

Wegweiser Nr. 1

zum Handbuch „Frauen auf dem öffentlichen Parkett“, eFeF-Verlag
Herausgegeben vom Eidgenössischen Büro für die Gleichstellung von
Frau und Mann, Bern

Von der Idee zur Tat oder wie Sie aus Anliegen Politik machen

Von Ideen, Forderungen und Anliegen...

Die Querverweise zeigen, wo Sie im Handbuch weiterführende Informationen finden

Sie und Ihr Quartierverein wollen dafür sorgen, dass die Wohnstraßen verkehrsfrei werden... Zur Betreuung von Flüchtlingen benötigt Ihr Verein neue Beratungsräumlichkeiten... Als Konsumentenvertreterin haben Sie genug davon, daß die meisten Lebensmittel nur ungenügend deklariert sind... In Ihrer Gemeinde gibt es – trotz langjährigen Versprechungen – immer noch kein Jugend- und Kulturzentrum... Ihre Architektinnengruppe hat die Sicherheit der Stadt aus Frauenperspektive untersucht, jetzt geht es darum, Ihre Erkenntnisse und Empfehlungen umzusetzen... Ihre Frauenorganisation will endlich der Lohnungleichheit zum Durchbruch verhelfen – schließlich haben wir in der Schweiz nun ein Gleichstellungsgesetz, das das Klagen erleichtert...

Gewußt wie...

vgl. Kap. 4
„Pendlerinnen zwischen zwei Welten“
S. 93 ff.

Bei all diesen und vielen anderen Ideen und Forderungen stellt sich die Frage, wie Sie am geschicktesten vorgehen. Diese Checkliste soll Ihnen zeigen, wie Sie und Ihre Gruppe Forderungen und politische Anliegen in Taten und Handlungen umsetzen können. Sie dient Ihnen gleichzeitig als Wegweiser durch das umfassende Handbuch „Frauen auf dem öffentlichen Parkett“.

Gut geplant ist halb gewonnen...

vgl. Kap. 2
„Zwischen Betroffenheit und Kalkül“
S. 50 ff.

Statt sich voller Begeisterung in die Arbeit zu stürzen und sofort loszulegen, lohnt sich ein schrittweises Vorgehen. Das tut der Begeisterung keinerlei Abbruch. Welche Schritte und Etappen für Ihr Vorhaben wichtig und brauchbar sind, müssen Sie selbst entscheiden. Es hängt von Ihren Zielen und von Ihren Vorstellungen ab, welchen Weg zur Zielerreichung Sie einschlagen wollen. Selbstverständlich sind nicht alle Überlegungen bei allen Vorhaben gleich wichtig. Immer geht es aber um die folgenden fünf Schritte:

vgl. Kap. 4
„Einige Gedanken zu Strategien“
S. 116 ff.

- ❶ Die Zieldefinition oder: Aus Ideen konkrete Ziele formulieren...
- ❷ Die Strategie oder: Die Wahl der Strategie + Vereinsmeiereien...
- ❸ Die Maßnahmen oder: Den konkreten Aktionsplan erstellen...
- ❹ Die Unterstützung oder: Bündnisse und Lobbys suchen...
- ❺ Die Finanzierung oder: Das liebe Geld...

vgl. Kap. 1
„Tatsachen, Wünsche
und Zorn: Was tun
damit?“
S. 20 ff.

Der Planungsablauf zeigt, was Sie auch noch brauchen: Den Mut zur rollenden Planung – falls sich im Laufe Ihres Engagements wichtige Bedingungen ändern – und eine ganzheitliche Sichtweise. Über beides verfügen ja glücklicherweise viele Frauen.

Was oft fehlt, ist das entsprechende Know-how sowie die Erfahrung. Beides können Sie sich erwerben. Nicht zuletzt mit dem Handbuch und diesem Wegweiser!

❶ Aus Ideen konkrete Ziele formulieren...

Ideen und Anliegen sind häufig diffus und wenig konkret, was deren Umsetzung schwierig macht. Je konkreter Sie die Ziele formulieren, desto effektiver können Sie diese angehen und verwirklichen. „Wir setzen uns für die Durchsetzung der Lohnungleichheit ein“, ist zwar ein wichtiges Ziel – aber so allgemein formuliert, ist es schwierig anzugehen. Wo beginnen und sich nicht verlieren? Effizientes Engagement wird erst möglich, wenn Sie konkrete, überprüfbare und erreichbare Teilziele benennen. Zur Zieldefinition gehört auch eine genaue Analyse der Ausgangslage und der Rahmenbedingungen. Das zwingt Sie, alle wichtigen Informationen zu berücksichtigen. Zudem hilft es Ihnen, einleuchtende Forderungen und Ziele an die entsprechenden Adressen zu richten.

