

# 30 praktiska lobbyingtips

Lobbying handlar om att försöka påverka politiska beslut genom direktkontakter med beslutsfattare och opinionsbildning via medierna. Lobbying kan främja demokratin. Gör många sina röster hörda blir debatten mer allsidig och de politiska besluten klokare.

Det finns också demokratiska problem med lobbying. Politisk påverkan bedrivs alltför ofta utan tydlig avsändare. Riskerna finns dessutom att resursstarka särintressen skaffar sig inflytande på bekostnad av allmänintresset. Men problemet är inte att de resursstarka lobbar, utan alla de som inte gör det.

Vi vill sprida kunskapen om hur man lobbar. Det krävs inte en stor plånbok och professionella lobbyister för att påverka politiska beslut. Goda argument och ett stort engagemang räcker långt.

*Mångfaldigande av denna text är tillåtet med angivande av källan: [www.westander.se](http://www.westander.se)*

---

## Bygg en stabil grund

### 1. *Skriv en rapport*

Börja med att skriva en rapport om sakfrågan. Den bör lyfta fram alla argument som talar för ert förslag. Inled med en kort och enkel sammanfattning. Rapporten är en bas för politikerkontakter och debattartiklar.

Exempel: Skånes Bildningsförbund tog fram en rapport som påvisade hur kommunernas stöd till folkbildningen minskat de senaste tio åren. Rapporten används för att påverka politiker att återställa stödet till tidigare nivåer.

### 2. *Kartlägg ställningstaganden*

Gå igenom riksdagsmotioner, uttalanden i riksdagen och medier samt beslut i partiernas högsta beslutande organ. Sammanställ sedan partiernas ställningstaganden i frågan. Fokusera på det positiva. Ta även reda på hur ungdomsförbund, kvinnoförbund, enskilda riksdagsledamöter, myndigheter och intresseorganisationer ställer sig i frågan. Beställ eventuella remissyttranden. Kartläggningen ska identifiera partier och personer som bör kontaktas samt relevanta argument.

### 3. *Upprätta en kampanjplan*

Upprätta en detaljerad och kronologiskt utformad kampanjplan. Vilka är målsättningarna? Vilka är delmålen? När ska eventuella utredningar vara klara? När fattar regeringen/riksdagen beslut? Hur ska ni agera för att påverka? Vilka grupper eller personer har andra intressen och hur kan man hantera eventuella motkampanjer?

### 4. *Var öppen*

Uppge alltid vilka ni representerar och syftet med kampanjen. Smussel är odemokratiskt och kan dessutom slå tillbaka mot kampanjen. Däremot bör ni i normalfallet inte berätta för andra vilka kontakter ni har med exempelvis enskilda riksdagsledamöter.

Exempel: Svenskt Näringslivs arbete för arbetskraftsinvandring bedrevs öppet och genererade omfattande publicitet. Det blev framgångsrikt och organisationens Theodor Paues belönades med utmärkelsen Årets lobbyist 2003.

### 5. *Utse talesperson*

Utse den i företaget eller organisationen som är bäst lämpad att föra fram ert budskap till talesperson. I första hand ska ni själva styra kampanjen och inte överlåta kontakten med politiker och media åt en pr-byrå.

## Skapa allianser

### *6. Lyft fram allmänintresset*

Lyft fram argument som visar på frågans allmänintresse. Riksdagen fattar inte beslut utifrån intresset hos enskilda företag och organisationer.

Exempel: Svenskt Näringsliv arbetar för att avskaffa förmögenhetsskatten. Det budskap som förs fram är att staten tjänar på att ta bort en kontraproduktiv skatt.

### *7. Samarbeta med intressegrupper*

Företag med kommersiella motiv bör försöka skapa allianser med organisationer som stöder deras krav. Det stärker trovärdigheten för budskapet.

Exempel: När Statoil drev en kampanj för hushållens rätt att kostnadsfritt byta elleverantör samarbetade företaget med konsument- och bostadsorganisationer. Utan dessa organisationer hade budskapet framstått som rent kommersiellt.

### *8. Sök det gemensamma*

Olika partier kan stödja samma krav utifrån helt olika utgångspunkter. Anpassa därför argumentationen till mottagarens värderingar. Fördela arbetet så att individer och parter i kampanjen kommunicerar med de partier de har en personlig relation till eller en intressegemenskap med.

Exempel: Polisförbundets kampanj för att höja polisanslagen i budgeten byggde delvis på argumentet att de privata säkerhetsbolagens utbredning på sikt kan urholka rättssäkerheten. Detta gjorde att även vänsterpartiet kunde ställa sig bakom budskapet.

## **Kontakta riksdagen**

### *9. Sänd information till nyckelpersoner*

Utforma en sändlista och skicka regelbundet ny och viktig information till de riksdagsledamöter som är intresserade av er fråga.

### *10. Ge positiv respons*

Visa tacksamhet när ledamöter driver de frågor ni arbetar med. Detta stärker deras engagemang, samtidigt som det är ett bra tillfälle att etablera och vårda betydelsefulla kontakter.

Exempel: När s, mp och v i budgetförhandlingarna kom överens om att återställa det svenska biståndet till en procent av BNI år 2006 sände biståndsorganisationen Diakonia blommor till partiernas ledare och förhandlare.

### *11. Skriv utkast till motioner*

Kontakta partiernas ansvariga representanter i relevant utskott och erbjud er att skriva utkast till motioner, med målsättningen att få partier som representerar en riksdagsmajoritet att ställa sig bakom era krav. Är inte partiets representant i utskottet intresserad, erbjud en annan ledamot (som sitter i "fel" utskott och därför inte representerar hela partiet) ett utkast till enskild motion.

