

Politische Lobbyarbeit - Optionen und Themen für die kfd

(Nr. 1 – März 2024)

Liebe Frauen,

eines der Hauptanliegen des Ständigen Ausschusses Frauen und Erwerbsarbeit ist die kontinuierliche Analyse der gesellschaftlichen und politischen Lage mit Blick auf den Arbeitsmarkt und die Auswirkungen für erwerbstätige, berufstätige Frauen. Wir beobachten Veränderungen, greifen diese thematisch auf, gestalten Bildungsveranstaltungen und verstehen uns als Expertinnen und Lobbyistinnen, denn wer könnte besser die Situation und Herausforderungen erwerbstätiger Frauen nachvollziehen als wir selbst. Ein wichtiges Instrument, um dies öffentlich und wirksam zu verdeutlichen, ist Lobbyarbeit, die wir nach dieser Tagung für unsere Arbeit effektiver nutzen werden.

Petra Löwenbrück (Sprecherin)

Lobbyarbeit – ein unverzichtbares Instrument

Unter der Überschrift „So funktioniert politische Lobbyarbeit – Optionen der kfd in der Diskussion“ stand die Tagung des Ständigen Ausschusses Frauen und Erwerbsarbeit, die vom 22. bis 24. März 2024 im Erbacher Hof in Mainz stattfand. Vor dem Hintergrund, dass Lobbyarbeit ganz selbstverständlich zum politischen Geschäft dazu gehört, ist diese auch für die Katholische Frauengemeinschaft Deutschlands ein wichtiges Thema. Bei der Veranstaltung in Mainz ging es zunächst um die grundsätzliche Frage, wie diese Form der Interessenvertretung funktioniert und an welchen Stellen Verbände wie die kfd auf Entscheidungsprozesse einwirken können. Ergänzt wurden diese Ausführungen mit Informationen über eine zielgerichtete Öffentlichkeitsarbeit, bevor es um konkrete Themen und Strategien für die Arbeit des Ständigen Ausschusses ging. Die Tagung, zu der sich viele Delegierte und zahlreiche Gäste angemeldet hatten, wurde von den Sprecherinnen Petra Löwenbrück und Veronika Pütker sowie von Natalie Mittler geleitet, die als Referentin für Gesellschaftspolitik in der kfd-Bundesgeschäftsstelle die Arbeit des Ständigen Ausschusses Frauen und Erwerbsarbeit begleitet.

Lobbyarbeit – legitimes Mittel der Interessenvertretung mit schlechtem Ruf

Für den Studienteil der Tagung hatte der Ausschuss Yvonne Everhartz von der Bundesstiftung Gleichstellung in Berlin als Referentin gewinnen können. Die Politikwissenschaftlerin verfügt über langjährige Erfahrung mit politischer Lobbyarbeit für Frauen und Geschlechterthemen und ist in der Bundesstiftung u.a. Ansprechpartnerin für die Kommunikation mit Bundestagsbüros, Verbänden und anderen gleichstellungspolitischen Akteur*innen. Zweck der Bundesstiftung Gleichstellung, die im März 2022 ihre Arbeit aufgenommen habe, so Everhartz, sei „die Stärkung und Förderung der Gleichstellung von Frauen und Männern in Deutschland“. Dazu vernetze sie Bund, Länder, Kommunen, Zivilgesellschaft, Wissenschaft und Wirtschaft, stelle Informationen bereit, entwickle neue Ideen für die Gleichstellungspolitik und vieles mehr. Zu Beginn ihres Vortrages „Politische Lobbyarbeit“ bestätigte die Referentin die Einschätzung vieler Teilnehmerinnen, dass Lobbyarbeit einen eher schlechten Ruf habe und vielfach mit Hinterzimmer, unredlicher Einflussnahme, Machtmissbrauch und Korruption assoziiert werde. „Den Leuten fallen eher Lobbykandale wie die Verbindungen von Ex-Kanzler Gerhard Schröder (SPD) zu Gazprom oder die Maskendeals von Abgeordneten der CDU/CSU ein.“ Dabei sei Lobbyarbeit nicht per se schlecht, sondern in einer parlamentarischen Demokratie ein legitimes und auch wichtiges Mittel, Anliegen einzubringen. Aus Politik und Gesellschaft sei Lobbyarbeit nicht wegzudenken. Yvonne Everhartz nannte zwei Definitionen: „Lobbyarbeit, auch Interessenvertretung oder Lobbying genannt, beschreibt die Einflussnahme von Organisationen, Unternehmen und anderen Akteuren auf die Politik“ oder „Lobbyismus umfasst alle Aktivitäten, bei der Interessengruppen („Lobbys“) vor allem durch die Pflege persönlicher Kontakte versuchen, Politikerinnen und Politiker in ihrem Sinne zu beeinflussen.“



