# Handbuch für politische Interessenvertretung

Leitfäden, Hilfsmittel und Aktivitäten zur Bildung und Unterstützung von politischen Interessensvertretung im Zusammenhang mit Sport und Gesellschaft

PASS
Policy Advocacy for Sport and Society

Co-funded by the European Union

Dieses Projekt wird von der Europäischen Union finanziert. Die darin zum Ausdruck gebrachten Ansichten und Meinungen sind jedoch ausschließlich die der Autoren und spiegeln nicht unbedingt die Ansichten der Europäischen Union oder der Exekutivagentur Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA können dafür verantwortlich gemacht werden.

## Impressum

Politische Interessenvertretung ist von entscheidender Bedeutung, da sie einen von der Zivilgesellschaft gelieferten Beitrag zur Gestaltung relevanter politischer Maßnahmen leistet und dazu beiträgt, relevante Informationen für wichtige Interessengruppen verfügbar zu machen, die Einfluss auf die öffentliche Politik nehmen können. Trotz dieser Forderungen gibt es in Europa nur ein begrenztes Verständnis oder Unterstützung von politischer Interessenvertretung, die Sport und soziale Entwicklung miteinander verbindet. Das Projekt „Policy Advocacy for Sport and Society" (PASS) möchte diese Lücke schließen, indem es ein umfassendes Handbuch und Ressourcen entwickelt, um das Bewusstsein und die Kapazitäten für politische Interessenvertretung im bedeutenden und wachsenden Bereich Sport und soziale Entwicklung zu stärken. In diesem Sinne wird das PASS-Projekt (europäische) Akteure im Bereich Sport und soziale Entwicklung dabei unterstützen, ihre Beteiligung und ihr Engagement am demokratischen Leben zu verstärken, und sie zu befähigen, dieses Engagement zu nutzen, um Bildung und Gleichberechtigung im und durch den Sport nachhaltig zu fördern. Mit anderen Worten: Dieses Projekt zielt darauf ab, die Bürgerbeteiligung und das Engagement am demokratischen Leben im Bereich Sport und soziale Entwicklung zu verbessern und dieses verstärkte Engagement wiederum zu nutzen, um Bildung, Gleichberechtigung und gemeinsame Werte innerhalb der europäischen Gemeinschaften zu fördern und zu unterstützen.

## Projektpartner

- Deutsche Sporthochschule Köln (Deutschland, Koordinator)
- Munster Technological University (Irland)
- Fachhochschule Kufstein (Österreich)
- Flüchtlingshilfswerk der Vereinten Nationen (Hauptsitz in der Schweiz)
- Fair Play Point (Tschechische Republik)
- Második Esély Sportegyesület (Ungarn)
- International Sport and Culture Association (ISCA)/SportandDev.org (Dänemark)

Das Handbuch wurde von Dóra Gottgeisl (Második Esély Sportegyesület), Ansley Hofmann und Arnošt Svoboda (beide von Fair Play Point) sowie Alana Richardson, Sally-Ann Jennifer Fischer und Karen Petry (alle von der Deutschen Sporthochschule) zusammengestellt und überprüft. Der Inhalt wurde mit Unterstützung der Projektpartner entwickelt.

# Inhaltsverzeichnis


**Impressum** ..... I

**Projektpartner** ..... I

**Einleitung** ..... 1

**Verwendung dieses Handbuches** ..... 1

**Kapitel 1 – Grundlagen: Legen Sie den Grundstein für Ihre Interessensvertretung** ..... 2

**Kapitel 2 – Die Vorbereitung: Machen Sie sich bereit für die politische Interessenvertretung** ..... 2

**Kapitel 3 – Der Ansatz: Eine Auswahl an Aktivitäten zur politischen Interessenvertretung** ..... 3

**Kapitel 4 – Interessenvertretung betreiben: Planen Sie Ihre Maßnahmen** ..... 3

**Anhang** ..... 3

**Kapitel 1 – Grundlagen: Legen Sie den Grundstein für Ihre Interessensvertretung** ..... 5

**Beschreibung** ..... 5

**Lernziele** ..... 5

**Lernansatz** ..... 5

**Beschreibung der politischen Interessenvertretung im Allgemeinen** ..... 5

**Das S4D System** ..... 7

**Einflussbereiche** ..... 9

**Identifizierung von Einflussbereichen** ..... 10

**Weitere Ressourcen, Referenzen, Hilfmittel** ..... 12

**Kapitel 2 - Die Vorbereitung: Machen Sie sich bereit, sich für politische Veränderungen einzusetzen** ..... 13

**Beschreibung** ..... 13

**Lernziele** ..... 13

**Lernansatz** ..... 13

**Wo bin ich in diesem Netzwerk?** ..... 13

**Wer beeinflusst meinen Kontext?** ..... 14

**Welche Ressourcen und Mittel benötige ich?** ..... 17

**Über welche Ressourcen und Mittel verfüge ich?** ..... 19

**Weitere Ressourcen, Referenzen, Werkzeuge** ..... 20

**Kapitel 3 - Der Ansatz: Eine Auswahl an Aktivitäten zur politischen Interessenvertretung** ..... 21

**Beschreibung** ..... 21

**Lernziele** ..... 21

**Lernansatz** ..... 21

**Aktivitäten zur politischen Interessensvertretung** ..... 21

**Aufgabe 1 – Überwachung der Politik** ..... 23
**Aufgabe 2 – Informationskampagne** ..... 28
**Aufgabe 3 – Einbindung der Öffentlichkeit** ..... 33
**Aufgabe 4 – Einbindung von Entscheidungsträgern** ..... 37
**Aufgabe 5 – Koalitionsbildung** ..... 39
**Aufgabe 6 – Reformbemühungen** ..... 43
**Schlussfolgerung** ..... 46
**Weitere Ressourcen, Referenzen, Hilfsmittel** ..... 46
**Beschreibung** ..... 47
**Lernziele** ..... 47
**Lernansatz** ..... 47
**Aktionsplan zur politischen Interessensvertretung** ..... 49
**Partizipative Ansätze in der Aktionsplanung für Interessensvertretung** ..... 50
**Partnerschaften für die Aktionsplanung** ..... 52
**Kommunikationsstrategie** ..... 53
**Definieren Sie Ihre eigenen Komunikationsziele** ..... 53
**Schlussfolgerung** ..... 58
**Weitere Ressourcen, Referenzen, Hilfsmittel** ..... 58
**Anhang** ..... 59
**Kapitel 2 Instrumente zur Selbsteinschätzung** ..... 59
**Anhang a** ..... 59
**Kapitel 3 Aktivitäten zur politischen Interessensvertretung** ..... 64
**Anhang b** ..... 64
**Kapitel 4 Interessenvertretung betreiben** ..... 69
**Anhang c** ..... 69

## Einleitung

Dieses Toolkit zur politischen Interessenvertretung in Sport und Gesellschaft wurde als Teil eines umfassenderen Lernpakets entwickelt, das Organisationen, Pädagog:innen und Jugendarbeiter:innen dabei helfen soll, sich durch Sport wirksam für politische Interessen einzusetzen. Es dient sowohl als praktische Ressource als auch als Leitfaden für Einzelpersonen und Organisationen, die politische Prozesse und den sozialen Wandel im und durch den Sport beeinflussen möchten.

Das Toolkit richtet sich an Pädagog:innen, Organisationsleiter:innen und politische Entscheidungsträger:innen, die besser verstehen möchten, wie sie Interessensvertretungsstrategien zur Unterstützung ihres Sportprogramms und ihres Umfelds einsetzen können. Es vereint wichtige Konzepte, Beispiele und bewährte Instrumente, die Ihnen dabei helfen, vom Bewusstsein zum Handeln überzugehen und von der Identifizierung eines Problems zur Konzeption und Umsetzung einer sinnvollen Interessensvertretungsstrategie zu gelangen.

Zusammen mit dem Lehrplan für politische Interessenvertretung bildet es die Grundlage für den digitalen Onlinekurs, der parallel zu diesem Toolkit entwickelt wurde. Während der Lehrplan die Lernziele, die Struktur der Sitzungen und den pädagogischen Ablauf umreißt, bietet das Toolkit praktischen Materialien, Methoden und anpassbaren Vorlagen, die für die Umsetzung und Kontextualisierung dieser Sitzungen in der Praxis erforderlich sind.

Sie können dieses Handbuch auf folgende Arten nutzen:

- Als eigenständige Referenz für die Planung und Förderung von Interessenvertretung im Sportbereich
- Als Begleitmaterial zum Lehrplan für politische Interessenvertretung mit konkreten Beispielen und partizipativen Methoden
- Als Brücke zum Onlinekurs[1], in dem viele Elemente des Handbuchs in einem interaktiven, digitalen Format behandelt werden.

Zusammen bilden diese Ressourcen einen zusammenhängenden Lernprozess, der vom Verständnis der Konzepte bis zu ihrer Anwendung in der Praxis reicht. Die Teilnahme am Onlinekurs wird Ihnen dabei helfen, diesen Lernprozess zu steuern. Ganz gleich, ob Sie Trainer:in, Vermittler:in, Wissenschaftler:in oder Führungskraft in einer Organisation sind, dieses Handbuch und dieser Kurs werden Sie besser dafür vorbereiten, Sport als Motor für sozialen und politischen Wandel zu nutzen.

### Verwendung dieses Handbuches

Dieses Handbuch wurde als Ergänzung zum Lehrplan für politische Interessenvertretung und zum E-Learning-Kurs entwickelt. Es umfasst einen praktischen Rahmen und anpassungsfähige Instrumente für diejenigen, die Maßnahmen zur politischen Interessenvertretung im und durch den Sport planen, umsetzen oder verstärken möchten. Es ist in vier Hauptkapitel gegliedert, die sich jeweils auf eine wichtige Phase des Lernprozesses im Bereich der Interessenvertretung konzentrieren, gefolgt von Anhängen mit zusätzlichen Ressourcen, Vorlagen und Referenzmaterialien.

[1] Der Onlinekurs wird in der zweiten Hälfte des Jahres 2026 auf sportanddev verfügbar sein.

Wir empfehlen Ihnen, das Handbuch sowohl als Lernbegleiter zum Onlinekurs als auch als eigenständigen praktischen Leitfaden zu nutzen: jedes Kapitel kann nacheinander als Teil eines strukturierten Kurses oder individuell entsprechend den spezifischen Bedürfnissen und Interessen durchgearbeitet werden.

### Kapitel 1 – Grundlagen: Legen Sie den Grundstein für Ihre Interessensvertretung

Das erste Kapitel legt die konzeptionellen Grundlagen für das Verständnis der politischen Interessenvertretung im weiteren Bereich des Sports für Entwicklung. Es stellt wichtige Begriffe, Konzepte und Zusammenhänge vor, die das politische Umfeld prägen, und hilft Ihnen dabei, ein Verständnis dafür zu entwickeln, was Interessenvertretung in der Praxis bedeutet.

In diesem Kapitel werden Sie:

- die wichtigsten Lernziele und grundlegenden Konzepte der politischen Interessenvertretung kennenlernen;
- verstehen, wie Sport in umfassendere soziale und politische Systeme passt (Sport für Entwicklungssektor);
- verschiedene Einflussbereiche und Arten von Interessenvertretungsaktivitäten identifizieren;
- sich mit Hilfsmitteln, Fallstudien und Reflexionsübungen beschäftigen, um Ihr Wissen zu festigen.

Dieses Kapitel vermittelt Ihnen die Sprache, Denkweise und konzeptionelle Klarheit, die Sie benötigen, um sich sinnvoll in der Interessenvertretung zu engagieren.

### Kapitel 2 – Die Vorbereitung: Machen Sie sich bereit für die politische Interessenvertretung

Das zweite Kapitel hilft Ihnen dabei, die Bereitschaft Ihrer Organisation oder Gemeinschaft für die politische Interessenvertretung einzuschätzen. Es lädt Sie dazu ein, über aktuelle Erfahrungen, verfügbare Ressourcen und mögliche Lücken nachzudenken.

In diesem Abschnitt werden Sie:

- Ihre aktuellen Erfahrungen und die institutionelle Bereitschaft für politische Interessensvertretung bewerten;
- die Ressourcen und Netzwerke, auf die Sie Zugriff haben, erfassen;
- durch eine Selbstbewertung reflektieren, um Stärken und Entwicklungsbereiche zu identifizieren.

Dieses Kapitel bereitet Sie darauf vor, fundierte Entscheidungen darüber zu treffen, wo und wie Sie Ihre politische Interessensvertretung beginnen möchten.

### Kapitel 3 – Der Ansatz: Eine Auswahl an Aktivitäten zur politischen Interessenvertretung

Aufbauend auf den grundlegenden Konzepten konzentriert sich das dritte Kapitel auf die Vielfalt der Ansätze, die die politische Interessenvertretung anwenden kann. Es bietet einen strukturierten Überblick über sechs wichtige Aktivitäten, die Akteure aus dem Sportbereich nutzen können, um Veränderungen zu vermitteln und zu beeinflussen.

In diesem Abschnitt werden Sie:

- spezifische Arten von politischer Interessensvertretung und deren praktische Anwendung kennenlernen;
- Werkzeuge (z. B. Matrizen, Planungsvorlagen) entdecken, die die Entwicklung von Strategien zur politischen Interessenvertretung unterstützen;
- Fallstudien untersuchen, die veranschaulichen, wie die einzelnen Aktivitäten zur politischen Interessensvertretung in unterschiedlichen Kontexten erfolgreich umgesetzt wurden.

Dieses Kapitel hilft Praktikern dabei, die Formen der politischen Interessensvertretung zu identifizieren, die am besten zu ihren Zielen, Kapazitäten und lokalen Gegebenheiten passen.

### Kapitel 4 – Interessenvertretung betreiben: Planen Sie Ihre Maßnahmen

Das letzte Kapitel führt Sie von der Analyse zur Umsetzung. Es begleitet Sie durch den Prozess der Entwicklung eines konkreten, kontextspezifischen Plans zur politischen Interessenvertretung, der Strategie und Umsetzung miteinander verbindet.

In diesem Abschnitt werden Sie:

- Ihr zentrales Problem definieren und die zugrunde liegenden Ursachen und möglichen Lösungen analysieren;
- eine auf Ihre Zielgruppen und Ziele zugeschnittene Kommunikationsstrategie entwerfen;
- einen Aktionsplan für politische Interessenvertretung unter Verwendung der bereitgestellten Vorlagen und Beispiele erstellen;
- mögliche Herausforderungen, Risiken und Strategien zu deren Minderung identifizieren.

Dieser Kurs ermöglicht es Ihnen, das Gelernte in konkrete Initiativen zur Interessenvertretung umzusetzen, die Sie in Ihrem eigenen Kontext umsetzen und überwachen können.

### Anhang

Der Anhang enthält:

- eine umfassende Liste der im Handbuch enthaltenen Instrumente;
- Vorlagen, die für die Anpassung und Verwendung in Interessensvertretungsstrategien und Handlungsplänen bereitstehen;
- zusätzliche Informationsquellen für diejenigen, die ihr Verständnis vertiefen oder ihre Interessensvertretungs-Netzwerke erweitern möchten.

### Verwendung des Handbuches mit dem Lernpfad

Dieses Handbuch ist Teil eines integrierten Lernpfads, der Folgendes umfasst:

- das Lehrprogramm für politische Interessenvertretung, welches Inhalte, Sitzungspläne und pädagogische Ansätze für eine effektive Planung von Maßnahmen zur politischen Interessenvertretung umreißt;
- dieses Handbuch bietet praktische Aktivitäten, die einzeln oder zusammen mit dem Onlinekurs genutzt werden können.
- den Onlinekurs, der eine digitale Lernerfahrung und interaktive Aufgaben bietet, die dem Kurs und den Vorlagen des Handbuches entsprechen.

Dieser Lernpfad ermutigt Sie, flexibel zwischen diesen Ressourcen zu wechseln. So kann beispielsweise ein im Onlinekurs vorgestelltes Konzept durch eine Aktivität in diesem Handbuch weiter vertieft werden und umgekehrt. Zusammen bieten sie einen ganzheitlichen Ansatz, der konzeptionelles Lernen, reflektierende Praxis und praktische Anwendung miteinander verbindet.

## Kapitel 1 – Grundlagen: Legen Sie den Grundstein für Ihre Interessensvertretung

## Beschreibung

Sie werden beginnen, politische Interessensvertretung im weiteren Kontext von Sport für Entwicklung zu verstehen. Sie werden mit wichtigen Begriffen, Konzepte und Zusammenhängen vertraut gemacht, die das politische Umfeld prägen, und Sie werden ein Verständnis dafür entwickeln, was Interessensvertretung in der Praxis im Sport und in der Gesellschaft bedeutet.

### Lernziele

Am Ende dieser Einheit werde ich in der Lage sein …

- zu verstehen, was politische Interessensvertretung ist
- erkennen, warum politische Interessenvertretung im Kontext von Sport und Gesellschaft wichtig ist
- wissen, wer die wichtigsten Akteure und Interessengruppen sind
- verstehen, wie Interessenvertretung als Instrument eingesetzt werden kann, um soziale Probleme anzugehen und Entscheidungsprozesse in der Sportpolitik zu beeinflussen

Durch das Verständnis des S4D-Umfeldes werden Ihnen die zugrunde liegenden Strukturen, Machtverhältnisse und Annahmen bewusst, die die Nutzung des Sports für den sozialen Wandel prägen.

### Lernansatz



**Definitionen**



**Erklärungen**



**Werkzeuge und Arbeitsblätter**



**Weiterführende Literatur**

### Beschreibung der politischen Interessenvertretung im Allgemeinen

Das Konzept der politischen Interessenvertretung ist ebenso vielschichtig wie der Sport für Entwicklung selbst. Kurz gesagt handelt es sich um eine Kombination von Maßnahmen, die auf Veränderungen abzielen. Genauer gesagt können diese Veränderungen auf politische Maßnahmen, öffentliche Aktionen und die Einstellungen von Organisationen und Einzelpersonen abzielen, die für die Entscheidungsfindung und -umsetzung in bestimmten Bereichen wie Sport, Bildung und Sozialarbeit verantwortlich sind[2]. Viele S4D-Programme und -Aktivitäten arbeiten auf praktischer, individueller Ebene, ohne mit politischen Entscheidungsträgern und anderen offiziellen Stellen im S4D-Bereich zusammenzuarbeiten. Dadurch verpassen sie möglicherweise Chancen zur Zusammenarbeit mit politischen Entscheidungsträgern und zur Abstimmung mit neuen politischen Strategien und Strategiepapieren sowie zur Einflussnahme auf diese. Im Gegensatz dazu können basisorientierte Interessensvertretungsaktivitäten dazu beitragen, die Aufmerksamkeit auf die Gemeinschaft und die

[2] CYSDP (Commonwealth Youth Sport for Development and Peace Working Group). (2015). *Sport for Development and Peace Youth Advocacy Toolkit.* Commonwealth Secretariat. https://yourcommonwealth.org/wpcontent/uploads/2023/02/SportforDevelopmentandPeaceYouthAdvocacyToolkit.pdf

Bedürfnisse der Zielgruppen der Programme zu lenken. Interessensvertretungsaktivitäten bringen verschiedene Interessengruppen zusammen und können gemeinsame Interessen identifizieren, wodurch die Zusammenarbeit und Kommunikation innerhalb des jeweiligen Bereichs gefördert wird[3].

Es gibt viele Arten von Interessensvertretung. In der Praxis werden die meisten Interessensvertretungsaktivitäten Elemente aus mehr als einer Art nutzen:

- **Direkte Interessensvertretung** – Einbindung von Politikern und Entscheidungsträgern mit dem Ziel, Einfluss auf bestimmte Themen oder Problembereiche zu nehmen
- **Indirekte Interessensvertretung** – Erstellung von Botschaften für ein breiteres Publikum, Kommunikation von Prioritäten, Vorschläge für Lösungen und Aufzeigen der gewünschten Strategien, um Einfluss auf politische Entscheidungsträger zu nehmen[Error! Bookmark not defined.].
- **Evidenzbasiert Interessensvertretung** -Aktivitäten basieren auf Daten und Ergebnissen aus Studien. Sie umfassen die Beratung zu Maßnahmen oder Medienkampagnen, die ihre Stärke aus der Tatsache beziehen, dass sie auf „harten" Daten basieren.
- **Wertebasiert** – Persönliche Interessensvertretung, Aktivismus oder sogar radikale Bewegungen sind Beispiele für Interessensvertretungsaktivitäten, die auf persönlichen Kontakten, überzeugender Kommunikation und starken und wirkungsvollen Labels basieren. Sie können erfolgreich sein, aber es fehlen ihnen möglicherweise entscheidende Argumente gegenüber evidenzbasierten Verhandlungen.
- **Kooperativ** – Maßnahmen zur politischen Interessenvertretung beinhalten in der Regel Zusammenarbeit und konstruktive Debatten. Die Stärke liegt in einer etablierten Verbindung zwischen dem Interessenvertreter und einem politischen Entscheidungsträger.
- **Konfrontativ** – Anstatt Diskussionen zu fördern, setzen konfrontative Aktivitäten auf externen Druck durch öffentliche Aktionen oder Medienkampagnen. Ihre Stärke liegt in der größeren Sichtbarkeit und der Erzeugung von öffentlichem Druck auf die politischen Entscheidungsträger[4].

Organisationen oder Einzelpersonen können sich auch mit unterschiedlichen Absichten für bestimmte Anliegen einsetzen. Oftmals ist die politische Interessenvertretung im Sport und in der Gesellschaft **eigennützig**, d. h. es geht darum, „für den Sport zu werben", in der Regel mit der Absicht, Mittel für organisatorische Aktivitäten zu sichern. Andererseits können sich Organisationen für eine **progressive Interessenvertretung** engagieren, die aktiv mit und für die Beteiligten arbeitet und Machtverhältnisse in Frage stellt, indem sie sich aktiv für oder gegen politische Entscheidungsprozesse einsetzt, um einen systemischen Wandel zu unterstützen.

