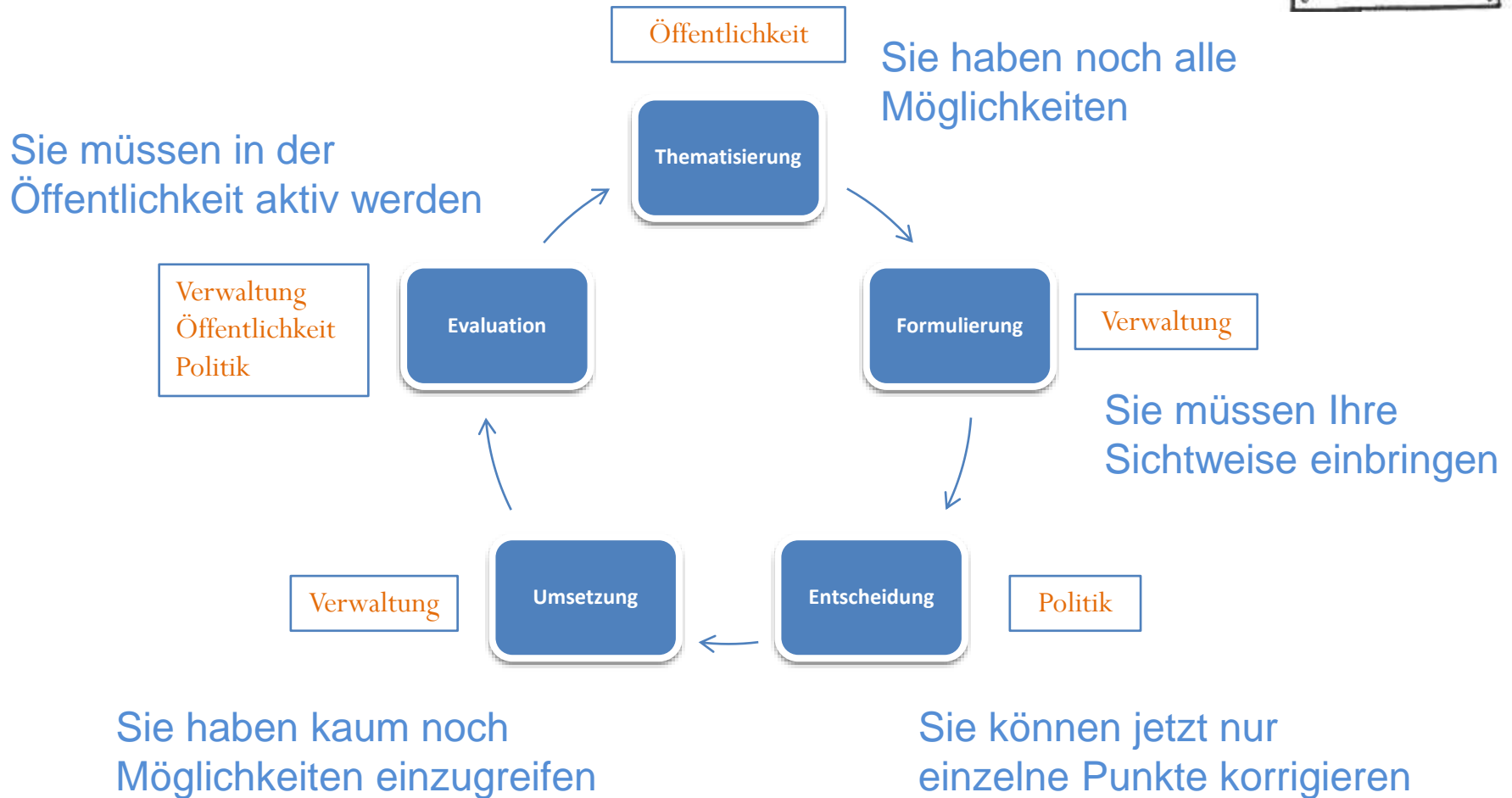
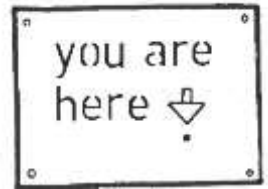
Sach-
Analyse