### *12. Skriv utkast till frågor*

Erbjud en riksdagsledamot att skriva ett utkast till skriftlig eller muntlig fråga till ansvarig minister. En fråga som lämnats senast fredag klockan 10.00 får som regel svar efterföljande onsdag. Muntliga frågor ställs på frågestunden som hålls med olika ministrar varje torsdag. Ring riksdagens informationstjänst för aktuell information om vilka statsråd som deltar.

### *13. Skriv utkast till interpellationer*

Riksdagsledamöter kan även lämna mer omfattande frågor, interpellationer, som tillåter längre bakgrundstexter och kan täcka fler än en fråga inom ett område. Interpellationer leder till debatt i riksdagen där alla riksdagsledamöter som vill kan delta. Kontakta ledamöter från flera partier och föreslå att de ska delta i interpellationsdebatten. Skriv förslag till tänkbara repliker.

### *14. Skriv utkast till pressmeddelande eller debattartikel*

Erbjud er att skriva ett pressmeddelande eller en debattartikel, som riksdagsledamoten kan skicka ut

i anslutning till en motion, fråga eller interpellation. Försök få ledamöter från flera partier att underteckna.

#### *15. Föreslå seminarium eller hearing*

Föreslå riksdagsledamöter att belysa er sakfråga genom att anordna ett riksdagsseminarium, helst med ledamöter från flera partier som arrangörer. Ledamöter kan också föreslå att utskottet ska arrangera en hearing om er sakfråga. Skriv till utskottet och föreslå att ni kan hålla en föredragning hos dem.

#### *16. Håll kontakten*

Håll kontakt med de utskottsledamöter som sympatiserar med era krav, bevaka utvecklingen och bidra med er sakkunskap.

### **Kontakta regeringen**

#### *17. Kontakta departementet*

Bygg upp en relation till ansvarig handläggare på departementet. Försök att få information om ärendets hantering och departementets/ministerns inställning i frågan. Bra kontakter på handläggarnivå är viktigare än att i alla lägen sträva efter en direktkontakt med ministern.

#### *18. Väck ministerns intresse*

Försök påverka den ansvariga ministern genom uppvaktningar. Namnge ministern i debattartiklar och insändare. De har normalt pressbevakning på sina namn och vill läsa vad som skrivs om dem.

#### *19. Begär ut "allmänna handlingar"*

Begär att få ta del av "allmänna handlingar" som finns på departementet och myndigheter. Dessa kan innehålla intressant information för lobbyingkampanjen och media.

#### *20. Verka för en utredning*

Verka för att det tillsätts en utredning. Försök påverka utredningsdirektivets utformning och valet av utredare. Försök även påverka den pågående utredningen innan den lägger fram sitt förslag.

#### *21. Skriv remissyttrande*

Tillsätts en utredning skriver ni ett remissyttrande på utredningsförslaget. Ta kontakt med andra remissinstanser och försök påverka deras remissvar.

### **Påverka partierna**

#### *22. Skriv utkast till partimotioner*

Kartlägg när nästa motionstid går ut för partiernas högsta beslutande organ, exempelvis kongress eller stämma. Föreslå partimedlemmar att lämna in motioner och erbjud er att ta fram färdiga utkast.

#### *23. Påverka partierna via media*

Kommentera och kritisera ett partis politik i interna partitidningar och i landsortspress knuten till ett parti. Bilda opinion i media i anslutning till att ett partis högsta beslutande organ träffas.

#### *24. Skriv brev inför valet*

Skriv brev till partierna inför valet, med frågor som knyter an till lobbyingkampanjen. Informera media om era krav och de frågor ni ställt till partierna. Läs mer under "10 lobbyingtips inför valet".

#### *25. Ställ frågor på valmöten*

Gå på ledande politikernas valmöten, ställ och upprepa era frågor. Notera alla positiva svar och meddela omgående media. Följ sedan upp genom att direkt efter valet kräva att löftena hålls. Utvärdera ett år senare och inför nästa val.

### **Satsa på opinionsbildning**

#### *26. Skriv debattartiklar*

Ju mer nyhetsinriktad en debattartikel är, desto lättare är det att få den publicerad. För fram ert budskap i artiklar som ni själva undertecknar eller uppmanar andra att underteckna. Läs mer under ”20 praktiska debattartikeltips”.

#### *27. Skriv insändare*

Insändare är en enklare form av debattartikel. Deras betydelse ska dock inte underskattas. Ofta har insändare betydligt fler läsare än debattartiklar.

#### *28. Kontakta journalister*

Intressera journalister för ert ämne och informera dem varje gång det framkommer något nytt. Upprätta en lista över de journalister som bevakar ämnesområdet och bygg upp en förtroendefull relation till dem.

#### *29. Förmedla nyheter*

Skapa nyheter inom ert ämnesområde genom att utnyttja medias intresse för undersökningar, statistik etc. Läs mer under ”5 tips på nyheter ni kan skapa”.

#### *30. Organisera folkrörelsekampanjer*

Ta initiativ till traditionella folkrörelsekampanjer, eller modernare motsvarigheter via e-post och webbplatser, exempelvis namninsamlingar och aktioner.

Exempel: Motormännen genomförde en traditionell namninsamling för folkomröstning om trängselavgifter i Stockholm. Det ledde till tolv omröstningar i kranskommunerna samt en folkomröstning i Stockholms stad i samband med riksdagsvalet 2006.

*Mångfaldigande av denna text är tillåtet med angivande av källan: [www.westander.se](http://www.westander.se)*