Interessengruppen: Fachkompetenz und Macht

„Dass Interessengruppen sich in unserer Form der Demokratie in politische Prozesse einbringen, ist auf jeden Fall wichtig“, betonte die Referentin. „Denn Fachpolitiker*innen greifen legitimerweise auf deren Kompetenz zurück, weil diese häufig mehr Wissen über ein bestimmtes Thema haben als sie selbst.“ Die parlamentarische Arbeit erfordere von den Abgeordneten, sich in schneller Abfolge mit einer Vielzahl von Themen zu beschäftigen, bei denen sie nicht unbedingt ausgewiesene Expert*innen seien. „Die Gefahr besteht vielmehr darin, dass finanzstarke Interessengruppen sich besonders effektiv Gehör verschaffen können.“ So würden diese nicht nur mehr Geld in die direkte Lobbyarbeit investieren können und beispielsweise zu teuren Tagungen einladen, sie könnten auch viel Geld in fachkundiges Personal investieren und sich so einen Vorteil gegenüber anderen Interessengruppen verschaffen. Dagegen würden Nichtregierungsorganisationen eher über die Beeinflussung des öffentlichen Diskurses bzw. durch öffentlichen Druck (z. B. Demonstrationen) auf ihre Anliegen aufmerksam machen. Bemerkenswert sei auch, dass Lobbyarbeit aufgrund ihres schlechten Rufes vielfach anders tituliert werde: mit Begriffen wie Public Affairs, politische Kommunikation oder Politikberatung.

„Um Lobbyarbeit sichtbar zu machen, gibt es seit dem 1. Januar 2022 das Lobbyregister des Deutschen Bundestages“, erläuterte Everhartz. In dieses müssen sich alle Interessenvertreter*innen eintragen, die Lobbyarbeit betreiben – das heißt alle Personen, Verbände, Organisationen und Unternehmen, die Kontakt zum Deutschen Bundestag oder zur Bundesregierung aufnehmen. Dieses Register ist öffentlich zugänglich, Stand Februar 2024 sind 6.200 Interessenvertreter*innen und Organisationen registriert. Diese ordnen sich selbst den folgenden Themenbereichen zu: 45 % der Wirtschaft, 40 % dem Bereich Umwelt, 34 % Wissenschaft, Forschung und Technologie, 30 % der Europapolitik und Europäische Union oder 30 % dem Bereich Energie. Verbände für die Bereiche Soziales, Bildung oder Gleichstellung sind zu einem deutlich geringeren Prozentsatz vertreten. Einen „exekutiven Fußabdruck“, der anzeigt, welche Verbände und Interessenvertreter*innen in ein Gesetz hineingewirkt haben, bietet das Register nicht. Um die Einflussnahme mächtiger Interessengruppen transparent zu machen, gibt es zudem zivilgesellschaftliche Kontrollinstanzen wie Lobbycontrol e.V. und Abgeordnetenwatch.de.

Ein konkretes Anliegen und die richtigen Adressat*innen

„Aber was genau muss ich tun, um erfolgreich Lobbying zu betreiben?“ Die Antwort auf diese Frage umfasst für Yvonne Everhartz vor allem folgende Punkte: Zunächst müsse das Anliegen bzw. das meines Verbandes deutlich werden. „Es muss klar sein, was wir von unseren Adressat*innen wollen. Was genau sollen diese tun?“ Dafür gelte es, möglichst knappe, konkrete Formulierungen zu wählen. Darüber hinaus könnten ergänzende Hintergrundinformationen zum Verband hilfreich sein. „Auf die kfd bezogen macht es zum Beispiel auf jeden Fall Sinn, auf die Mitgliederzahl zu verweisen“, so die Referentin. „Das ist eine echte Währung, denn schließlich sind das alles potentielle Wählerinnen.“ Der nächste Aspekt gelte den Adressat*innen für mein Anliegen. „Wen adressieren wir mit unseren Forderungen? Welche politische Ebene ist zuständig? Welches Entscheidungsgremium ist mit meinem Anliegen betraut?“ Es mache wenig Sinn, sich zu einem Gesetz, das auf Landesebene verhandelt werde, an die Bundesebene zu richten, oder sich mit einem Anliegen für den Bereich Arbeit und Soziales an alle Mitglieder des Ausschusses für Gesundheit zu wenden. „Je zielgerichteter meine Forderung, umso effektiver ist meine Lobbyarbeit!“ Häufig sei es auch sinnvoll, nicht nur mit den Abgeordneten selbst, sondern auch mit deren Mitarbeitenden in gutem Kontakt zu stehen. „Sie können wichtige Verbündete für meine Anliegen werden, weil vieles über deren Tische läuft und sie die Abgeordneten briefen.“