Folgende Fragen können bei der Einschätzung der Ausgangslage und der Zieldefinition helfen:

- Wo genau liegt das Problem? Wie ließe es sich lösen?
- Welche Informationen haben wir? Welche fehlen noch? Wo bekommen wir sie?
- Was wollen wir erreichen? Welches sind unsere Maximalziele? Welches sind realistische Etappenziele? Was müsste sich wie ändern?
- An wen richten sich die Forderungen? Wer ist die „Zielscheibe“, wer sind die AdressatInnen der Veränderung?

vgl. Kap. 5
„Wer sich informiert,
weiss mehr“
S. 129 ff.

vgl. Kap. 5
„Checkliste:
Informationen
beschaffen“
S. 138

Das Beispiel

Die Vertreterinnen der Frauenorganisation haben während ihrer Diskussion viele Ideen, wie und wo sie die Lohnungleichheit durchsetzen wollen: „Fokussieren wir die Durchsetzung der Lohnungleichheit beispielsweise auf eine bestimmte Branche, ein bestimmtes Unternehmen, oder konzentrieren wir uns auf die untersten Lohnklassen?“ Ein Etappenziel könnte die Recherche und Veröffentlichung der effektiven Lohnunterschiede in einem bestimmten Betrieb sein...

❷ Die Wahl der Strategie...

Es gibt immer verschiedene Wege und Möglichkeiten, ein Ziel anzugehen. Darum ist es wichtig, die wirkungsvollsten Mittel – im Zusammenhang mit den Zielen – zu definieren. Dazu gehört die Berücksichtigung der vorhandenen Ressourcen an Personen und Mittel, die Sie einsetzen können. Prüfen Sie verschiedene Möglichkeiten, bevor Sie sich für einen bestimmten Weg, eine bestimmte Strategie entscheiden.

Nachstehende Fragen können bei der Wahl der Strategie helfen:

- Mit welchen Strategien und Mitteln wollen und können wir unser Ziel erreichen? Brauchen wir dazu eine Öffentlichkeitskampagne? Ist es besser, direkt mit den Entscheidungsträgern (Behörden, Unternehmen, ParlamentarierInnen u.a.) zu verhandeln? Sollen wir eine Initiati-

vgl. Kap. 3
„Verschlungene
Wege – Öffentliche
Einflußnahme in der
Schweiz“
S. 56 ff.

vgl. Kap. 7
„Verhandlungen
führen“
S. 166 ff.

ve oder eine Petition starten? Welche Aktionen unterstützen unser Ziel, und wie koordinieren wir sie miteinander?

- Mit welchem Stil wollen wir unser Ziel erreichen? Hauen wir öffentlich auf die Pauke? Oder bevorzugen wir einen kooperativen, mit Überzeugungsarbeit verbundenen Stil? Was paßt zum Ziel und was zu unserer Gruppe?

Das Beispiel

Zurück zu unserer Frauenorganisation: Die Vorstandsmitglieder sind mitten in ihrer Strategiediskussion. Folgende Strategieentscheide zeichnen sich ab: Ergreifen einer exemplarischen Lohnklage zusammen mit einer betroffenen Berufsvertreterin oder Integration der Lohngleichheitsfrage in die nächsten Verhandlungen mit den Arbeitgebern dieser Branche und damit eine enge Zusammenarbeit mit den Gewerkschaften oder... Die Wahl ist noch nicht gefallen.

Vereinsmeiereien...

vgl. Kap. 14
„Gemeinsam statt
einsam: Wir organisie-
ren uns“
S. 300 ff.

Eine wichtige Strategiefrage ist auch, wie und ob Sie sich zur Erreichung Ihres Ziels organisieren sollen. Viele Frauen scheuen den juristischen und administrativen Aufwand, den eine formelle Organisationsform erfordert. Doch wenn Sie mit Geld und Behörden zu tun haben, ist die Gründung eines Vereins zu empfehlen, denn es stellt sich die Frage der finanziellen Haftung.

vgl. Kap. 14
„Gründung und Auflö-
sung eines Vereins“
S. 304 f.

Für welche rechtliche Form Sie sich auch entscheiden, geben Sie Ihrer Gruppe klare Arbeitsformen und Entscheidungsstrukturen. Nichts tötet die Begeisterungsfähigkeit und das Engagement aller Beteiligten schneller als endlose Diskussionen ohne konkrete Ergebnisse. Arbeitsgruppen mit klaren Aufträgen minimieren den Aufwand für die einzelnen Personen, und vorbereitete sowie geleitete Sitzungen machen das Arbeiten speditiv und befriedigend.

vgl. Kap. 14
„Arbeitsklima in
der Organisation“
S. 313 ff.

