

Er du klædt på
til dit arbejdsliv i
efteråret?

FORUM

Er du klædt på
til dit arbejdsliv i
efteråret?

FORUM

Forside (/)

Introduktion til lobbyisme og public affairs

Lobbyismens lommebog

Skrevet af



Martin Vith Ankerstjerne (/martin-vith-ankerstjerne)

Director Public Affairs (/martin-vith-ankerstjerne)

Advice A/S (/martin-vith-ankerstjerne)

6 artikler

0 indlæg

(/martin-
vith-
ankerstjerne)

Lobbyisme og public affairs er påvirkning, der virker. Men hvordan gør man det egentligt godt? Det har en ny bog af to lobbyisteksperter sat fokus på.

Er du klædt på
til dit arbejdsliv
i efteråret?

FORUM

Der skrives meget om lobbyisme. Men alt for sjældent skrives der seriøst om emnet. Og det er særdeles sjældent, at der udgives bøger – endsige gode bøger – om lobbyisme. Derfor var bogen "Lobbyistens lommebog – politikere under pres" af Susanne Hegelund og Peter Mose imødeset med stor spænding af os lobbyister.



Lobbyistens lommebog af Susanne Hegelund og Peter Mose

"Lobbyistens lommebog" er generelt et rigtig godt og velkomment bidrag til debatten om lobbyisme. Det skyldes i høj grad, at tilgangen til emnet er seriøs og – stort set – fordomsfri. Den dyrker ikke de traditionelle myter eller hæver pegefingre: Lobbyisterne gøres ikke til onde fyrster per automatik. Det er i sig selv en god start.

Der er særligt tre gode ting ved bogen:

1. Den er letlæselig

Først og fremmest er den velskrevet og nem at læse. Bogen gør flittigt brug af mange anekdoter, eksempler og små fortællinger, der bruges til at forklare og understøtte budskaberne. Samtidig er fortællingen krydret med et væld af citater, der med rund hånd er strøet ud over siderne. Citaterne fungerer godt. Dels fordi de er relevante. Dels fordi de er fra relevante personer.

2. Den er indsigtfuld

En anden fordel er, at læserne får et kvalificeret indblik i en verden, der ellers er unødigt omgivet af for megen mystik. Forfatterne kender branchen og disciplinen. Og de har – i bedste public affairs-stil – lavet deres mapping af relevante stakeholdere, som så er blevet interviewet. Det skyldes jo ikke mindst, at forfatterne selv mere eller mindre intensivt arbejder med politisk interessevaretagelse.

3. Den er nuanceret

En tredje fordel ved bogen er dens gennemgang af lobbyisme på forskellige faglige områder. Beskrivelserne af lobbyisme på for eksempel sundhedsområdet, på medieområdet og fra forsvarsindustriens side er interessante. Her er eksempler på drengerøvslobbyisme fra den internationale kampflyindustri, når det er bedst. Og eksempler på lobbyisme fra høreapparatindustrien, som klart går over stregen for god etisk adfærd.

Godt med kendt stof

Bogen er således en guldgrube af anekdoter og historier samt af gode råd og vejledninger. For læsere uden indsigt i lobbyismens mange afkroge er bogen en fin introduktion til et område, der kan virke lukket for de fleste. For den erfarne lobbyist er bogen også interessant læsning, dog primært fordi den bekræfter velkendte forestillinger. Bogen bidrager faktisk ikke med meget nyt. Den læner sig dels op ad forfatternes to tidligere bøger, som også analyserer magten i Danmark. Og dels bygger den videre på velkendt viden.

En af bogens hovedpointer er således, at interessevaretagelsen i Danmark har bevæget sig fra fortidens formaliserede og institutionaliserede form til nutidens mere pluralistiske form, hvor det i høj grad er evner og viden, der er bestemmende for den politiske indflydelse. Denne bevægelse redegør bogen for på glimrende vis. Men det er bare ikke nogen ny pointe. Den blev blandt andet kortlagt

helt tilbage i 2003 i forbindelse med Magtudredningen, der var et større forskningsprojekt, som løb fra 1994 til 2003.

Kritik af lobbybureauerne – skud i egen fod?

Lobbybureauerne – eller public affairs-bureauerne – får også et ordenligt drag over nakken i bogen. Når man læser denne del, sidder man uvilkårligt tilbage med et indtryk af, at kritikken af bureauerne har til formål at legitimere forfatterne, der jo selv har et bureau. Kritikken er nemlig tynd og selvmodsigende. Tynd, fordi den bygger på ganske få eksempler, der virker tænkte, for eksempel hvor en juniorkonsulent ikke har haft fornemmelse for politisk timing. Men det udgør vel næppe et generelt problem? Og selvmodsigende, fordi en række af de konkrete eksempler på god lobbyisme i bogen er udført af netop bureauerne.