Politische
Analyse

Stakeholder
Analyse



Ein bisschen Theorie: Der Policy Cycle

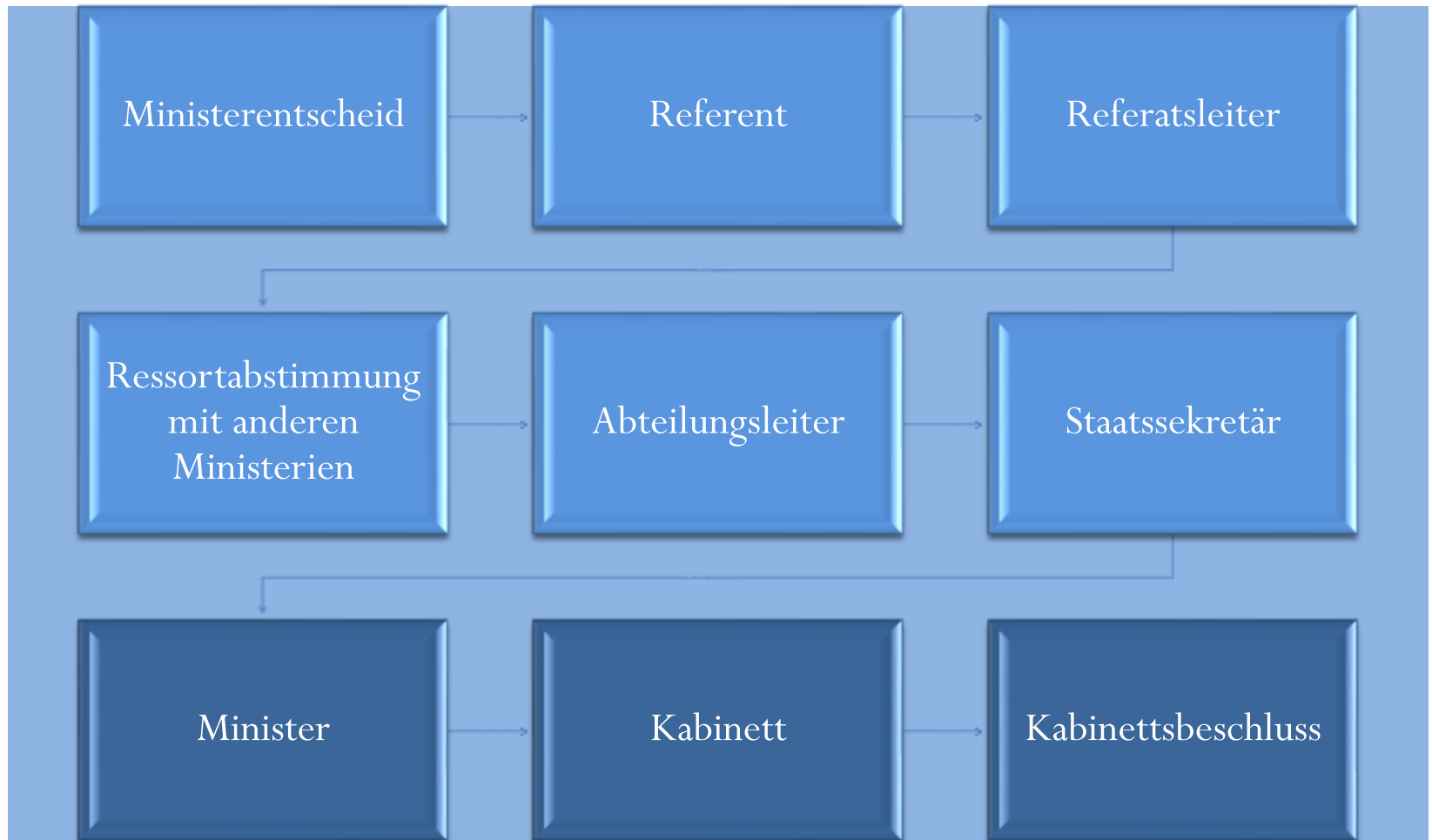


Einschub: Politische Prozesskenntnis

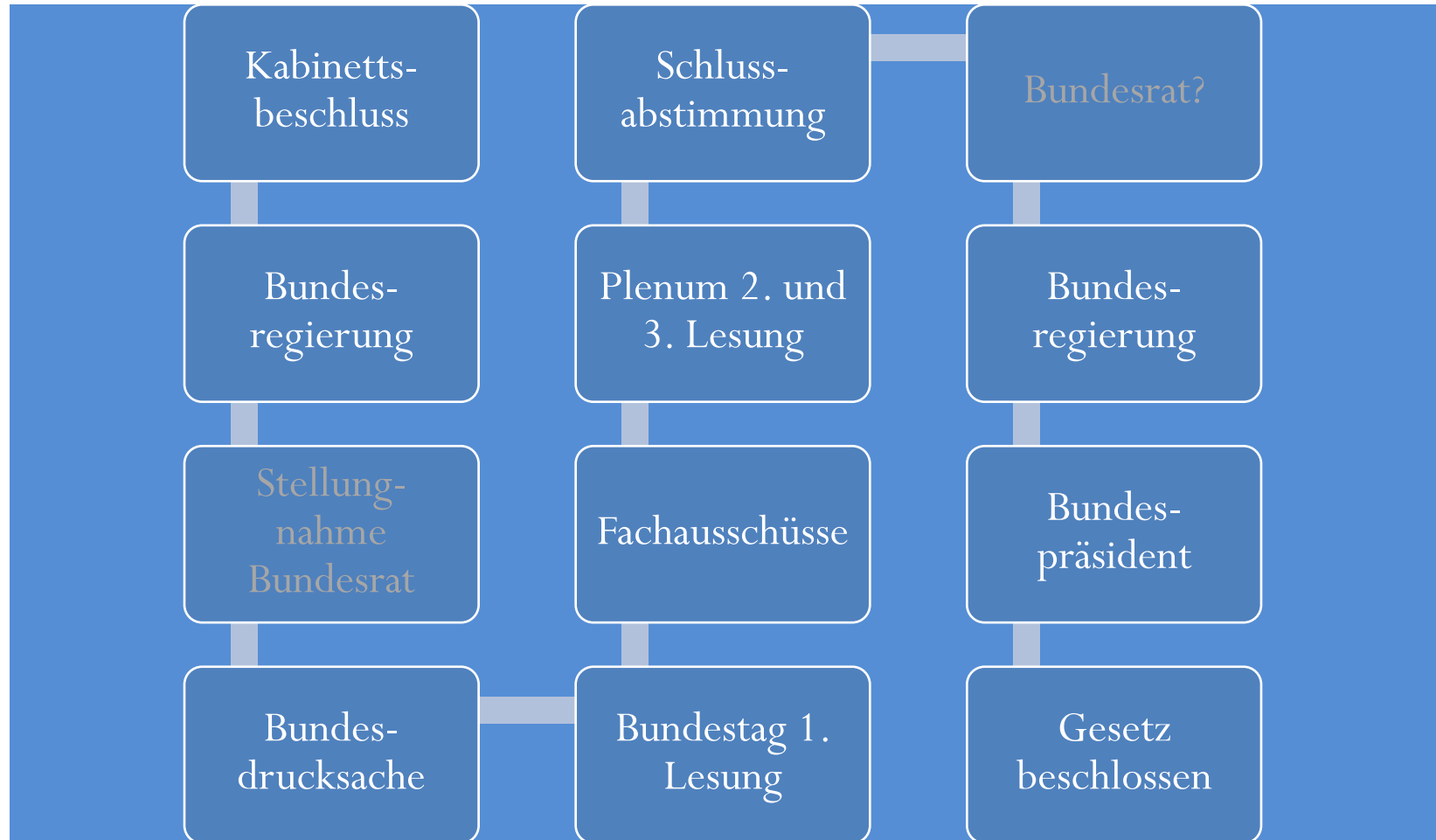


Prä-Legislativ
Legislativ

Institutionelle Ebene - Verwaltung



Institutionelle Ebene - Politik



Merksätze zur pol. Analyse

- Lobbyisten sollen über gesellschaftliche und innerparteiliche Diskussionen im Bilde sein.
- Ohne Strategie geht es nicht.
- Je früher im Verfahren agiert wird, desto höher die Chancen auf Erfolg.
- Für erfolgreiches Lobbying ist es unerlässlich, den gesamten Gesetzgebungsprozess im Auge zu behalten.
- Überraschungen gibt es immer wieder – aber das ist auch das Spannende daran.