Verbündete, die passende Form und der richtige Zeitpunkt

Ein wichtiges Mittel beim Lobbying sei die Suche nach Verbündeten oder sich in bereits bestehenden Netzwerken wie dem Deutschen Frauenrat abzustimmen, um gemeinsam mehr Durchsetzungskraft zu entwickeln, betonte Yvonne Everhartz. „Manchmal macht es auch Eindruck, sich überraschende Verbündete zu suchen, genauso wie es manchmal ebenso sinnvoll sein kann, ein Anliegen alleine voranzutreiben, wenn die eigene Position in einem Bündnis eher verwässert würde.“ Darüber hinaus gelte es zu schauen, welche Form für mein jeweiliges Anliegen angebracht ist: angefangen bei Brief oder E-Mail des Verbandsvorstands an die Bundestagsabgeordneten über eine Postkartenaktion der Verbandsmitglieder bis hin zu einem parlamentarischen Frühstück, einem Kamingespräch oder einem Vor-Ort-Termin im Wahlkreis. Wichtig sei bei schriftlicher Kommunikation, erst das konkrete Anliegen zu nennen und dann die Erläuterungen anzufügen. Ein weiterer wichtiger Punkt sei die Frage, ob es Gegner*innen für das eigene Anliegen gibt, um ggf. auf deren Argumente gezielt einzugehen oder die persönliche Lobbyarbeit deren Strategie anzupassen. „Und nicht zuletzt ist natürlich der Zeitpunkt außerordentlich wichtig, wann ich mein Anliegen einbringe“, so die Politikwissenschaftlerin. „Gibt es ein aktuelles Gesetzesvorhaben? Wann wird das Vorhaben wo verhandelt? Wer entscheidet?“ In diesem Zusammenhang erläuterte Everhartz die Schritte, wie ein Gesetz entsteht, und verwies auf die Website des Deutschen Bundestages, auf der ersichtlich wird, wann es sinnvoll ist, mit dem eigenen Anliegen vorstellig zu werden. Manchmal ließe sich auch ein Jahres- oder Aktionstag, der zu den eigenen Interessen passe, als Aufhänger nutzen.



Lobbyarbeit und Öffentlichkeitsarbeit des kfd-Bundesverbandes

Einen weiteren Input zum Thema der Frühjahrstagung gab Friederike Frücht, Leiterin der Abteilung Kommunikation im kfd-Bundesverband und Chefredakteurin des Mitgliedermagazins Junia. Sie machte deutlich, dass es zahlreiche Überschneidungen zwischen der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit (PR) eines Verbandes und seiner Lobbyarbeit gibt. Das Ziel ist dabei immer, Verständnis und Unterstützung für die eigenen Anliegen zu gewinnen. Konkret fungiert PR als Brücke zwischen der Organisation und der Öffentlichkeit und sorgt dafür, dass Informationen und Nachrichten an Zeitungen, Zeitschriften, Radiosender und Online-Medien gehen. Mittels Pressemitteilungen, Pressekonferenzen, Interviews, Veranstaltungen oder auch durch Beiträge in den sozialen Medien gilt es, ein positives Bild in der Öffentlichkeit aufzubauen und zu pflegen.



Als wichtigste Überschneidungen der beiden Bereiche nannte Frücht die strategische Kommunikation, bei der es darum geht, die richtigen Botschaften über die passenden Kanäle so zu kommunizieren, dass sie die gewünschte Zielgruppe erreichen und überzeugen. Zudem würden PR als auch Lobbyarbeit Ereignisse und Veranstaltungen nutzen, um Aufmerksamkeit für ihre Anliegen zu generieren, und auf vielen unterschiedlichen Wegen versuchen, Einfluss auf die öffentliche Meinung zu nehmen. In diesem Zusammenhang verwies die Referentin auf die Broschüre „kfd – gut vernetzt in Kirche, Politik und Gesellschaft. Interessenvertretungen und Mitgliedschaften“, in der alle Gremien aufgelistet sind, in denen die Katholische Frauengemeinschaft vertreten ist, um sich für die Interessen ihrer Mitglieder stark zu machen. Sortiert nach dem Finanzvolumen, das Verbände jährlich für ihre Lobbyarbeit ausgeben (können), rangiert die kfd auf einem eher niedrigen Niveau. Angeführt wird die Liste von der Volkswagen AG mit über 4,2 Mio. Euro, BASF SE mit 3,9 Mio. Euro oder die Deutsche Bank AG mit knapp 3,3 Mio. Euro. Zu beachten sei auch, dass im Zuge der Verlagerung vieler Entscheidungen auf EU-Ebene häufig eine Präsenz in Brüssel notwendig sei, die sich aber nicht jeder Verband leisten könne.