[3] Moustakas, L., Craney, S., Fischer, S-AJ., Richardson, A., Petry, K., Svoboda, A., Hofmann, A. & Sanders, B. (2025). Playing for progress: policy advocacy in sport for development. *Frontiers in Sport and Active Living*, *7*,1546222. https://doi.org/10.3389/fspor.2025.1546222

[4] Young, E., & Quinn, L. (2012). *MAKING RESEARCH EVIDENCE MATTER. A Guide to Policy Advocacy in Transition Countries.* Open Society Foundations. https://advocacyguide.icpolicyadvocacy.org/

Und was sind die Vorteile von Interessensvertretung?

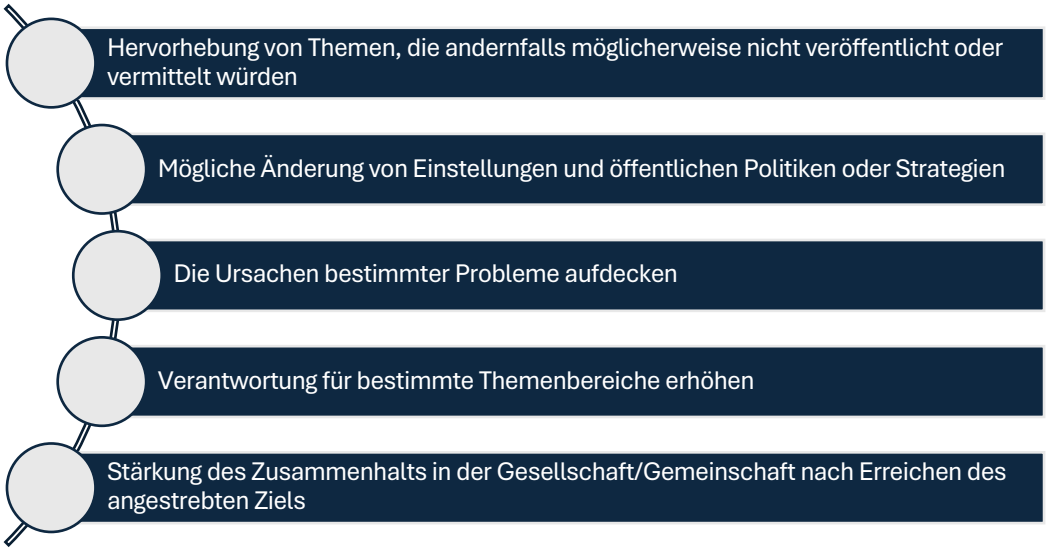



*Abbildung 1 Vorteile der politischen Interessenvertretung*[Error! Bookmark not defined.]

## Das S4D System

Bevor man eine wirksame politische Interessenvertretung aufbauen kann, ist es entscheidend, sich mit allen Akteuren und Teilen vertraut zu machen und das jeweilige S4D-Feld aufzubauen und zu gestalten. Um konkrete und realistische politische Ziele und Forderungen zu formulieren, ist es unerlässlich, das S4D-System zu verstehen, das ein komplexes Netzwerk von Interessengruppen, häufig mit Eigeninteressen, sowie den breiteren sozialen, politischen und kulturellen Kontext umfasst. Wie wir sehen werden, bedeutet dies, dass wir unsere politischen Vorschläge mit unserer Position und unseren Bedürfnissen sowie mit den Positionen und Bedürfnissen von politischen Entscheidungsträgern, Zielgruppen und anderen Interessengruppen verknüpfen müssen. Die Identifizierung der Interessengruppen ist einer der wichtigsten Schritte im Prozess der politischen Interessenvertretung.

Wie uns das sozial-ökologische Modell zeigt, ist der Einfluss der Stakeholder (Organisationen, Institutionen und andere externe und strukturelle Faktoren) entscheidend für die Erklärung der Prozesse und Motive innerhalb von S4D. Auch wenn das Verhalten und die Beziehungen auf individueller Ebene ebenfalls einen Einfluss haben, konzentrieren wir uns derzeit auf die Dynamiken, die die Prozesse im weiteren Kontext der S4D-Umgebung beeinflussen. Gemäß dem sozial-ökologischen Modell gibt es vier Hauptkategorien von **Faktoren** im S4D-Umfeld, die S4D-Aktivitäten fördern oder behindern.




*Abbildung 2 Einflussfaktoren der S4D-Aktivitäten*[5]

Diese Helfer und Blockierer sind wichtig zu berücksichtigen, da sie sich auf Ihre Organisation und die anderen Stakeholder in diesem Bereich auswirken. Im Bereich S4D gibt es folgende **Arten von Stakeholdern**:

*Tabelle 1 Arten von Stakeholdern*

| | |
|---|---|
| **Programme Teilnehmende** | ➢ Zielgruppen<br>➢ Trainer:innen und Vermittler:innen |
| **Politische Entscheidungsträger/ staatliche Institutionen** | ➢ Regierung (lokal, regional, national)<br>➢ Behörden<br>➢ Staatliche und zwischenstaatliche Organisationen<br>➢ Entwicklungsministerien und -behörden<br>➢ Sport- und Bildungsministerien<br>➢ Internationale Organisationen und ihre Gremien (EU, Commonwealth-Sekretariat, WHO…) |
| **Privater Sektor** | ➢ Lokale Unternehmen<br>➢ Transnationale Unternehmen und ihre Programme zur sozialen Verantwortung von Unternehmen<br>➢ Private Finanzierungseinrichtungen |

[5] Rowe, K., Shilbury, D., Ferkins, L., & Hickinson, E. (2013). Sport development and physical activity promotion: An integrated model to enhance collaboration and understanding. *Sport Management Review, 16*(3), 364-377.

| | |
|---|---|
| **Relevante Organisationen** | ➢ Nichtregierungsorganisationen auf lokaler, nationaler und internationaler Ebene<br>➢ Religiöse Organisationen<br>➢ Bewegungen<br>➢ S4D Networke |
| **Lokale Initiativen** | ➢ Neue soziale Bewegungen<br>➢ Kampagnen<br>➢ Stiftungen – Menschenrechte, Bürgerrechte, Demokratie, Umwelt und Transparenz |
| **Community Stakeholders** | ➢ Sportvereine und Individuen (einschließlich der sportlichen „Prominenz“)<br>➢ Öffentlichkeit |

Darüber hinaus können im Bereich Sport verschiedene Interessengruppen auf **unterschiedlichen Ebenen** angesprochen werden:

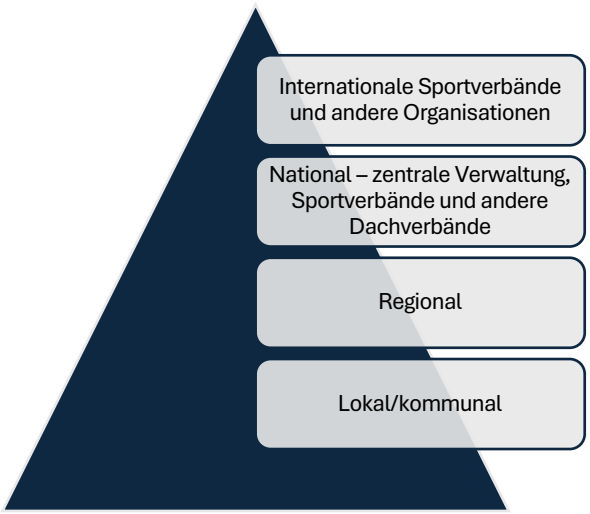



*Abbildung 3 Level der Stakeholder*

## Einflussbereiche

Bevor Sie erfolgreiche politische Interessensvertretung betreiben können, ist es wichtig, die Machtverhältnisse und den Einfluss bestimmter Interessengruppen zu berücksichtigen und zu überlegen, wie diese ihre Macht und ihren Einfluss einsetzen. Nicht alle Interessengruppen verfügen über denselben Macht- und Einflussbereich. Einige stehen näher am Zentrum oder am betreffenden Thema, während andere eher am Rande stehen oder ihren Haupteinflussbereich anderswo haben. Interessengruppen lassen sich in zwei Kategorien einteilen. Es gibt diejenigen, die:

- der Zielgruppe der politischen Interessensvertretung nahestehen

- direkten Einfluss auf die geplanten Ergebnisse der politischen Interessensvertretung haben.

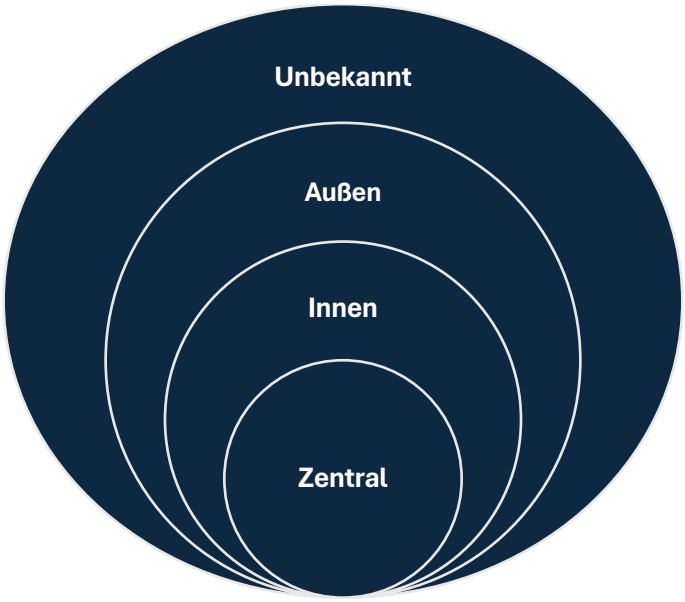



*Abbildung 4 Einflussbereiche der Stakeholder*

Darüber hinaus unterscheiden wir zwischen Stakeholdern anhand der Intensität und des praktischen Potenzials ihres Einflussbereichs[6]:

**Zentral** – Personen und Organisationen, die sich im Kernbereich des betreffenden Themas oder Bereichs befinden oder damit in Verbindung stehen. Sie können dieselben Ziele und Wünsche wie die Zielgruppe haben und werden persönlich in die Umsetzung der Politik oder der daraus resultierenden Praktiken eingebunden sein (Familien, Kollegen, Klassenkameraden).

**Innen**– Akteure, die gut über die Gründe, die Bedürfnisse der Zielgruppen und die potenziellen Auswirkungen der Interessensvertretungsaktivitäten informiert sind. Sie können schnell einbezogen werden und den Interessensvertretungsprozess unterstützen (oder blockieren) (Sozialarbeiter:innen und andere Dienstleister, Expert:innen, Beamte der öffentlichen Verwaltung).

**Außen** – Personen, die potenziell an der politischen Interessensvertretung und der Umsetzung ihrer Ziele beteiligt sind. Wir kennen sie vielleicht nicht oder sind uns ihrer nicht bewusst, aber sie haben einen latenten Einfluss auf den Erfolg der politischen Interessensvertretung (Gemeindemitglieder, zu wählende politische Entscheidungsträger).

**Unbekannt** – Diese Akteure können nur durch aktive Recherche identifiziert werden. Sie haben keine direkte Verbindung zur Zielgruppe. Sie sind möglicherweise nicht sichtbar oder hörbar, können jedoch eine potenzielle Chance oder Gefahr für die politische Interessensvertretung darstellen.

### Identifizierung von Einflussbereichen

Es gibt mehrere weit verbreitete Instrumente zur Identifizierung und Visualisierung von Einflussbereichen und Positionen bestimmter Interessengruppen. In diesem Abschnitt finden Sie eine

[6] Adapted from Woods, M. (2016). *Inclusive Sport Design*. https://www.inclusivesportdesign.com/blog-posts/spheres-of-influence-identifying-key-players-in-your-sport-program-networks

kurze Beschreibung der einzelnen Instrumente, und im Anhang finden Sie das jeweilige Instrument mit einer ausführlicheren Beschreibung:

In den letzten Spalten finden Sie Verweise auf das Machtnetzwerk-Instrument:

- **Machtnetzwerk**: Bei der Zusammenarbeit mit Stakeholdern, einschließlich ihrer Identifizierung, Zuordnung und Ansprache sowie der Aufrechterhaltung regelmäßiger Kommunikation und Zusammenarbeit, werden Sie früher oder später feststellen, dass nicht alle von ihnen das gleiche Interesse an dem betreffenden Thema haben. Sie werden auch erkennen, dass Sie zwischen ihnen unterscheiden müssen, je nachdem, wie viel Macht sie besitzen und somit wie stark sie das jeweilige Thema beeinflussen können. Das Machtnetzwerk hilft Ihnen, die aktuelle Anordnung der Stakeholder hinsichtlich ihres Interesses und ihrer Macht zu visualisieren. Gleichzeitig gibt das Machtnetzwerk Hinweise darauf, wie Sie mit den Stakeholdern umgehen sollten, was die von ihnen benötigten Informationen und den Grad der Zusammenarbeit betrifft, den Sie mit ihnen anstreben, um Ihre Ziele zu erreichen. Sie können es verwenden, um die Macht und das Interesse der Stakeholder zu bewerten:

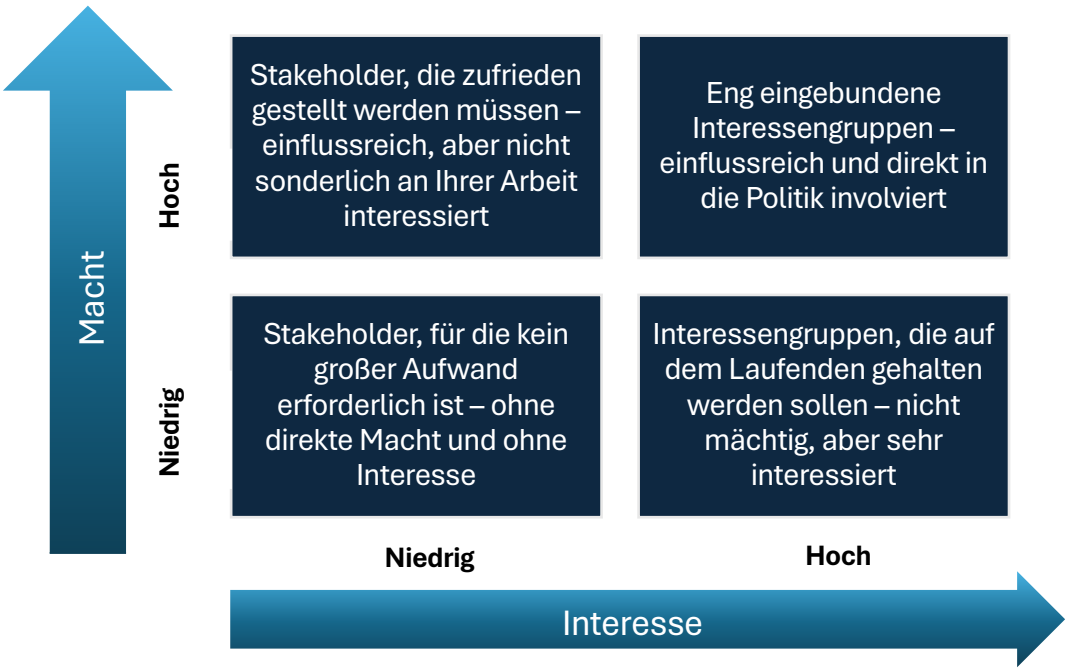



*Abbildung 5 Machtnetzwerk - Position der Interessengruppen in Bezug auf ihren Einfluss und ihr Interesse an dem Politikbereich*[Error! Bookmark not defined.]

- **Wege der Einflussnahme:** Hierbei handelt es sich um die Analyse miteinander verbundener Interessengruppen mit besonderem Fokus darauf, welche Organisationen oder Personen sich gegenseitig beeinflussen. Dieser Ansatz kann besonders nützlich sein, wenn wir einen wichtigen Entscheidungsträger nicht direkt ansprechen wollen (oder können). Stattdessen wenden wir uns an diejenigen, die die Meinungen und Strategien des Entscheidungsträgers beeinflussen. Ein Beispiel, das ein Ziel Ihrer Interessenvertretung, den wichtigsten

Entscheidungsträger und relevante Kanäle für die Kontaktaufnahme mit dem diesen zusammenfasst, finden Sie im Einführungsleitfaden für erfolgreiche Interessenvertretung der Open Society Foundations[7]:

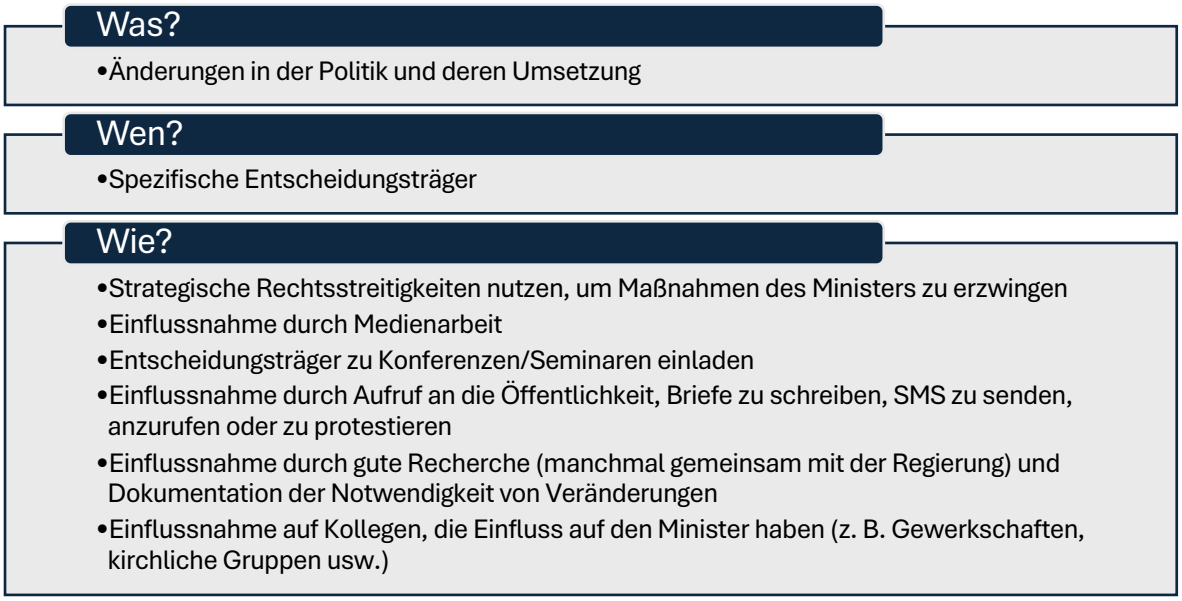



*Abbildung 6 Wege der Einflussnahme – Identifizierung von Kanälen, über die wichtige politische Entscheidungsträger durch die Kommunikation mit anderen Interessengruppen indirekt beeinflusst werden können*

### Weitere Ressourcen, Referenzen, Hilfmittel

Commonwealth Youth Sport for Development and Peace Working Group (CYSDP) (2015). Sport for Development and Peace Youth Advocacy Toolkit

[7] Open Society Foundations. (2010). An Introductory Guide to Successful Advocacy. Open Society Foundations. https://www.opensocietyfoundations.org/uploads/99ce7dec-9e89-40b1-ad88-7db45b4d68a5/guide-to-successful-advocacy-20100101.pdf

## Kapitel 2 - Die Vorbereitung: Machen Sie sich bereit, sich für politische Veränderungen einzusetzen

## Beschreibung

Sie werden über Ihre eigenen Stärken und Erfahrungen sowie die Ihrer Organisation nachdenken, um zu entscheiden, ob Sie bereit sind, sich an verschiedenen Formen der Interessenvertretung zu beteiligen. Sie werden aufgefordert, Ihre eigenen Erfahrungen mit Interessenvertretung zu reflektieren und sich einen strukturierten Überblick über die Ressourcen zu verschaffen, die Sie für Ihre Interessenvertretung benötigen würden.

### Lernziele

Am Ende dieses Kapitels sollten Sie in der Lage sein, …

- die Stakeholder zu identifizieren, die Einfluss auf Ihre Arbeit haben
- die Ressourcen zu verstehen, die Sie für die politische Interessenvertretung benötigen
- zu beurteilen, inwieweit Sie bereit sind, sich in der politischen Interessenvertretung zu engagieren, unter Berücksichtigung dieser Faktoren
- Ihre Ressourcen und Ziele aufeinander abzustimmen, um zu bestimmen, ob politische Interessenvertretung Ihnen dabei helfen wird, Ihre Ziele zu erreichen

### Lernansatz



**Erklärungen**



**Werkzeuge und Arbeitsblätter**



**Selbsteinschätzung**



**Weiterführende Literatur**

### Wo bin ich in diesem Netzwerk?

Wie Sie jetzt wissen, besteht das S4D-Umfeld aus Interessengruppen, Einzelpersonen oder Organisationen, die sich für politische Interessen einsetzen können. Ein wichtiger Schritt bei der Entwicklung einer erfolgreichen Strategie zur politischen Interessenvertretung besteht darin, die Strukturen, Personen, Partner und Systeme zu beschreiben, die mit Ihrer Organisation zusammenarbeiten oder in ihrem Umfeld tätig sind. Vor diesem Hintergrund können Sie sich im Verhältnis zu anderen Interessengruppen positionieren und überlegen, welche davon Ihre Bemühungen unterstützen oder behindern könnten. Aufgrund komplexer kultureller und politischer Dynamiken kann es schwierig sein, Ihre Position und Ziele im Gegensatz zu denen anderer Interessengruppen klar zu identifizieren. Das Commonwealth-Sekretariat schlägt folgenden Ansatz vor:

- Identifizieren Sie lokale, regionale und nationale Interessengruppen, die Einfluss auf die Themen und die Arbeit haben, für die Sie sich einsetzen. Unterscheiden Sie zwischen primären (mit direktem Einfluss auf die jeweilige Politik) und sekundären (mit indirektem Einfluss, wie z. B. die Zivilgesellschaft oder die Wirtschaft) Interessengruppen.

