

# Lobbekboka

---

Som en del av OK-boka for VOFO-ansatte regionalt og nasjonalt presenteres her en ny og revidert utgave av "Lobbekboka".

I miljøet for voksnes læring er det mange som behersker lobbekunsten godt, som har gode politiske kontakter og stor innsikt i politiske prosesser. Likevel får vi ikke alltid gjennomslag for vårt budskap i det politiske system.

Voksnes læring i regi av frivillig sektor har i mange år vært offer for nedskjæringer. Det er ulike årsaker dette, og skyldes ikke dårlig lobbyarbeid alene. Ulike politiske strømninger og prioriteringer gir ulike skjær i sjøen. Men lobbyarbeid er viktig i ulike politiske farvann, og vi kan alltid bli bedre – også som lobbyister.

Lobbekboka er et redskap for både ansatte og frivillige medarbeidere som vil bruke lobbying som et redskap i arbeidet for voksenlæringens vilkår.

Inspirasjon og tips til Lobbekboka er hentet fra Erling Berrums hovedoppgave i sosiologi, "Lobbyvirksomhet og demokratisk praksis – en kvalitativ undersøkelse av lobbyvirksomhet på Stortinget", Universitetet i Oslo, 2000.

Lobbekboka svarer på spørsmålene:

1. Hva er lobbying?
2. Når skal vi lobbe?
3. Hvorfor skal vi lobbe?
4. Hvor og hvordan skal vi lobbe?
5. Hvilket innhold lobber vi for?
6. Hvem skal lobbe overfor hvem?

## 1 Hva er lobbying...

Ordet "lobby" er opprinnelig engelsk og betyr forhall eller vestibyle, men betegnelsen knyttes gjerne til inngangshallen eller korridorene i den amerikanske kongressen, hvor de folkevalgte møtte folk utenfra. Her tok personer eller interessegrupper kontakt for å forsøke å påvirke myndighetenes avgjørelse.

(Erling Berrum, Hovedoppgave i sosiologi, Universitetet i Oslo, 2000)

Med lobbyvirksomhet menes skriftlige og muntlige henvendelser fra eksterne grupper/interesser som prøver å få satt saker på Stortingets dagsorden eller som prøver å påvirke representantens/enes standpunkt i saker som er under behandling. (Espeli/Rommetveit 1995)

Lobbyvirksomhet er med andre ord kort og godt arbeid som har til hensikt å påvirke politiske beslutningsprosesser.

## Når skal vi lobbe?

Vi skal lobbe i tide, ikke i utide. Vi må treffe våre mål til riktig tid og på rette måte. Vi må finne ut når politikerne er på søk og på søken, når de er mottakelige og ikke for travle, når de trenger hjelp til argumenter og tekster, ikke når de allerede står på talerstolen med tekster som kanskje "konkurrenten" vår har foret dem med. For å påvirke regjeringens hovedprioriteringer må vi lobbe allerede i januar - mars året i forvegen. Utover vinteren og våren legges budsjettpremissene i departementene. "Lukking" av budsjettene skjer i august/september.

I Stortinget kan vi lobbe før og under budsjettbehandlingen – i september, oktober og november. I september kan vi fore dem med argumenter som vi/de kan bruke når budsjettet er lagt fram i oktober. Partiene (i opposisjon) utarbeider sine alternative budsjetter i tiden rett etter at budsjettet er lagt fram (ca. 10. oktober). Be om en uformell kaffeprat. Spør om de vil ha forslag til tekster. Skaff deg rede på i hvilken form tekstene bør være.

I oktober følger vi opp og ber om uformelle og kanskje også mer formelle møter (komitéhøring for eksempel) for å høre ulike politikeres syn på budsjettet, og å sondere terrenget for å hente støtte for våre syn. Samtidig arbeider vi for å få mediedekning, og bruker oppnådd mediedekning som "ryggstøtte" i politikerkontakten videre.