Analysephase 3 von 3

Sach-
Analyse

Politische
Analyse

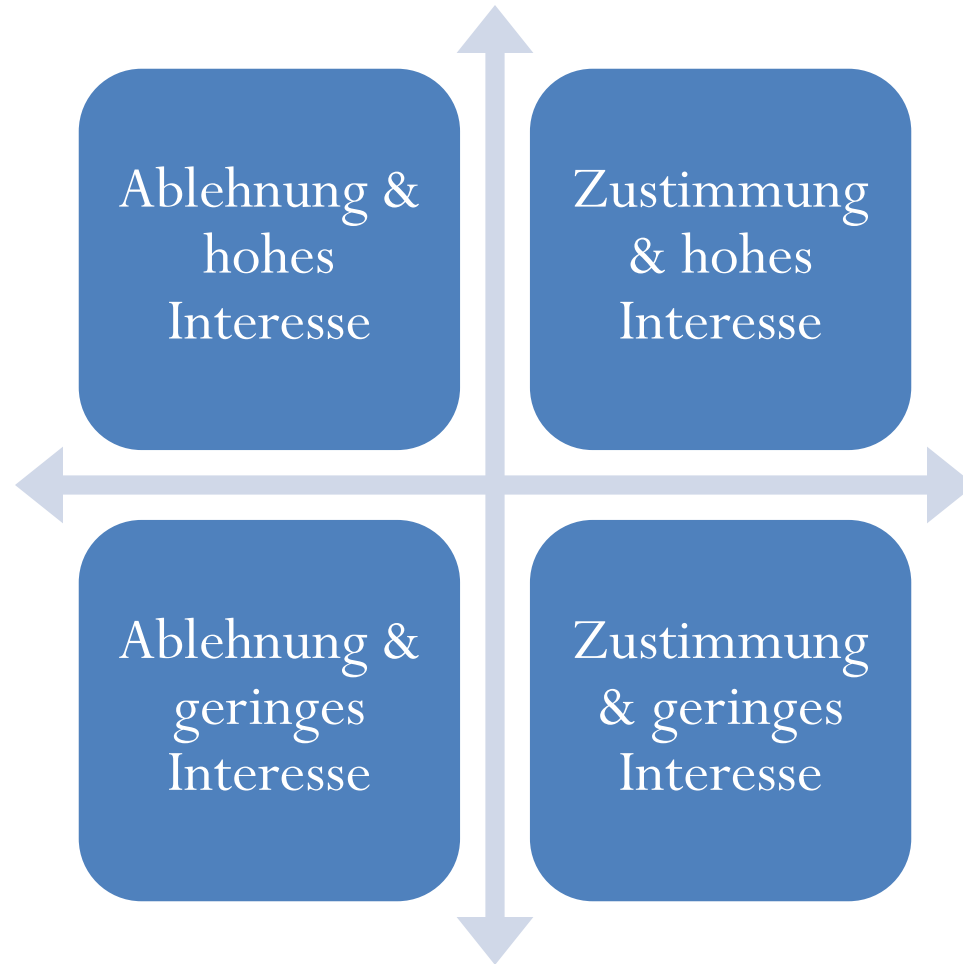
Stakeholder
Analyse



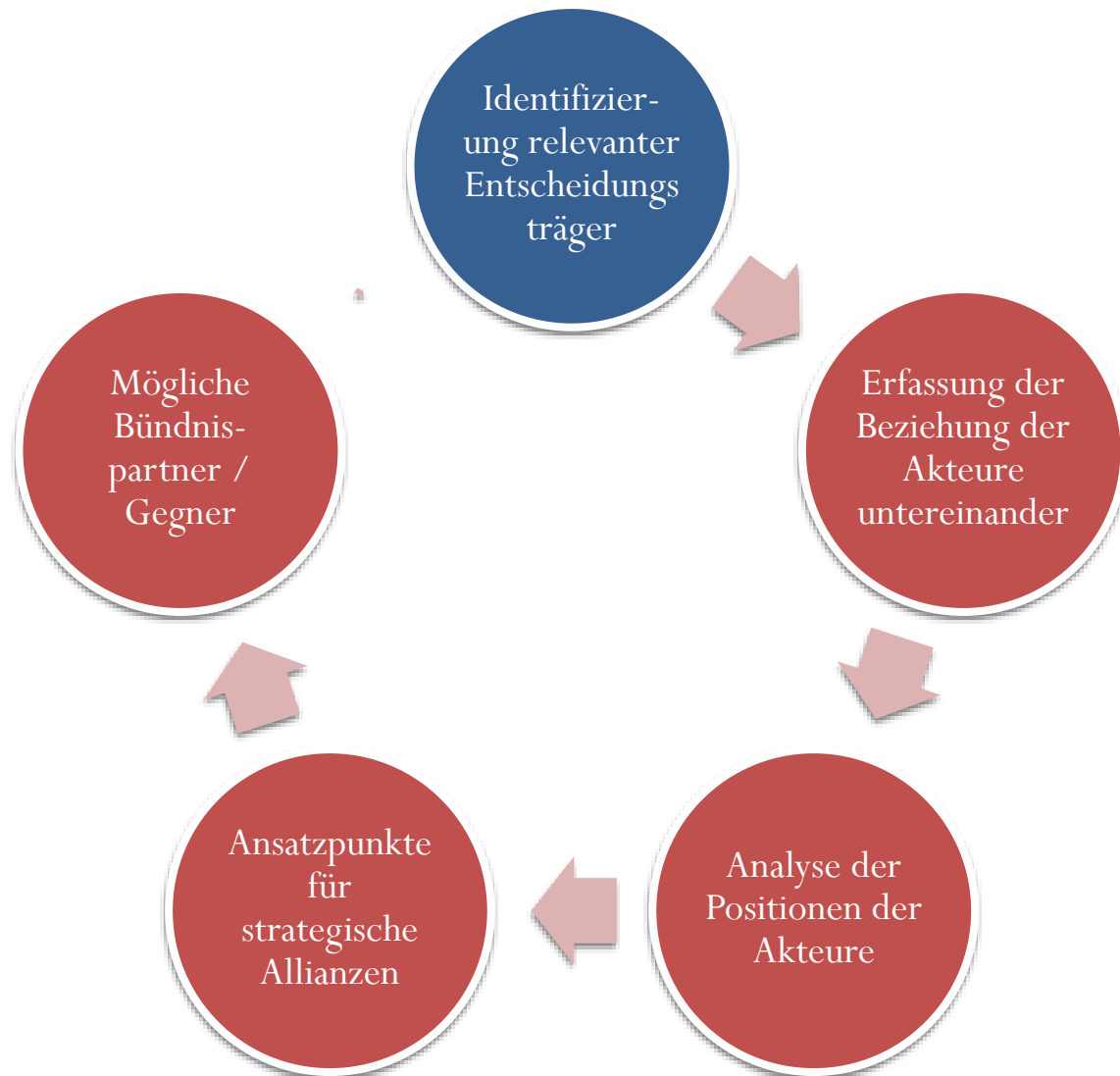
Wer ist interessant?

- Politik
- Verwaltung
- Bevölkerung (Vereine, Verbände)
- Presse

Stakeholdermatrix



... und dann?



