



Veien til innflytelse  
25. september 2015



# Mange veier til innflytelse

Avhenger av:

- Når?
- Hvem?
- Budskap – flere eller spisse?



# Mantra

God organisering

+

God sak

=

innflytelse



## To eksempler:

- Interesseorganisasjon for funksjonshemmede – proffe lobbyister
- Sollerudstranda skole – amatører/gikk ikke tjenestevei



# Norsk musikkråd

## PARAPLYORGANISASJON FOR DET FRIVILLIGE MUSIKKLIVET

- Forvaltere av statlige midler
- Interessepolitisk for hele musikkfeltet
- Tilrettelegger for medlemsorganisasjonene, fylkesmusikkrådene og de lokale musikkrådene
- Samarbeidende på tvers av musikk sjanger, profesjonalitet og det frivillige musikk livet
- Samarbeidende med andre kulturorganisasjoner



# Hvem er vi?

Vi er dere!

- 33 medlemsorganisasjoner
- Fylkesmusikkråd
- Lokale musikkråd



# Fylkesforankring

- Kulturpolitisk ”pressgruppe”
- Mellom kommunalt nivå og nasjonalt nivå
- Hever blikket fra lokalt til felles fylkes- eller regionssaker



## Hvorfor viktig med lokal forankring/organisering?

- Nærmest aktiviteten
- Lokal stolthet - politikerne og byråkratene kjenner seg igjen
- Èn og én lobby?

=> Sammen er man sterk(ere)!!!





# Organiseringens "natur"

## LOKALT

- Stabilitet (èn gruppe)
- Ryddighet
- Klarere ansvarsforhold
- Systematisk arbeid
- Demokratisk oppbygd = politisk anerkjennelse



# Organiseringens "natur"

## FYLKET

- En "pressgruppe"
- Politisk aktivitet
- Faglig kompetanse



# Organiseringens "natur"

## NASJONALT

- Politisk arbeid
- Faglig kompetanse
- Arrangør av festivaler, kurs, prosjekter
- Veiledningsoppgaver



# Organiseringens "natur"

PARAPLY – NASJONALT

Norsk musikkråd

- Pengeforvalter
- Politisk påvirkningsarbeid
- Større prosjekter av interesse for hele feltet

=> Intet verdt uten organiseringen under  
:dvs DERE



- Kunnskap på, om og hos alle nivåer
- Samlet = påvirkningsmulighet

Viktig med lokal og regional organisering!



# Parasoll - nasjonalt

## FRIVILLIGHET NORGE

- Frivillighetens omfang, innhold osv
- Frivillighetspolitisk plattform
- Samarbeidsavtale med KS
- Felles saker – moms, politiattest



## Gode lobbytall!!!

- Stor lokal kulturaktivitet -> dette liker politikerne å høre!!!



# Økning i potten til det frivillige kulturlivet

Nødvendig onde – rapportering...

- Deres musikkaktivitet
- Deres søknadskriving
- Deres rapporter
- Aktiviteten = bredde, mangfold av uttrykk = mer penger i potten
- Rapporter/Søknader = større andel av potten





## Politiske "håndtak"

- Kulturloven
- Frivillighetsregisteret – Frivillighetsmeldingen
- Kulturløftet 1.0 og Kulturløftet 2.0
- Enger-utvalget – frivilligheten kulturløftenes stebarn
- Regjeringserklæringen og samarbeidsavtalen
- Tekst i Kulturbudsjettet 2015



# OBS!

- Andre lokale lag og organiseringer!
- Ta kontakt på tvers av kulturuttrykk for å sette kulturen på dagsorden!!!



---

# Politisk påvirkningsarbeid Lobbyarbeid

Hvordan få frem en god sak?