- Machen Sie sich mit den Rollen, Befugnissen und Aufgaben der identifizierten Interessengruppen in Ihrem Interessengebiet vertraut.
- Informieren Sie sich über den Bereich und den Grad ihres Einflusses sowie ihre Beziehungen zu Ihrer Organisation und Politik in S4D[Error! Bookmark not defined.].

Um ein besseres Verständnis Ihrer Position im S4D-Netzwerk zu erlangen und zu beurteilen, ob Ihre Interessensvertretungspläne realistisch sind, müssen Sie gründliche Recherchen und Analysen durchführen. Die folgenden Fragen können Ihnen helfen, die Zusammenhänge zwischen Ihrer Position, Ihren Plänen, Zielen und Methoden und denen der anderen Interessengruppen besser zu verstehen:

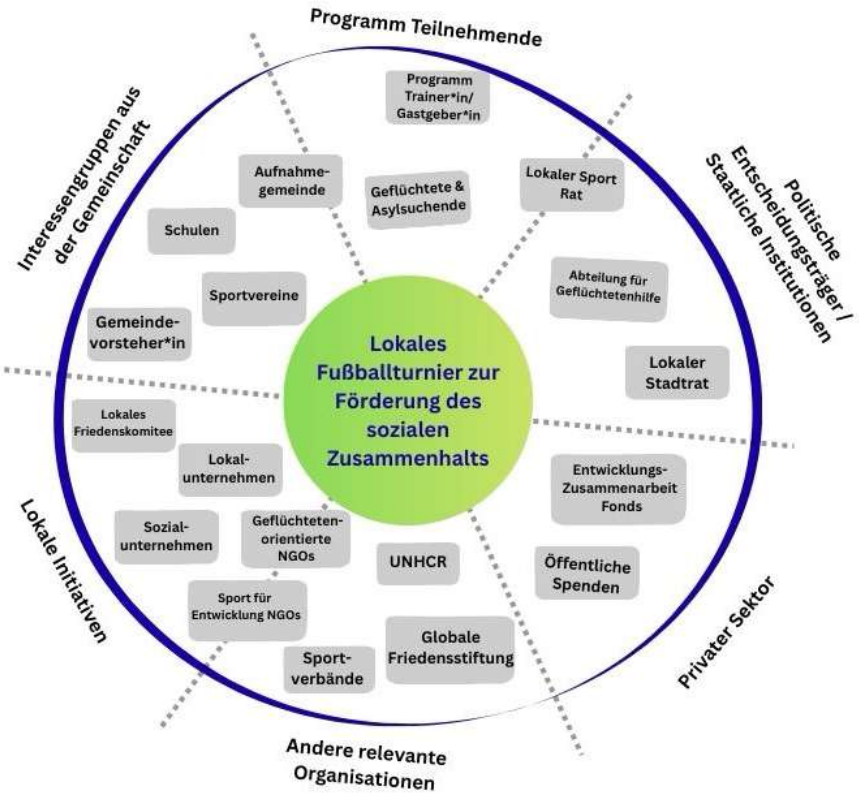
*Tabelle 2 Politische Machtbereiche im S4D-Netzwerk*[Error! Bookmark not defined.]

| Politische Machtbereiche | S4D-Netzwerk |
|---|---|
| • Wie sehen die aktuellen politischen Machtverhältnisse aus? Wo liegen die Machtzentren?<br>• Was sind die aktuellen politischen Anliegen und Prioritäten? In welchem Zusammenhang stehen sie mit meinen politischen Empfehlungen und Zielen?<br>• Welche Möglichkeiten gibt es, mit Politikern und Entscheidungsträgern in Kontakt zu treten? | • Wie bekannt ist das S4D-Konzept in meiner Gemeinde/Region/meinem Land?<br>• Sind Ihr Ziel und Ihr Politikvorschlag für alle Interessengruppen sofort ersichtlich?<br>• Wer befasst sich mit den S4D-Themen und -Agenden?<br>• Wer finanziert die S4D-Programme und -Aktivitäten?<br>• Passen Ihre Pläne in einen bestimmten Bereich der offiziellen Agenda oder erstrecken sie sich über verschiedene Fachbereiche?<br>• Rechnen Sie mit starkem Widerstand gegen Ihre politischen Empfehlungen? Von wem? Was sind die Gründe dafür?<br>• Welche kulturellen Normen oder Traditionen können Ihre Agenda behindern? Und was kann sie unterstützen? |

## Wer beeinflusst meinen Kontext?

Zunächst einmal ist es sinnvoll, alle an Ihrem Projekt beteiligten Akteure zu erfassen, da jede politische Interessensvertretung unterschiedliche Akteure anspricht und daher unterschiedliche Ansätze erfordert. Weitere Beispiele dafür, welche Akteure in welche Kategorie fallen, finden Sie in Tabelle 1 in Kapitel 1. Das folgende Beispiel für eine Stakeholder-Mapping stammt von einer von Flüchtlingen geführten Nichtregierungsorganisation aus Westafrika.

NGO Stakeholder Mapping Beispiel:




Das Beispielprogramm dieser von Flüchtlingen geführten Organisation ist ein lokal ausgerichtetes Fußballturnier. Es wurde eingeführt, um die Kommunikation und Interaktion zwischen Flüchtlingen und den lokalen Gemeinden zu fördern und sich für neue Sportrichtlinien einzusetzen, die Flüchtlingen und Asylbewerber:innen einen leichteren Zugang zu Sportvereinen und -einrichtungen ermöglichen. Dieses Beispiel wird in Kapitel 3 verwendet, um zu veranschaulichen, welche Aktivitäten für die einzelnen Interessengruppen am besten geeignet sind.

Anhand dieser Kategorien können Sie Ihre eigene Stakeholder-Karte erstellen (eine leere Vorlage finden Sie in Error! Reference source not found.). Bei der Erstellung Ihrer Karte sollten Sie sich einige wichtige Fragen stellen, um sicherzustellen, dass Sie die Stakeholder effektiv abbilden.

### Warum sind sie für mich wichtig?

Sobald Sie alle relevanten Stakeholder identifiziert haben, ist es wichtig zu überlegen, wie sie sich auf Ihre Arbeit oder Ihre politischen Ziele auswirken könnten. Die folgenden Fragen können Ihnen dabei helfen, die Stakeholder zu berücksichtigen.

- **Wer** ist am wichtigsten?
- **Was** ist für sie wichtig?
- **Warum** sind sie wichtig?
- **Wie** kann ich sie strategisch einbinden, um meine Ziele voranzubringen?

*Tabelle 3 Stakeholder und deren Eigenschaften*

| | | |
|---|---|---|
| Interessen | Wer | ● Welche Organisationen oder Interessengruppen sind für Sie generell von Interesse?<br>● Auf wen hören diese Akteure? Können Sie sie erreichen und möglicherweise mit ihnen verhandeln? |
| | Was | ● Mit welchen Argumenten lassen sich die Interessengruppen überzeugen? |
| | Warum | ● Warum sind sie relevant – teilen sie Ihre Mission, Ihre Werte oder Ihre Zielgruppen? |
| | Wie | ● Wie könnten Sie Kontakt aufnehmen oder Möglichkeiten für eine Zusammenarbeit prüfen? |
| Einflüsse | Wer | ● Wer beeinflusst oder beeinträchtigt Ihre Arbeit von außen? |
| | Was | ● Welchen Hintergrund haben die Interessengruppen? Welche Werte und Ziele verfolgen sie? |
| | Warum | ● Warum haben sie Einfluss auf Ihre Ziele oder Ihre Arbeit (z. B. durch Politik, Finanzierung, öffentliche Meinung)? |
| | Wie | ● Wie können Sie auf ihren Einfluss reagieren oder ihn effektiv nutzen? |
| Aktuelle Zusammenarbeit | Wer | ● Mit wem arbeiten Sie bereits zusammen? |
| | Was | ● Wie sehen Ihre aktuellen Kooperationen aus? |
| | Warum | ● Warum sind diese Partnerschaften für Ihre derzeitige Arbeit wichtig? |
| | Wie | ● Wie pflegen Sie den Kontakt zu diesen Kooperationspartnern, um starke Beziehungen aufrechtzuerhalten? |
| Potentielle Zusammenarbeit | Wer | ● Wer könnte bei der Umsetzung Ihres Programms oder Ihrer Veranstaltung auf lokaler, nationaler oder internationaler Ebene hilfreich sein? |
| | Was | ● Welche Hindernisse müssen Sie überwinden, um diese Personen zu überzeugen? |

| | | |
|---|---|---|
| | Warum | ● Warum würde eine Partnerschaft mit ihnen Ihre Initiative stärken oder deren Reichweite und Wirkung erhöhen? |
| | Wie | ● Wie können Sie diese Beziehungen aufbauen oder formalisieren (z. B. durch gemeinsame Projekte, Interessenvertretung oder gemeinsame Nutzung von Ressourcen)?<br>● Wie sollten die Argumente präsentiert werden? Welche Kommunikationskanäle und -formen sind zu erwarten? |

Nachdem Sie diese Fragen berücksichtigt haben, können Sie eine detailliertere Netzwerkkarte erstellen. Diese kann Informationen über die Interessengruppen, ihre Prioritäten und Positionen in Bezug auf Ihre politische Interessensvertretung sowie über ihren möglichen Einfluss enthalten.

- **Netzwerkdarstellung: Identifizierung von Schlüsselakteuren, Netzwerken und Machtzentren**: Ziel ist es, Schlüsselakteure, Interessengruppen, Verbindungen zwischen ihnen, Entscheidungsprozesse, informelle Beziehungen und Kommunikationskanäle (einschließlich der Medien) zu identifizieren[Error! Bookmark not defined.]
- Zusammenfassend lässt sich sagen, dass Sie alle relevanten Informationen für die Planung und Durchführung Ihrer politischen Interessensvertretung sammeln. Um Ihnen ein besseres Bild davon zu vermitteln, wie Sie die Daten aus der Netzwerkkarte strukturieren können, präsentieren wir Ihnen eine Tabelle, die vom *Sport for Development and Peace Youth Advocacy Toolkit*[Error! Bookmark not defined.] erstellt wurde:

*Tabelle 7 Stakeholder Mapping - Initiale Liste*

| Name/ Organisation | Kontakt Information | Art der Stakeholder (Primär – Entscheidungsträger, Sekundär – mit Entscheidungsträgern verbunden) | Rollen / Verantwortungen | Prioritäten | Verbindung zu Ihrer politische Interessensvertretung | Position zu Ihrer politische Interessensvertretung | Einflussgrad (gering, mäßig oder hoch) |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |

## Welche Ressourcen und Mittel benötige ich?

Im gemeinnützigen Bereich sind vier wichtige Mittel für eine erfolgreiche politische Interessenvertretung erforderlich[8]: Handlungsfähigkeit, Menschen und Beziehungen, Fachwissen und -kompetenzen sowie materielle Ressourcen. Dieser Ansatz bietet eine nützliche Perspektive für den Bereich Sport für Entwicklung, wo Interessenvertretung ebenfalls oft von Partnerschaften, Glaubwürdigkeit sowie vorhandenen Kompetenzen und Ressourcen abhängt. Um besser zu verstehen, was diese Mittel bedeuten und wie sie mit S4D zusammenhängen, finden Sie nachfolgend kurze Definitionen.

[8] Gen, S., & Wright, A. C. (2013). Policy Advocacy Organizations: A Framework Linking Theory and Practice. Journal of Policy Practice, 12(3), 163-193. https://doi.org/10.1080/15588742.2013.795477

Unter **Handlungsfähigkeit** versteht man, dass Organisationen über ein ausreichendes Maß an Kontrolle und Legitimität verfügen, um Einfluss auf die öffentliche Politikgestaltung zu nehmen. Beispielsweise kann eine NGO, die zuvor gemeinsam mit einer lokalen Gemeinde Programme entwickelt hat, Glaubwürdigkeit, Vertrauen und Legitimität aufgebaut haben, die es ihr ermöglichen, sich für einen besseren Zugang zu kommunalen Sportanlagen einzusetzen.

**Wissen und Fähigkeiten** beziehen sich auf die Kompetenzen, die für die Durchführung von Interessensvertretungsmaßnahmen erforderlich sind. Dazu gehören allgemeine Bereiche wie Strategie, Forschung, Medien- und Öffentlichkeitsarbeit oder politische Interessensvertretung sowie ein Verständnis für den Bereich, die Organisationen und die Politik, in denen Interessensvertretung stattfindet. Dies kann das Verständnis der nationalen Sportpolitik, das Wissen um den Zusammenhang zwischen Sport und Bildungs- oder Gesundheitsprioritäten sowie die Fähigkeit zur Erstellung von Stellungnahmen oder Positionspapieren zu Inklusion oder Geschlechtergleichstellung umfassen.

**Menschen und Beziehungen** werden allgemein als entscheidende Faktoren in der Interessenvertretung angesehen. Dies bezieht sich auf eine dynamische Mischung aus Quantität und Qualität der persönlichen Beziehungen, auf die eine Organisation zurückgreifen kann. Einerseits sollten Organisationen enge Beziehungen zu ihren Mitarbeitende, anderen Interessenvertretungen und relevanten Mitgliedern der Gemeinschaft pflegen. Andererseits sollte es auch ein breites Netzwerk mit unterschiedlichen Hintergründen geben, beispielsweise mit anderen Sport-, Jugend-, Freizeit- oder zivilgesellschaftlichen Organisationen. In allen Fällen sollten diese Beziehungen von Vertrauen, Respekt und Gegenseitigkeit geprägt sein. Zu den wirksamen Beziehungen können hier Kooperationen mit nationalen Sportverbänden, Partnerschaften mit Jugendgruppen oder Allianzen mit Gesundheitsbehörden gehören, die auf gemeinsame Ziele hinarbeiten. Diese Netzwerke erweitern die Reichweite und Legitimität von Überzeugungsarbeit.

**Materielle Ressourcen** umfassen sowohl finanzielle als auch materielle Ressourcen, die für die Interessenvertretung erforderlich sind. Dazu gehören die Einrichtungen oder Ausrüstung einer Organisation, die in dieser Organisation tätigen Personen und das ihr zur Verfügung stehende Budget. Es ist wichtig zu beachten, dass Ressourcen mit anderen Akteuren, die mit einer bestimmten Sache oder sozialen Bewegung in Verbindung stehen, kombiniert werden können, um die Wirkung zu maximieren. Beispielsweise kann eine kleine kommunale Sportorganisation zwar über keine finanziellen Ressourcen verfügen, aber Einrichtungen oder Personal mit einer Partner-NGO teilen oder Social-Media-Kampagnen anstelle von bezahlter Werbung nutzen, um sich für ein politisches Anliegen einzusetzen.

Speziell im Bereich „Sport für Entwicklung“**Error! Bookmark not defined.** hat die Forschung dieses Projekts zahlreiche wahrgenommene Lücken in Bezug auf diese wichtigen Faktoren festgestellt. Von den 116 befragten Organisationen gaben über 70 % an, dass es ihnen an materiellen oder zeitlichen Ressourcen mangelt, während etwa 45 % angaben, dass ihnen das Wissen oder die Fähigkeiten zur Durchführung von Interessenvertretung fehlen. Obwohl einige die Interessenvertretung nicht als wirksam oder als Priorität betrachteten – was möglicherweise auf einen gewissen Mangel an Handlungsfähigkeit hindeutet –, zeigen unsere Ergebnisse letztendlich, dass Wissen, Fähigkeiten und Ressourcen die wichtigsten Faktoren sind, die in diesem Bereich fehlen.

Es ist wichtig, die eigenen Mittel und Ressourcen zu verstehen, um maßgeschneiderte, kontextbezogene Interessenvertretungsaktivitäten zu entwickeln. Im nächsten Abschnitt werden wir

diskutieren, wie interne Ressourcen bewertet und dann auf Interessenvertretungsaktivitäten abgestimmt werden können.

### Über welche Ressourcen und Mittel verfüge ich?

Nachdem Sie nun die wichtigsten Faktoren für die politische Interessenvertretung kennen, ist es entscheidend, dass Sie sich ein klares Bild von den Kapazitäten Ihrer eigenen Organisation machen. So können Sie Ihre eigenen Kapazitäten mit den Interessenvertretungsaktivitäten abstimmen, die funktionieren werden. Mit anderen Worten: Es ist entscheidend, dass Organisationen Aktivitäten durchführen, die ihren vorhandenen Fähigkeiten, Ressourcen und Beziehungen entsprechen.

Die folgende Tabelle fasst die spezifischen Arten von Ressourcen und Inputs zusammen, die für eine wirksame politische Interessenvertretung erforderlich sind.

*Tabelle 4 Für die politische Interessensvertretung erforderliche Ressourcen und Mittel*

| **Handlungsfähigkeit** | **Fähigkeiten und Kenntnisse** | **Beziehungen** | **Ressourcen** |
|---|---|---|---|
| Glaube an die Fähigkeit, Politik zu beeinflussen<br><br>Zuversicht, mit politischen Entscheidungsträgern in Kontakt zu treten<br><br>Wahrgenommene Legitimität unter politischen Entscheidungsträgern und der Zivilgesellschaft<br><br>Engagement der Führungskräfte und Mitarbeitenden für die Interessenvertretung<br><br>Fähigkeit, Initiative zu ergreifen und neue Ansätze auszuprobieren | Strategische Planung und Management<br><br>Medien, Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit<br><br>Öffentliche Politik und Politikgestaltung (allgemein)<br><br>Sportpolitik und Politikgestaltung<br><br>Planung und Gestaltung von Interessenvertretung<br><br>Überwachung, Bewertung/ Beweisbeschaffung | Mitarbeitende und Freiwillige<br><br>Gemeindemitglieder und Teilnehmende<br><br>Sportvereine und -organisationen<br><br>Regierung und politische Entscheidungsträger<br><br>Zivilgesellschaftliche Organisationen<br><br>Sport für Entwicklung Organisationen<br><br>Journalisten und Medienvertreter<br><br>Andere Organisationen aus den Bereichen Gesundheit, Bildung oder Sozialarbeit | Fachwissen der Mitarbeitenden<br><br>Verfügbarkeit der Mitarbeitenden (d. h. Zeit)<br><br>Einrichtungen und Ausrüstung<br><br>Finanzielle Ressourcen<br><br>Technologie und Software<br><br>Zugang zu Daten, Informationen und Nachweisen |

Wir laden Sie ein, einen Fragebogen zur Selbsteinschätzung zu diesen verschiedenen Schlüsselbereichen auszufüllen. Das Tool zur Selbsteinschätzung finden Sie im Error! Reference source not found.. Dies ist ein wichtiger Schritt, da das Verständnis der Beiträge Ihrer Organisation die Grundlage für eine wirksame Interessenvertretung bildet. Im nächsten Abschnitt werden Sie sich mit

bestimmten Arten der politischen Interessenvertretung befassen, wobei jeweils Beispiele für die erforderlichen Ressourcen und Beiträge aufgeführt werden. Dies soll Ihnen helfen, eine geeignete Kombination von Aktivitäten zu finden, mit denen Sie Ihre Ziele erreichen können.

### Weitere Ressourcen, Referenzen, Werkzeuge

- Moustakas et al. (2025) Playing for progress: policy advocacy in sport for development

- Gen and Wright (2013) Policy Advocacy Organizations: A framework Linking Theory and Practice

# Kapitel 3 - Der Ansatz: Eine Auswahl an Aktivitäten zur politischen Interessenvertretung

## Beschreibung

In diesem Modul machen Sie sich mit den verschiedenen Aktivitäten zur politischen Interessenvertretung vertraut, die in der Bewertungsmatrix aufgeführt sind, und lernen, wie und unter welchen Umständen diese eingesetzt werden können. Dieses Modul ist in Einheiten unterteilt, die jeweils eine bestimmte Aktivität beschreiben. Sie sollten in der Lage sein, Ihre Ziele, den Kontext und das politische Umfeld zu verstehen, damit Sie Ihre Aktivitäten entsprechend anpassen können.

### Lernziele

Am Ende dieser Einheit werde ich in der Lage sein, ...

- zu verstehen, welche politischen Interessensvertretungsaktivitäten es gibt
- wichtige politische Interessensvertretungsaktivitäten zu identifizieren und zu kategorisieren
- erste Schritte zur Durchführung jeder Aktivität anzuwenden
- Ziele und Kontext zu analysieren, um die am besten geeignete politische Interessensvertretungsaktivitäten zu bewerten und auszuwählen
- die Ressourcen und Ziele meiner Organisation auf politische Interessensvertretungsaktivitäten und -strategien abzustimmen

### Lernansatz



**Definitionen**



**Werkzeuge und Arbeitsblätter**



**Fallbeispiele**



**Weiterführende Literatur**

### Aktivitäten zur politischen Interessensvertretung

Diese Tabelle enthält eine Zusammenfassung aller Aktivitäten zur politischen Interessenvertretung. Sie soll Ihnen einen allgemeinen Überblick verschaffen, damit Sie sich eingehender mit den Aktivitäten befassen können, die für Ihren Kontext nützlich sein könnten. Dieses Kapitel enthält detaillierte Beschreibungen aller Aktivitäten zur politischen Interessenvertretung sowie praktische Hilfsmittel und Übungen, die Ihnen verdeutlichen sollen, wie diese Aktivitäten in Ihrem Kontext nützlich sein können und welche Mittel Sie für deren Umsetzung benötigen.

