

Zeitschrift: Arbido
Herausgeber: Verein Schweizerischer Archivarinnen und Archivare; Bibliothek Information Schweiz
Band: - (2008)
Heft: 1: Lobbying für Informationsdienste : Theorie und Praxis = Le lobbying des services d'information : concept et réalité = Il lobbismo dei servizi d'informazione : concetto e realtà

Artikel: Kein Buch mit sieben Siegeln
Autor: Wirz, Felix / Valero, Laura
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-769757>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 04.05.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Kein Buch mit sieben Siegeln

Von Felix Wirz und Laura Valero,
Ecopolitics GmbH, Kompetenz-
und Servicezentrum für Politik

Nur wer sich einbringt, wird gehört. Lobbying, also der direkte Dialog mit Entscheidungstragenden in der Politik, gehört deshalb zu den wesentlichen Aufgaben von Verbänden. Der BBS kann dabei seine Fachkompetenz zur Rolle der Bibliotheken in der Informationsgesellschaft einbringen und auf breite Unterstützung zählen. Die heiklen Punkte liegen wie so oft in den Details. Der BBS sollte sich nicht scheuen, seine Interessen freundlich, aber bestimmt zu vertreten und wo notwendig auch mal jemandem auf die Füsse zu treten.

Direkt und zielgruppengerecht kommunizieren

Öffentlichkeitsarbeit gehört bei den meisten Nonprofitorganisationen zu den wichtigen Tätigkeitsfeldern. Sie garantiert, dass der Verband nach aussen wahrgenommen wird. Sie unterstreicht das Image eines aktiven Verbands, der eine Meinung hat und diese auch kundtut. Aber wird die Botschaft auch wirklich wahrgenommen? Die Praxis zeigt, dass bei der Begleitung von politischen Projekten Öffentlichkeitsarbeit zwar nützlich, aber nicht ausreichend ist. Während Fachleute in der Verwaltung und in Verbänden themenspezifische Medienberichte durchaus zur Kenntnis nehmen, kann man dies von Parlamentsmitgliedern nicht erwarten. Sie müssen sich quer durch die ganze Themenpalette durcharbeiten und sind generalistischer ausgerichtet – wir könnten auch sagen: oberflächlicher. Dies ist kein Vorwurf, sondern eine nüchterne Beschreibung.

Der direkten Kommunikation mit Entscheidungstragenden in der Politik kommt deshalb eine grosse Bedeutung zu – genau dies ist Lobbying. Auf diese Weise kann sichergestellt werden, dass

die Botschaft wirklich gehört wird. Zusätzlich können Sie die Information zielgruppengerecht aufbereiten. Zielgruppengerecht heisst: keine langen inhaltlichen Ausführungen auf normativer Ebene, sondern präzise Hinweise, Facts und Argumente auf operativer Ebene. Auf normativer Ebene wird jedes Parlamentsmitglied der Bedeutung von Bibliotheken und Dokumentationsstellen zustimmen, die kritischen Fragen stellen sich erst auf operativer Ebene. Während Sie bei einer Person aus der Verwaltung ein hohes Fachwissen voraussetzen können, gilt dies für Parlamentsmitglieder nicht im gleichen Masse. Im Kontakt mit Parlamentsmitgliedern sind somit auch elementare Informationen leichtverständlich zu kommunizieren. Versetzen Sie sich in die Position der von Ihnen kontaktierten Person: Ist sie vielleicht während des Studiums zum letzten Mal in einer Bibliothek gestanden – zu einem Zeitpunkt, als die Begriffe «Datenbank» und «Digitalisierung» noch unbekannt waren?

Informiert dank Monitoring

Politisch handlungsfähig ist, wer frühzeitig über die relevanten Informationen verfügt. Bundesratsgeschäfte wie beispielsweise Gesetzesvorhaben sind wegen eines langen zeitlichen Vorlaufs somit frühzeitig erkennbar. Sind sie in der Phase der Differenzbereinigung im Parlament, kann die Agenda jedoch täglich angepasst werden. Parlamentarische Vorstösse werden in vielen Fällen während zweier Jahre nicht behandelt (und schliesslich abgeschrieben), in anderen Fällen jedoch wenige Wochen nach Einreichung traktandiert. Will man sich im richtigen Moment einbringen, braucht es somit eine permanente Beobachtung (Monitoring) der relevanten politischen Geschäfte. Es versteht sich von selbst, dass das Monitoring eine Daueraufgabe ist.

Netzwerke und Allianzen bilden

«Suche dir Freunde, bevor du sie brauchst», lautet der Titel eines Buchs zum Thema Networking. Dieser Satz ist auch für die politische Arbeit gültig. Sobald ein politisches Geschäft identifiziert ist, das für Ihren Verband von Bedeutung ist, gilt es zu überlegen, welche Position der Verband einnimmt und wer allenfalls ähnlich gelagerte Interessen aufweist. Wo sinnvoll, sollten Akteure mit ähnlich gelagerten Interessen in eine informelle Allianz eingebunden werden. Diese Allianzpartner müssen keineswegs «alte» Freunde sein – überraschende Allianzen können sogar hilfreicher sein. Vor allem darf es dabei keine ideologischen Scheuklappen geben: Relevant ist nur die Übereinstimmung der Interessen zu diesem Geschäft – in anderen Fragen dürfen sie durchaus gegensätzliche Positionen vertreten.

Je nach Thema können Allianzen somit völlig unterschiedlich aussehen. Aus unserer Sicht lassen sich für die hinter der Zeitschrift *arbido* stehenden Branchen dennoch zwei typische Allianzformen beschreiben.