Monitoring, Netzwerkarbeit, Interessenvertretung

Ergänzend berichtete Natalie Mittler aus der Arbeit des Bundesverbandes. Grundlage jeglicher Lobbyarbeit seien die Werte und Positionen der kfd, die beispielsweise in Positionspapieren zum Ausdruck gebracht würden. Da die Fristen für Stellungnahmen eng gesetzt seien, müsste aber häufig schnell reagiert werden. „Wichtig für die Lobbyarbeit ist auch das Monitoring“, so die kfd-Referentin, also die dauerhafte und fortlaufende Beobachtung von politischen Entscheidungen, Trends und Gesetzgebungsverfahren. Dazu gehörten auch Medienauswertung oder der Aufbau von (Informations-)Netzwerken. Auch im Rahmen der Verbändeanhörung zu Gesetzgebungsverfahren äußert sich die kfd. Im letzten Jahr wurde zum Beispiel gemeinsam mit anderen katholischen Verbänden in der Arbeitsgemeinschaft Interessenvertretung Alleinerziehende (AGIA) eine Stellungnahme an die zuständigen Ministerien im Gesetzgebungsprozess zur Kindergrundsicherung verfasst. „Als Verband muss man eine gewisse Bekanntheit haben, um wahrgenommen zu werden“, erläuterte Mittler. Friederike Frücht als auch Natalie Mittler betonten, dass es vor allem wichtig sei, sich auf den Kern der kfd zu fokussieren und genau zu überlegen, für welche Ziele es sich zu kämpfen lohne. „Es ist besser drei Themen intensiv voranzubringen als zehn halbherzig“, so Frücht.



Workshops: Lobbyarbeit konkret

Wie könnte eine Lobbyarbeit der kfd für Themen des Ständigen Ausschusses Frauen und Erwerbsarbeit konkret aussehen? Das war die Frage, denen die Teilnehmerinnen in vier Workshops zu unterschiedlichen Inhalten nachgingen: Abschaffung des Ehegattensplittings, Bildungsstandort Deutschland – gute Betreuung für alle Kinder, Rentenpunkte für ehrenamtliches Engagement und mehr gesetzlich festgeschriebene Entscheidungs-

kompetenzen für Pflegekräfte. Begleitet von Yvonne Everhartz entwickelten die kfd-Frauen, die über eine ausgesprochen hohe Fachkompetenz zu den jeweiligen Themen verfügten, eindrucksvolle Konzepte, die sich an den wesentlichen Kriterien von erfolgreicher Interessenvertretung orientierten: Anliegen, Adressat*innen, Verbündete, Formen, Gegner*innen und Zeitpunkt.

Fazit und Planungen

Im Delegiertenteil der Tagung berichteten die kfd-Frauen von ihrer Arbeit in den Diözesanverbänden, wobei einmal mehr die große Bandbreite spannender Angebote und Aktionen deutlich wurde. Zudem befürworteten sie die Option, das Thema Lobbyarbeit bei der Veranstaltung im September weiter zu verfolgen, bevor auf der Jahrestagung im November feministische Innenpolitik auf dem Programm steht.

Gleichzeitig äußerten sie den dringenden Wunsch, dass die vielen guten Inhalte und Ergebnisse, die der Ständige Ausschuss Frauen und Erwerbsarbeit seit Jahren mit Expert*innen zu unterschiedlichen Themen erarbeitet, im Verband und darüber hinaus eine größere Wirkung entfalten sollten. Hinsichtlich der Planung für 2025/2026 erörterten die Delegierten Anzahl und Formate der Delegiertentagungen und benannten neben einiger in den Workshops behandelten Inhalten weitere Themen als mögliche Schwerpunkte. Zudem gelte es angesichts der anstehenden Bundestagswahl, weitere gleichstellungspolitische Themen mit Blick auf erwerbstätige Frauen in den Fokus zu stellen.

Termine:

20. - 21. September 2024, Tagung Mainz/online

22. - 24. November 2024, Tagung Mainz

Text/Fotos: Beate Behrendt-Weiß / Journalistin

Ständiger Ausschuss Frauen und Erwerbsarbeit

Katholische Frauengemeinschaft Deutschlands

Prinz-Georg-Str. 44, 40477 Düsseldorf

Telefon: 0211-44992-84

Kontakt: Natalie Mittler; Referentin im Bereich

Gesellschaftspolitik - natalie.mittler@kfd.de

www.kfd.de

<https://www.kfd-bundesverband.de/staendiger-ausschuss-frauen-und-erwerbsarbeit>