*Tabelle 5 Aktivitäten zur politischen Interessensvertretung*

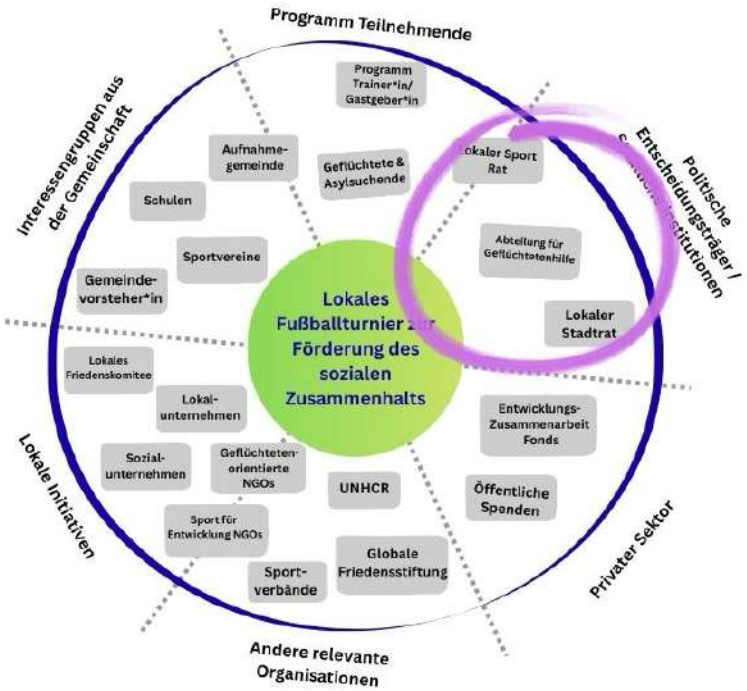
| **Aktivitäten zur politischen Interessensvertretung** | **Beschreibung** |
|---|---|
| **Überwachung der Politik** | Die Überwachung der Politik umfasst die Überwachung der Umsetzung von politischen Maßnahmen, um entweder den Lernprozess zu unterstützen oder Druck für eine kontinuierliche Änderung oder Umsetzung der Politik auszuüben. Das Ziel der Überwachung der Politik besteht darin, sicherzustellen, dass die Politik korrekt umgesetzt wird und dass die politischen Maßnahmen in verschiedenen Bereichen harmonisch zusammenwirken, um das gewünschte Ergebnis zu erzielen. |
| **Informationskampagnen** | Informationskampagnen umfassen den Einsatz von Forschung und Rhetorik, um politische Interessenvertretung zu überzeugen und zu unterstützen. Zu den Strategien können Treffen mit politischen Entscheidungsträgern, Forschungsarbeiten zur Erarbeitung von Belegen für Vorteile, die Weitergabe von Informationsunterlagen an politische Entscheidungsträger und Sensibilisierungskampagnen für Entscheidungsträger oder die breite Öffentlichkeit gehören. Das ideale Ergebnis einer Informationskampagne ist die Verabschiedung einer neuen Politik. |
| **Einbindung der Öffentlichkeit** | Die Einbindung der Öffentlichkeit umfasst die Sensibilisierung und Mobilisierung der Bürger. Zu den Strategien kann gehören, Ihre Mitglieder/die Öffentlichkeit dazu anzuregen, Briefe zu schreiben, eine Petition zu unterzeichnen, an einer Demonstration teilzunehmen oder andere Maßnahmen zu ergreifen. Das ideale Ergebnis der Einbindung der Öffentlichkeit ist eine Veränderung der öffentlichen Meinung. |
| **Einbindung von Entscheidungsträgern** | Die Einbindung von Entscheidungsträgern umfasst die Kontaktaufnahme und den Aufbau einer Beziehung zu den relevanten Entscheidungsträgern. Dies kann allgemeines Networking mit politischen Entscheidungsträgern und die Organisation von Treffen zum Informationsaustausch mit politischen Entscheidungsträgern umfassen. Letztendlich ist es das Ziel, die Ansichten der Entscheidungsträger zu ändern. |
| **Bildung von Koalitionen** | Beim Aufbau einer Koalition geht es darum, Informationen auszutauschen und Beziehungen zu gleichgesinnten Organisationen aufzubauen. Sobald eine Koalition gebildet ist, kann dies zu einem verbesserten demokratischen Umfeld und einer stärkeren Basis für die Interessenvertretung führen. |

| | |
|---|---|
| Error! Reference source not found. **um Reformen** | Reformbemühungen sind Versuche, die Politik durch Pilotprojekte, Demonstrationen oder Rechtsstreitigkeiten zu verändern. Ein Fürsprecher kann sich an rechtlichen Schritten oder Rechtsstreitigkeiten beteiligen, um politische Veränderungen zu erreichen. Alternativ kann er Pilot- oder Demonstrationsprojekte initiieren, um alternative (politische) Ansätze aufzuzeigen. Dies führt dazu, dass die verabschiedete Politik zu Veränderungen in der praktischen Umsetzung führt. |

Obwohl sie als einzelne Aktivitäten vorgestellt werden, lassen sich die besten Ergebnisse oft erzielen, wenn mehrere Aktivitäten miteinander kombiniert werden. In diesem Kapitel wird jede Aktivität für sich vorgestellt, aber sie können und sollten oft nebeneinander eingesetzt werden.

Jede Aktivität enthält auch die notwendigen Mittel, die Ihnen helfen, Ihre eigenen Fähigkeiten, Kenntnisse und Erfahrungen zu reflektieren. Auf diese Weise können Sie die Kapazitäten Ihrer Organisation auf geeignete Interessensvertretungsaktivitäten abstimmen. Indem Sie die Ressourcen und Mittel Ihrer Organisation auf geeignete Aktivitäten abstimmen, können Sie Strategien zur Interessenvertretung entwickeln, die für Ihren individuellen Kontext realistisch und effektiv sind.

### Aufgabe 1 – Überwachung der Politik




Bei der Politiküberwachung wird beobachtet, wie politische Maßnahmen umgesetzt werden, um entweder den Lernprozess zu unterstützen oder Druck für eine politische Veränderung auszuüben. Das Ziel der Politiküberwachung besteht darin, sicherzustellen, dass politische Maßnahmen korrekt umgesetzt werden und dass die Politik in verschiedenen Bereichen harmonisch zusammenwirkt, um das gewünschte Ergebnis zu erzielen. Eine S4D-Organisation könnte beispielsweise die Umsetzung nationaler Jugendpolitiken beobachten oder lokale

Verpflichtungen zum Schutz im Sport überwachen. Die Überwachung der Politik kann nützlich sein, um das Lernen zu unterstützen oder Druck auszuüben, um die Ergebnisse der Politik zu verbessern.

Sport für Entwicklung ist ein breiter Sektor, der unter viele Politikbereiche fallen kann. Sport wird oft in die Zuständigkeiten anderer Behörden integriert, und die Sportpolitik kann mit umfassenderen Entwicklungsstrategien in Einklang gebracht werden. Es ist wichtig, zunächst zu verstehen, welche Politikbereiche oder politischen Entscheidungsträger Ihre Arbeit beeinflussen.

Politik, die Ihre Arbeit beeinflusst, kann unter einen der folgenden Bereiche (oder andere) fallen:




*Abbildung 8 Sport für Entwicklung und zugehörige Bereiche*

Politische Entscheidungen, die sich auf Ihre Tätigkeit auswirken, können in einer Reihe von Bereichen (wie oben dargestellt) und auf verschiedenen Ebenen getroffen werden, beispielsweise auf internationaler, nationaler oder lokaler Ebene. Auf jeder Ebene gibt es spezifische politische Entscheidungsträger für allgemeine Politik sowie für sportspezifische Politik.

**Internationale Politik**: Regeln, Konventionen, Verträge, Aktionspläne und Ähnliches, die von Ländern, Sportverbänden oder anderen Gremien an verschiedenen Orten gemeinsam ausgearbeitet werden, um sich auf deren Bedingungen zu einigen. Sie können rechtlich bindend sein oder auch nicht.

*Tabelle 6 Internationale Politik*

| | **Global** | **Regional** |
|---|---|---|

| | | |
|---|---|---|
| Zwischenstaatlich | UN-Organisationen<br><br>*z.B. das Zwischenstaatliches Komitee für Leibeserziehung und Sport der UNESCO (CIGEPS)* | Andere zwischenstaatliche Organisationen<br><br>*z.B. die Abteilung „Sport für Entwicklung und Frieden" des Commonwealth-Sekretariats* |
| Sportspezifisch | Internationale Sportverbände<br><br>*z.B. Internationale Olympische Komitee* | Regionale Sportorganisationen<br><br>*z.B. der Sportrat der afrikanischen Union* |

**Nationale Politik**: Maßnahmen, die Regierungen in ihren eigenen Ländern ergreifen. Sportspezifische Maßnahmen können auch von Organisationen wie nationalen Sportverbänden auf nationaler Ebene umgesetzt werden.

**Lokale Politik**: Maßnahmen können auch auf lokaler Ebene umgesetzt werden. Diese stammen oft von lokalen oder kommunalen Behörden oder, im sportbezogenen Sinne, von lokalen oder staatlichen Sportorganisationen.

*Tabelle 7 Nationale & Lokale Politik*

| | **National** | **Lokal** |
|---|---|---|
| Staatlich | Nationale Regierung | Kommunalverwaltung/Gemeinde verwaltung |
| Sportspezifisch | Nationale Sportverbände | Lokale oder staatliche Sportorganisationen |

Weitere Informationen zu politischen Akteuren im Bereich Sport für Entwicklung finden Sie unter sportanddev.

Experten auf diesem Gebiet erwähnten, dass „die Branche nicht weiß, wo sie hingehört, was es extrem schwierig macht, sich für irgendetwas einzusetzen, da unklar ist, an wen man sich wenden

## Was benötige ich, um Richtlinien zu überwachen?

*Tabelle 8 Voraussetzungen für die Überwachung der Richtlinie*

| Kritische Faktoren | | Sekundäre Faktoren | |
|---|---|---|---|
| **Wissen und Fähigkeiten** | Fachwissen in den Bereichen Indikatorentwicklung, Datenerhebung und -analyse sowie Präsentation von Ergebnissen ist für die Überwachung von entscheidender Bedeutung. | **Materielle Ressourcen** | Die Finanzierung unterstützt Umfragen, Feldforschung und Datenanalysen, die oft für zuverlässige Ergebnisse erforderlich sind. |
| | | **Menschen und Beziehungen** | Menschen und Beziehungen Der Zugang zu Institutionen und Gemeinschaften unterstützt die Datenerhebung. |
| | | **Handlungsfähigkeit** | Legitimität und Glaubwürdigkeit fördern die Verwendung von Belegen für eine weitere Interessenvertretung. |

## Wie kann ich mit der Politikbeobachtung beginnen?

Es ist wichtig, die relevanten politischen Maßnahmen und Entscheidungsträger zu identifizieren, die Einfluss auf Ihre Arbeit haben. Diese Tabelle kann Ihnen dabei helfen, diese zu ermitteln. So können Sie feststellen, in welchen Bereichen Sie sich engagieren müssen und wie die Umsetzung der Politik erfolgt oder sich im Laufe der Zeit verändert. Diese Tabelle enthält Beispiele dafür, welche Akteure in die einzelnen Kategorien fallen könnten. Im Anhang finden Sie eine leere Tabelle, die Sie entsprechend Ihrem eigenen Kontext ausfüllen können. Wahrscheinlich werden Sie feststellen, dass nur ein oder zwei dieser Felder für Ihre Arbeit relevant sind. Dies sollte zu Beginn festgelegt werden, da alle politischen Interessensvertretung auf eine bestimmte Zielgruppe ausgerichtet sein sollte.

*Tabelle 9 Politische Maßnahmen auf politische Entscheidungsträger abstimmen*

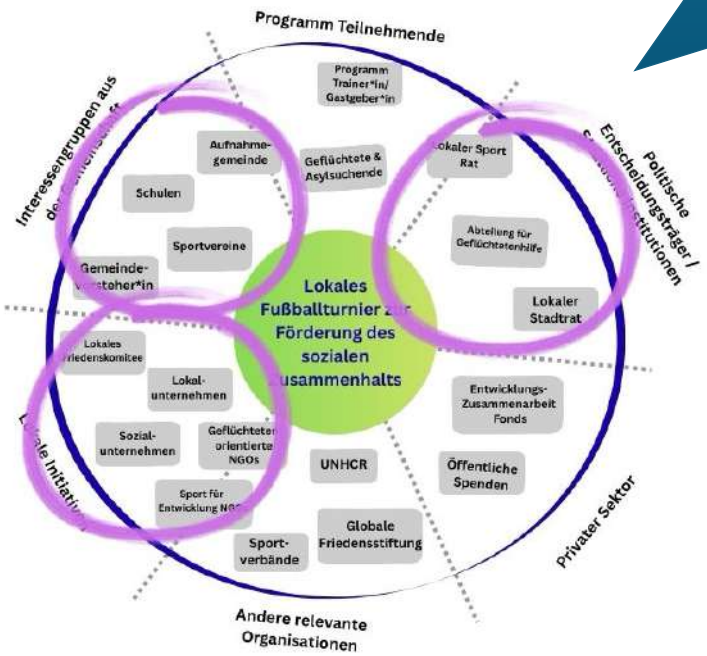
| | Global | National | Lokal |
|---|---|---|---|
| **Sport** | z.B. Richtlinien des IOC and IPC | z.B. Nationales Sportministerium | z.B. Lokale Sportpolitik |
| **Nachhaltige Entwicklung** | z.B. Agenda für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen | z.B. Nationales Entwicklungsministerium | z.B. Lokale Entwicklungspolitik |
| **Gesundheit** | z.B. Leitlinien der WHO für körperliche Aktivität | z.B. Nationales Gesundheitsministerium | z.B. Lokale Gesundheitspolitik |
| **Bildung** | z.B. Zwischenstaatlicher Ausschuss für Leibeserziehung und Sport (CIGEPS) der UNESCO | z.B. Nationales Bildungsministerium | z.B. Lokale Bildungspolitik |
| **Für die Zielgruppe relevante Bereiche** | Zielthema: Gleichstellung der Geschlechter<br><br>z. B. UN Women | Zielthema: Integration von Flüchtlingen<br><br>z. B. Nationale Flüchtlingspolitik | Zielthema: Beschäftigungsfähigkeit<br><br>z. B. Lokale Arbeitsvermittlungsdienste |

## Überwachung Ihrer politischen Interessensvertretung

Ein weiterer wichtiger Bestandteil der Politiküberwachung ist die Überwachung der Umsetzung der von Ihnen befürworteten Politik. Politische Interessensvertretung endet nicht mit einer politischen Veränderung. Die Umsetzung der Politik liegt oft außerhalb Ihrer Kontrolle, trotz Ihrer Bemühungen, sich dafür einzusetzen. Dies kann eine Herausforderung sein, aber es ist wichtig, weiterhin zu verstehen und zu hinterfragen, ob die Politik korrekt umgesetzt wird.

## Aufgabe 2 – Informationskampagne

Experten auf diesem Gebiet wiesen darauf hin, dass „es von entscheidender Bedeutung ist, dass der Prozess der Interessenvertretung niemals endet und nachhaltig ist, da die Themen, für die Sie sich in der Regel einsetzen, keine einfache, greifbare Lösung erfordern, sondern langfristig weitere Veränderungen notwendig sind, um die Interessenvertretung und den Wandel fortzusetzen“.




Kampagnen zur Informationsverbreitung umfassen den Einsatz von Forschung und Kommunikation, um politische Interessenvertretung zu überzeugen und zu unterstützen. Zu den Strategien können Treffen mit politischen Entscheidungsträgern, Forschungsarbeiten zur Erarbeitung von Belegen für den Nutzen, die Weitergabe von Informationsunterlagen an politische Entscheidungsträger und Sensibilisierungskampagnen für Entscheidungsträger oder die breite Öffentlichkeit gehören. Beispielsweise könnte eine Organisation Daten darüber veröffentlichen, wie Gemeinschaftsprogramme zur psychischen Gesundheit und zum sozialen Zusammenhalt beitragen. Das ideale Ergebnis einer Informationskampagne ist die Verabschiedung einer neuen Politik.

Wenn Sie sich für Ihre Organisation oder eine politische Veränderung einsetzen möchten, ist es wichtig, die von Ihnen gesammelten Informationen zu präsentieren, die den Nutzen und die Auswirkungen Ihrer Arbeit darstellen. Es wird ein gemischter Ansatz zur Informationssammlung empfohlen, damit Sie mit quantitativen und qualitativen Daten ein umfassendes Bild zeichnen können. Wenn Sie sich auf die

Sammlung vielfältiger Informationen konzentrieren, können Sie diese auch auf Ihr Publikum (z. B. die Öffentlichkeit oder Entscheidungsträger) zuschneiden.

Im Folgenden werden verschiedene Methoden vorgestellt, mit denen Sie Daten über die Ergebnisse und Auswirkungen Ihrer Programme präsentieren können. Dies ist nur eine Übersicht und keine vollständige Liste.

*Tabelle 10 Methoden für die Datenpräsentation*

| | |
|---|---|
| **Ergebnisse** | **Quantitativ** |
| | **Teilnehmer:innen-Anmeldeformulare**<br>Wenn neue Teilnehmer:innen Ihrem Programm beitreten, ist es wichtig, Informationen zu ihren demografischen Merkmalen (wie Alter, Geschlecht, geografischer Standort) zu sammeln. So erhalten Sie Informationen darüber, wen Sie erreichen. |
| | **Anwesenheit verfolgen**<br>Die Verfolgung der Anwesenheit ist wichtig, um zu verstehen, wie viele Menschen Sie erreichen und ob die Teilnehmer:innen regelmäßig an Ihrem Programm teilnehmen. Diese Daten können zur Anpassung von Programmen verwendet werden, z. B. zur Anpassung der Zeiten an die Zeiten mit der höchsten Teilnahme. |
| **Auswirkungen** | **Anfangs-/Endbefragungen**<br>Es ist sinnvoll, einige Daten zu erheben, bevor ein:e neue:r Teilnehmer:in hinzukommt oder bevor eine neue Aktivität oder ein neues Programm beginnt. Die Basisbefragung kann das Wissen oder die Fähigkeiten der Teilnehmenden zu Beginn der Maßnahme erfassen, die dann mit denen nach der Maßnahme verglichen werden können. Wenn ein Programm kein bestimmtes Enddatum hat, können Sie diese Daten regelmäßig erneut erheben. |
| | **Qualitativ** |
| | **Fallstudien zu den bedeutendsten Veränderungen**<br>Bei dieser Methode werden Geschichten über bedeutende Veränderungen von Programmteilnehmenden oder anderen Interessengruppen der Gemeinschaft (z. B. Eltern oder Erziehungsberechtigten) gesammelt. Es handelt sich um eine partizipative Methode, bei der die Personen die Veränderungen, die sie erlebt haben, mit ihren eigenen Worten schildern können. |
| | **Interviews und Fokusgruppendiskussionen (FGD)**<br>Interviews und FGDs können regelmäßig oder am Ende eines Programms durchgeführt werden, damit die Teilnehmer:innen über ihre Erfahrungen sprechen können. Interviews finden in der Regel einzeln statt, während FGDs mit Gruppen unterschiedlicher Größe durchgeführt werden können. Interviews können auch mit anderen Mitgliedern der Gemeinschaft durchgeführt werden, um Informationen über deren Bedürfnisse zu sammeln. Diese Methoden liefern reichhaltige qualitative Daten, die die Ergebnisse und potenziellen Auswirkungen Ihrer Arbeit verdeutlichen können. Diese Methoden werden im Folgenden näher beschrieben. |

Bei der Überwachung der Aktivitäten Ihrer Organisation sollten Sie zwar eine Vielzahl von Methoden in Betracht ziehen, jedoch auch Ihre Ressourcen und den Verwendungszweck der Informationen berücksichtigen.

**Umfassendere Informationsbeschaffung**

Zusätzlich zu den direkten Informationen aus Ihrem Projekt können Sie auch Informationen über den gesamten Sektor sammeln. Dies kann nützlich sein, um Ihre potenzielle Wirkung aufzuzeigen und für den gesamten Sektor zu werben, anstatt nur für Ihre eigene Organisation. Bei der Präsentation eines Positionspapiers können Sie die Informationen zu Ihrem Projekt in einen größeren Zusammenhang stellen. Sie können auch andere Studien heranziehen, um die potenzielle Wirkung Ihres Projekts aufzuzeigen.

Experten auf diesem Gebiet erwähnten, dass „harte Fakten“ bei der Kommunikation mit Politikern sehr hilfreich sind. Man kann diesen Politikern präsentieren und ihnen zeigen, wo das Problem liegt, und dies mit Daten untermauern. Dann kann man einzelne Geschichten hinzufügen, um das Bild zu vervollständigen und es um weitere Details zu ergänzen.

## Was benötige ich für eine Informationskampagne?

*Tabelle 11 Anforderungen an Informationskampagnen*

| **Kritische Faktoren** | | **Sekundäre Faktoren** | |
|---|---|---|---|
| **Wissen und Fähigkeiten** | Die Fähigkeit, glaubwürdige Forschungsergebnisse zu generieren, diese auf verständliche Weise zu präsentieren und Botschaften auf das jeweilige Publikum zuzuschneiden, ist von entscheidender Bedeutung. | **Menschen und Beziehungen** | Beziehungen zu Journalisten oder thematischen Netzwerken fördern die Sichtbarkeit und Glaubwürdigkeit. |
| **Materielle Ressourcen** | Die Erstellung von Forschungsberichten, Infografiken und Videos erfordert Personal, | **Handlungsfähigkeit** | Selbstbewusstsein ermutigt Organisationen, Beweise öffentlich zu präsentieren |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | Ausrüstung und Verbreitungsplattformen. | | und Verantwortung für ihre Botschaft zu übernehmen. |

## Wie kann ich mit Informationskampagnen beginnen?

**Informationen sammeln**

Auf Grundlage der oben bereitgestellten Informationen sollten Sie die Methoden auswählen, die am besten zu Ihrem Zweck und Ihrer Zielgruppe passen. Wenn Sie beispielsweise **Aufgabe 3 – Einbindung der Öffentlichkeit** durchführen, können Sie die Geschichten und qualitativen Informationen nutzen, die Sie aus MSC, FGDs (Fokusgruppendiskussionen) oder Interviews gesammelt haben. Wenn Sie hingegen **Aufgabe 4 – Einbindung von Entscheidungsträger** umsetzen, sollten Sie sich stärker auf quantitativen Daten stützen.

