

Politische Kaminrunden

Norbert Eder

Leiter Vorstandskommunikation &
Public Affairs
debitel AG

Münchner Kreis, 17. Juli 2006

Ergebnis des Projekts ist eine (Neu-) Positionierung des MK als Think-Tank im ITK und Medienbereich.

Beschlusslage nach Vorstandssitzung am 12.4.2006

- Der MK wird sich als **Think-Tank** im ITK und Medienbereich positionieren
- Die **Eckpunkte der neuen Strategie** sind neben der Beibehaltung bewährter MK Aktivitäten: Die Entwicklung von Handlungsempfehlungen, eine stärkere europäische Ausrichtung, die Fokussierung auf politische Entscheider und die Erhöhung von Bekanntheitsgrad innerhalb der Politik, Industrie und Wissenschaft
- ...
- **Neue Instrumente** des MK werden Politische Kaminrunden, Ministerien-Workshops, ein jährlicher European Round Table und die Entsendung von Delegationen zu internationalen Fachkonferenzen sein
- ...

Einfluss auf die Politik haben, heißt strukturwirksame und sichtbare Veränderungen bewirken

Wie kann Einfluss auf die Politik genommen werden?

- Gesetze oder Verordnungen gestalten
- Lenkung öffentlicher Ausgaben
- Politiker vertritt bestimmte Positionen in Gremien und Öffentlichkeit

Beispiele

- „Wirtschaftsministerium entwickelt Breitband-Masterplan“
- „Bundesregierung beschließt den Breitbandausbau als Strukturmaßnahmen zu fördern oder zu finanzieren“
- „Wirtschaftsminister fordert Medienunternehmen auf, mehr Inhalte für breitbandige Anwendungen zu entwickeln“

Einfluss haben und gewinnen heißt, auf mehreren Wegen politisch kommunizieren

Wie kann
Einfluss erreicht
werden?

- durch
- Beratung & Überzeugung
 - Schaffung von Fakten
 - öffentlicher Druck
 - öffentliche Meinung

Beispiele

- „Parlamentarier diskutieren Internationale Benchmark-Studie, die Deutschland abgeschlagen in der Breitbandnutzung sieht“
- „Vodafone verkauft DSL-Tochter Arcor wegen Marktschwäche“
- „BITKOM wirft Regierung Versagen in der Breitbandpolitik vor“
- „51% der Unternehmen bewerten die Breitbandinfrastruktur in Deutschland als Vorteil im internationalen Wettbewerb“