I november er siste sjanse for interne omfordelinger i budsjettet, og da kan konkrete henvisninger og tekster være verdifulle å gi til politikere som vi mener er våre allierte. Kontakter både i fagkomiteen og Finanskomiteen kan være avgjørende. Finanskomiteen avgjør de endelige rammene ca. 20. november. Omprioriteringer i fagkomiteene bør skje før dette. Tilby å komme med forslag og merknadstekster.

Tilsvarende i fylker og kommuner, men til noen andre tider.

Vi kan også lobbe før og under partilandsmøter for å påvirke partiprogrammene. Finn ut når landsmøtene holdes. Ring partikontorene. Skaff partiprogrammene. Kom i dialog og tilby hjelp til å skrive avsnitt eller kapitler om voksenopplæring og livslang læring. Konfronter partiene med formuleringer i deres program som støtter din sak. Inviter partipolitikere til egne arrangement for å be dem innlede om livslang læring. Husk at kontakten med personene bak politikerne – komitesekretærene, partisekretærene, gruppesekretærene – også er viktig. De er premissleverandører.

## Hvorfor skal vi lobbe?

Hovedhensikten med å lobbe er å sikre eller øke de offentlige tilskudd til virksomheten vår. Her kan vi være konkrete. Utgangspunktet for konkrete lobbearbeidinger ett år – brannsløkking - kan jo være at vi har fått kutt i forslaget til statsbudsjett. Da må lobbearbeidet gå ut på å arbeide for å rette opp dette. Så enkelt – og så vanskelig – er det!

På lengre sikt – og mer kontinuerlig – bør vi pleie kontakten med det politiske system (folkevalgte, partier etc.) ikke som brannmann, men mer som gartner. Vi må stadig så spirer og frø, slik at når situasjonen oppstår, så vil politikere, partiet

eller mediet vite om deg og ditt anliggende. Når en avis for eksempel ønsker å skrive om voksenopplæring, skal avisen vite om oss og be oss om uttalelser!

Vi må lobbe fordi alle andre gjør det...

Vi må lobbe fordi det ikke finnes noen bedre veg inn til politikernes prioriteringer...

## Hvor og hvordan lobbe?

Hvor: På hjemmebane.

De fleste politikere vil bli møtt på hjemmebane; henholdsvis på Stortinget, i eget fylke eller i eget parti. Der kjenner de fortrolighet. Møt politikerne på deres premisser. Tilby deg å komme til dem. Finn løsninger som gjør at politikerne sparer tid. Det er imidlertid viktig å møte dem både der de jobber (for eksempel på Stortinget) og der de representerer (det fylket/stedet de er

valgt fra, hos de målgrupper de spesielt har sagt de vil arbeide for og/eller i det parti de representerer).

Hvordan: Saklig.

Å være saklig er alfa og omega i alt lobbearbeid. Vi skal være saklige og etterrettelige. Det skal ikke gå an å ta oss i bløff eller tendensiøsiteter. Derfor er det viktig å kunne dokumentere våre utspill med fakta, tall og klare tendenser. Vi har hørt om interesseorganisasjoner som har kommet med svært pompøse utspill overfor politikere om "alvorlige konsekvenser for våre medlemmer" og lignende, og så viser det seg senere at dokumentasjonen bak utspillet var falsk. Det kan ta år å bygge tillit. Vi må agere slik at politikerne får tillit til oss. Tillit kan knyttes til felles referanser, som for eksempel medlemskap i samme organisasjon, felles kjente, felles distrikt eller felles bakgrunn.

Tillit og etterrettelighet gjelder for dokumentasjon og argumentasjon, men også opptreden. Høflighet, dannelse og ordentlighet kan være like viktig. Vi skal også passe på å kle oss etter situasjonen. "Kleskode" er blitt mer og mer viktig i sammenheng med kommunikasjon. Det er jo kommunikasjon det handler om!

Politikeruttalelse:

"Hvis noen prøver å lure meg, så er det andre som vinner kampen om min oppmerksomhet." (Berrum 2000).

