

# Indhold

## Forord 9

### 1 Startpakken 13

Find ind til organisationens grundfortælling, og følg fortællingen op i konkret handling. Få taget en ekstern virkelighedstest af jeres indsats, også selvom svaret kan være ubehageligt. Kortlæg netværket mindst en gang om året, og lap hullerne. Understøt det politiske arbejde med en stærk kommunikationsstrategi.

### 2 Det svære mandat 31

Blot at forsvare gamle rettigheder til sidste blodsdråbe er en skrøbelig lobbystrategi. Globalisering, digitalisering og konkurrencestat udfordrer stribevis af organisationer, der må balancere mellem et tøvende bagland og at få reel indflydelse på, hvor Danmark bevæger sig hen.

### 3 Ledelsesgangen 50

God lobbyisme starter med god ledelse, herunder et velkalibreret samarbejde i toppen, hvor formanden og direktøren kan danse tango efter fire klassiske varianter: superduoen, støttepædagogen, solkongen og slingredanserne. Er begge dansere usikre, sygner organisationen hen.

### 4 Drømmeholdet 63

Det perfekte lobbyteam udgøres af medarbejdere med højpolitisk flair, eminente talknækkerkompetencer og dyb indsigt i, hvordan man sætter en dagsorden. Den med omhu valgte talsmand sikrer, at budskabet når ud over rampen.

### 5 Den veldrevne ngo 78

De ngo'er, der fanger tidens krav om evidens, fakta og samfundseffekt, rykker foran i indflydelses- og bevillingskøen. Spørgsmålet er, om de klassiske medlemsdrevne foreninger må se sig overhalet af mere effektive foretagender med nye bud på moderne folkelighed.

## **6 Gør det selv-virksomheden 92**

Giganterne har „folk til den slags“, mens det mindre og mellemstore foretagende selv famler rundt. Blandt lobbytips til gruppen af gør det selv-interessevaretagere er at invitere politikere på besøg, bidrage til lokalsamfundet og sætte sig ind i borgmesterens bekymringer.

## **7 Ngo'ens nødhjælpskit 106**

Hvis landspolitikerne lukker ørerne, kan ildsjæle satse på en lokal lobbystrategi; indimellem en god taktik på det grønne og det sociale område. Andre gange kan en ngo stikke næsen for langt frem. Er opmærksomhedstrangen ikke tro mod foreningens grundfortælling, kan det koste på troværdigheden.

## **8 David eller Goliat? 121**

Den mindre lobbyorganisation er agil, kender sit medlem og kan gå i dybden med specifikke, jordnære udfordringer. De store, topbestykkede erhvervsorganisationer har det lange lys på, bringer forskellige discipliner sammen og er repræsenteret i EU.

## **9 Alliancernes ABC 136**

Ti gode råd til den, der vil sætte dagsordenen i et alliancefællesskab med andre virksomheder, foreninger, borgmestre, erhvervsorganisationer og lønmodtagergrupper. Bornholm viste med en lokal slagteriredning vejen for andre egne med lang afstand til København.

## **10 Samfundsåndedrættet 150**

Tag ejerskab til de væsentlige dagsordener, men vær forberedt på, at det kræver en årelang indsats at præge de store samfundstemaer. Der skal være stringens og sammenhæng i omverdensaktiviteterne, og hvis ikke omdømmet er i orden, kan rejsen blive besværlig.

## **11 Fup eller fakta 162**

Data er selv i en postfaktuel tid den skarpe politiske valuta. Interessevaretageren skal have styr på dokumentationen, ikke mindst over for de koordinerende ministerier. Hvordan udformer lobbyisten en analysestrategi? Og hvordan er det lige med troværdigheden?

## **12 Lobbyistens newsroom 178**

Magtforskydning: Mediernes monopol på at sætte dagsordener er ophævet. Kilderne – herunder lobbyisterne – har for længst udviklet sig til stærke konkurrenter. Fra sit newsroom leverer lobbyisten stof, meninger og nyheder både via egne platforme og andres kanaler. Altid med kunden i centrum.

### **13 Hjælpe motoren 193**

Beregninger udarbejdet af andre end én selv tilfører troværdighed, ligesom et blik udefra kan give ny viden om ens egen organisation. Analyser, PR og public affairs er i hastigt tempo på vej ud til eksterne leverandører. Det gælder også træning i talsmandsrollen.

### **14 Det gode pressearbejde 203**

Det kan være overraskende for den gængse avislæser at erfare, at effektive pressemedarbejdere i organisationer og virksomheder dagligt hjælper med at sikre landets nyhedsudbud. Skal den del af lobbyarbejdet foregå effektivt, kræver det kendskab til pressens metoder og persongalleri.

### **15 Hulemødet på Borgen 217**

Kortlæg de folketingspolitikere, der har indflydelse på jeres sag, og byg også et fremtidssikret politisk netværk op. Gå til hulemøder medbringende skarpe notater på højst to sider. Erkend begrænsningerne ved at få foretræde i et udvalg, og nøjes ikke kun med hørings svar.

### **16 Spillet om finansloven 232**

To påvirkningsstrategier til at hente penge på finansloven: via forligspartierne og dermed Folketinget. Eller via regeringen og dermed ministerierne. I sidstnævnte tilfælde skal man være ude længe før slutspillet i pressen.

### **17 Regeringsapparatet 242**

Regeringstoppen har strammet grebet om fagministerierne, hvilket besværliggør sammenspisthed med disses lobbyister. Også konstante ressortomlægninger kræver rettidig opmærksomhed; pludselig er man ikke længere en interessant partner. Drop her-og-nu-småkrav, og tænk i stedet langt.

### **18 Dus med borgmesteren 261**

Kortlæg magtspillet i kommunen, også det uformelle: Hvem lytter selv en bykonge til? Gør også beslutningstageren på den anden side af bordet til vinder i stedet for blot at møde op med problemer. Pressen kan være sidste udvej, men brug medierne med omtanke.

### **19 Få kommunaldirektørens mobilnummer 277**

Kommunens øverste embedsmænd fungerer som en slags udenrigsministre, der kan bygge bro til virksomheder og organisationer. Dermed bliver de også en slags interne ambassadører for forskellige projekter. I partnerskaber løses en række af velfærdssamfundets udfordringer.

## **20 Det politiske Skagen 286**

Årets folkemøde er svært at komme uden om. Læg en handlingsplan med opstillede succeskriterier. Sæt god tid af til at netværke, og byd jer til som eksperter i paneldebatterne. Undgå faldgruberne, hvis I selv arrangerer events.

## **21 Klar til valgkamp 297**

Understøt kandidaterne med fagligt materiale. Spørgeundersøgelser skal forberedes med omtanke. Økonomisk støtte opfattes som en positiv handling – men er det klogt, og hvordan gør man? Dyrk ikke kun valgets vindere – en dag kommer taberne til magten igen.

## **Kilder 312**

## **Navne- og emneordsregister 321**