Diese Fragen können beim Organisatorischen helfen:

vgl. Kap. 8
„Die häufigsten
Sitzungssünden“
S. 201

- Lohnt sich die Gründung eines Vereins? Was brauchen wir an Administration zur Erreichung unserer Ziele?
- Wie organisieren wir uns?

Das Beispiel

Die Strategiewahl der Frauenorganisation ist entschieden: Sie konzentrieren sich auf die Durchführung einer Lohnklage, nicht zuletzt weil das neu in Kraft getretene Gleichstellungsgesetz gute Voraussetzungen dafür schafft. Dabei wollen sie eng mit den entsprechenden Berufsverbänden und Gewerkschaften zusammenarbeiten. Obwohl sie als große Frauenorganisation über eine gute Infrastruktur verfügen, ist die Organisationsfrage ein wichtiger Punkt. Sie entscheiden sich für einen eigenen Verein „Lohn-gleichheit jetzt!“ zur Unterstützung der Lohnklage. Damit können sie auch anderen Organisationen und Personen eine Plattform zum Mitmachen bieten.

vgl. Kap. 13
„Vor den Schranken
des Gerichts“
S. 289 ff.

③ Den konkreten Aktionsplan erstellen...

vgl. Kap. 10
„Aktionen machen“
S. 230 ff.

Planen Sie die einzelnen Schritte, mit denen Sie das Ziel erreichen wollen, und zwar unter Berücksichtigung der Zeitdimension. Sie werden sehen, so können Sie Ihr Vorhaben bewältigen. Bevor Sie sich für einzelne Aktivitäten entscheiden, prüfen Sie immer auch Alternativen und stellen Sie die verschiedenen Möglichkeiten in Bezug zueinander. Auf die Motivation und das Engagement der Einzelnen und der Gruppe hat ein solcher Aktionsplan ebenfalls positive Auswirkungen. Darüber hinaus verhindert ein konkreter, immer wieder überprüfbarer Maßnahmenkatalog, daß sich ein paar wenige in Überaktivismus verheizen und sich nach

vgl. Kap. 1
„Ich engagiere mich!
Aber: Wie und Wo?“
S. 29 ff.

kurzer Zeit erschöpft und frustriert zurückziehen.

Folgende Fragen können helfen, einen Aktionsplan zu erstellen:

- Welche konkreten Schritte braucht es? Zu welchem Zeitpunkt? Mit welchem Zeithorizont rechnen wir?
- Wie verteilen wir am besten die verschiedenen Aufgaben? Wer macht was, mit wem, bis wann?

Das Beispiel

Die Vorstandsfrauen planen die Gründung des Vereins „Lohnungleichheit jetzt!“. Dazu erstellen sie in ihrer Sitzung folgende Aktivitätenliste: Statuten von einer Juristin schreiben lassen, Suche von Gönnerinnen zur Vorfinanzierung der Spendenkampagne, interessierte Organisationen und Personen zum Mitmachen anfragen, Einladung zur Gründungsversammlung vorbereiten, Eröffnen eines PC-Kontos für die Vereinsfinanzen, Suche nach einer Juristin, die die Lohnklage führen kann... Nach Vervollständigung der Liste werden die Aufgaben verteilt und mit einem Zeitraster versehen. So wissen alle am Schluß der Sitzung, wer was bis wann zu tun hat.

④ Bündnisse und Lobbys suchen...

vgl. Kap. 4
„Beeinflussungsstrategien kennen und nutzen“
S. 121 ff.

Allein ist es immer schwieriger, Ideen und Forderungen in Taten umzusetzen – das ist eine Binsenwahrheit. Unterstützung brauchen Sie – je nach Dimension Ihrer Forderung – auf drei verschiedenen Ebenen: Aktive MitstreiterInnen, BündnispartnerInnen und eine Lobby, die Ihr Anliegen stützt.

Diese Fragen können bei der Suche nach Unterstützung helfen:

vgl. Kap. 4
„Einige Gedanken zur Konkurrenz“
S. 112 ff.

