



Pengemaktens lobbyister

Sigurd Allern, UiO

+ ”Stemmer teller, men ressurser avgjør”

Stein Rokkan, 1966



- Stemmerett og folkevalgte organer er grunnleggende institusjoner i demokratiet. Men samfunnsutviklingen bestemmes ikke bare gjennom valg, stortingsvedtak og regjeringsmakt
- Ressurser og maktforhold *utenfor* Stortinget og kommunestyrene – for eksempel mellom storkapitalen og fagbevegelsen – har stor betydning for politisk prosesser og vedtak.
- Tidligere: Sosial korporatisme (trepartssamarbeid)



Lobbyisme – et begrep med flere betydninger



- Organiserte aktører lobbyer – driver ”korridorpolitikk” – for å påvirke politiske beslutninger gjennom direkte kontakt med politikere og tjenestemenn.
- Målet kan være å få til en bevilgning eller et lovvedtak. Eller å beholde status quo og **hindre** at det fattes politiske vedtak som lobbyisten er motstander av. ”*Quiet politics*”.
- Indirekte lobbying: Opinionsarbeid gjennom tankesmier, medieinitiativ, sosiale medier eller falske ”grasrotaksjoner” (astro turfs).

+ Lobbyismens klasseskiller



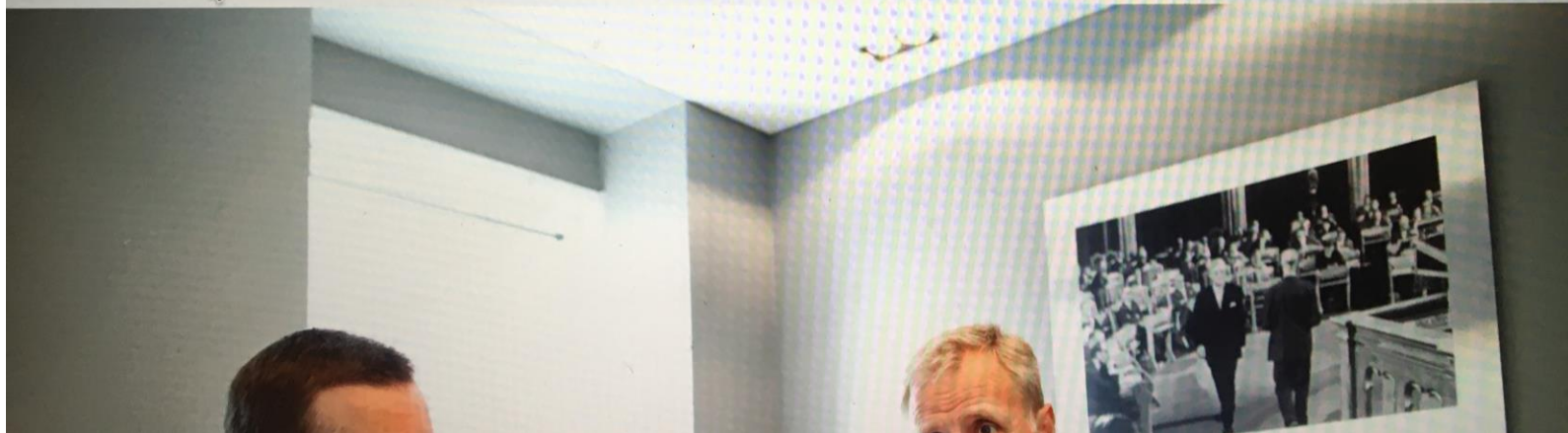
- **Amatørlobbyismen:** Å kontakte en politiker, legge fram et forslag eller protestere mot en avgjørelse er en demokratisk rettighet. Stortingshøringene.
- **Profesjonell lobbyisme** handler om noe annet og mer: De store, organiserte aktørene i næringslivet driver et skjult langsiktig, politisk påvirkningsarbeid tidlig i politiske prosesser. Dette krever kompetanse, kontakter og penger.
- Oljebransjen og bilindustrien har ekstremt mye større ressurser enn miljøorganisasjonene og fagbevegelsen.



Aftenposten om First House 27. mai 2014: Anti-miljølobbing

Tilbyr seg å jobbe mot svartelisting av oljeselskaper

I en fersk e-post tilbyr First House å hjelpe internasjonale oljetopper med å bekjempe nye klimaregler som kan ekskludere selskaper fra Oljefondet.