**Informationen präsentieren**

Die Art und Weise, wie Sie die gesammelten Informationen präsentieren, ist entscheidend für den Erfolg Ihrer politischen Interessenvertretung. Informationen sollten je nach Zielgruppe unterschiedlich aufbereitet werden. Beispielsweise können Sie eine Social-Media-Kampagne erstellen, wenn Sie die Öffentlichkeit ansprechen möchten, oder ein Positionspaper verfassen, wenn Sie Entscheidungsträger erreichen wollen. Die von Ihnen gesammelten Informationen und Daten können als Grundlage für die Erstellung dieses Positionspapiers dienen.

**Erstellung eines Positionspapiers**

Ein Positionspapier ist ein Dokument, das eine Zusammenfassung von Informationen bietet und Forschungsergebnisse sowie Empfehlungen zu einem bestimmten Thema darstellt. Ein Positionspapier ist ein wirkungsvolles Instrument, um Daten zu bündeln und zu präsentieren. Er kann auf vielfältige Weise genutzt werden, z. B.: Veröffentlichung auf der Website Ihrer Organisation oder in sozialen Medien, Verwendung als Begleitdokument für Meetings, Lobbyarbeit oder öffentliche Präsentationen, Weitergabe an Partner oder anderen relevanten Akteuren.

Laut eines Leitfadens zum Verfassen von Positionspapieren des Internationalen Zentrums für Politikberatung besteht der Zweck eines Positionspapiers darin:

„Ihre informierten, aber nicht spezialisierten Zielgruppen einzubinden und davon zu überzeugen, dass Ihre politischen Vorschläge realistisch, glaubwürdig und für die Debatte sowie die Entscheidungsfindung zum betreffenden Thema relevant sind.“ (S. 11)

Der Leitfaden nennt folgende grundlegende Prinzipien für das Verfassen eines Policy Briefs:

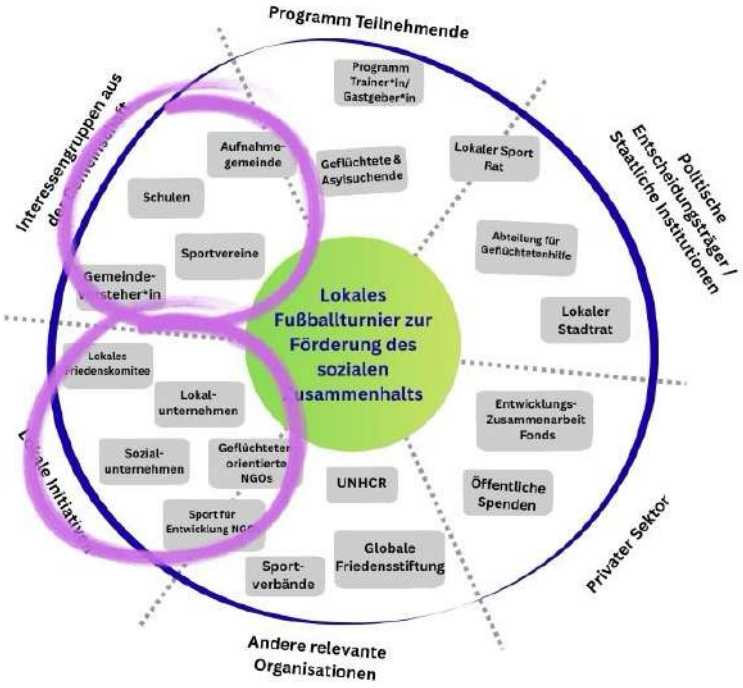
*Tabelle 12 Wie man ein Positionspapier schreibt*

| | |
|---|---|
| **Fesselnd** | Beginnen Sie mit etwas Auffälligem, das für Ihre Zielgruppe relevant ist. Das kann eine fesselnde Geschichte, Zahlen oder einem überraschenden Fakt aus den von Ihnen gesammelten Informationen sein. |
| **Politisch relevant** | Informieren Sie sich über die aktuelle politische Diskussion zu Ihrem Thema, damit Sie Ihre Informationen auf die relevanten Diskussionen Ihrer Zielgruppe abstimmen können. |
| **Professionell, nicht akademisch** | Es ist wichtig, die Daten ordnungsgemäß zu erheben (z. B. mithilfe der oben genannten Methoden), aber der Policy Brief sollte sich auf die praktischen Erkenntnisse aus der Datenerhebung konzentrieren und nicht auf die Methodik. |
| **Kurz und bündig** | Positionspapiere umfassen in der Regel 6–8 Seiten. Achten Sie daher auf eine prägnante Darstellung und die Präsentation der wichtigsten Informationen. |
| **Begrenzt** | Die Informationen sollten auf das Wesentliche beschränkt werden, um eine zielgerichtete Argumentation zu ermöglichen. Auch wenn Sie über umfangreiches weiteres Wissen verfügen, sollten im Policy Brief nur die für Ihr Thema relevanten Kernpunkte aufgeführt werden. |
| **Verständlich** | Ihre Argumentation sollte klar, leicht verständlich und in einfacher Sprache verfasst sein. Ihre Zielgruppe ist möglicherweise mit Ihrem sozialen Thema vertraut, aber nicht mit Sport – oder umgekehrt. Daher ist es wichtig, dass Ihre Argumentation für die Zielgruppe verständlich ist. |
| **Barrierefrei** | Verwenden Sie ein barrierefreies Format, damit die Leserschaft die wichtigsten Punkte auch beim Überfliegen erfassen kann. Dies lässt sich durch Elemente wie Layout, Untertitel und Grafiken, Tabellen oder Diagramme verdeutlichen. |
| **Unterzeichnet** | Stellen Sie klar, welche Organisation (oder Koalition) das Briefing-Dokument erstellt hat. Das Positionspapier kann auch für Ihr eigenes Marketing genutzt werden. |
| **Praktisch und umsetzbar** | Letztendlich sollte der Brief ein praktisches Instrument sein. Ihre Argumente sollten auf Ihrer praktischen Erfahrung basieren und Empfehlungen enthalten, die für die Zielgruppe realistisch sind. |

Diese Schlüsselfaktoren sollten bei der Erstellung eines Positionspapiers berücksichtigt werden. Auch die konkreten Strukturelemente des Briefs sind wichtig. Eine Tabelle in Error! Reference source not

found., die Ihnen anhand der Informationen aus dem Leitfaden bei der Strukturierung Ihres Dokuments hilft, finden Sie hier. Ausführlichere Hinweise zur Erstellung eines Policy Briefs finden Sie im Leitfaden.

### Aufgabe 3 – Einbindung der Öffentlichkeit




Die Einbindung der Öffentlichkeit umfasst die Sensibilisierung und Mobilisierung der Bürger. Strategien hierfür können beispielsweise sein, Mitglieder oder die Öffentlichkeit zum Schreiben von Briefen, Unterzeichnen von Petitionen, zur Teilnahme an Demonstrationen oder zu anderen Aktionen zu animieren. Ziel ist es, die öffentliche Meinung zu verändern und sichtbare Unterstützung aufzubauen, die Entscheidungsträger beeinflussen kann. So könnte eine Organisation beispielsweise junge Sportler mobilisieren, um gleichen Zugang zu öffentlichen Sportanlagen zu fordern oder sich für inklusive Sportrichtlinien für Menschen mit Behinderungen einzusetzen. Das ideale Ergebnis der Einbindung der Öffentlichkeit ist ein Wandel der öffentlichen Meinung.

Öffentliche Unterstützung kann enorm hilfreich sein, um Veränderungen für Ihre Gemeinde zu bewirken. Die Einbindung der Öffentlichkeit in Ihre Mission stärkt Ihre Argumentation gegenüber den relevanten Entscheidungsträgern. Eine empfohlene Methode zur Einbindung der Öffentlichkeit ist ein Aufruf zum Handeln.

Bevor Sie sich an die Öffentlichkeit wenden, sollten Sie zwei wichtige Punkte beachten:

*Tabelle 13 Überlegungen zur Erfassung eines Positionspapiers*

| | |
|---|---|
| **1. Wie decken sich Ihr Anliegen mit den Bedürfnissen und Anforderungen Ihrer Gemeinde?**<br><br>Es ist wichtig, Ihre Gemeinde zu verstehen und ihre Wahrnehmung und Einstellung zu dem Thema zu erfassen, für das Sie sich einsetzen möchten. Interviews und Fokusgruppendiskussionen, wie in **Aufgabe 2 – Informationskampagnen** – beschrieben, können hilfreich sein, um solche Informationen zu gewinnen. Oft handelt es sich dabei um informelle Gespräche, die als Ausgangspunkt für den Dialog mit Ihrer Gemeinde dienen. | **2. Welche Kommunikationsmethoden und -kanäle nutzt Ihre Gemeinde?**<br><br>Wenn Sie zu einem Handeln aufrufen, ist es entscheidend zu wissen, wie Sie Ihre Zielgruppe am besten erreichen. Daher kann es hilfreich sein, zu recherchieren, wie Ihre Community bevorzugt kommuniziert (z. B. über soziale Medien, Radio, Newsletter oder andere Kommunikationsformen). Da dies je nach Zielgruppe variieren kann, ist es sinnvoll, mehrere Kommunikationsinstrumente einzusetzen. |

Dieses Kapitel konzentriert sich auf drei Formen der Bürgerbeteiligung, die Teil Ihres Aufrufs zum Handeln sein können: Briefe an Entscheidungsträger schreiben, Petitionen einreichen und an Demonstrationen teilnehmen.

**Briefe an Entscheidungsträger schreiben**

Wenn viele Bürgerinnen und Bürger gleiche oder ähnliche Briefe an Entscheidungsträger schreiben, werden diese eher zu einer Reaktion angeregt. Sie können der Öffentlichkeit eine Vorlage zur Verfügung stellen, damit diese weiß, was sie schreiben soll. Dies erleichtert die Beteiligung und gewährleistet eine einheitliche Kommunikation.

**Petitionen**

Eine Petition ist eine Erklärung, die von einer Gruppe oder Einzelperson verfasst und von einer Reihe von Menschen unterzeichnet wird, um die zuständigen Institutionen zum Handeln in einer bestimmten Angelegenheit aufzufordern. Die Unterschriften sind entscheidend, um zu zeigen, wie viele Menschen Ihren Aufruf zum Handeln unterstützen, wenn Sie das Dokument an den zuständigen politischen Entscheidungsträger weiterleiten.

**Teilnahme an Demonstrationen**

Demonstrationen sind öffentliche oder kollektive Aktionen, die darauf abzielen, Aufmerksamkeit zu erregen, Unterstützung zu mobilisieren und Druck für politische Veränderungen auszuüben. Demonstrationen können eine Möglichkeit sein, die Öffentlichkeit zu mobilisieren und für Ihr Anliegen

zu gewinnen. Eine breite öffentliche Beteiligung und Unterstützung können dazu beitragen, Ihre Botschaft an die Entscheidungsträger zu vermitteln.

Experten auf diesem Gebiet erwähnten, dass es wichtig sei, gemeinschaftlich getragene Kampagnen zur Interessenvertretung zu entwickeln, um diese nachhaltiger zu gestalten.

## Was brauche ich, um die Öffentlichkeit mit einzubinden?

*Tabelle 14 Voraussetzung für die Einbindung der Öffentlichkeit*

| **Kritische Faktoren** | | **Sekundäre Faktoren** | |
|---|---|---|---|
| **Handlungsfähigkeit** | Die Organisation und ihre Mitglieder müssen davon überzeugt sein, dass ihre Stimme etwas bewirken kann. | **Materielle Ressourcen** | Mit finanziellen Mitteln kann die Reichweite erweitert werden, beispielsweise durch die Herstellung von Plakaten oder die Bereitstellung von Transportmitteln für Veranstaltungen. |
| **Menschen und Beziehungen** | Vertrauen und Glaubwürdigkeit innerhalb der Gemeinschaften sind für die Beteiligung unerlässlich. | | |
| **Wissen und Fähigkeiten** | Fähigkeiten im Formulieren von Botschaften, im Storytelling und im Management von Gemeinschaftsveranstaltungen oder Online-Medien gewährleisten Engagement. | | |

## Wie kann ich die Öffentlichkeit einbeziehen?

### Einen Handlungsaufruf formulieren

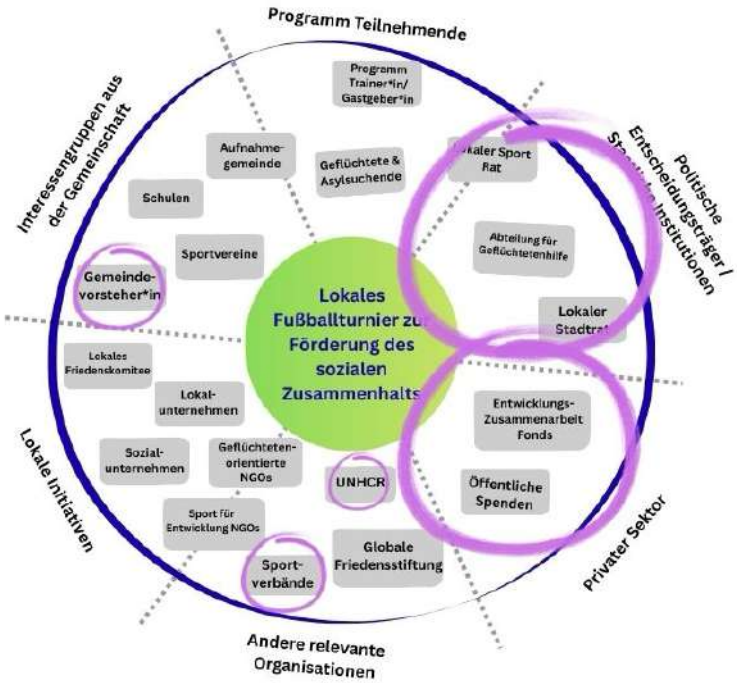
Es gibt verschiedene Möglichkeiten, die Öffentlichkeit zum Handeln und zur Unterstützung Ihres Anliegens zu bewegen. Zunächst ist es wichtig, ausreichend Informationen zu Ihrem Thema bereitzustellen, damit sich jeder eine fundierte Meinung bilden kann. Der Aufruf zum Handeln sollte

präzise und so leicht zugänglich wie möglich sein. Dies kann beispielsweise das Schreiben von Briefen an Entscheidungsträger, das Unterzeichnen einer Petition, die Teilnahme an Demonstrationen oder einfach das Weiterverbreiten Ihres Anliegens im eigenen Netzwerk umfassen. In jedem Fall sollten die wichtigsten Informationen im Aufruf enthalten sein, wie Datum, Uhrzeit und Ort einer möglichen Demonstration, ein Link zu einer Petition oder einem Online-Brief, der lediglich elektronisch an die zuständige Stelle übermittelt werden muss. Eine Vorlage für die Planung eines solchen Aufrufs finden Sie in Error! Reference source not found..

*Tabelle 15 Wie man einen Handlungsaufruf erstellt*

| | **Erklärung** | **Beispiel** |
|---|---|---|
| **Einprägsamer Titel** | Geben Sie einen prägnanten, einprägsamen Titel, um die Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit zu gewinnen. | *Keine Ausgrenzung: Integration von Geflüchteten auf dem Spielfeld* |
| **Kurze Hintergrundinformationen** | Geben Sie wichtige Informationen zu dem Thema an, für das Sie sich einsetzen. | *Geflüchtete werden im Sport immer wieder benachteiligt, was es ihnen erschwert, sich in ihren neuen Gemeinschaften integriert zu fühlen. Wir möchten im Breitensport geeignete Wege schaffen, damit Geflüchtete sich sicher und integriert fühlen können.* |
| **Wichtigste Informationen zur Aktivität** | **Brief verfassen**<br>Vorlage oder wichtige Informationen für den Brief | *Wir haben eine Vorlage für ein Schreiben an den Sportbeauftragten der Gemeinde vorbereitet.* |
| | **Petition unterzeichnen**<br>Link zur Petition oder Anleitung zum Unterzeichnen | *Die Petition zur Umsetzung konkreter Maßnahmen zur Integration von Geflüchteten kann hier eingesehen und unterzeichnet werden: (Link oder Ausdruck).* |
| | **Teilnahme an Demonstration**<br>Details zur Demonstration wie Datum, Uhrzeit und Ort | *Die Demonstration findet am (Datum) um (Uhrzeit) im örtlichen Sportverein statt.* |
| **Handlungsaufruf** | Konkrete Anweisungen, was Sie von den Teilnehmenden erwarten | *Sie können helfen, indem Sie (die oben beschriebene Aktion durchführen)!* |

## Aufgabe 4 – Einbindung von Entscheidungsträgern




Die Einbindung von Entscheidungsträgern erfordert den Aufbau von Kontakten und einer guten Beziehung zu den relevanten Entscheidungsträgern. Dies kann allgemeines Netzwerken, direkte Kommunikation oder den Aufbau von Beziehungen zu politischen Entscheidungsträgern umfassen, um deren Perspektiven und Prioritäten zu beeinflussen. Beispielsweise könnte ein sportbasiertes Beschäftigungsprogramm einem Parlamentsausschuss Empfehlungen zum Zugang junger Menschen zum Arbeitsmarkt unterbreiten. Letztendlich ist das Ziel, die Ansichten der Entscheidungsträger zu verändern.

### Netzwerken

Netzwerken kann viele Formen annehmen und ist eine wichtige Grundlage für die Einbindung von Entscheidungsträgern. Der Aufbau einer guten Beziehung zu einem Entscheidungsträger ist eine gute Basis, um eine bestehende Verbindung zu haben, wenn Sie mit einem Strategiepapier oder einem formelleren Vorschlag an ihn herantreten möchten. Möglichkeiten zum Netzwerken sind beispielsweise:

- Teilnahme an bestehenden Veranstaltungen
- Einladung zu eigenen Veranstaltungen
- Weitergabe Ihres Strategiepapiers
- Informelle Treffen
- Telefon- oder E-Mail-Austausch

Die Einbindung von Entscheidungsträgern kann viele Formen annehmen und ein mehrstufiger Prozess sein. Obwohl das Endergebnis eine Veränderung der Ansichten der Entscheidungsträger ist, kann es einer Reihe informeller Interaktionen vorausgehen.

Experten auf diesem Gebiet merkten an: „Normalerweise ist es so, dass, wenn wir es schaffen, einen Beamten davon zu überzeugen, sich das System anzusehen, dieser sehr begeistert ist und versucht, uns zu unterstützen. Aber es ist sehr schwierig, diese Person dazu zu bringen, sich das anzusehen.“

### Was benötige ich, um Entscheidungsträger einzubinden?

*Tabelle 16 Anforderungen an die Einbindung von Entscheidungsträgern*

| Kritische Faktoren | | Sekundäre Faktoren | |
|---|---|---|---|
| **Wissen und Fähigkeiten** | Das Verständnis politischer Prozesse, die Erhebung von Daten und eine effektive Kommunikation sind für Glaubwürdigkeit unerlässlich. | **Handlungsfähigkeit** | Vertrauen und wahrgenommene Legitimität ermöglichen es Fürsprechern, auf Augenhöhe mit den Entscheidungsträgern zu kommunizieren. |
| **Materielle Ressourcen** | Die Einbindung von Amtsträgern erfordert Zeit und Reiseaufwand sowie gut vorbereitete Informationsmaterialien oder Konsultationsveranstaltungen. | **Menschen und Beziehungen** | Bestehende Kontakte oder Vermittler können den Zugang zu Entscheidungsgremien erleichtern. |

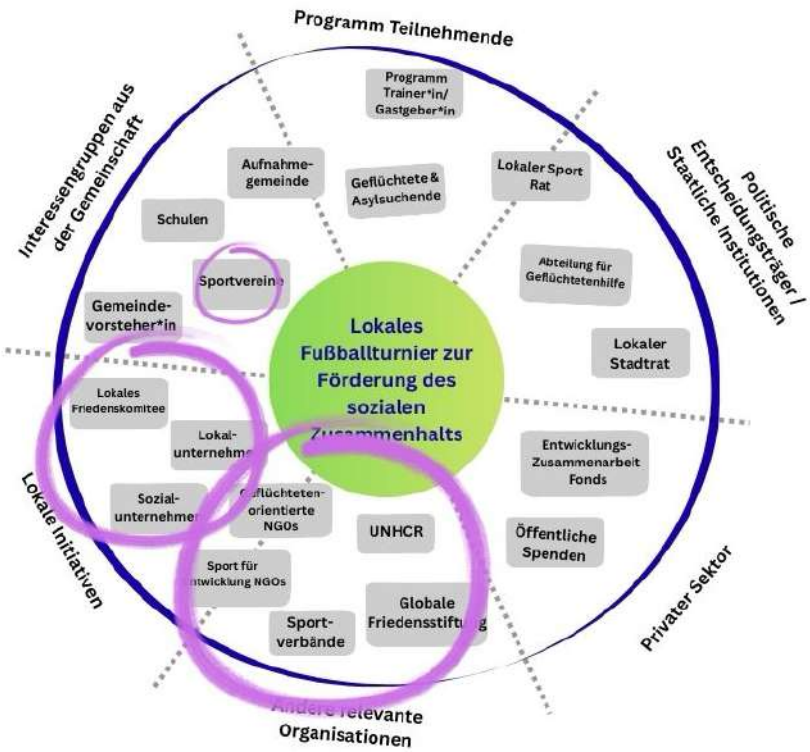
### Wie kann ich Entscheidungsträger einbeziehen?