- **MitstreiterInnen:** Wo finden wir Menschen, die unsere Ziele aktiv oder auch passiv und materiell unterstützen? Bekanntlich setzen sich Personen am meisten ein, wenn sie mit dem Ziel oder den Menschen, die dieses Ziel verfolgen, gefühlsmäßig verbunden sind.
- **Bündnisse:** Wer hat in dieser Frage die gleichen Interessen wie wir? Gibt es Organisationen, die unser Anliegen unterstützen können und wollen? Wie können wir zusammenarbeiten?
- **Lobbying:** Wer hat in dieser Sache Macht? Wer trifft die Entscheidungen? Sind es Personen, Institutionen oder Organisationen? Wie können wir sie beeinflussen? Und wie können wir sie für unsere Ziele gewinnen?

Das Beispiel

Die klagende Frauenorganisation findet Bündnispartnerinnen nicht nur in den eigenen Reihen, sondern auch bei verschiedenen Gewerkschaften, Parteien und Berufsverbänden.

⑤ Das liebe Geld...

vgl. Kap. 11
„Money makes the world go round...“
S. 237 ff.

Überlegungen, mit welchen Mitteln Ihre Ideen, Ihr Vorhaben umgesetzt werden können und müssen, sind sehr wichtig. Erstellen Sie rechtzeitig ein Budget. Auch für kleinere Vorhaben lohnt sich das. Wie Sie zu Geld kommen oder andere Ressourcen organisieren, wird um so wichtiger, je größer Ihr Vorhaben ist. Es gibt viele Möglichkeiten: Spenden, Mitgliederbeiträge, Verkauf von Produkten, Sponsoring, Darlehen, Subventionen... Aber auch andere Mittel sind gefragt: Sachspenden, Gratisarbeit, Vermittlung von Informationen. Wer gezielt sucht, die findet.

Nachstehende Fragen können bei der Suche nach Geld helfen:

vgl. Kap. 11
„SpenderInnen und
Finanzierungsmöglich-
keiten“
S. 248 f.

- Wie organisieren wir Spenden?
- Können wir öffentliche Geldquellen angehen?
- Was könnten wir verkaufen, um unsere Aktivitäten zu finanzieren?

Das Beispiel

Die Vereinsfrauen beschaffen sich ihr Startkapital bei ihrem Mutterverband sowie bei befreundeten Berufsverbänden, die ebenfalls ein Interesse an einer Lohnklage haben. Danach starten sie beispielsweise eine Spendenaktion bei allen Berufsvertreterinnen, die von einer Höhereinstufung ihres Lohnes profitieren würden.

vgl. Kap. 10
„Aktionen machen“
S. 230 ff.

Generell: Öffentlichkeitsarbeit gehört zum Handwerk...

Irgendeine Form von Öffentlichkeits- und Medienarbeit gehört zu jeder erfolgreichen Umsetzung einer Idee oder Forderung. Überlegen Sie sich ständig parallel zu Ihren Aktionen, wie Sie diese der Öffentlichkeit bekanntmachen wollen. Nur so verschaffen Sie Ihrem Anliegen das nötige Gewicht. Zudem hilft es bei der Organisation der Finanzen. Ihrer Bitte um eine Spende wird eher entsprochen, wenn die Leute von Ihren Ideen schon mal gehört haben.

vgl. Kap. 9
„Öffentlichkeitsarbeit
machen“
S. 206 ff.

Folgende Fragen können helfen, die richtige Öffentlichkeitsarbeit zu organisieren:

- Wie erreichen und informieren wir jene Menschen, die unser Anliegen unterstützen könnten?
- Welche Menschen, Organisationen und Institutionen müssen von unserem Anliegen wissen, weil sie es potentiell unterstützen könnten?
- Welches sind die Schlüsselpersonen, die speziell informiert und überzeugt werden müssen – zum Beispiel in Behörden, Parlamenten, großen Organisationen? Mit welchen Mitteln und wann können wir sie effizient informieren?
- Wann ist es sinnvoll, die Medien zu informieren? Womit? Reicht ein LeserInnenbrief oder braucht es eine Pressekonferenz?

vgl. Kap. 9
„Tips für die erfolgrei-
che Medienarbeit“
S. 222 ff.

Zum Schluß der weiterführende Tip...

Sie wollen endlich wissen, wie die verschlungenen Wege der Einflußnahme in der Schweiz funktionieren? Sie müssen Ihre Idee vor Publikum präsentieren? Darauf und auf viele andere Fragen rund ums Thema Ideen, Aktionen und Finanzen finden Sie ausführliche Antworten, Tips und Tricks im Handbuch „Frauen auf dem öffentlichen Parkett“. Sie können es auch für die Schulung Ihrer Mitglieder oder zur Projektierung ganzer Öffentlichkeitskampagnen benutzen. Sie erhalten es in Ihrer Buchhandlung.

vgl. Kap. 12
„Kontaktaufnahme mit
ParlamentarierInnen“
S. 283 ff.