## Begge sider av bordet

- Som politiker (partipolitiker og interessepolitiker)
- Som lobbyist fra Teaterrådet og nå Musikkrådet



## Bruk politikerne!

- Vil ha gode lokalsaker
- Vil ha gode frontsaker = kulturaktivitet

⇒ Både før, under og etter  
programprosessen

⇒ Både lokalt i kommunen og i fylket



# Lobby?

- Begrepet lobby
  - Wikipedia - to alternativer:
    1. Et rom i en bygning – foaje
    2. Samfunnskontakt eller korridorpolitikk
- => samtalene, direkte i møter og mer uformelle



## Hvem lobber?

- Ulik lobbykultur - USA vs Norge
- Mange organisasjoner, store og små bedrifter, interessegrupper og enkeltindivider forholder seg til politiske prosesser
- Mange har kontakter med partigrupper, representanter, rådgivere, statsråder, byråkrater, saksbehandlere osv
- Kulturlivet har blitt flinkere til å fronte sin sak sammen



# Utfordringer

- Hvilke kanaler kan vi bruke - varierer fra sak til sak
- Media og lobby - vil media ta saken?  
Regionale vs nasjonale
- Hvordan nå frem med et budskap - vær tydelig
- Når i en prosess tas egentlig beslutningene og i realiteten av hvem - kartlegges
- Hvem skal man påvirke - varierer fra sak til sak





# Målgruppeorientering – lag en plan!

- Hvem er målgruppa til for saken?
- Hva ønsker man å oppnå?
- Riksmedier og lokalaviser
- Egne medlemmer eller eksterne hjelpere?



# Hvordan fremføre et budskap?

- TEORIEN SIER:
  - Vite hva dere vil
  - Kunne saken
  - Være sannferdig
- => enig, men...



# Politikerhatten

- Vær konkret
- Vær positiv - se hva vi får til nå, tenk hva vi vil få til med....
- Ikke sutre og klage
- Korte begrunnelser
- Inviter til deres aktivitet
- Ikke vær redd -> politikerne elsker gode saker, og de er folk de også...



## Lobbyarbeid - kartlegging

- Finn din sak: Idemyldring, årsmøtevedtak, styrevedtak, tips om saker som er på trappene
- Lag en handlingsplan
- Er det noen aktuelle samarbeidspartnere?



## Samarbeidspartnere - JA

- Musikkrådetets erfaring - sammen er man sterke!
- Finn fellesnevnerne med andre kulturorganisasjoner
- Kulturministeren vil ha samarbeid -> det vil også de lokale politikerne!



## Om å kjenne prosessene

- Partienes programarbeid
- De politiske prosessene i fylket/kommunen
- De administrative prosessene i fylket/kommunen

=> timing!



## Bruk påvirkningsmuligheten

- Send inn forslag til programkomiteene
- Tips politikerne om gode saker på vei
- Kom tidlig med i planprosessene
- Send hørings svar
- Delta på høringer (spesielt budsjett høringer)
- Gjør deg til kjenne hos saksbehandler
- Server politiker en god sak



---

# Forberedelser og planlegging

= over halve jobben





## Konfronter dem - politikerne

- Med tidligere uttalelser, programmer, erklæringer, merknader og vedtak

Men vær ydmyk – ikke tøff i trynet 😊



# Gode tips 1

- Holdning
  - Ha kunnskap om system og saksgangen
  - Vis forståelse for at representantene har stor arbeidsmengde og stor pågang
- Finn de personene som er viktig for saken
  - Hvem avgir saken?
  - Hvem er saksordfører?
  - Hvilke andre medlemmer av komiteen er opptatt av spørsmålet?
  - Hvem i partiene jobber med saken?
  - Hvem lytter politikerne til? (politiske rådgivere, andre)



## Gode tips 2

- Tidligst mulig inn i prosessen
- Bygg opp kompetanse
- Ha så mye kunnskap om saken at politikerne får svar på det de ønsker - også om det som taler mot deg
- Vær konstruktiv (skriv merknader, brev etc)
- Vis engasjement
- Vær tålmodig
- Unngå elendighetsbeskrivelser = vær positiv og glad
- Trekk frem de gode historiene
- Følg opp saken