Wie in **Aufgabe 1 – Politikbeobachtung** dargestellt, gibt es verschiedene Akteure im Politikbereich, die Ihre Arbeit beeinflussen können. Es ist wichtig zu überlegen, wer diese Akteure sind, auf welcher Ebene sie tätig sind und wie die Politik Ihre Arbeit prägen. Mithilfe der Tabelle im Abschnitt „Politikbeobachtung“ von Error! Reference source not found. können Sie die für Sie relevantesten Akteure identifizieren. Anschließend ist es wichtig, deren Prioritäten und Interessen genauer zu verstehen. Dies hilft Ihnen, Ihren Ansatz anzupassen. Eine leere Version der folgenden Tabelle finden Sie in Error! Reference source not found..

*Tabelle 17 Identifizierung von Entscheidungsträgern*

| | |
|---|---|
| **Relevante Entscheidungsträger** | Identifizieren Sie den relevanten Entscheidungsträger: z. B. den örtlichen Sportminister oder den Vorsitzenden eines nationalen Sportverbandes |
| **Kontaktmöglichkeiten** | Prüfen Sie, ob und wie Sie Kontakt aufnehmen können. Manche Minister geben die Kontaktdaten ihrer Mitarbeiter weiter, anstatt sich selbst direkt zu kontaktieren. |
| **Interessen & Prioritäten** | Machen Sie sich mit dem Entscheidungsträger vertraut. Nutzen Sie dafür öffentlich zugängliche Informationen, insbesondere zu früheren politischen Entscheidungen und aktuellen Prioritäten. Falls möglich, können Sie den Entscheidungsträger oder seine Mitarbeiter zu aktuellen Interessen und zukünftigen Ausrichtungen befragen. Dies gibt Ihnen Aufschluss darüber, wie Sie Ihre Bemühungen gezielter gestalten können. |
| **Potentielle Netzwerkmöglichkeiten** | Nachdem Sie mehr über den Entscheidungsträger erfahren haben, überlegen Sie, wie Sie sich vernetzen können. Nutzen Sie dafür die oben genannten Vorschläge oder andere Möglichkeiten, um mit dem Entscheidungsträger in Kontakt zu treten. |

## Aufgabe 5 – Koalitionsbildung




Koalitionsbildung bedeutet Informationsaustausch und Beziehungsaufbau mit gleichgesinnten Organisationen. Dazu gehört die Bildung von Allianzen, um Informationen zu teilen, Strategien zu koordinieren und gemeinsam zu handeln. Beispielsweise könnte sich eine Koalition von Sport-,

Jugend- und Gesundheits-NGOs zusammenschließen, um gemeinsam die Aufnahme von körperlicher Aktivität in einen nationalen Entwicklungsplan oder die Finanzierung barrierefreier, kommunaler Sportanlagen zu fordern. Eine etablierte Koalition kann zu einem verbesserten demokratischen Umfeld und einer stärkeren Basis für die Interessenvertretung beitragen.

Die Bildung einer Koalition umfasst vier wichtige Schritte:

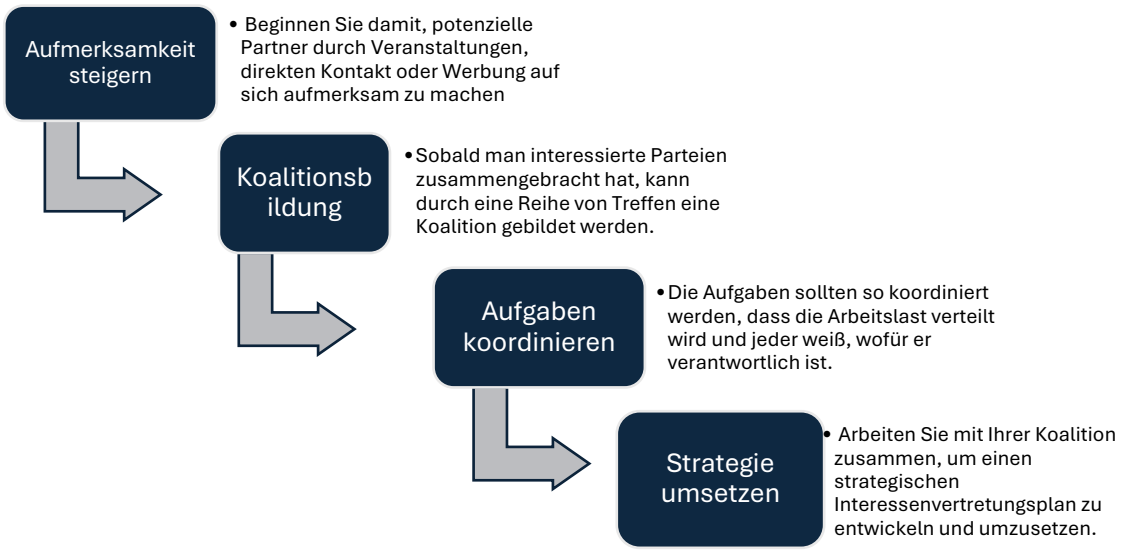



*Abbildung 9 Vier Schritte zur Koalitionsbildung*

Experten auf diesem Gebiet erwähnten, dass „die Zusammenarbeit mit großen Organisationen für kleinere NGOs wichtig ist, um sowohl akute Probleme als auch größere Herausforderungen oder andere Aufgaben wie beispielsweise Interessenvertretung anzugehen“.

## Was ist zu tun, um eine Koalition zu bilden?

*Tabelle 18 Voraussetzung zur Koalitionsbildung*

| **Kritische Faktoren** | | **Sekundäre Faktoren** | |
|---|---|---|---|
| **Handlungsfähigkeit** | Die Koalitionspartner müssen davon überzeugt sein, dass ihre gemeinsamen Anstrengungen mehr bewirken als Einzelmaßnahmen. | **Materielle Ressourcen** | Mittel für Besprechungen, Kommunikation und gemeinsame Mitarbeiterzeit, um die Zusammenarbeit aufrechtzuerhalten. |
| **Menschen und Beziehungen** | Starke, vertrauensvolle Beziehungen sind die Grundlage für die Effektivität einer Koalition. | | |
| **Wissen und Fähigkeiten** | Kenntnisse im Partnerschaftsmanagement, in der Moderation und in der Konfliktlösung helfen dabei, unterschiedliche Zielsetzungen in Einklang zu bringen. | | |

## Wie kann ich eine Koalition aufbauen?

Um zu entscheiden, welche Organisation oder Einzelperson für eine Koalition nützlich sein kann, müssen Sie alle Ressourcen und Vorteile jedes Beteiligten berücksichtigen. Erstellen Sie dazu eine Liste aller relevanten Beteiligten und der Ressourcen, die sie der Koalition zur Verfügung stellen könnten.

Die folgende Tabelle hilft Ihnen dabei, herauszufinden, welchen Beitrag jeder Beteiligte zur Koalition leistet und welche Ressourcen zwischen ihnen aufgeteilt werden können. Diese Tabelle kann um weitere Beteiligte erweitert werden. Zur Veranschaulichung dient ein Beispiel einer auf Flüchtlinge spezialisierten NGO. Eine leere Version der Tabelle finden Sie in Error! Reference source not found..

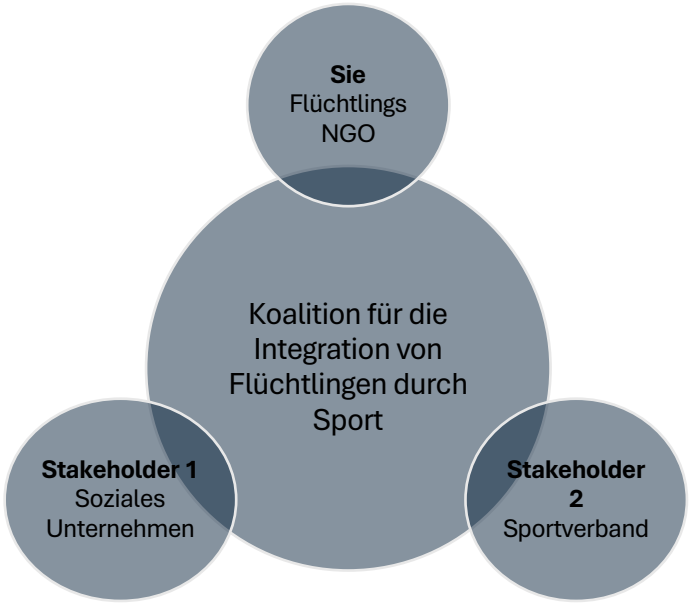
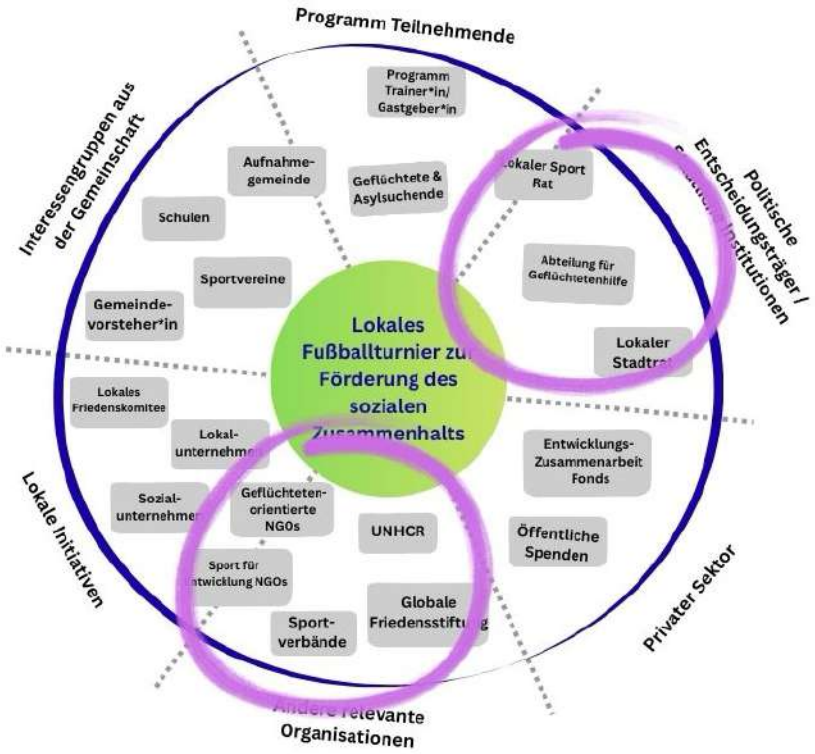



*Abbildung 10 Model einer Koalition*

*Tabelle 19 Stakeholder in einer Koalition*

| **Gemeinsames politisches Ziel:** Zusammenarbeit mit dem Sportrat, um den Sport inklusiver für Geflüchtete und Vertriebene zu gestalten. | |
|---|---|
| **Ressourcen und Beiträge zur Koalition** | |
| **Ihre Organisation**<br>Flüchtlings NGO | • Erfahrung im Umgang mit geflüchteten oder vertriebenen Menschen<br>• Kenntnisse der lokalen Richtlinien und Vorschriften |
| **Stakeholder 1**<br>Soziales Unternehmen | ● Finanzielle Mittel<br>● Bereitstellung von Material und Ressourcen |
| **Stakeholder 2**<br>Sportverband | ● Qualifizierte Trainer:innen<br>● Sportanlagen<br>● Sportspezifisches Fachwissen |

## Aufgabe 6 – Reformbemühungen




Reformbemühungen zielen darauf ab, politische Veränderungen durch Pilotprojekte, Demonstrationsprojekte oder Gerichtsverfahren zu erreichen. Ein Befürworter kann sich an Gerichtsverfahren beteiligen, um politische Änderungen durchzusetzen. Alternativ kann er Pilot- oder Demonstrationsprojekte initiieren, um alternative (politische) Ansätze aufzuzeigen. Beispielsweise könnte eine Organisation ein Rahmenkonzept entwickeln, erproben und vorschlagen, um informelle Lernergebnisse im Bildungssystem anzuerkennen. Oder eine Organisation könnte sogar rechtliche Schritte einleiten, um ausgrenzende Praktiken in Sporteinrichtungen zu bekämpfen. Ziel ist eine konkrete Reform, sei es durch rechtliche Maßnahmen oder in der praktischen Umsetzung.

**Pilotprojekte**

Klein angelegte, praxisorientierte Umsetzung eines Ansatzes oder einer Intervention, die deren Wirksamkeit nachweisen und glaubwürdige Erkenntnisse liefern soll, welche politische Entscheidungen beeinflussen können.

**Demonstrationen**

Öffentliche oder kollektive Aktionen, die darauf abzielen, Aufmerksamkeit zu erregen, Unterstützung zu mobilisieren und Druck für politische Veränderungen auszuüben.

**Rechtsstreitigkeiten**

Strategischer Einsatz von Rechtsmitteln, um ungerechte politische Maßnahmen anzufechten, Rechenschaftspflicht einzufordern oder Rechte durchzusetzen. Ziel ist es, politische Veränderungen herbeizuführen, indem Regierungen oder Institutionen gezwungen werden, ihren rechtlichen Verpflichtungen nachzukommen oder schädliche Praktiken zu korrigieren.

Die im Rahmen von Reformbemühungen getroffenen Maßnahmen können als radikaler als andere angesehen werden. In der PASS Mappingstudie war die Beteiligung an Gerichtsverfahren die am seltensten angewandte Methode, um politische Veränderungen zu erreichen. Auch die Initiierung von Pilotprojekten oder Demonstrationsprojekten zählte zu den am seltensten genutzten Methoden. Reformbemühungen können zwar ein wichtiger und nützlicher Schritt sein, sind aber wahrscheinlich nicht der geeignetste erste Schritt. Stattdessen ist es oft sinnvoller, sich zunächst auf die Umsetzung (zumindest einiger) anderer politischer Interessenvertretungsaktivitäten zu konzentrieren. Mit der Durchführung dieser Aktivitäten wird sich höchstwahrscheinlich die Unterstützung für weitere Maßnahmen zur politischen Reform aufbauen.

Experten auf diesem Gebiet merkten an, dass „Politikentwicklung oder Reformen oft nicht in den Ministerien, sondern in der Budgetplanung stattfinden. Es ist wichtig zu wissen, wie viel Geld zur Verfügung steht und wie viel Geld für die geplante Veränderung benötigt wird."

## Was benötige ich, um Reformmaßnahmen durchzuführen?

*Tabelle 20 Anforderungen für die Durchführung von Reformmaßnahmen*

| **Kritische Faktoren** | | **Sekundäre Faktoren** | |
|---|---|---|---|
| **Wissen und Fähigkeiten** | Für die Konzeption von Pilotprojekten, die Analyse der Ergebnisse und die Umwandlung von Erkenntnissen in Reformvorschläge oder juristische Argumente ist technisches Fachwissen erforderlich. | **Menschen und Beziehungen** | Unterstützung durch Regierung, Wissenschaft oder Justiz verleiht Legitimität und fördert die Akzeptanz. |
| **Materielle Ressourcen** | Reformprojekte und Gerichtsverfahren sind ressourcenintensiv und benötigen finanzielle Mittel sowie professionelle Unterstützung. | **Handlungsfähigkeit** | Beharrlichkeit und Zuversicht helfen Organisationen, den oft langwierigen Prozess der Politikreform zu bewältigen. |

### Wie kann ich Reformbemühungen einleiten?

Die Art der Reformbemühungen hängt ganz von Ihrem Ziel ab. Die folgende Tabelle bietet jeweils ein Beispiel, wiederum am Beispiel einer auf Flüchtlinge spezialisierten NGO. Eine leere Version der Tabelle finden Sie in Error! Reference source not found..

*Tabelle 21 Wie man Reformbemühungen umsetzen kann*

| | **Piloten (testen, was funktioniert)** | **Demonstrationen (Mobilisierung der Öffentlichkeit)** | **Rechtsstreitigkeiten (Rechtsvorgänge)** |
|---|---|---|---|
| **Aktion** | z.B. Gemeinsames Sportprojekt für Geflüchtete und die aufnehmende Bevölkerung durchführen | z.B. Öffentliche Kampagne oder Sportveranstaltung zur Förderung der Sichtbarkeit von Geflüchteten in Sportvereinen | z.B. Klage gegen diskriminierende Flüchtlingspolitik |
| **Ziel / Auswirkung** | Bewährte Verfahren zur Schaffung inklusiver Sporträume für Geflüchtete und die aufnehmende Bevölkerung ermitteln | Sensibilisierung für die sportlichen Leistungen von Geflüchteten durch eine Social Media Kampagne | Klage gegen eine Politik, die es Flüchtlingen erschwert, in ihren Gastländern Arbeit zu finden |
| **Wen soll man einbeziehen?** | ● Geflüchtete<br>● Aufnehmende Gemeinde<br>● Lokale Sportvereine | ● Geflüchtete<br>● Aufnehmende Gemeinde<br>● Sportverbände | ● Anwälte<br>● Gesetzgeber |
| **Benötigte Ressourcen** | ● Sportanlagen<br>● Werbung<br>● Übersetzungen<br>● Datenerhebung | ● Social Media Expertise<br>● Werbung<br>● Übersetzung | ● Finanzielle Ressourcen<br>● Juristische Expertise |
| **Risiken / Herausforderungen** | Offen feindselige Erfahrungen zwischen den Gruppen | Die Kampagne erreicht die Zielgruppe nicht | Kostspieliges Verfahren, das nicht zum gewünschten Ergebnis führt |
| **Wie Erfolg aussieht** | Nachweise für die notwendigen Bedingungen für ein friedliches Miteinander von Geflüchteten und der aufnehmenden Bevölkerung im Sport | Die Kampagne erreicht Mitglieder der Aufnahmegemeinden und ermutigt sie, die sportlichen Leistungen von Geflüchteten zu würdigen | Die Politik wird angepasst, um Flüchtlingen bessere Arbeitsmöglichkeiten im Gastland zu bieten |

## Schlussfolgerung

Das obige Kapitel hat jede Aktivität der politischen Interessenvertretung einzeln vorgestellt. Dies dient dazu, detaillierte Informationen über die Methode und ihre jeweiligen Anwendungsbereiche zu liefern. Es ist wichtig zu beachten, dass politische Interessenvertretung vielschichtig ist und in der Regel den gleichzeitigen Einsatz mehrerer Strategien erfordert. Strategien können sich im Laufe der Zeit auch ändern, wenn sich Beziehungen entwickeln und politische Rahmenbedingungen sich ändern. Besonders wichtig ist es, dass Sie Ihre Strategien an Ihren Kontext anpassen. Der folgende Abschnitt hilft Ihnen bei der Entwicklung Ihres eigenen Aktionsplans zur politischen Interessenvertretung.

## Weitere Ressourcen, Referenzen, Hilfsmittel

- ChildFund Rugby, Barça Foundation, & War Child Holland. (2021). Playing the Game Toolkit: A guide for sport-for-development practitioners. In Playing the Game: A Framework for Successful Child-focused Sport for Development Programmes.

- CYSDP (Commonwealth Youth Sport for Development and Peace Working Group). (2015). Sport for Development and Peace Youth Advocacy Toolkit. Commonwealth Secretariat.

- Evaluation Matrix from Work Package 3 of the Policy Advocacy in Sport and Society project

- Promising Practice Report from Work Package 3 of the Policy Advocacy in Sport and Society project

- Soni, A., Krishnan, S., UNDP, Mayors for Economic Growth (M4EG) initiative, Gyumri Municipality (Armenia), Khirdalan Municipality (Azerbaijan), Rustavi Innovation Hub (Georgia), Municipality of Călăraşi (Moldova), Nizhyn Municipality (Ukraine), & Agirre L

- Für eine andere Sichtweise der Politikbereitschaft, schau dir folgenden Link an: policy readiness questionnaire

## Kapitel 4 - Interessenvertretung betreiben: Planen Sie Ihr Vorgehen

### Beschreibung

Aufbauend auf den theoretischen Grundlagen und Instrumenten der vorangegangenen Kapitel, die sich mit dem Verständnis des Feldes der politischen Interessenvertretung, den verschiedenen Aktivitäten und Strategien, der Stakeholder-Analyse, der institutionellen Bereitschaft und Sensibilisierung sowie der politischen Überwachung und Evaluierung befassten, führt Sie dieses Kapitel durch die Entwicklung eines strategischen Aktionsplans für politische Interessenvertretung. Dabei werden Sie insbesondere bei der Identifizierung eines **zentralen Problems oder sozialen Themas** unterstützt, das den **Aktionsplan für politische Interessenvertretung** prägen wird. Sie werden außerdem bei der Entwicklung einer **Kommunikationsstrategie** angeleitet, die zur Erstellung einer Erzählung führt, welche eine entscheidende Rolle für den Erfolg des Aktionsplans spielt.

### Lernziele

Am Ende dieses Kapitels werden Sie:

- Ihr zentrales Problem definieren und die zugrunde liegenden Ursachen sowie mögliche Lösungsansätze analysieren;
- Einen Aktionsplan für politische Interessenvertretung mithilfe der bereitgestellten Vorlagen und Beispiele entwerfen;
- Eine auf Ihre Zielgruppen und Ziele zugeschnittene Kommunikationsstrategie entwickeln;
- Verstehen, wie Sie die Aktionsplanung für Ihre politische Interessenvertretung nutzen können;
- Einen Aktionsplan für die von Ihnen identifizierte politische Lücke oder das Problem erstellen.

### Lernansatz



**Definitionen**



**Hilfsmittel und Arbeitsblätter**



**Fallstudien**



**Weiterführende Literatur**

### Wie sieht ein zentrales Problem/ soziale Thematik in der Politik aus?

Es handelt sich um ein reales Problem, das eine benachteiligte oder schutzbedürftige Gruppe betrifft und so beschrieben wird, dass es **dringlich und messbar** erscheint. Bei der Formulierung eines zentralen Problems/einer sozialen Thematik sollten folgende Punkte berücksichtigt werden: Wer ist betroffen (Zielgruppe), was geschieht (Barriere/Ungleichheit), warum ist es relevant (Folgen), Belege/Indikatoren (Statistiken, Beispiele) und wo tritt es auf (global/regional/national).

**BEISPIEL**: Flüchtlinge und Asylsuchende stoßen auf strukturelle Barrieren bei der Teilnahme an

organisiertem Sport, was ihren Zugang zu körperlicher Gesundheit, sozialen Kontakten, Sprachpraxis und gesellschaftlicher Integration einschränkt.