Gjør det enkelt, kortfattet og konkret.

En god lobbyist klarer å sortere ut det viktigste og ikke bli for detaljrik. Vi må bruke et enkelt, folkelig og korrekt språk, uten å bli banale.

Det muntlige budskapet vårt må gjerne ledsages av korte, konsise tekster. Fyldigere skriftlig dokumentasjon bør ledsages av et lite notat (sammendrag) på maks en side.

Det er dessuten viktig å gjøre seg kjent med Stortingets rutiner, partienes standpunkter, representantenes relevante uttalelser etc.

Vær tidsnok ute. Bruk tiden riktig. Vær kort og konsis. Pass på språket. Ikke be om møter om du ikke har noe å si. Ikke vær utidig. Ikke mas, for eksempel med for mange e-poster...

## Hvilket innhold lobber vi for?

*Voksnes læring - vårt budskap.*

Vi skal lobbe for det vi jobber med. Voksenopplæring. Voksnes læring. Livslang og livsvid læring. Læring og kultur. Læring som integrert del av frivillighet.

Men pass på dette: Sett individet i sentrum! Finn fram til ansiktene bak statistikken. Tall og fakta er viktig, men – ikke minst for mediene – enkeltskjebnene er viktigere. Finn fram til ”læringsheltene”, hverdagsmenneskene som gjennom voksenlæring har fått forbedret sine liv. Finn historiene fra ”det lærende Norge”. Knytt an til hva som skjer, der det skjer. Alt skjer lokalt. Synliggjør betydningen av voksnes læring for den enkelte, ikke for arrangørene, ikke for studieforbundene eller Voksenopplæringsforbundet for den saks skyld. Vi er redskapene, ikke målet! Men balanser dette opp mot viktigheten av å påpeke at ”uten studieforbundene stopper det lærende Norge”.

Med dette (prinsipielle) innhold som utgangspunkt, vet vi at innholdet må tidstilpasses. Hva vi vektlegger det ene året, kan være forskjellig fra hva vi fokuserer på som viktigst det neste. Viktigst: ha et reflektert og gjennomtenkt forhold til hva slags budskap som skal vektlegges.

Formen: Politikerne i Stortinget ønsker å motta saksopplysninger, fakta, konkrete løsningsforslag og eventuelle nye argumenter i sakene. (Berrum 2000).

## Hvem skal lobbe overfor hvem?

Målgruppene for lobbyvirksomheten er jo som allerede nevnt politikerne, politikerne og politikerne. De er våre hovedmålgrupper for lobbyvirksomheten, fordi det er de som kan endre på betingelsene vi lever under (les: offentlige tilskudd). Men det er ulike måter å nå fram til politikerne på. Derfor er for eksempel medier og opinionsledere indirekte målgrupper for lobbyvirksomheten vår. En god mediestrategi er et viktig redskap i alt lobbyarbeid. Oppslag i mediene om våre saker og/eller kjendiser eller andre opinionsledere (personer med høy anseelse i samfunnet) som uttaler seg positivt om virksomheten vår, er verdifulle bidrag i lobbyarbeidet.

Men ellers:

\* Det er vi som skal lobbe! Vi verken kan eller bør kjøpe oss lobbetjenester. Profesjonelle lobbyere kjenner normalt ikke vårt budskap i dybden. Vi er mer troverdige om vi gjør det selv.

\* "Alltid når engasjement skinner igjennom, så blir budskapet mer troverdig, og det blir mer interessant å lytte til det som blir sagt. ..."

(Berrum, 2000)

\* "Du når mer fram hvis motparten føler at dette tror du på, at du gir av deg selv og ikke bare er der." (Berrum, 2000)

\* *Den gode lobbyist er den du ikke merker.*

***Lykke til med lobbyarbeid og lobbysamarbeid!***

VOFO 2008-01-03

Sturla Bjerkaker

sb@vofo.no