Faktisk åbner bogen med en glimrende beskrivelse af, hvordan et bureau gjorde Varde Kommune i stand til ikke bare at sikre den lokale kasernes overlevelse, men ligefrem sikre en udbygning af kasernen. En glimrende case om betydningen af segmentering, pr og budskabsfokusering.

Superlobbyisten

I bogen defineres en superlobbyist. For at opnå betegnelsen skal man være god til netværk. Man skal kunne spotte udviklingen, før den sker. Superlobbyisten forstår ikke bare at sætte en dagsorden i medierne, men optræder også selv i medierne med ynde. Og han kan bygge alliancer, gerne med uventede samarbejdspartnere. Og så forstår han, at det er beslutningstagerne – ofte politikerne – der skal have æren og spotlightet. Ikke lobbyisten. Forfatterens bedste bud på en superlobbyist er i øvrigt Bjarne Hastrup fra Ældresagen.

En værktøjskasse uden værktøj

Desværre kradser bogen kun i overfladen, når den gennemgår de forskellige "værktøjer", som lobbyisterne arbejder med. Selvom der oplystes værktøjer som mapping og dokumentation som en del af tips og tricks, bliver bogen aldrig helt konkret, og den unge, håbefulde lobbyist spejder forgæves efter retningslinjer for, hvordan man i praksis arbejder med lobbyismens værktøjskasse. Man kan derfor med rette anklage bogen for falsk markedsføring, da der på ingen måde er tale om en lommebog.

Det har dog aldrig været bogens ambition at skulle agere lærebog for ambitiøse statskundskabsstuderende. Ambitionen er at give den udenforstående et nuanceret indblik i en verden præget af magt, myter og fordomme. Set i det lys er bogen vellykket.

Syv principper for godt lobbyarbejde

På baggrund af bogen, og ikke mindst på baggrund af egne erfaringer, kan man nævne syv principper for godt lobbyarbejde, som vi arbejder med i Advice. Det er ikke principper, der skal følges slavisk, men mere en guideline til en effektiv interessevaretagelse:

#1. Brug alle indflydelseskanaler

Lobbyisme handler ikke kun om at overbevise politikere eller embedsmænd om at have den rigtige holdning. Som bogen også nævner giver det god mening at benytte flere påvirkningskanaler. Det kan være, at man skal sætte et emne på dagsordenen gennem historier i medierne. Eller måske skal man mobilisere en faggruppe

eller et geografisk område bag en sag. Endelig er det stærkt, hvis fagkundskaben begynder at tale ens sag over for beslutningstagerne.

#2. Påvirk så tidligt som muligt

Når først finansloven fremsættes, er det for sent at påvirke særlig meget af indholdet i den. Det gælder nemlig om at begynde så tidligt som muligt i processen. Tidligt i processen er færre personer indblandet, og processen er ikke så veldefineret, hvilket giver et større udfaldsrum.

#3. Prioriter mærkesager behårdt, og vær realistisk

Alle prioriterer i deres dagsorden, selv DI. Det gælder om at være særdeles realistisk om, hvad man kan få igennem, og hvor meget man kan ændre holdningerne. Der findes sager, der har udviklet sig til ideologiske skyttegravskrige. Det gælder for eksempel privathospitalerne, som det er rimeligt håbløst at få regeringspartierne til at knuselske lige foreløbigt.

#4. Dokumenter sagens betydning

Der findes en slags kapital i politisk interessevaretagelse. Det er ikke penge. Det er viden. Viden i form af fakta, tal og eksempler fra den virkelige verden. Har man originale tal og viden, står man stærkt. Ellers må man i gang med at producere sin viden i form af analyser og undersøgelser.

#5. Lav særskilte politiske strategier for hver nøglesag

Inden man tænker på at starte påvirkningen af beslutningstagerne, skal der laves en strategi for indsatsen. Man skal tænke grundigt igennem, hvad man vil opnå, hvem der skal påvirkes, hvordan det skal ske, og hvem der i øvrigt kan bidrage.

#6. Frem sagerne der, hvor indflydelsen reelt ligger

Det er en klassisk fejl at sprede sin indsats på for mange. Man behøver ikke holde møder med samtlige medlemmer af Folketingets Sundhedsudvalg, hvis den reelle beslutningstager sidder i Sundhedsministeriet. Det kan naturligvis være nødvendigt at påvirke den endelige beslutningstager gennem andre, men man skal gøre sig 100 procent klar, hvem der sidder med den endelige beslutningskompetence, og hvor den korteste vej til ham/hende er.

#7. Giv plads til at have noget at handle med

Sørg for, at du har et klart mandat med, når du skal forhandle med politikere eller embedsmænd om en beslutning. Der skal være et handlingsrum. Og det skal ikke ændre sig, når du efter beslutningen har været tilbage og fortalt dit bagland om udfaldet. Der skal være plads til at handle.

RELATEREDE ARTIKLER

Lobbyisme i diskredit (/artikler/lobbyisme-i-diskredit) - Der er kommet fokus på PR-bureauerne og især på lobby-rådgiverne i vinter. Og foreløbig har det været mind...