## Gode tips 3

- Sjekk partiets standpunkt (er alle i partiet enige i saken?)
- Allier dere med andre aktører



## Ikke glem

- Du vet det er flertall for din sak - ha også god dialog med opposisjonen - tenk på neste valg
- Ikke bruk så mye tid på de du vet ikke støtter saken overhodet



## Glem heller ikke

- MUNTLLIG FREMSTILLING - tydelig, saklig, positiv, trekk frem gode eksempler
- SKRIFTLIG FREMSTILLING - få frem budskapet på en side



## Gå direkte på

- Kulturlivet - særstilling ->
- Inviter til kulturaktivitet!!!
- Vis gleden!!!
- Vis engasjementet!!!
- Vis kompetansen!!!
- Vis kvaliteten!!!



## Viktige datoer

- Statsbudsjettet kommer tidlig i oktober
- Kommunenes og fylkeskommunenes budsjettforslag varier, men september/oktober er viktige måneder
- Meld dere på deputasjoner – send inn forslag
- Revidert budsjett kommer tidlig i mai og avgis tidlig i juni





## Politiske prosesser i partiene – stat, fylke og kommune

- Gruppemøter ukentlig/månedlig
- Gruppestyremøter ukentlig
- Sekretariatsmøter ukentlig
- Landsstyremøter og partistyremøter jevnlig
- Sentralstyremøter jevnlig
- Landsmøter hvert annet år
- Årsmøter hver år og hvert annet år
- Partiprogram hvert fjerde år



## Min kjepphest

- Bruk de partipolitiske kanalene
- Kom tidlig med i prosessen
- Sjekk innspillmulighetene hos kommune- og fylkespartiene
- Send inn forslag

=> Altfor lite brukt i praksis



## Kommune- og fylkespartiene

- Kommunevalg: 2015, 2019 osv
- Programprogramprosessen starter året før kommunevalget
- Bruk de lokale partiapparatene
- Mange partier oppfordrer til innspill
- De som ikke gjør det -> send inn!



---

??? Hvilken virket ???

⇒



# Gavepakke

Lobbygavepakke til kulturlivet lokalt og  
regionalt

=>

KULTURLOVEN



# Kulturlivets innsats

- Kulturbrevet
- Lobbyarbeid
- Mindretallsmerknad - kulturmeldingen
- Kulturløftet
- Soria Moria-erklæringen
- Trådte i kraft 1. august 2007



---

# Forpliktelser

Fastlegger det offentlige ansvar for  
kulturvirksomhet



# Formål

1. Sikre et mangfold av kulturaktiviteter over hele landet
2. Sikre at alle har tilgang til et profesjonelt kunst- og kulturtilbud





# Betydning

Sikre kultursektoren tyngde og status  
som offentlig ansvarsområde



# Lovfestet rett

OBS ! Gjelder staten, fylkeskommunen  
og kommunen



## Trond G.

Kulturloven gir kulturen et redskap til ikke å bli skviset i kampen mot andre viktige formål når knappe ressurser, eventuelt en gang i fremtiden skal fordeles.



# Mål

- Kulturplan i hver kommune og fylkeskommune -> grip denne sjansen og vær pådrivere i kommunen din og i fylket ditt!



Arve Henriksen  
journalist  
i kulturredaksjonen  
KULTUR • side 6 og 7

Aftenposten.no



Mistral French er en av militærfartøyene som ligger ved kai i St. Petersburg.

■ Den russiske marineflåten forfaller, og admiralene er bekymret. Den tidligere stormakten er ikke lenger i stand til å operere langt til havs.

■ Teppeselgere med lurevarer er igjen blitt et problem. En rekke eldre personer er de siste månedene svindlet av en omreisende teppeselger.

