

Was hat Stillen mit Politik zu tun?

11. Stillkongress des BSS in Solothurn

11. September 2021
von Olivia Thoenen

Was machen wir heute?

- Über mich
- Politik und Stillen? JA!!
- Ein Blick auf die politischen Spielregeln: Struktur, Akteure und Entscheidungsprozesse
- Wie können wir politische Rahmenbedingungen beeinflussen?
 - politische Arbeit und Lobbying
- Schlusswort

Wer bin ich und warum bin ich hier?

- Olivia Thoenen (1982)
- Politologin, promoviert zum Thema «Familienpolitik im internationalen Vergleich»
- Seit 2008 als Politologin tätig im Bereich Frühe Förderung/Frühe Kindheit und Kinderrechte
- 2014-2019 Geschäftsleiterin Fachverband Mütter- und Väterberatung
- Seit 2016 Mitarbeiterin der Agentur polsan und zuständig für politische Arbeit und Kommunikation im Themenbereich Frühe Kindheit, Familienpolitik und Gesundheitsförderung/Prävention

Stillen und Politik? Ja!!

- Auch politische Rahmenbedingungen beeinflussen den individuellen Stillentscheid
 - Ausgestaltung Mutterschaftsurlaub
 - Arbeitsrechtliche Regelungen zum Stillen am Arbeitsplatz
 - Regelungen zu Produkte-Werbung
 - Aber auch: Mittel für Forschung und nationale Programme oder Strategien (z.B. Einsatz einer Kommission für Stillfragen)
- Zudem: der Stillentscheid („Was, du stillst noch?!“/ „Was du stillst nicht?!“) und die Art und der Ort zu stillen (Stillen in der Öffentlichkeit) sind selber stark politisiert. Diese Ebene ist aber nicht Teil des Referats.