Der Einfluss ist umso höher, je mehr das Interesse der Politiker getroffen wird

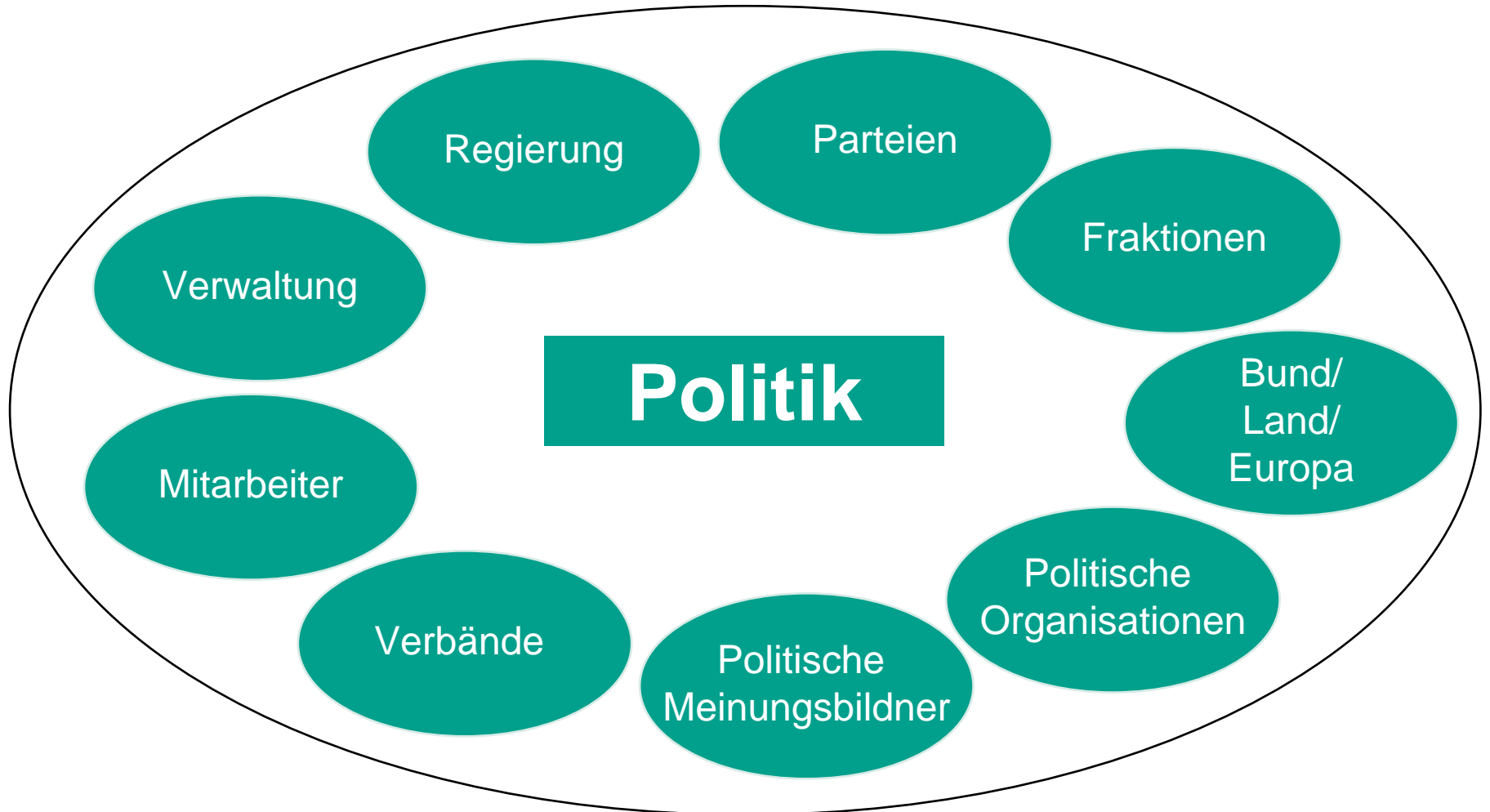
Woran hat ein Politiker Interesse?

- an Vorschlägen zu Themen, die zur Entscheidung stehen
 - konstruktiv
 - praktikabel
 - allgemeingültig
- an Fakten/Beispielen aus seinem Arbeitsbereich
- an Möglichkeiten sich zu profilieren
- an Unterstützung

Beispiele

- „VATM-Kompromissvorschlag zwischen Telekom und Wettbewerber zur Regelung Roaming-Gebühren“
- Beispiel für Breibandwendungen: „Jeder Dritte , Ikea-Küchenkäufer plant die Küche auf Ikea online“
- „Sts Pfaffenbach hält Keynote auf Breitband-Jahrestagung des Münchner Kreises“
- „Mitgliedsunternehmen des Münchner Kreises sponsern Inhalte auf dem Breitband-Forschungsnetz des BMBFS“

Den „Politiker“ gibt es nicht, die Zielgruppe Politik ist äußerst heterogen



Wann bewegt sich etwas in der Politik? Wenn aus einer Meinung eine öffentliche Meinung wird



Es gibt eine Vielzahl von Instrumenten der politischen Kommunikation

Formate

Art der Einflussnahme

MK

Politische Tagungen

- Tagungen/Kongresse
- Jahresversammlungen
- Fraktionstagungen
- ...