■ En ung mann fra Sunnmøre er dømt til to år og ni måneders fengsel for bildrap. Han stakk av fra åstedet.

■ Kaffeprisen når rekordhøyder dersom du har kaffemaskin som benytter kapsler. Maskinene kan bli årets julegave, men kiloprisen på kaffe blir på rundt 600 kroner.

THOMAS BUE HORNBERG  
DAG WESSEL GRUNDSETH (foto)

Skeiv ungdom. Nei til frontkollisjoner. Sex og politikk. Og Norges Birøkerlag.

En rik flora av små organisasjoner benket seg i går på SVs lobbykurs for å få råd om hvordan de kan påvirke regjeringen og Stortinget mer effektivt.

– Jeg er veldig for lobbyisme. Vi politikere burde la oss påvirke mer. Men det må skje under full åpenhet, innledet Bård Vegar Solhjell, nestleder i SV.

**Vil ta en Obama.** Han mener det er behov for økt åpenhet om hvordan Regjeringen, Stortinget – og media – lar seg påvirke.

– Pr-bransjen er i sterk vekst. Trafikken av mennesker som går mellom pr-bransjen og politikken har økt. Og påvirkningen er blitt mer profesjonell. Det gjør at vi må se på nye måter å sikre mer åpenhet, sier Solhjell.

Tidligere har Ap blokkert SVs – og Venstres – ønske om et åpent «lobbyregister» på Stortinget. Nå ønsker SV at Regjeringen vurderer nye tiltak. Et av grepene Solhjell åpner for er en offentlig besøkslogg på Statsministerens kontor slik tilfellet er i Det hvite hus.

– Ikke alle tiltakene Obama har innført kan kopieres direkte, men vi trenger en Obama-standard for åpenhet i norsk politikk, sier Solhjell. 6 av 10 norske beslutningstagere mener at mang-



Bård Vegar Solhjell var en av flere foredragsholdere på SVs lobbykurs som ble arrangert i går.

FOTO: DAG W. GRUNDSETH

middel er mer omfattende «lobbykurs» – for blinde, brannvernere, birøktene og andre knøtter i organisasjons-Norge.

– Hvordan gå frem for å sikre stabile rammevilkår for birøktene i årene fremover, spurte kursdeltager Eli Åsen fra Norge Birøkerlag.

– Tja, det er jeg sannelig ikke sikker på. Tar ikke Bondelaget vare på dere? svarte SVs Heikki Holmås. Statssekretær Heidi Sørensen kunne anbefale politisk press.

– Vi er dritredde for å miste velgere. Det holder å antyde at dere

## SVs seks «lobbyråd»

- 1. Vær kort og konkret.** Si en ting. Og si det på ett ark og på maks 15 minutter.
- 2. Vær tidlig ute.** Lær saksgangen. Vil du ha penger på statsbudsjettet, er siste frist februar – året før.
- 3. Finn fakta** og argumenter og vis ekte engasjement.
- 4. Finn en fadder** for din sak på et lavere nivå, blant byråkrater, statssekretærer og rådgivere.
- 5. Bruk medlemsmassen** din som politisk pressmiddel. Mange medlemmer = mange velgere.
- 6. Bruk Soria Moria 2** og andre dokumenter til å vise at din sak er god rødgrønn politikk.

Aftenposten fakta



## Så -

- Vær stolt
- Ikke vær redd for å fronte din sak!
- Adopter bort beibien – spre budskapet
- Ikke vær redd - knytt dere til partier
- Plei deres allierte
- Jobb mot dem som spiller en rolle



# Oppsummering

- Vær engasjert – ta kontakt
- Timing! Vær tidlig ute
- Finn de rette folkene
- Oppsummer informasjon
- Gi ros i hele prosessen (ute og inne)
- Gi folk konkrete innspill
  - Innspill til merknader og forslag



---

# Lars Kolltveit, politisk rådgiver i SV

”Ingenting skjer tilfeldig”