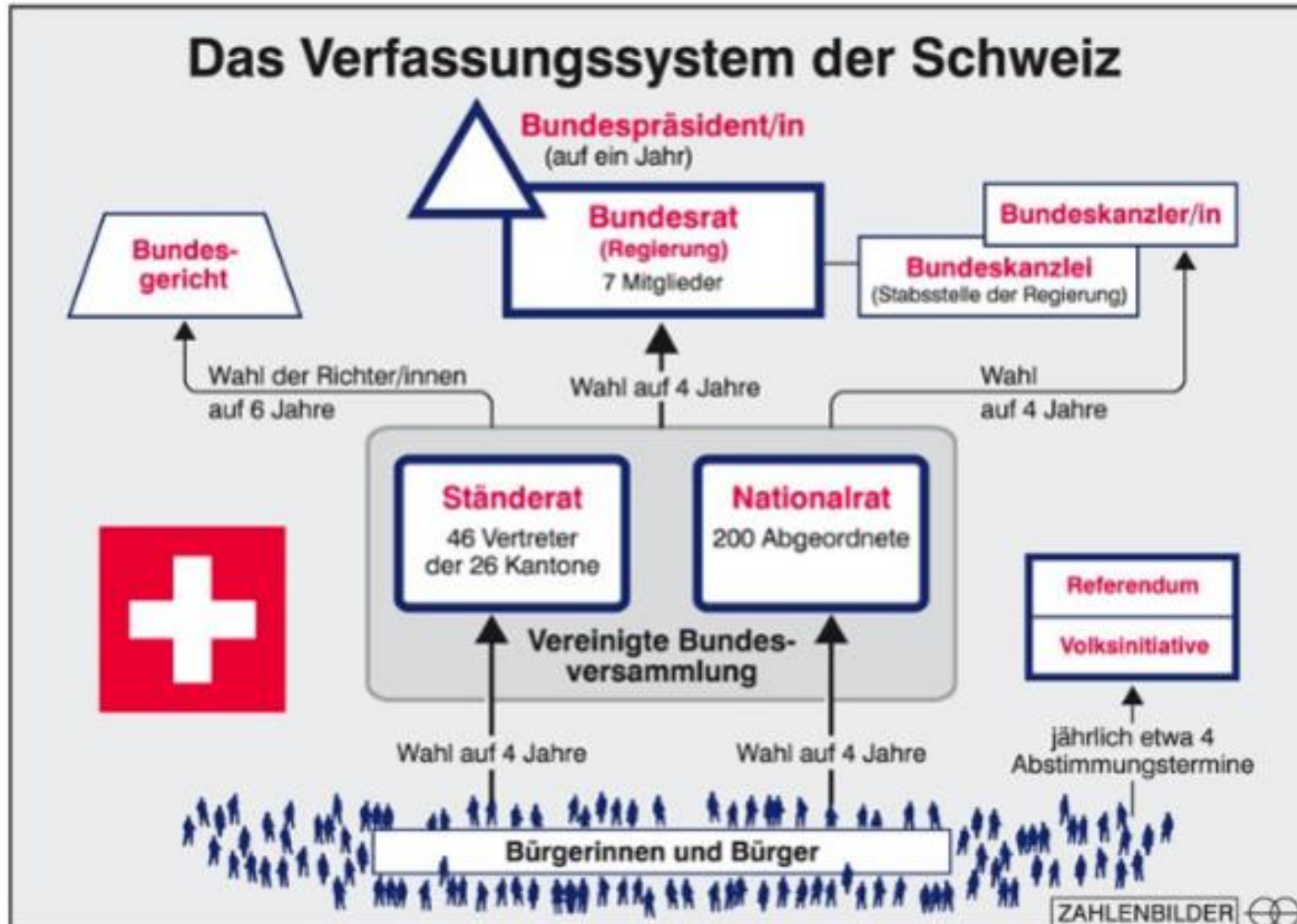


Die politischen Spielregeln: Die Struktur

- Kleinräumigkeit, Föderalismus und Sprachregionen erschweren die nationale Koordination

Politikfeld	Bund	Kanton	Stadt
KVG, med. Grundversorgung (Gesundheitsberufegesetz)	x		
Spitalversorgung, Pflegeleistungen		x	
Arbeitsrecht	x		
Frühe Kindheit (Sozialpolitik)		(x)	x
Gesundheitsförderung und Prävention		x	(x)

Politische Spielregeln in der Schweiz: Der Entscheidungsprozess und die Akteure



Wie können wir politische Rahmenbedingungen beeinflussen?

Politische Kommunikation von Verbänden

- Politische Kommunikation mit dem Ziel der Einflussnahme auf die politischen Rahmenbedingungen
 - **Öffentlichkeitsarbeit / Public Relations:** Bewusste und stetige Kommunikation zwischen dem Verband und der Öffentlichkeit, der Politik und den Mitgliedern.
 - Ziel: Vertrauen schaffen, positives Image, langfristiger Erfolg
 - **Lobbying:** Einflussnahme auf die in einem politischen Entscheidungsprozess involvierten Akteure.
 - Ziel: die eigenen Interessen durchsetzen

Politik als Prozess

Problem(re)-
definition

Agenda
Setting

Problemdefinition & Agenda Setting:

- Eigene Interessen auf den Punkt bringen
 - Faktenblätter und Positionspapiere
 - Berufsbild
- Interessen auf politische Parkett bringen
 - Nutzen von parlamentarischen Instrumenten (z.B. Motionen)
 - Parlamentarier als Vorstandsmitglied / Präsidium gewinnen (Built-in Lobbyists)
- Politikfeld kennen
 - Welche föderale Ebene ist betroffen? Welche Regelwerke gelten?
- Monitoring der relevanten Entscheidungsprozesse
 - Analyse zum Stand der Dinge und erkennen von potentiellen Interventionsfenstern (z.B. geplante Gesetzesrevision)
- Professioneller Auftritt
 - Webseite / Social Media
 - Auftrittskompetenz