Eine politische Lücke ist das **fehlende Glied oder der schwache Teil des Systems, der das Bestehen des Problems ermöglicht**. Eine ausgeprägte politische Lücke umfasst: Welche Politik existiert aktuell (und warum ist sie unzureichend), was fehlt (fehlende Ansprüche, klare Verantwortlichkeiten, Koordination, Durchsetzung), wer ist verantwortlich (Sportverbände, Ministerium, Kommune), praktische Auswirkungen (Ausgrenzung, ungleicher Zugang).

**BEISPIEL:** Sportmitgliedschaften und Wettkampfsysteme erfordern oft formale Dokumente (nationale Identifikationsnummer, Adressnachweis, Verbandsregistrierung), die viele Geflüchtete/Asylsuchende noch nicht besitzen. Da die Sportpolitik selten flexible Anmeldeverfahren, Gebührenbefreiungen oder Überbrückungsversicherungen vorsieht, sind Geflüchtete faktisch von Vereinen und Wettkämpfen ausgeschlossen, sofern kein spezieller Weg geschaffen wird.

**SPOTLIGHT 1**: **Olympische und Paralympische Teams für Geflüchtete**: Die Olympischen und Paralympischen Teams für Geflüchtete wurden gegründet, um eine deutliche Lücke in der Sportpolitik des Spitzensports zu schließen: Geflüchtete Athlete:innen können oft weder ihr Herkunftsland noch ihr Gastland vertreten. Viele möchten nicht für den Staat antreten, aus dem sie geflohen sind, und sie können in der Regel nicht für ihr Gastland antreten, da die Olympiateilnahmeberechtigung an die Staatsangehörigkeit gebunden ist. Ohne ein solches System wären viele Athlet:innen vom olympischen Weg ausgeschlossen, nicht etwa wegen mangelnden Talents, sondern aufgrund rechtlicher und administrativer Hürden. Das Olympische Team für Geflüchtete dient daher als institutionelle Lösung, die die Teilnahme und Repräsentation ermöglicht, wenn herkömmliche, auf Nationalität basierende Systeme keine andere Möglichkeit bieten.

**SPOTLIGHT 2: Sport for Refugee Coalition:** Das Global Flüchtlings Forum verstärkte die Unterstützung und das Engagement weiter, als UNHCR und die Olympic Refuge Foundation (ORF) über 80 Organisationen – von Regierungen über Nationale Olympische Komitees und internationale Sportverbände bis hin zu Vereinen, Verbänden und zivilgesellschaftlichen Organisationen – hinter einem gemeinsamen Versprechen zur Unterstützung des Schutzes und der Integration von Flüchtlingen vereinten.

**Hilfsmittel:**

- Vorlage zur Formulierung politischer Probleme (Error! Reference source not found.)
- Auswahl des zu behandelnden politischen Problems

## Wie sieht ein strategischer Aktionsplan für politische Interessensvertretung aus?

Ein strategischer Aktionsplan beschreibt, wie man mit politischen Entscheidungsträgern in Kontakt tritt und schrittweise positive politische Veränderungen zugunsten der am stärksten gefährdeten Bevölkerungsgruppen bewirkt. Er umfasst in der Regel ein Ziel, messbare politische Ziele, eine Stakeholder-Analyse, Kenntnisse der rechtlichen Rahmenbedingungen, Strategien der Interessenvertretung (Koalitionsbildung, Positionspapier, Treffen, Pilotprojekte, Petitionen/Offene Briefe, Medienarbeit), einen Zeitplan, Ergebnisse (zweiseitiges Positionspapier, Präsentation für Stakeholder-Treffen, Pressemappe) sowie einen Plan für Monitoring und Lernen.

Experten auf diesem Gebiet betonten, wie wichtig es sei, „das zu lösende Problem in kleinere Teile zu zerlegen. Dadurch kann man präziser vorgehen und klare Lösungen, Anforderungen und Maßnahmen formulieren. Eine Lösung kann die nächste ermöglichen."

## Wie sieht eine Kommunikationsstrategie aus?

Eine Kommunikationsstrategie hilft Ihnen, Ihre Zielgruppe von Ihrem Aktionsplan zu überzeugen. Durch Ihre Kommunikation zielen Sie darauf ab, das Thema so darzustellen, dass sich das Wissen und das Verständnis der Menschen für das Thema in Richtung Ihrer Position entwickeln. So entsteht das Gefühl, dass das Thema wichtig ist und angegangen werden muss, und die Menschen werden zum Handeln bewegt und dazu angeregt, Handlungsaufrufe zu unterstützen.

Dieses Kapitel hilft Ihnen, von der Analyse zur Umsetzung zu gelangen. Es führt Sie durch den Prozess der Entwicklung eines konkreten, kontextspezifischen Plans zur politischen Interessenvertretung, der Strategie und Umsetzung miteinander verbindet.

**Frage zur Selbstreflexion:**

- Welche politische Lücke haben Sie identifiziert?

### Aktionsplan zur politischen Interessensvertretung

Nachdem Sie in Kapitel 3 **Aufgaben zur politischen Interessenvertretung** einen Ansatz der Interessenvertretung gewählt und Ihr politisches Problem konkretisiert haben, können Sie nun einen Aktionsplan für Ihre Interessenvertretung erstellen. Dieser Plan hilft Ihnen, Ihre Aufgaben, Zeitpläne, Rollen und die benötigten Ressourcen zur Erreichung Ihrer Ziele festzulegen.

**Hinweis**: Falls Sie noch kein politisches Problem definiert haben, können Sie die Hilfsmittel in Teil 1 dieses Kapitels nutzen. Dies ist ein wichtiger Schritt, bevor Sie mit Ihrem Aktionsplan beginnen können.

Ihr Aktionsplan für Ihre politische Interessenvertretung hilft Ihnen, Prioritäten zu setzen, sodass Sie mit einem klaren Fahrplan in Ihre politische Interessenvertretung starten können. Ein Plan hilft Ihnen

außerdem, Ihre Ressourcen effizient einzusetzen. Ein Aktionsplan sollte vollständig, klar und aktuell sein.

Bei der Entwicklung eines Aktionsplans für Ihre Interessenvertretung sollten Sie Folgendes berücksichtigen:

- Wer muss beeinflusst werden?
- Welche Botschaft möchten Sie vermitteln?
- Wie lässt sich die Botschaft am besten an die jeweilige Person oder Gruppe kommunizieren, die Sie ansprechen?
- Wie werden Sie den Erfolg Ihres Plans zur Interessensvertretung überprüfen?
- Welche Indikatoren verwenden Sie, um zu messen, ob die Botschaft verstanden wurde und ob Ihre Idee Unterstützung findet?

**Hilfsmittel:**

- Vorlage für einen Aktionsplan zur politischen Interessensvertretung (Error! Reference source not found.)

## Partizipative Ansätze in der Aktionsplanung für Interessensvertretung

Ein partizipativer Ansatz bedeutet, die Gemeinschaft und die von Ihrer Politik Betroffenen von Anfang an einzubeziehen. Dies ist besonders wichtig, wenn die Person, die die Interessenvertretung leitet, nicht selbst Teil der Gemeinschaft ist, für die sie sich einsetzt. Ein partizipativer Ansatz bietet den beteiligten Gemeinschaften sinnvolle Möglichkeiten zur Mitwirkung.

*Tabelle 22 Partizipativer Ansatz*

| Wie stark möchten Sie sich einbringen? |
| --- |
| David Wilcox beschreibt in seinem „Leitfaden für effektive Partizipation“ die verschiedenen Beteiligungsstufen wie folgt:<br>• *Information* – Sie sollten die Beteiligten zumindest über die geplanten Maßnahmen informieren.<br>• *Rücksprache* – Sie bieten verschiedene Optionen an und berücksichtigen das Feedback.<br>• *Gemeinsame Entscheidungsfindung* – Sie ermutigen andere, weitere Ideen und Optionen einzubringen und gemeinsam den besten Weg zu finden.<br>• *Gemeinsames Handeln* – Verschiedene Interessengruppen entscheiden gemeinsam, was am besten ist, und bilden eine Partnerschaft, um die Umsetzung zu gewährleisten.<br>• *Unterstützung unabhängiger Bürgerinitiativen* – Sie helfen anderen, ihre Ziele zu erreichen – beispielsweise im Rahmen von Fördermitteln, Beratung und Unterstützung durch den Ressourceninhaber[9].<br>Jede dieser Stufen kann unter verschiedenen Umständen oder für verschiedene Gruppen angemessen sein. Eine wirklich umfassende Partizipation wird jedoch erst ab der Stufe „Gemeinsame Entscheidungsfindung“ erreicht. |

[9] Community Toolbox - Participatory approaches to planning community interventions

Experten auf diesem Gebiet weisen darauf hin, dass „die Personen und Organisationen, für die sich die Interessenvertretung einsetzt, in den Interessenvertretungsprozess einbezogen werden sollten“ und dass „das Nichtberücksichtigen derjenigen, die letztendlich von der politischen Änderung betroffen sind, Konsequenzen für ihre Strategie haben wird“.

Partizipative Ansätze haben sowohl Vor- als auch Nachteile, doch die Vorteile überwiegen in der Regel. Zu den Vorteilen partizipativer Ansätze gehören:

- Genaueres Problemverständnis
- Kreative Lösungsansätze
- Mehr Vielfalt an Stimmen und Perspektiven
- Raum zur Hinterfragung von Annahmen der Organisatoren
- Authentische Geschichten zur Unterstützung des Anliegens
- Akzeptanz in der Gemeinschaft

Zu den Nachteilen zählen:

- Ein manchmal längerer Prozess
- Die Herausforderung, unterschiedliche Standpunkte zu berücksichtigen

Ein Beispiel für einen partizipativen Ansatz zur Einbeziehung von Kindern und Jugendlichen ist Laura Lundys Modell für sinnvolle Kinderbeteiligung. Das Modell beschreibt, wie wichtig es ist, Kindern Raum zu geben, von Menschen gehört zu werden, denen ihre Anliegen am Herzen liegen und die in den für sie wichtigen Angelegenheiten aktiv werden können. Diese Prinzipien lassen sich auch auf andere benachteiligte Bevölkerungsgruppen und Gruppen anwenden.

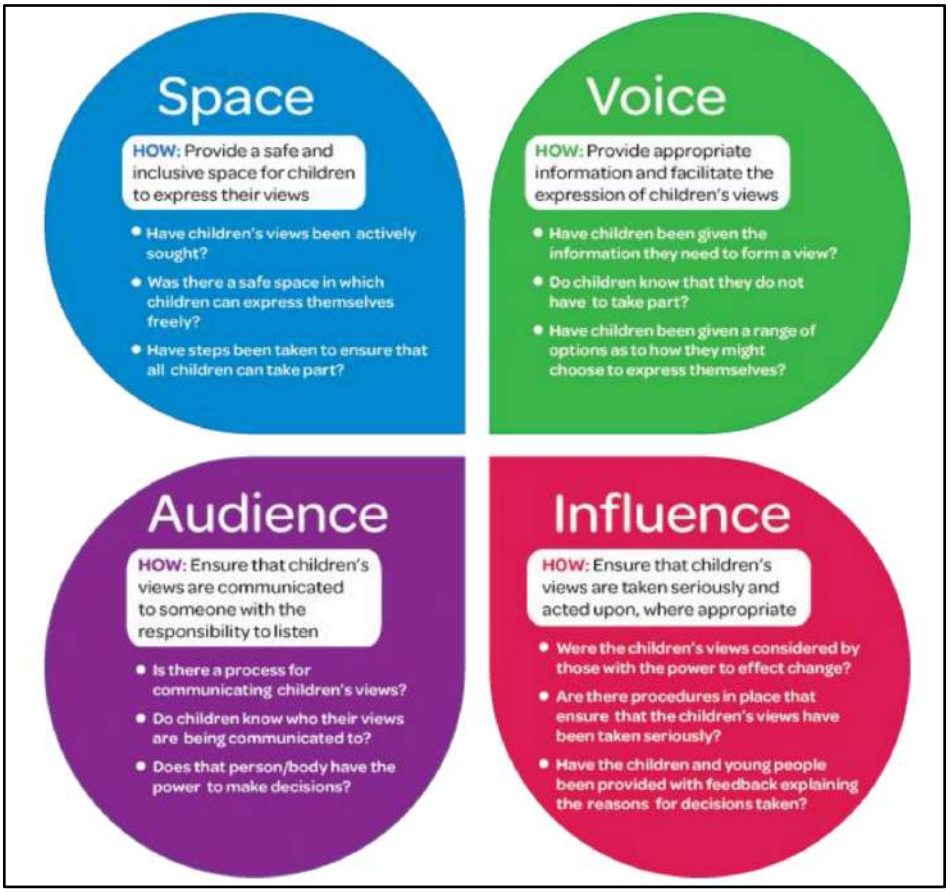



*Abbildung 11 Modell für sinnvolle Partizipation*[10]

## Partnerschaften für die Aktionsplanung

Die Aktionsplanung kann durch die Zusammenarbeit mit einer Partnerorganisation oder Einzelperson, die Ihre Ziele und Visionen teilt, gestärkt werden. Partner sollten sorgfältig geprüft und einem Hintergrundcheck unterzogen werden, um die Einhaltung der Kinderschutzrichtlinien und solider Finanzverfahren sicherzustellen.

*Tabelle 23 Partnerschaften für die Aktionsplanung*

**Partnerschaften im Fokus**

Die ostafrikanische NGO „Sport für Gemeindeentwicklung“ hat festgestellt, dass Turniere und der damit verbundene Dialog wertvolle Plattformen bieten, um verschiedene Akteure zusammenzubringen und Partnerschaften aufzubauen. Die ebenfalls in Ostafrika ansässige NGO „Sport für Flüchtlinge“ nutzte in einem ähnlichen Kontext Turniere mit moderiertem Dialog, um ihre Gemeinschaften und wichtige Entscheidungsträger einzubinden. Obwohl dies kein politisches Ergebnis darstellte, führte das Turnier und der Dialog zu einem Angebot des Sportrats, städtische Sportanlagen kostenlos zu nutzen.“

Quelle: PASS – Ausgewählte Beispiele für politische Interessenvertretung von Akteuren im Sport- und Sozialentwicklungssektor

[10] Lundy's Voice Model for Meaningful Participation as included in Ireland's National Strategy on Children and Young People's Participation in Decision-Making 2015-2020

Frage zur Selbstreflexion:

- Woran erkennen Sie, dass Ihre Interessensvertretung erfolgreich ist?

## Kommunikationsstrategie

In diesem Abschnitt geht es darum, die Kommunikationskanäle zu identifizieren, über die Sie Menschen erreichen und das Bewusstsein für Ihr Ziel bzw. Ihre Interessenvertretung schärfen können. Je nach Kontext können Sie beispielsweise soziale Medien nutzen, prominente Persönlichkeiten ansprechen, Interviews oder Podcasts veranstalten, friedliche Proteste durchführen, Leitartikel veröffentlichen oder Pressemitteilungen verfassen. Nachdem Ihr Aktionsplan nun feststeht, können Sie eine Kommunikationsstrategie entwickeln, um ihn zu untermauern, politische Veränderungen zu unterstützen, den Dialog zu fördern und die öffentliche Meinung zu beeinflussen. Beginnen Sie damit, Ihr Hauptziel der Interessenvertretung und die dafür notwendigen Maßnahmen zu klären. Entwickeln Sie Ihre Strategie anschließend anhand von drei übergeordneten Zielen: die öffentliche Meinung prägen, Empathie wecken und zum Handeln mobilisieren.

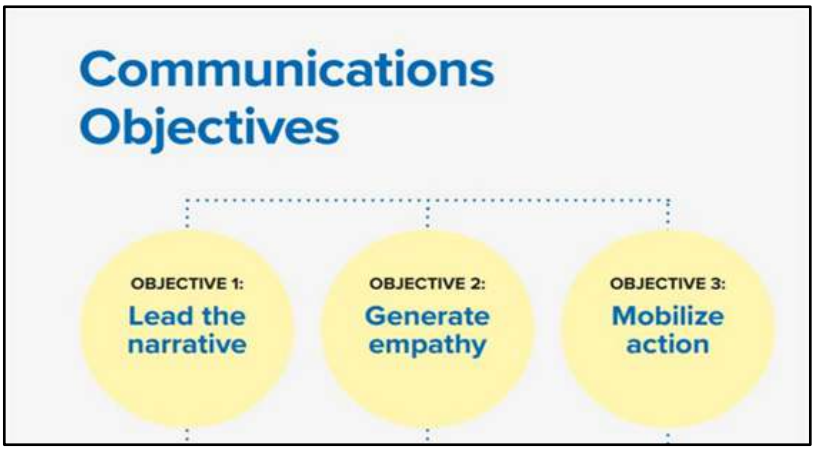



*Abbildung 12 Ziele der Kommunikation*[11]

## Definieren Sie Ihre eigenen Komunikationsziele

**Checkliste bei der Entwicklung Ihrer Kommunikationsstrategie:**

☐ Identifizieren und verstehen Sie Ihre Zielgruppe
☐ Bestimmen Sie ein Kommunikator und wichtige Verbündete
☐ Legen Sie die Kommunikationskanäle und die Vorgehensweise zur Interessensvertretung fest
☐ Formulieren Sie die Botschaft
☐ Prüfen sie die Fertigstellung zur Veröffentlichung der Botschaft

### 1. Identifizieren und verstehen Sie Ihre Zielgruppe

[11] United Nations High Commissioner for Refugees. (n.d.). *Advocacy toolkit: Part I—How to advocate*. https://www.scribd.com/document/984142865/UNHCR-Advocacy-Toolkit-1

Ein häufiger Fehler ist die zu breite Definition der Zielgruppe. Anstatt sich an „die Regierung“ zu wenden, sollten Sie die zuständige Behörde, die Ebene (national/kommunal) oder sogar wichtige Einzelpersonen genauer spezifizieren. Ebenso gibt es keine „allgemeine Öffentlichkeit“; identifizieren Sie die spezifischen Bevölkerungsgruppen, die Sie erreichen möchten. Je präziser Ihre Zielgruppe definiert ist, desto relevanter und wirksamer wird Ihre Botschaft und desto einfacher ist es, die richtigen Kommunikatoren auszuwählen.

Analysieren Sie anschließend, wie Ihre Zielgruppe das Thema betrachtet. Verstehen Sie, was sie motiviert, welchen Nutzen sie aus dem Ergebnis zieht und was sie von der Unterstützung abhalten könnte. Sobald Sie die Motivationen Ihrer Zielgruppe verstehen, können Sie Ihre Botschaften an deren Ansichten und Prioritäten anpassen. Die untenstehende Empathie-Karte (Quelle: UNHCR) kann Ihnen dabei helfen, Ihre Botschaft so zu formulieren, dass Ihre Zielgruppe eher im Sinne Ihres Ziels denkt, fühlt und handelt.

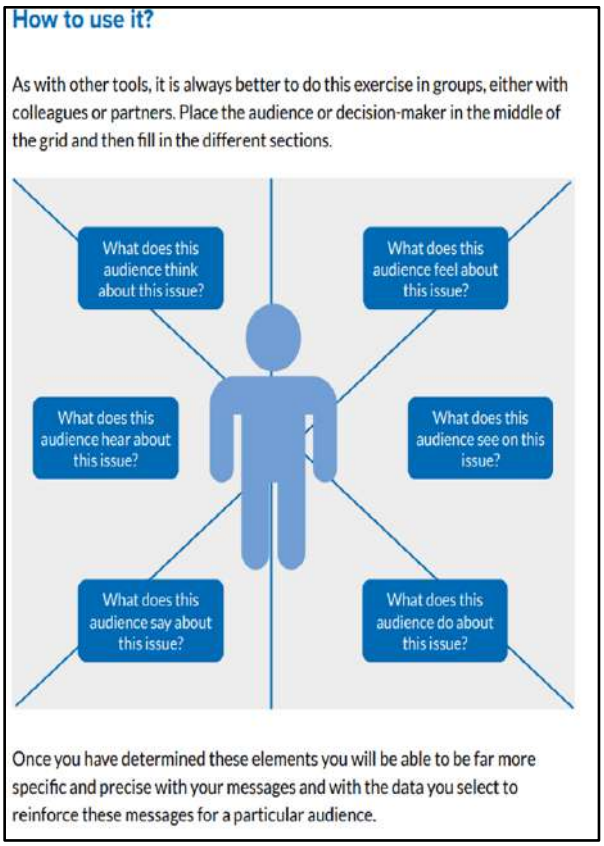



*Abbildung 13 Bestimmung der Zielgruppe*[11]

2. **Identifizieren Sie einen Kommunikator und wichtige Verbündete.**

Überlegen Sie, welche Interessengruppen Einfluss haben, welche Verbündete sind und welche möglicherweise gegensätzliche Ansichten vertreten. Dies hilft Ihnen, den/die geeignetste:n Kommunikator:in zu finden, da Sie selbst möglicherweise nicht der/die effektivste Kommunikator:in sind. Nutzen Sie dazu eines der untenstehenden Tools.

Erfahrungsgemäß sind Menschen mit eigener Erfahrung im jeweiligen Thema besser geeignet, die Botschaft zu vermitteln, da sie authentisch, glaubwürdig und emotional berührend sprechen können.