Lobbyisme i diskredit (/artikler/lobbyisme-i-diskredit-2) - Der er kommet fokus på PR-bureauerne og især på lobby-rådgiverne i vinter. Og foreløbig har det været mind...

Lobbyismens ulidelige lethed (/artikler/lobbyismens-ulidelige-lethed) - Alle og enhver – fra fagforeninger til arbejdsgivere, fra græsrodsbevægelser til multinationale selskaber – har en lobby...

Virksomhederne opruster deres eget lobbyarbejde (/artikler/virksomhederne-opruster-deres-eget-lobbyarbejde) - Danske virksomheder vil ikke kigges i kortene, når de har brug for at påvirke politikere og myndigheder. Derfor bruger d...

Medielobbyisme = spin 2.0 ? (/artikler/medielobbyisme-lig-med-spin-to-nul) - Skal vi nu til det igen: Et nyt buzz word inden for kommunikationsfaget? Er det nu også nødvendigt? Ja, mener nærværende...

Lobbyister lyver ikke (/artikler/lobbyister-lyver-ikke) - Med den første danske bog om emnet, "Public Affairs – lobbyisme i praksis" giver Mads Christian Esbensen et bud på en la...

Aggressiv lobbyisme i EU (/artikler/aggressiv-lobbyisme-i-eu) - Der er behov for mere åbenhed i EU. Aggressiv lobbyisme, som den fx kommer til udtryk i form af korruption, er et stort ...

Professor farer vild i EU-lobbyisme (/artikler/professor-farer-vild-i-eu-lobbyisme) - Vælgeres forkastelse af EU's forfatningstraktat i Frankrig og Holland i 2005 var et resultat af den folkelige mistillid...

Krise på Bruxelles' lobbyscene (/artikler/krise-paa-bruxelles-lobbyscene) - Europæiske brancheorganisationer er handlingslammede som aldrig før. Derfor bør nationale brancheorganisationer, virksom...

Organisationernes nye lobbyisme – og regeringernes (/artikler/organisationernes-nye-lobbyisme-og-regeringernes) - Public Diplomacy breder sig. Det er en slags omvendt lobbyisme, hvor det politiske system retter sig mod NGO'er for at f...

Vil du stå i et lobbyistregister? (/artikler/for-og-imod-et-lobbyistregister) - Lobbyisterne stortrives med masser af indflydelse og frie arbejdsbetingelser. Men måske er lobbyisternes guldalder snart...

Lobbyisme er ikke ondt (/artikler/public-affairs-efter-waterfrontsagen) - Nogle tolker advokatrapporten om DSB-Waterfront-sagen som en slags nekrolog over public affairs som disciplin. Men i vir...

Kampen om kampflyene (/artikler/public-affairs-for-vaabenproducenterne) - Valget af nye kampfly til det danske forsvar forventes truffet i år. Det er dog ikke ensbetydende med, at Public Affairs...

Lidt lobby for en lobbyist (/artikler/Interview-Mads-Christian-Esbensen-fra-TV-dokumentaren-Politik-til-salg) - Mads Christian Esbensen er lobbyist. Som en del af bureauet Policy Group hjælper han klienter fra både det offentlige og...

De onde, onde lobbyist (/artikler/TV-2-udsendelsen-Politik-til-salg) - Lobbyist-TV-2-udsendelsen 'Politik til salg' er en stor, fed omgang stereotyp fremstilling af lobbyist i Danmark. Den ...

Må man sælge kampfly med outdoor? (/artikler/Boeingkampagne-vil-storsaelge-F18-og-eje-debatten-om-kampfly) - Valg af kampfly handler ikke kun om Danmarks forsvar. Det handler også om, hvad der ellers kan bruges penge på. Valgkamp...

Hvert bureau sit kampfly (/artikler/Kampfly-lobbyisternes-netvaerk--Hvem-er-involveret-i-valget-af-forsvarets-nye-kampfly-) - Kampagnerne ruller. Hvad der ligner en af danmarkshistoriens største PR- og lobbykampagne-krig, er centreret om købet af...

Startmanual til Lobbyland (/artikler/ledelses-og-metodebog-Flyt-magten-Peter-Mose-Susanne-Hegelund-Interview-lobbyisme) - "Flyt magten" er en ny ledelses- og metodebog for lobbyist. Kommunikation er et af flere støtteben, ligesom den rette b...

En tour-de-force gennem lobby-Danmark (/artikler/Martin-Vith-anmelder-Peter-mose-Hegelund-Flyt-magten-lobby) - Ægte- og forfatterparret Hegelund og Mose har gjort det igen. Men denne gang er bogen ikke en del i deres udredning af m...

En hotline til borgmesteren (/artikler/Ny-bog-om-hvordan-du-lobbyer-lokalt) - Vi har sat en interessant og en konsulent til at læse ny bog om lobbyisme i det offentlige. Her interessantens: Den bed...

Giv din stemme

4,8/5