- Agenda Setting im politischen Raum im Vorfeld von Entscheidungen



Institutionelle Partnerschaften

- Beiräte
- Kuratorien
- Stiftungen/Projekte/PPP
- ...

- Kontinuierliche, nicht-öffentliche Zusammenarbeit in bestimmten Themenfelder



Politischer Prozess

- Anhörungen
- Enquete Kommissionen
- ...

- Beratung bei Einzel-Entscheidungen auf Fachebene



Lobbying-Formate

- Parlamentarische Abende
- Frühstücke, Talks, Treffs
- Stammtische, Kaminabende

- Gezielte Beratung ausgewählter Politiker bei Einzel-Entscheidungen



Mit Politischen Kaminabenden kann ein Netzwerk aufgebaut werden

regelmäßig
mit denselben Partnern
man kennt und vertraut sich
gegenseitiges Geben und Nehmen

„Politische Kaminabende“ können unterschiedlich ausgestaltet werden und politische Kongresse ergänzen

TOP 10 – Beratung & Dialog

- Fester Kreis, informell, Diskussion nicht-öffentlich
Entscheider
Abendessen
4 x pro Jahr, 2 Std
- Zielgruppe: z.B.
5 Policy, 2 Science,
3 Business
- Alternierende
Themen/Sprecher
- Bsp.: IT-Kreis FES;
TK-Frühstück

TOP 100 – Agenda Setting

- Flexibler Kreis:
MdBs, Mitarbeiter,
Verwaltung,
Multiplikatoren
- Informations-
charakter
- 2-4 pro, 4 Std,
Vorträge/Empfang
- Programm &
Speaker durch MK
- Begleitende
Studie/Pressearbeit
- Bsp.: BITKOM

TOP 500 – Politische Tagung

- Tagungen
des Münchner
Kreises
- Deutscher
Multimedia-
Kongress
- D21-Breitbandgipfel
- Jahrestagung CDU-
Wirtschaftsrat
- IT-Gipfel der
Bundesregierung
- Münchner
Medientage

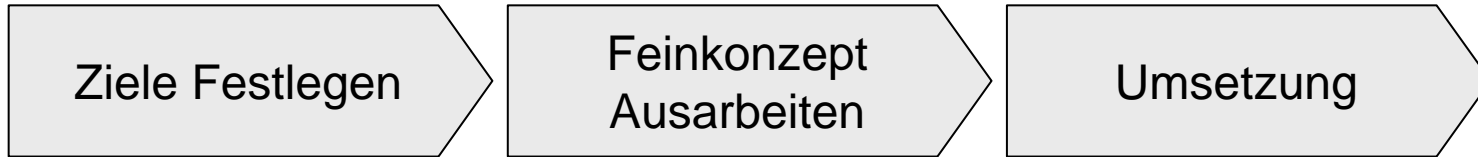
Der Münchner Kreis hat mehr als andere Player profunde Inhalte, um politisch Einfluss zu haben

Beispiel Konferenz 2005:
„Breitbandzugang: Wie kann Deutschland aufholen?“

Exemplarisch: Wirtschaftspolitische Aktionsfelder (Vortrag Prof. Picot)

- Stärkung des Infrastruktur und Dienstewettbewerbs
 - Marktdefinition und Marktanalyse für Breitbandvorprodukte
- Erzeugung öffentlicher Aufmerksamkeit für die gesamtwirtschaftliche Bedeutung des Breitbandinternets (D21/Breitbandatlas)
- Unterstützung neuartiger Breitbandanwendungen um Diffusion anzuregen
 - eGovernment, eHealth, eEducation
- Vorleistungsprodukte für Wettbewerber
- „Wir dürfen bei der Diffusion des Breitbandzugangs nicht länger nachhinken, sondern müssen allzeit ordnungspolitisch und unternehmerisch entschlossen daran arbeiten, den Anschluss an die Spitze wieder herzustellen!“

Nächste Schritte



- TBD -