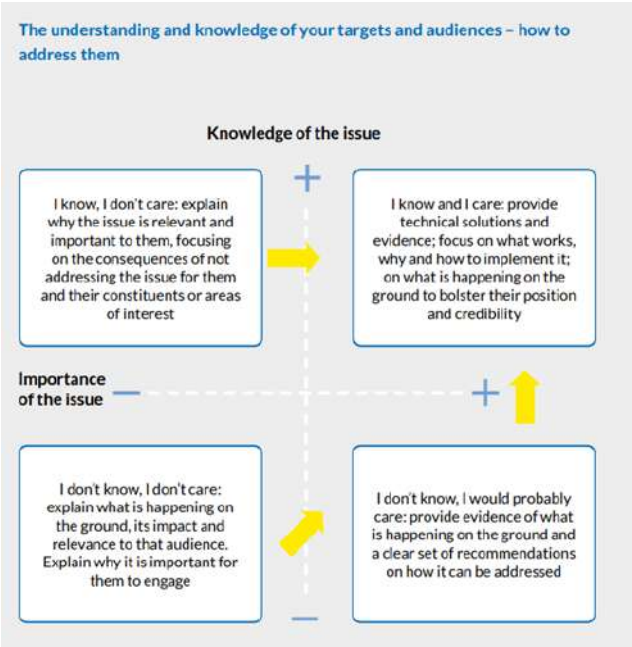



*Abbildung 14 Das Vorwissen der Zielgruppe verstehen*[11]

*Tabelle 24 Bekannte Persönlichkeiten und Botschafter erkennen*

| |
|---|
| **Bekannte Persönlichkeiten und Botschafter im Sport**<br><br>Nutzen Sie den Einfluss, die Bekanntheit und die Netzwerke prominenter Persönlichkeiten, um die Aufmerksamkeit, Glaubwürdigkeit und öffentliche Unterstützung für Ihre Kommunikationsstrategie zu steigern. Im Sport sind bekannte Athleten besonders effektive Botschafter, da sie ein großes Publikum erreichen, junge Menschen ansprechen und Botschaften auf einfache und inspirierende Weise vermitteln können. Da Sport Menschen aller Altersgruppen, Hintergründe und politischen Ansichten verbindet, erreichen Sportler als Botschafter oft Gruppen, die für Interessenverbände und politische Entscheidungsträger über traditionelle Kommunikationskanäle schwer zugänglich sind. |
| **Beispiel für eine Kommunikationspartnerschaft**<br><br>**I CAN South Sudan,** eine von Geflüchteten geführte Organisation, verfügte über starke Netzwerke in den Gemeinden und großen Einfluss an der Basis, hatte aber wenig Erfahrung in der politischen Interessenvertretung auf höchster Ebene. ALIGHT International hingegen hatte in drei afrikanischen Ländern (Uganda, Südsudan und Sudan) erfolgreich zu politischen Reformen in vielen Bereichen beigetragen, darunter geschlechtsspezifische Gewalt und Existenzsicherung. Dies gelang durch verschiedene Strategien wie Positionspapieren, Medienarbeit und politische Interessensvertretung im Parlament. Um seine Initiativen zur politischen Interessenvertretung zu |

stärken, ist I CAN South Sudan eine strategische Partnerschaft mit ALIGHT International eingegangen. Ziel dieser Zusammenarbeit ist es, den Einfluss und die Kompetenzen von I CAN South Sudan auf nationaler Ebene in Uganda im Hinblick auf die Einbindung der aufnehmenden Gemeinden zu stärken.

3. **Kommunikationskanäle und Interessensvertretungsstrategien festlegen**

   Oft ist eine Kombination verschiedener Methoden erforderlich, um Ziele zu erreichen. Sie müssen Menschen einbeziehen und das Bewusstsein schärfen, um Fortschritte bei der Zielerreichung zu erzielen. Zu den Kommunikationsmethoden gehören je nach Kontext soziale Medien, die direkte Ansprache von Persönlichkeiten des öffentlichen Lebens durch Netzwerke, Interviews oder Podcasts, friedliche Proteste, Leitartikel und Pressemitteilungen.




*Abbildung 15 Methoden der Interessensvertretung*[12]

4. **Die Botschaft formulieren**

**Rationale und emotionale Elemente kombinieren**

Eine überzeugende Botschaft sollte rationale und emotionale Aspekte vereinen.

„**Warum ist das wichtig?**“ (Auswirkungen, Beweise, Kosten/Nutzen)

„**Warum sollte mich das interessieren?“** (Gerechtigkeit, persönliche Geschichten, gemeinsame Werte der Gemeinschaft)

**Die Botschaft strukturieren und gliedern**

Strukturieren Sie Ihre Botschaft klar, bevor Sie sie kommunizieren:

- **Hauptbotschaft**: Die Kernaussage, die Ihr Publikum sich merken soll (1 Satz).

[12] Plan International. (2014). *The education we want: An advocacy toolkit*. https://plan-international.org/uploads/2022/01/2014_an_advocacy_tool_kit_part_1_en.pdf

- **Sekundäre Botschaft(en)**: Unterstützende Punkte, die erklären, warum es wichtig ist und was getan werden sollte (2–3 Kernpunkte).

Sie können **Ihre Botschaft auch nach Schwierigkeitsgrad gliedern**, sodass sie für verschiedene Zielgruppen geeignet ist und deren Sprache verwendet.

- **Einfache Version** (für die Öffentlichkeit/soziale Medien)
- **Mittlerer Version** (für Partner/Interessengruppen)
- **Technische Version** (für Experten/politische Entscheidungsträger)

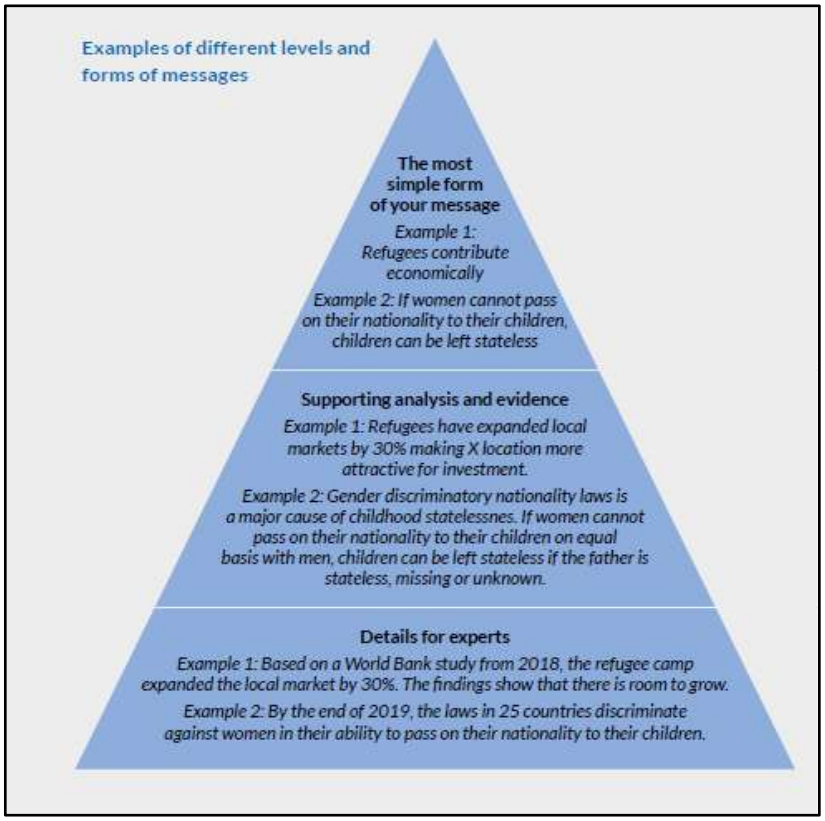



*Abbildung 16 Verschiedene Ebenen und Formen von Botschaften*[11]

5. **Umsetzung der Kommunikationsstrategie**

Um Ihr Ziel der politischen Interessenvertretung erfolgreich zu kommunizieren, müssen Sie sicherstellen, dass alle Teammitglieder den Plan und ihre Rolle darin kennen. Außerdem benötigen Sie Ihre Ressourcen und Hilfsmittel, wie z. B. Abonnements, Zeitpläne und Inhalte. Nutzen Sie die sorgfältige Prüfung, um Risiken zu minimieren, und machen Sie sich keine Sorgen, wenn nicht alles perfekt ist. Sie werden immer aus Fehlern lernen und diese in Ihren nächsten Aktionsplan einfließen lassen können!

**Sobald Sie mit Ihrem Kommunikationsplan zufrieden sind, können Sie loslegen!**

Selbstreflexionsfrage: Welchen Kommunikationsschritt werden Sie unternehmen?

### Schlussfolgerung

In diesem Kapitel haben Sie auf die in den vorherigen Kapiteln erworbenen Kenntnisse und Fähigkeiten zurückgegriffen. Sie wurden angeleitet, Ihr politisches Problem zu präzisieren. Sie haben gelernt, einen Aktionsplan zur politischen Interessenvertretung zu entwickeln und die Vorgehensweise mit den Betroffenen abzustimmen. Außerdem haben Sie eine Kommunikationsstrategie erarbeitet. Mit diesen abschließenden Bausteinen sind Sie nun bestens gerüstet, um sich für politische Veränderungen im Sport in Ihrer Gemeinde – und darüber hinaus – einzusetzen!

## Weitere Ressourcen, Referenzen, Hilfsmittel


- Community Toolbox - Participatory approaches to planning community interventions
- Kaufman, T., & Foundation, O. R. (2025). Cities, Sport and Inclusion: A Policy Plan to Support Displaced Communities.
- McLennan, N., & UNESCO. (2021). Making the case for inclusive quality physical education policy development: A Policy Brief. UNESCO Publishing
- Plan International. (2014). *The education we want: An advocacy toolkit*. https://plan-international.org/uploads/2022/01/2014_an_advocacy_tool_kit_part_1_en.pdf
- Sport England Evaluation Framework: The Essentials
- UNESCO (2022) Promoting Policy and Cooperation to Support Creativity. Peer-to-Peer learning Toolkit. UNESCO Publishing
- UNESCO (2021). How to influence the development of quality physical Education Policy: A Policy Advocacy Toolkit for Youth. UNESCO Publishing
- United Nations High Commissioner for Refugees. (n.d.). *Advocacy toolkit: Part I—How to advocate*. https://www.scribd.com/document/984142865/UNHCR-Advocacy-Toolkit-1

# Anhang

## Kapitel 2 Instrumente zur Selbsteinschätzung

### Anhang a

Wie würden Sie Ihre **Handlungsfähigkeit** bewerten in Bezug auf...

| | **Sehr gering** | **Gering** | **Neutral** | **Gut** | **Sehr gut** |
|---|---|---|---|---|---|
| **Glaube an die Fähigkeit, politische Entscheidungen zu beeinflussen** | | | | | |
| **Selbstvertrauen im Umgang mit politischen Entscheidungsträgern** | | | | | |
| **Wahrgenommene Legitimität bei politischen Entscheidungsträgern und der Zivilgesellschaft** | | | | | |
| **Engagement von Führungskräften und Mitarbeitenden für die Interessenvertretung** | | | | | |
| **Fähigkeit, die Initiative zu ergreifen und neue Ansätze auszuprobieren** | | | | | |

Wie würden Sie Ihre **Fähigkeiten und Kenntnisse** einschätzen in Bezug auf...

| | **Sehr gering** | **Gering** | **Neutral** | **Gut** | **Sehr gut** |
|---|---|---|---|---|---|
| **Strategische Planung und Management** | | | | | |
| **Medien, Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit** | | | | | |
| **Öffentliche Politik und Politikgestaltung (allgemein)** | | | | | |
| **Sportpolitik und Politikgestaltung** | | | | | |
| **Planung und Gestaltung von Interessensvertretung** | | | | | |
| **Monitoring, Evaluierung/ Datenerhebung** | | | | | |

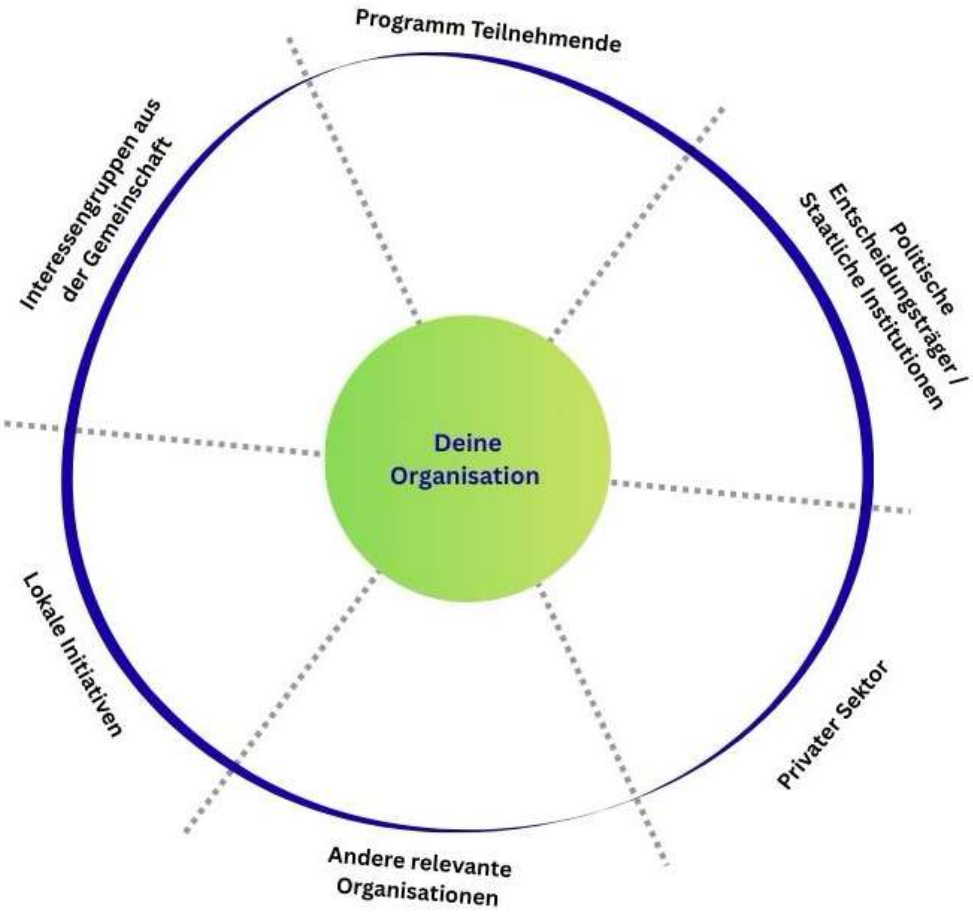
Wie würden Sie Ihre **Beziehungen** einschätzen mit…

| | **Sehr gering** | **Gering** | **Neutral** | **Gut** | **Sehr gut** |
|---|---|---|---|---|---|
| **Personal und Freiwilligen** | | | | | |
| **Mitglieder und Teilnehmende** | | | | | |
| **Sportvereine und -Organisationen** | | | | | |
| **Regierung und politische Entscheidungsträger** | | | | | |
| **Zivilgesellschaftliche Organisationen** | | | | | |
| **Sport für Entwicklung Organisationen** | | | | | |
| **Journalisten und Medienschaffende** | | | | | |
| **Weitere Organisationen aus den Bereichen Gesundheit, Bildung oder Soziales** | | | | | |

Wie würden Sie Ihre **Ressourcen** einschätzen in Bezug auf…

| | **Sehr gering** | **Gering** | **Neutral** | **Gut** | **Sehr gut** |
|---|---|---|---|---|---|
| **Fachkompetenz des Personals** | | | | | |
| **Verfügbarkeit des Personals (Zeit)** | | | | | |
| **Anlagen und Material** | | | | | |
| **Finanzielle Ressourcen** | | | | | |
| **Technology and Software** | | | | | |
| **Zugang zu Daten, Informationen und Beweismitteln** | | | | | |

Stakeholder Mapping



## Kapitel 3 Aktivitäten zur politischen Interessensvertretung

### Anhang b

1. **Überwachung der Politik**

| | Global | National | Lokal |
|---|---|---|---|
| **Sport** | | | |
| **Nachhaltige Entwicklung** | | | |
| **Gesundheit** | | | |
| **Bildung** | | | |
| **Für die Zielgruppe relevante Bereiche** | | | |

2. **Positionspapier**

| | |
|---|---|
| **Titel** | |
| **Zusammenfassung** | |
| **Begründung für Maßnahmen zur Problemlösung** | |
| **Vorgeschlagene politische Optionen** | |
| **Politische Empfehlungen** | |
| **Empfohlene Quellen / Link zur Originalstudie** | |
| **Kontaktdetails** | |

3. **Handlungsaufruf**

| | |
|---|---|
| **Einprägsamer Titel** | |
| **Kurze Hintergrundinformationen** | |
| **Informationen über die Aktivität** | |
| **Handlungsaufruf** | |

4. **Einbindung von Entscheidungsträgern**

| | |
|---|---|
| **Relevante Entscheidungsträger** | |
| **Kontaktmöglichkeiten** | |
| **Interessen & Prioritäten** | |
| **Potentielle Netzwerkmöglichkeiten** | |

**5. Koalitionsbildung**

| **Gemeinsames politisches Ziel:** | |
|---|---|
| **Ressourcen und Beiträge zur Koalition** | |
| **Ihre Organisation** | ● |
| **Stakeholder 1** | ● |
| **Stakeholder 2** | ● |

6. **Reformbemühungen**

| | **Piloten (testen, was funktioniert)** | **Demonstrationen (Mobilisierung der Öffentlichkeit)** | **Rechtsstreitigkeiten (Rechtsvorgänge)** |
|---|---|---|---|
| **Aktion** | | | |
| **Ziel / Auswirkung** | | | |
| **Wen soll man einbeziehen?** | | | |
| **Benötigte Ressourcen** | | | |
| **Risiken / Herausforderungen** | | | |
| **Wie sieht Erfolg aus?** | | | |

## Kapitel 4 Interessenvertretung betreiben

### Anhang c

### 1. Vorlage zur Formulierung eines politischen Problems

| | |
|---|---|
| **Name der Initiative** | *Geben deinem politischen Interessenvertretungsplan einen Titel* |
| **Was muss geändert werden?** | *Zähle 1 bis 5 Fokusfelder auf.* |
| **Übergeordnetes Ziel** | *Beschreibe wie Erfolg aussehen würde.* |
| **Wer muss beeinflusst werden?** | *Zähle Hauptpersonen auf, welche kontaktiert/ beeinflusst werden müssen.* |

### 2. Auswahl des politischen Problems, das angegangen werden soll

Die folgende Tabelle kann verwendet oder angepasst werden, um Ihnen bei der Entscheidung zu helfen, welches politische Problem Sie bearbeiten möchten, wenn Sie mehrere gleichzeitig zu bewältigen haben. Durch die Beantwortung jeder Frage erhalten Sie ein klareres Bild aller Aspekte der Problemlösung und sollten in der Lage sein, eine einfachere und effektivere Entscheidung zu treffen.

| | **Problem 1** | **Problem 2** |
|---|---|---|
| **Wie oft kommt das Problem auf?** | | |
| **Wie viele Personen sind davon betroffen?** | | |
| **Für wie lange sind diese davon betroffen?** | | |
| **Wie schlimm sind die Auswirkungen?** | | |
| **Wie schlimm nehmen Gruppenmitglieder das Problem wahr?** | | |
| **Wie schlimm wird das Problem von anderen wahrgenommen?** | | |

| | | |
|---|---|---|
| **Wie wahrscheinlich ist die Lösung/ signifikante Verbesserung des Problems?** | | |
| **Können wir die Risiken bei der Bearbeitung dieses Problems bewältigen?** | | |

*Angepasst von Community Tool Box Sektion 3: Definieren und Analysieren des Problems*

**Checkliste zur Definition eines politischen Problems:**

**___Es ist wichtig.**

**___Es ist umsetzbar.**

**___Sie sind die an den besten geeigneten Personen, um dieses Problem anzugehen.**

**___Sie haben die möglichen negativen Auswirkungen abgewogen.**

**___Sie haben zwischen möglichen politischen Problemen gewählt.**

**___Sie sind sich Ihrer Fähigkeiten und Grenzen bei der Bearbeitung des politischen Problems bewusst.**

**___Sie verstehen die verschiedenen Ansätze der politischen Interessenvertretung.**

*Angepasst von Community Tool Box Sektion 3: Definieren und Analysieren des Problems*

### 3. Vorlage eines Maßnahmenplans zur Interessensvertretung

| **Fokusbereich 1:** | | | | |
|---|---|---|---|---|
| Ziel(e): | | | | |
| Strategie 1: | | | | |
| *Maßnahme:* | *Verantwortliche Person(en):* | *Bis wann:* | *Benötigte Ressourcen:* | *Kommunikation: (wer soll was, wann wissen):* |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| Strategie 2: | | | | |
| *Maßnahme:* | *Verantwortliche Person(en):* | *Bis wann:* | *Benötigte Ressourcen:* | *Kommunikation: (wer soll was, wann wissen):* |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| Strategie 3: | | | | |
| *Maßnahme:* | *Verantwortliche Person(en):* | *Bis wann:* | *Benötigte Ressourcen:* | *Kommunikation: (wer soll was, wann wissen):* |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |

Angepasst von Community Tool Box Sektion 5: Erstellung eines Maßnahmenplans

4. **Kommunikationsplan**

| | |
|---|---|
| **1. Identifizieren und verstehen Sie Ihre Zielgruppe** | |
| **2. Identifizieren Sie einen Botschafter und wichtige Verbündete** | |
| **3. Legen Sie die Kommunikationskanäle und die Methode der Interessenvertretung fest** | |
| **4. Formulieren Sie die Botschaft** | |
| **5. Überprüfen Sie die Bereitschaft zur Umsetzung Ihrer Kommunikationsstrategie** | |

**5. Stakeholder Interesse / Wichtigkeits Matrix**

Schreiben Sie die Namen der Stakeholder in die weißen Felder.

| **Name der Initiative:** | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **Interesse** | **6** | | | | | |
| | **5** | | | | | |
| | **4** | | | | | |
| | **3** | | | | | |
| | **2** | | | | | |
| | **1** | | | | | |
| | **0** | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** |
| | **Wichtigkeit/ Einfluss** | | | | | |

Angepasst von: sportanddev MOOC



PASS

Policy Advocacy for
Sport and Society



Co-funded by
the European Union