



Studieplan för idrotten

*till boken Att lyckas med lobbning
av Henrik Bergström & Jan Byström*

*Studieplanen är framtagen av
Jan Byström, SISU Idrottsutbildarna och
Mattias Claesson, Riksidrottsförbundet*

Stå inte och se på!

**Från reagera till agera
– om opinionsbildning och lobbning**



I *Idrotten Vill* och avsnittet "Stöd till lokal utveckling" har i riktlinjer bland annat lagts fast:

- Idrottsrörelsen ska, genom att synliggöra sin samhällsnytta, argumentera för ett fortsatt starkt kommunalt stöd.
- Idrottsrörelsen ska verka för att det kommunala stödet i dess olika former fördelas rättvist mellan olika grupper av idrottsutövare.
- Idrottsrörelsen ska reagera kraftfullt när kommuner startar verksamheter som direkt konkurrerar med idrottsföreningarnas.
- Idrottsrörelsen ska verka för att idrottsanläggningar hålls öppna för allmänheten ... Detta förutsätter dock ett fortsatt stöd från kommunerna.

- **Hur ser er "verklighet" ut i er kommun och för er förening eller allmänt för idrottens föreningsliv på hemmaplan – lokalt eller regionalt? Är uppgifterna ovan aktuella för er? Finns det andra frågor och utmaningar som är mer brännande i dagsläget eller inför morgondagen?**

Där det tidigare kanske räckte med opinionsbildning måste vi själva i dag också ta mer initiativ och direkt påverka. Mobilisera kraften i föreningen, ta fram underlag och planer, uppvakta och gå i dialog med beslutsfattare – nämligen bedriva det som vi talar om som lobbning eller lobbying – som i dag är ett accepterat inslag i den demokratiska processen. Det ersätter inte olika slag av opinionsbildning, utan är ytterligare en dimension i vårt agerande för idrottsrörelsens intressen.



Stå inte och se på – förbered er i studiecirkel!

Tanken med den här studiehandledningen till boken *Att lyckas med lobbning* i kombination med bland annat *Idrotten Vill*, är att ni tillsammans i en grupp och i studiecirkelns form dels ska få en möjlighet att lite djupare sätta er in i frågor om opinionsbildning och lobbning (med tyngdpunkten på lobbning), dels handfast kunna påbörja/genomföra en planering av egen lobbning utifrån just era behov och förutsättningar. Med SISU Idrottsutbildarna som anordnare av studiecirkeln kan ni också få stöd, idéer och uppslag i studierna.

Ni som väljer att tillsammans ta tag i dessa frågor kan vara från en enskild klubb, alternativt kan ni göra det i samverkan mellan föreningar (exempelvis allianser) eller i samarbete med idrottens distriktsorganisationer. Det är ni själva som avgör vad som blir mest meningsfullt utifrån er situation.

Men även ett lokalt agerande vinner i kraft om vi uppträder samlat och tar vara på de erfarenheter som finns inom till exempel distriktet och här spelar (kan spela) idrottens olika distriktsidrottsförbund (DF) en central roll! Det kan vara klokt att tidigt ta en kontakt!

Opinionsbildning och lobbning

Inledningsvis har vi här rört oss med de båda begreppen opinionsbildning och lobbning. Enkelt uttryckt skulle man kunna säga att opinionsbildning handlar om att påverka allmänheten och övriga omvärlden i syfte att förändra eller förflytta en fråga, medan lobbning är när offentliga och privata aktörer med legala medel söker påverka beslutsfattare i syfte att utnyttja och/eller förändra eller förhindra förändring av ... (beslut).

Opinionsbildning och lobbning går "hand i hand" och på *sidan 41–55* i boken diskuteras skillnaden mellan dessa olika aktiviteter med tonvikt på opinionsbildning. Den stora skillnaden är att lobbning innebär mer av direkt och aktiv påverkan på beslutsfattare – från *reagera* till *agera*:

Reagera: att agera i en uppkommen situation satt på dagordningen av någon annan.

Agera: att själv välja vilka frågor, med vilka mål och medel man ska förändra eller förflytta en uppfattning eller ett beslut.

- **Vad är/vad betyder/vad innebär kommunen för er förening i praktiskt avseende? Spelar den någon roll? Är den "bra"? Vad skulle ni vilja förändra? Motivera.**

Och nu sätter vi fokus på lobbning:

- **I dag möter vi begreppet nästan dagligen i media – men vad har ni själva för syn på det? Vad står det för och är lobbning något vi säger oss använda inom idrottsrörelsen? Tänk efter – lyft fram ett bra och ett dåligt exempel på lobbning, som ni kan komma på. Välj ett internationellt eller ett lokalt exempel.**



Det är inte osannolikt att ni vädrar en uppfattning om att lobbning har något med "skumrask" att göra, men så är det inte. I dag är det en accepterad och till och med önskad metod, men naturligtvis med både möjligheter och begränsningar.

Vad är lobbning eller lobbying (vi väljer i den här studiehandledningen att tala om lobbning)? Varför lobba? Ja, här kan det vara dags att skaffa lite mer bakgrund genom boken – *sidorna 12–30*.

Vi skulle också kunna lägga till att dagens beslutsfattare (inte minst på det kommunala planet) har minskat i antal och är nedlusade med olika frågor. De orkar inte (eller hinner inte) längre med att gå ut bland sina väljare eller träffa dem i den utsträckning som de kanske själva skulle vilja. Frågorna har också blivit alltmer komplicerade. Därför är de beroende av att få information och beslutsunderlag serverat – från dem som är berörda och förhoppningsvis då på ett ärligt och seriöst sätt, även om det naturligtvis finns partsintressen med i bilden.