Lobbyisme som investering



- Både næringslivets organisasjoner og fagbevegelsen kan selvsagt drive profesjonelt, politisk påvirkningsarbeid.
- For fagbevegelsen (som for miljø- og interesseorganisasjoner) er dette i hovedsak en **utgift** (ikke en kilde til privat profitt).
- For big business er lobbyisme en **investering** for egne profittinteresser, men egennyttens må maskeres som et gode for hele samfunnet.

+ Et vesentlig skille

- Betegnelsen "lobbyist" og begrepet "lobbying" kan derfor dekke over store ulikheter:
- Det er en prinsipiell forskjell på en åpen, offentlig idé-kamp om samfunnets utvikling og en profesjonell kontakt- og påvirkningsmakt som for det meste er skjult for offentligheten.
- Spurven og gribben er begge fugler, men har ellers lite til felles..





Påvirkning gjennom overtalelse eller subsidiering?



- Mange tror lobbying handler om å overtale politikere til å gjøre noe annet enn de hadde tenkt. Det hender.
- Men vel så vanlig er det å utnytte kontakter med politikere som en ideologisk "er på parti med", for eksempel til uregulerte, "frie" markeder
- Lovgivningssubsidier (*legislative subsidies*). Typisk i EU
- *NHO* har *undervist* Høyre- og FrP-politikere i argumentasjon for profittselskaper i velferden

+ Taxfree-profitt er "samfunnsnytte"

Pssst... Husk at du får
TAX-FREE PRISER
også når du handler på innland

OSL BGO TRD

+ Travel Retail Norway – småflyplassenes venn?

- TRN eies av tyske Heinemann og Norse-Trade AS. Monopol på taxfree-salg av sprit & vin, sjokolade og parfyme 2005-2022 på Gardermoen og flyplassene i Bergen, Kristiansand og Trondheim.
- Resultat før skatt 2017: **239 millioner**. Betaler høy husleie til statlige Avinor.
- Ny anbudsrunde 2014. Trussel: Vinmonopolet kan overta. Lobby-argument: TRNs husleiebetaling bidrar til å finansiere Avinors ulønnsomme småflyplasser



Profitt i velferden, et svensk lobbyeksempel



- Offentlig finansierte velferdstjenester er blitt big business. 2015: Kjøp av kommersielle velferdstjenester for 127 milliarder SEK. Markedsført av Reinfeldtregjeringen som "*økt valgfrihet*".
- Skandaler og økt publikumsskepsis. Majoritet er mot at skattepenger går til profitt
- Lobbykampanje: Få Sverigedemokratene til å skifte standpunkt og "kjøpe" sosialdemokrater



Public affairs: Politiske kunnskap som ressurs og handelsvare



- Lobbyismens økte politiske betydning har blitt en ny karrierevei for politikere med to hovedspor:
- 1) Direkte ansettelse som lobbyist i noen av de store bransjeorganisasjonene 2) en jobb som konsulent i et PR-byrå som tilbyr lobbykompetanse (*public affairs* i bransje-språket)
- Tjenesten som selges er kunnskap om politiske prosesser og hvordan politiske beslutninger best kan påvirkes

+ Når innflytelse er til salgs



- **Egenreklamen:**
- ”Geelmuyden. Kiese flytter makt og innflytelse i favør av sine kunder ved hjelp av kommunikasjon”



Hvorfor er politikere og rådgivere attraktive for PR- og lobbybransjen?



- Har kontakter og nettverk ("The power of the returned phone call")
- Har systemkunnskap, innsikt i saksgang og politiske prosesser, vet mye om hvem som bør kontaktes når
- Har kunnskaper om politisk risiko og politiske muligheter innen offentlig sektor
- Har erfaring i politisk analyse, er vant til å tenke strategisk