- Politische Geschäfte, die sich im weiteren Sinne dem Begriff *Kulturförderung* zuordnen lassen, sind tendenziell am Links-Rechts-Schema ausgerichtet. Sie finden also Unterstützung im linken Lager und werden von der SVP vermutlich bekämpft. Die Mitte-Parteien werden sich fallweise dafür oder dagegen aussprechen. Mit der Buchlobby Schweiz besteht bereits eine Allianz, die das befürwortende Lager vereinigt. Die Herausforderung besteht darin, die für die Mehrheitsfindung wichtige Mitte für die Anliegen zu gewinnen.
- Lassen sich Geschäfte dem Thema *Informationsgesellschaft* (freier und chancengleicher Zugang zu Information) zuordnen, wird eine Allianz anders aussehen. Besonders ins Auge

sticht dies bei der Bibliothekstantie-
me: Mitte und Rechte lehnen diese
als zusätzlichen Staatseingriff ab, wie
die Befragung von Parteien durch
den BBS ergab. Die Linke ist tenden-
ziell dafür – aber nach unserer Ein-
schätzung nicht geschlossen. Akteu-
re im Bereich Bildung (Kantone,
LehrerInnen usw.) haben am Thema
ebenfalls Interesse und können
Allianzpartner werden. Zum Thema
Informationsgesellschaft kommen
möglicherweise weitere Akteure
in den Bereichen Konsumenten-
schutz, Studierende und Informatik
hinzu.

Ihre Verbände tun gut daran, sich je
nach Thema die richtigen Allianzpart-
ner zu suchen und dabei immer die ei-
genen Interessen im Auge zu behalten.

Sich aktiv einbringen

Ist das für Sie relevante Geschäft be-
stimmt und haben Sie Allianzpartner
gewonnen, können Sie sich aktiv ein-
bringen. Denn gehört werden Sie nur,
wenn Sie von sich hören machen. Dazu
führen Sie Informationsgespräche mit
Amtsstellen, beliefern Kommissions-
mitglieder mit Informationen, schrei-
ben vor den Abstimmungen alle Parla-
mentsmitglieder an und führen mit
Schlüsselpersonen Gespräche. Dies al-
les möglichst früh, bevor die Positionen
bereits bezogen sind.

Für die Gegenseite ist dies Busi-
ness as usual. Sowohl für Amtsstellen
wie auch für Kommissionsmitglieder
ist es völlig normal, dass sie vor der
Behandlung von Geschäften von den
entsprechenden Interessensgruppen
kontaktiert werden. Obwohl Parla-
mentsmitglieder immer wieder über
die Informationsflut klagen, sind sie

im entscheidenden Moment auf Infor-
mationen von Interessensgruppen an-
gewiesen. Ihre Anliegen können Sie
freundlich und bestimmt vertreten.

Lobbying macht Spass

Öffentlichkeitsarbeit und Lobbying er-
gänzen sich: Öffentlichkeitsarbeit rich-
tet sich an die breite Öffentlichkeit,
Lobbying an Entscheidungstragende in
der Politik. Gut aufeinander abge-
stimmt, erzielen sie die grösste Wir-
kung. Sie können darauf bauen, dass
ihre Branche grundsätzlich als wichtig
erachtet wird und Sie deshalb angehört
werden – jedoch nur, wenn Sie sich ak-
tiv einbringen und Ihre Botschaft rich-
tig zuspitzen.

Bringt dies viel Zusatzarbeit? Ja,
denn gerade Lobbying ist zeitintensiv.
Nein, denn Sie haben das Fachwissen
und müssen dieses nur noch richtig
aufbereiten. Und gerade dieses Fach-
wissen ist ein wichtiges Gut, das der
BBS und zielverwandte Verbände ein-
bringen können.

Lobbying bringt viel Knochenarbeit
mit sich, ist auf vielen Strecken aber
auch äusserst spannend. Lobbying ist
somit kein Buch mit sieben Siegeln,
sondern eher ein gut geschriebener Kri-
mi. Viel Erfolg und Spass dabei!

Kontakt: wirz@ecopolitics.ch
(www.ecopolitics.ch)

ABSTRACT

L'Association des Bibliothèques et Bibliothécaires Suisses (BBS) considère que le lob-
bying, comme dialogue direct avec les instances politiques de décision, fait partie des
tâches essentielles des associations professionnelles. Les parlementaires qui reçoivent
de l'administration toutes les informations générales théoriques sur le milieu du livre
obtiennent, grâce au contact direct des membres de la BBS, des explications concrètes
et précises. Le dialogue direct permet de vérifier si le message a été bien entendu. Un
monitoring permanent des affaires politiques importantes est essentiel au vu du calen-
drier politique chargé. Etre présent à toutes les étapes de la prise de décision est un
moyen sûr pour éviter que celle-ci ne se prenne sans que les arguments de l'Association
aient été pris en compte. Pour être efficace, le lobbying nécessite la création de réseaux
et d'alliances. Ces dernières doivent se faire avec des partenaires qui partagent les
mêmes intérêts, sans tomber dans des travers idéologiques qui seraient plus nuisibles
qu'utiles à la cause. L'exemple des professions réunies dans *arbido* est révélateur d'une
alliance capable de défendre les intérêts des professions au-delà du clivage politique
gauche/droite en ce qui concerne la promotion de la culture. Dans la société actuelle
d'information (libre accès et égalité des chances face à l'information), il faudrait chercher
des alliances avec les acteurs de la formation (cantons, enseignant-e-s, etc.). Il s'agit
d'être actif au bon moment et de ne pas craindre les lamentations des parlementaires
sur le trop-plein d'informations: un lobbying bien mené et un travail de promotion auprès
du public peuvent rendre les parlementaires sensibles aux arguments avancés, et peser
lors du vote. S'il prend du temps, le lobbying peut procurer beaucoup de satisfaction.