Därför är budskapet i *Idrotten Vill* att idrottsrörelsen ska vara beredd att ta ökat ansvar för sin verksamhet och värna samhällsstödet.

- Hur ser ni på lobbning som möjlighet och metod i ert eget agerande på kommunal och regional nivå? Vad har ni för exempel på egna aktuella frågor där det finns anledning att "vässa ert agerande" genom exempelvis lobbning? Plocka fram några exempel på eget agerande och fundera över vad som i dag kännetecknar det (bedöm och markera karaktären med kryss längs dessa skalor):

Reagera _____ i liten grad _____ i hög grad

Agera _____ i liten grad _____ i hög grad

Opinionsbildning _____ i liten grad _____ i hög grad

Lobbning _____ i liten grad _____ i hög grad

Andra aktiviteter, nämligen: _____

Hur mycket har ni samarbetat med andra inom idrotten (IF, SDF, DF)? _____

Erfarenheter? _____



Agerande på det centrala planet – RF

Innan ni går vidare ska vi höja blicken något. Den här studiehandledningen vänder sig till idrottsrörelsens lokala och regionala nivå, men bilden vore inte komplett om inte också det centrala perspektivet berörs. I en folkrörelse av idrottens slag sker hela tiden en samverkan mellan olika nivåer, vilket kan ge en nästan oanad kraft i agerandet.

Vi väljer därför att här bryta in med frågan: "Vad gör RF?"

Egentligen kanske vi först ska fråga: "Varför opinionsbildning och/eller lobbning?"

Vi konstaterar att förändringstakten – tempot i utvecklingen – är hög. Genom en löpan- de omvärldsbevakning skapas också förutsättningar för delaktighet i och påverkan av förändringar. Vi ställs i dag inför 1 000 lagar, 2 000 förordningar och 7 000 författningar. Idrottsrörelsen ska uppfattas som en kraftfull folkrörelse och stå för en helhetssyn.

Hur ser då RF:s verktygslåda ut? Gläntar vi på locket så ser vi: analyser / strategier / möten, träffar / media / utvärdering, uppföljning / snabbinfo, pressinfo / samverkan med

personer och grupper med specialkompetens / strategisk grupp: ett strategiskt arbetssätt där olika kompetenser, idrottspolitik och kommunikation samverkar / FoU-verksamhet / reguljära möten med riksdagen och partiernas idrottskontaktpersoner / journalistseminarier / myndighetskontakter och mycket mera.

- **Naturligtvis är verktygslådan också användbar för idrotten runt om i kommuner (och landsting) men det krävs då en anpassning till er speciella situation, uppgifter och konkret vad ni vill åstadkomma. Hur skulle en tillämpning av dessa metoder och arbetssätt kunna se ut för er på hemmaplan? Vad känns aktuellt att direkt ta upp ur lådan?**

Kanske finns det nu också anledning att här fundera över hur ni själva (idrotten, föreningen) uppfattas av olika målgrupper – egna medlemmar, andra föreningar, politiker, beslutsfattare, massmedia ...

Framgångsrik lobbning

Och nu är det hög tid att ni börjar arbeta fram en egen skräddarsydd lösning eller plan

för er i _____ (organisationens namn)

för att med kraft driva följande fråga eller uppgift:

Med målet att uppnå

_____ genom vårt agerande.



Här följer nu några områden som det är särskilt viktiga att arbeta igenom, men tänk då samtidigt på att avsnitten i boken innehåller åtskilliga konkreta samt praktiska frågor att diskutera och fundera över!

Vad kännetecknar en bra lobbare? (sidan 57–63)

- Hur ser ert kontaktnät ut (av betydelse i den aktuella frågan/uppgiften) och vem/vilka i de egna leden kan vara aktuella för lobbingsuppdrag? I en idrottsförening finns många möjligheter (olika uppdrag, roller och uppgifter) – sammantaget en stark och omfattande kraft, men hur blir den samordnad och fokuserad?

Strategi, planering, analys? (sidan 64–77)

Men det räcker inte enbart med "rätt" beteende – det krävs också en genomtänkt strategi och det är ju något som vi är vana vid i idrottsutövandet och på idrottsarenan. Planering och analys inkluderar också "motståndaren".

- Nu är det dags att bli extra noggrann med anteckningar och idéer. Glöm inte vidsynen – bakåt, runt omkring och framåt. Vad ser ni?

Relationer, koalitioner och kontakter? (sidan 78–102)

Ensam är inte stark – det handlar också om relationer, koalitioner och kontakter. Och här har vi ju i idrotten synnerligen goda möjligheter. Inte minst samverkan med och inom de olika idrottsdistrikten kan öppna avgörande möjligheter.

Dra ihop trådarna

När ni så jobbat igenom de olika byggstenarna så kan det vara hög tid att ställa samman allt i en lobbingsplan – och här kan ni ha anledning att stämma av med de 30 råd och tips, som ni hittar på *sidan 103–109*.

Bokens avslutande sidor (128–) är egentligen de mest intressanta – det är där ni har utrymme att formulera och anteckna era egna överväganden, slutsatser och aktionsplanen utan att bli störd av någon författare. Inte minst kan det finnas anledning att blicka lite längre fram i tiden och notera nya tankar och idéer.