Evaluation

- Expertise bei Evaluation zur Verfügung stellen
 - z.B. für Ausarbeitung des Fragebogens
 - Kanäle für Befragung zur Verfügung stellen
 - Mitgestaltung der Evaluationsfragen
- Deutung der Evaluation mitgestalten
 - Entscheidungsträgern Interpretationsmuster für Resultate anbieten (z.B. Resultate der Swiss Infant Feeding Study in Zusammen der eigenen politischen Ziele setzen)
- Transfer Forschung – Praxis und zurück (z.B. Fachjournal für Stillen und Laktation)

Evaluation

Politik-
formulierung

Politikformulierung

- Key Player und Stakeholder kennen
 - Wer hat welche Interessen? Wer hat formelle und informelle Entscheidungsmacht?
- Kontakte in Politik
 - Prädisposition der Personen kennen (Werte, Grundhaltungen, Interessen, Betroffenheit, Vorwissen)
 - Lobbyanlässe (Bsp. aus der Herbstsession 2020)
- Inhaltswissen zur Verfügung stellen
 - Experten- und Praxiswissen (ausgerichtet auf den Nutzen des Adressaten)
 - Onepager (Positionen inkl. Argumente)
 - Sessionsempfehlungen per Mail (z.B. Pro Juventute)
 - Vernehmlassungen und Stellungnahmen (z.B. Stillförderung Schweiz)
 - In Expertenkommissionen mitarbeiten
- Allianzen schmieden
 - Verbündete suchen

Politik-
implementierung

Implementierung:

- Kontakte in Verwaltung suchen und pflegen
 - Praxiswissen für die Umsetzung zur Verfügung stellen
 - z.B. Mitarbeit in Begleitgruppe zu nationaler Strategie/ Gesetz

Problemdefinition & Agenda Setting:

- Eigene Interessen auf den Punkt bringen
 - Faktenblätter und Positionspapiere
 - Berufsbild
- Interessen aufs politische Parkett bringen
 - Nutzen von parlamentarischen Instrumenten (z.B. Motionen)
 - Parlamentarier als Vorstandsmitglied / Präsidium gewinnen (Built-in Lobbyists)
- Politikfeld kennen
 - Welche föderale Ebene ist betroffen? Welche Regelwerke gelten?
- Monitoring der relevanten Entscheidungsprozesse
 - Analyse zum Stand der Dinge und erkennen von potentiellen Interventionsfenstern (z.B. geplante Gesetzesrevision)
- Professioneller Auftritt
 - Webseite / Social Media
 - Auftrittskompetenz

Politikformulierung

- Key Player und Stakeholder kennen
 - Wer hat welche Interessen? Wer hat formelle und informelle Entscheidungsmacht?
- Kontakte in Politik
 - Prädisposition der Personen kennen (Werte, Grundhaltungen, Interessen, Betroffenheit, Vorwissen)
 - Lobbyanlässe (Bsp. aus der Herbstsession 2020)
- Inhaltswissen zur Verfügung stellen
 - Experten- und Praxiswissen (ausgerichtet auf den Nutzen des Adressaten)
 - Onepager (Positionen inkl. Argumente)
 - Sessionsempfehlungen per Mail (z.B. Pro Juventute)
 - Vernehmlassungen und Stellungnahmen (z.B. Stillförderung Schweiz)
 - In Expertenkommissionen mitarbeiten
- Allianzen schmieden
 - Verbündete suchen

Implementierung:

- Kontakte in Verwaltung suchen und pflegen
 - Praxiswissen für die Umsetzung zur Verfügung stellen
 - z.B. Mitarbeit in Begleitgruppe zu nationaler Strategie/ Gesetz
 - als Umsetzungspartner auftreten
- Gesetze, die neu in Kraft sind, bei Mitgliedern bekannt machen
 - interne Kommunikation zur Mobilisierung der Mitglieder / Newsletter