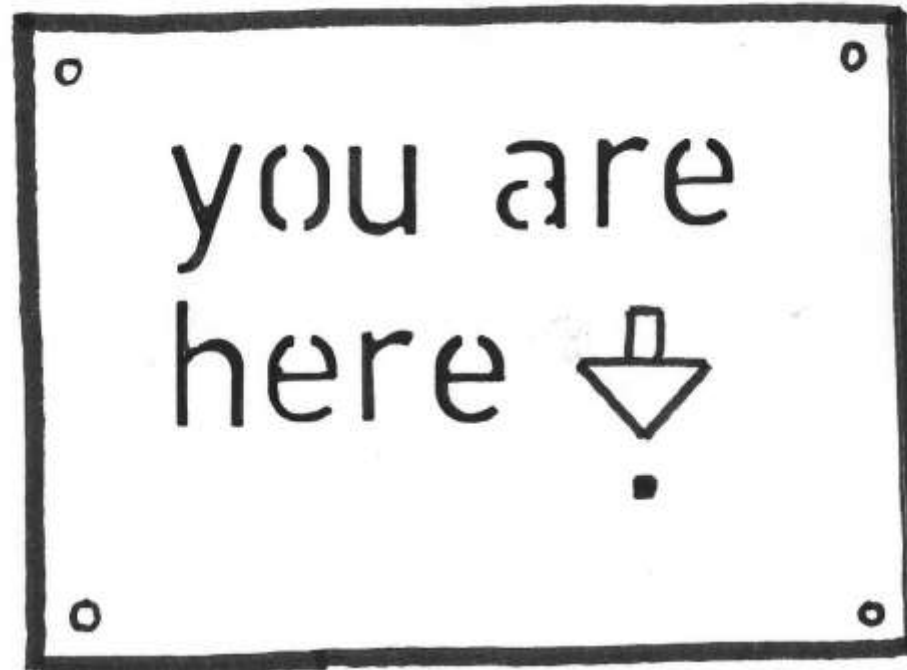
Merksätze zur Stakeholder Analyse

- Vor dem Beginn der Arbeit muss ich alle relevanten Akteure kennen. Je genauer, desto einfacher die Maßnahmenplanung.
- Gegner: Gefahr erkannt, Gefahr gebannt.
- Verbündete: Getrennt marschieren, vereint zuschlagen.
- Gute Kontakte / Netzwerk zur Politik und Verwaltung sind ein Muss.