Svingdørkameratenes fellesskap



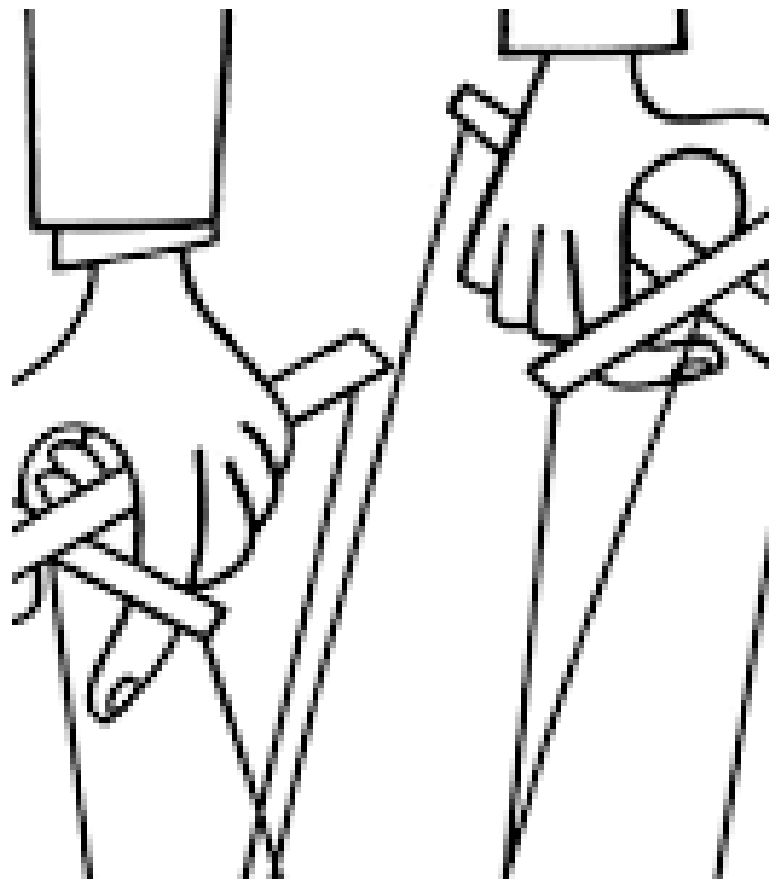
- Svingdørene mellom politikk, PR og lobbying er knyttet til framveksten av et nytt sjikt profesjonelle: de som kan drive med politikk uten å være valgt
- Det er i dag flere profesjonelle **rådgivere** på Stortinget, i partisekretariatene og regjeringsapparat enn det er valgte politikere.
- PR-byråene er blitt både et startsted og en nødhavn for den som søker innflytelse uten demokratisk mandat og ansvar



Politikkens afrodisiakum er makt



- Påvirkning uten demokratisk mandat har den store fordel av den kan utøves i det skjulte, med begrenset medieinnsyn og velgerinnflytelse.
- Norsk politikk utformes i økende grad i lukkede rom der lobbyister utenfor og i PR-bransjen er premissleverandører



- + Paul Chaffeys svingdører: SV – Statoil – Abeliadirektør – statssekretær for Høyre

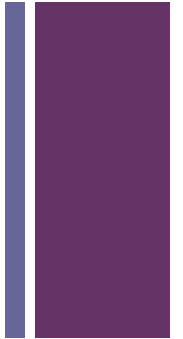




Hvem etterfulgte Chaffey som Abelia-direktør i 2014?



- Håkon Haugli, jurist som kom rett fra Arbeiderpartiets stortingsgruppe (2009-2013), han var partiets helsepolitiske talsmann. Tidligere ansatt i McKinsey



+ NHO + Ap-toppen = Sant

Stein Lier Hansen, Norsk Industri



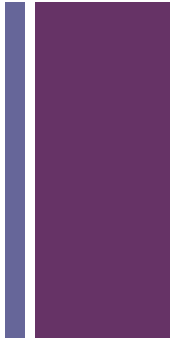
Karl E. Schjøtt Pedersen, NOG



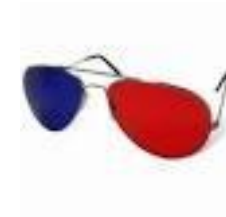


Kvinner kan! Fra Ap-statsråd til betalt påvirkningsagent

- Anne-Grete Strøm-Erichsen er nå 'Managing Partner' og leder for Norgeskontoret til lobbyspesialistene i Rud Pedersen Public Affairs Company.
- Innsikt om militære kontrakter og helsevesenet er av flere grunner svært ettertrakt på lobbymarkedet.



+ En "rød-blå" allianse



- I svenske og norske PR-byråer framheves det som en spesiell styrke å kunne tilby "råd-blå" team, der konsulenter med bakgrunn i ulike partier og regjeringer gir råd. "Rød" må her oppfattes ironisk
- Et interessant spørsmål i et demokratiperspektiv:
- Hvilke *langsiktige* virkninger har det for velgernes tillit til de politiske institusjonene at tidligere politiske og ideologiske motstandere samarbeider friksjonsfritt, mot betaling?

+ Et klasseskille og et demokratiproblem

- Det er et prinsipielt skille mellom en åpen idédebatt, demokratisk mobilisering og lobbyismens skjulte, kommersielle påvirkningsmakt
- Profesjonell og kommersielt basert lobbying er et felt uten åpenhet
- Når politisk rådgivning blir en handelsvare: Økt risiko for langsiktige, negative effekter på velgernes tillit til politikken og demokratiet
- Det blir vanskelige å se klart nå kapitalens lobbyister opptrer med sosialdemokratisk partibok