Evaluation

- Expertise bei Evaluation zur Verfügung stellen
 - z.B. für Ausarbeitung des Fragebogens
 - Kanäle für Befragung zur Verfügung stellen
 - Mitgestaltung der Evaluationsfragen
- Deutung der Evaluation mitgestalten
 - Entscheidungsträgern Interpretationsmuster für Resultate anbieten (z.B. Resultate der Swiss Infant Feeding Study in Zusammen der eigenen politischen Ziele setzen)
- Transfer Forschung – Praxis und zurück (z.B. Fachjournal für Stillen und Laktation)

Grundlagen für erfolgreiches Lobbying

- Monitoring:
 - Medienmonitoring
 - kostenpflichtige, professionelle Tools (z.B. Politmonitor)
 - aber auch kostenlos via Curia Vista (Geschäftsdatenbank des Bundes, Geschäfte abonnieren)
- Strategie definieren
 - Wie und mit welchen Mitteln bringe ich das Thema in die Politik?
- Netzwerk aufbauen und pflegen
 - It's all about who you know (Mahoney 2008)
- Eigener Auftritt
 - Auftrittskompetenz analog und digital
- Inhaltswissen erarbeiten und anbieten
 - Aufbereiten von Informationen
 - Expertenwissen (auch Praxiswissen)
 - An Vernehmlassungen teilnehmen und in Expertenkommissionen mitarbeiten

Erfolgreiche Lobbying-Instrumente

- Persönliche Gespräche mit Entscheidungstragenden
 - Informationen austauschen, die beiden Gesprächspartnern nützen
 - Ziel: Entscheidungsträger*in übernimmt Argumentation des Lobbyisten
- Kommunikation via Email und Telefon
 - Wirkung nicht klar einzuschätzen, negative Wirkung bei zu vielen E-Mails
 - Kommunikation via Telefon nur wenn sich Lobbyist und Adressat*in kennen
- Expertenkommissionen
- Parlamentarische Anlässe
 - Parlamentarische Anlässe ziehen oft viele Personen an, jedoch seltener Parlamentarier*innen.
- Allianzen
 - Mehr Druck und Gewicht, mehr Ressourcen (personell aber auch finanziell), grösseres Netzwerk
 - Nachteil: nur bei langfristigen Zielen (Aufbau benötigt Zeit), Anliegen können verwässert werden
- Built-in Lobbyists
- Zivilgesellschaft aktivieren (Grassroot-Lobbying, Crowd Lobbying)
 - Z.B. Leserbriefe schreiben (lassen), Briefe an Parlamentarier*Innen aus der Bevölkerung

Fazit zum Lobbying

- Grundsatz: Politiker werden mit Informationen und Expertenwissen geflutet.
 - Gehört wird, wenn Absender und Aufbereitung stimmen (Vertrauen, Werte, Betroffenheit)
- Vertrauen Sie nicht darauf, dass Evidenz für sich spricht
 - Evidenz muss transportiert werden (Storytelling, Emotionen)
- Kommunikation ohne «Beziehung» ist (fast) wirkungslos
 - Persönliche Kontakte sind Gold, schriftliche Kommunikation funktioniert nur, wenn Absender vertrauensvoll ist
- Lobbying bedeutet viel und langfristige Arbeit, v.a. strategische Beziehungsarbeit!
 - → Ressourcen!!
- Zentral: Transparenz

Schlusswort

- Nutzen Sie das Potenzial Ihres Berufsverbands indem Sie...
 - ...selbstbewusst auftreten und die Stärken betonen,
 - ...sich als Fachpersonen öffentlich positionieren &
 - ...Ihr Fachwissen einbringen!

Herzlichen Dank!

Für Fragen und Anregungen stehe ich Ihnen gerne zur Verfügung.

olivia.thoenen@polsan.ch

polsan.
Bern. Zürich.

polsan ag
Politik.
Kommunikation.
Verbandsmanagement.

Bern
Effingerstrasse 2, 3011 Bern
T 031 508 36 00
info@polsan.ch, polsan.ch

Zürich
Zeltweg 15, 8032 Zürich
T 044 542 46 95
info@polsan.ch, polsan.ch