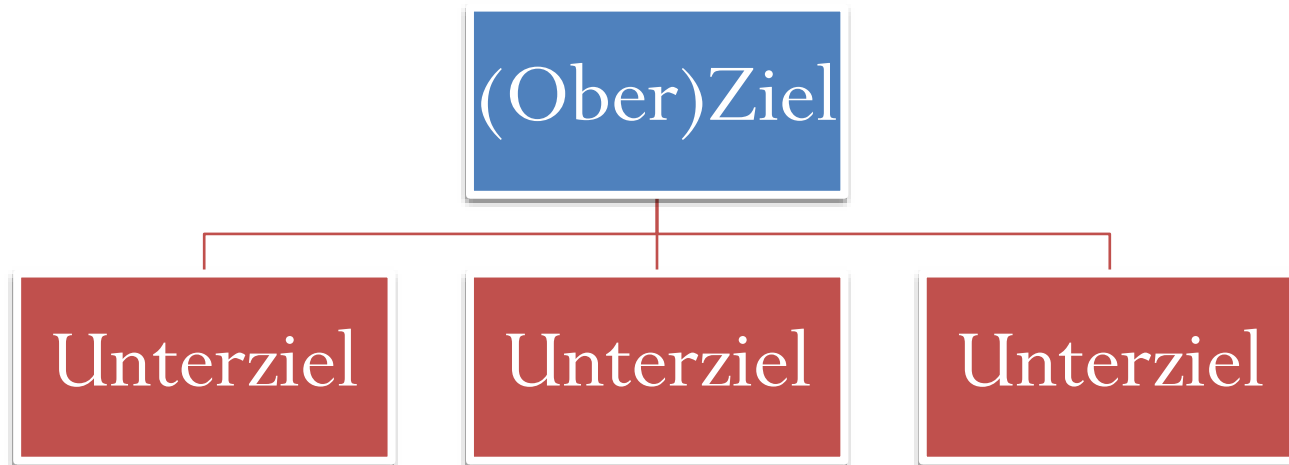
Die Lobbystrategie



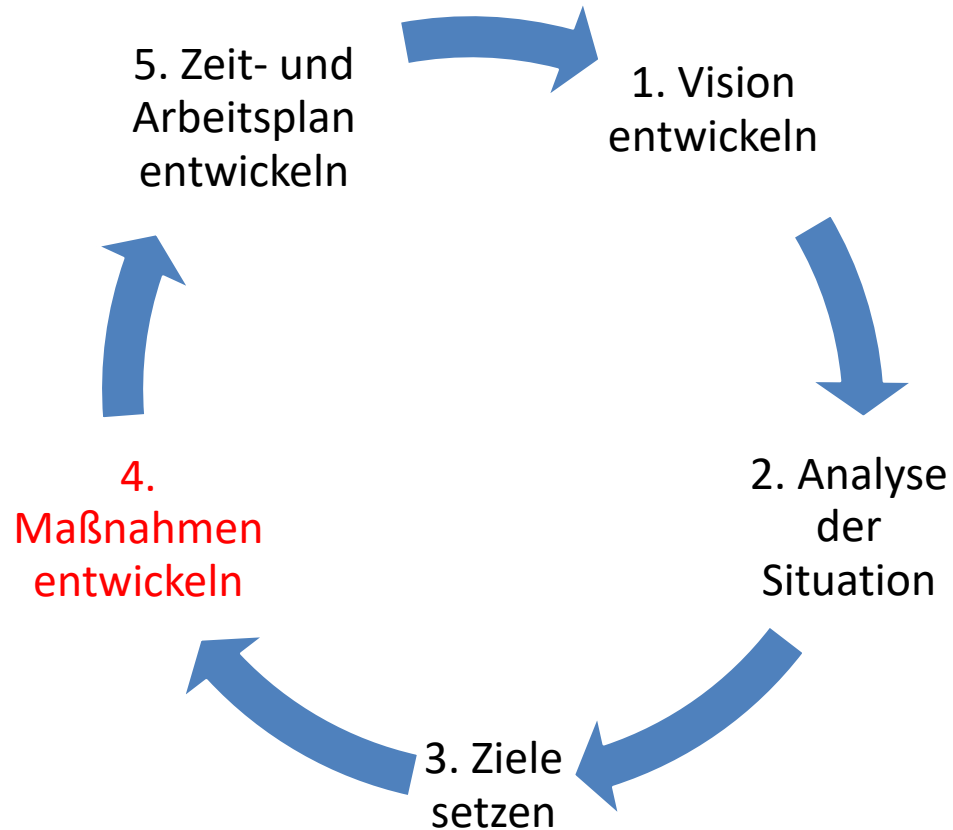
Schritt 3: Ziele definieren



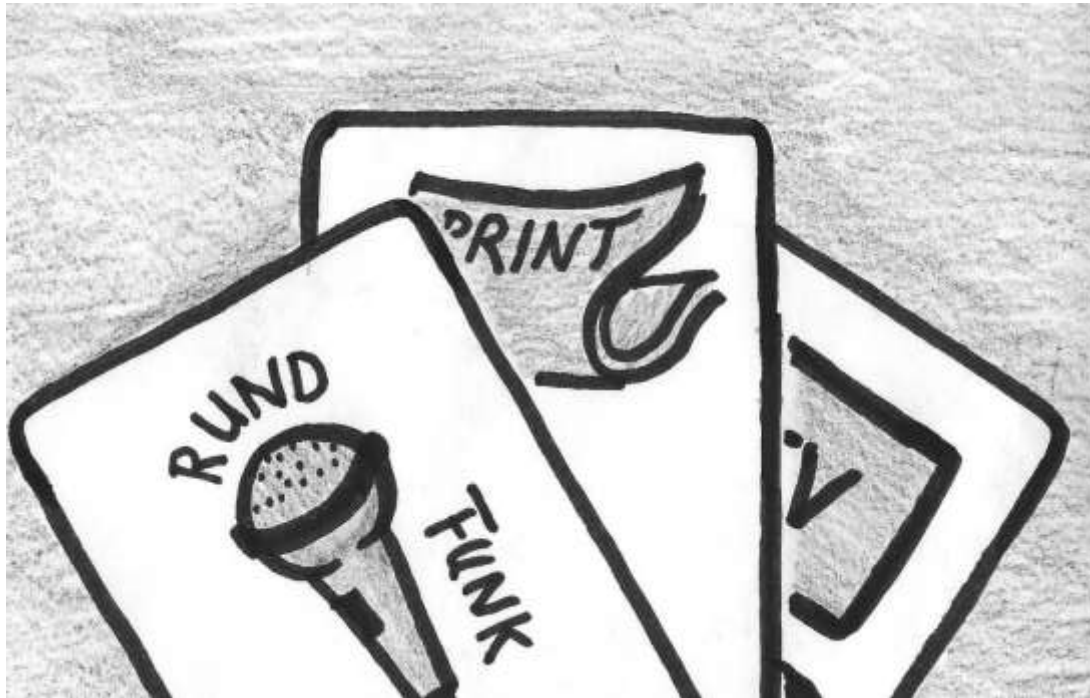
Zielhierarchie



Die Lobbystrategie



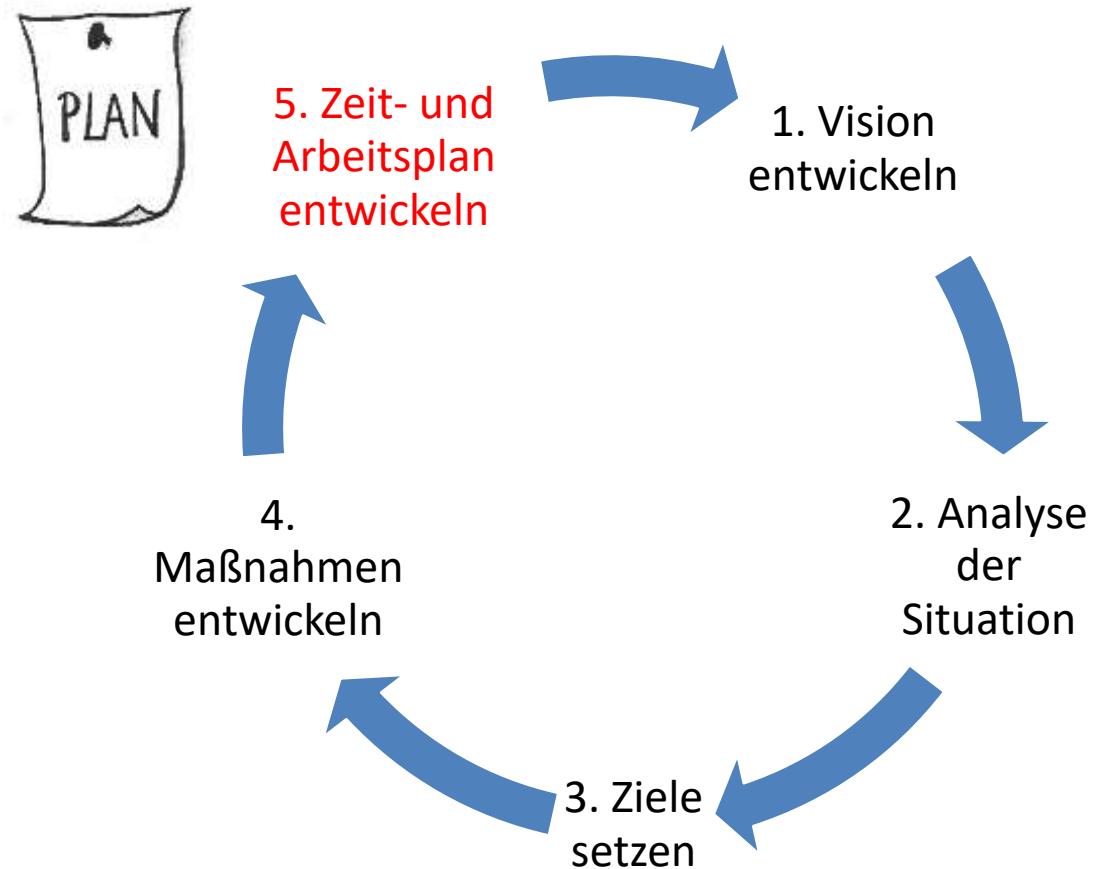
Maßnahmen entwickeln



Dreischritt der Maßnahmenplanung



Die Lobbystrategie



Zeit- und Arbeitsplan



Zeitplan

- Zeitleiste machen
- Ferienzeiten beachten
- Maßnahmen eintragen
- Dauer beachten (Vor- und Nachbereitungszeit)

Arbeitsplan

- Was?
- Wer?
- Mit wem?
- Womit?
- Bis wann?

...und fertig ist die Lobbystrategie





prenzel-com.de



www.prenzel-com.de