

Politisk påverkan och relationer – en samling tips och råd

Dessa tips och råd har vi tagit fram främst för dig som inte känner dig så van att arbeta med politisk påverkan. Men de kan även fungera som en grundpelare för den som är mer van. Tipsen kan användas oavsett om du arbetar med elhandel, elproduktion, elnät, fjärrvärme eller fjärrkyla.

Materialet har tagits fram av Carina Lindberg Glavå, strategisk rådgivare inom Public affairs med egen erfarenhet från kommunpolitiken och goda kunskaper om energisystemet, och bearbetats av Energiföretagen. Materialet uppdaterades sedermera den 8 december 2023 av Viktor Nordqvist pressansvarig på Energiföretagen Sverige, med mångårig erfarenhet från både den kommunala och nationella politiska arenan.

Innehållsförteckning

Politisk påverkan och relationer – en samling tips och råd	1
Innehållsförteckning.....	2
Tydlighet för att nå fram i den lokala kommunikationen	3
Att arbeta med relationer – verksamhetens diplomatiska arbete	3
Intressentkartläggning.....	4
Att uppvakta politiker	4
Aktiviteter för påverkansarbete.....	5
Använd aktörer ni har en etablerad relation till för att lyfta frågan.	5
Uppvaktningar	6
Seminarier.....	6
Studiebesök.....	7
Använd flera kanaler.....	8

Tydlighet för att nå fram i den lokala kommunikationen

Som representanter för ett energiföretag har ni kanske sedan länge upparbetade relationer med näringsliv, offentliga aktörer och politiker, både lokalt, regionalt och nationellt. Dessa relationer är guld värda om de vårdas och underhålls väl.

Kommunikation handlar mycket om relationer och om förmågan att kunna se den egna verksamheten även ur andras perspektiv. I detta dokument väljer vi termen *intressenter* och inte termen *målgrupper*. Valet baseras på att termen målgrupp står i vägen för ett gott relationsarbete. Ordet målgrupp utgår från en ensidig kommunikation, du väljer någon att tala till, men lägger inte vikt vid mottagarens intresse i frågan. Ett arbete som i stället utgår från en intressentanalys tenderar att bli mer framgångsrikt, då det ger vikt åt andras intresse i "din" fråga.

Varje process, produkt eller fråga har sina intressenter. I detta dokument återfinns exempel på frågor att ställa vid utvecklingen av en lokal kommunikationsplan.

Att arbeta med relationer – verksamhetens diplomatiska arbete

Tillgången till beslutsfattare ökar om de upplever att den fråga man vill prata om är angelägen. Likaså förs en fråga uppåt på agendan om det är många olika slags aktörer som talar om samma sak. Att etablera och underhålla relationer till viktiga intressenter brukar därför liknas vid en verksamhets diplomatiska arbete. Detta ska inte tolkas som att man ska ha icke-professionella relationer, utan arbetet bygger på ett kontinuerligt, strukturerat kunskapsutbyte om det som är verksamhetens kärnfrågor. Se gärna till att vara dina intressenters förstahandskälla när det gäller energifrågorna, detta oavsett om det är politiker, näringsidkare eller andra viktiga personer i kommunen/regionen.

Vänner vinner man inte för att man behöver dem. Det gäller att i god tid identifiera aktörer som är viktiga för frågan och upprätthålla relationer över tid. Kom ihåg att de aktörer du har en relation med också kan ha relationer med varandra och kan prata om din fråga också när du inte är i rummet. Det betyder att du ska kunna beskriva din fråga på samma sätt, med samma grundläggande budskap, även om exempel och formuleringar kan vara olika.

Gör en plan för i vilken ordning aktörer ska uppvaktas eller vidtalas i den aktuella frågan. Utgå från regeln att x ska få information om er ståndpunkt och/eller ert agerande från er i första hand och inte få höra det från någon annan först. Följande är bra att tänka på om ni för fram ett krav publikt (i en tidning eller på sociala medier): är kravet/ståndpunkten av sådan art att någon eller några av era intressenter behöver informeras innan?

Se den andres frågor och intressen. Som exempel har en skogsägare, som levererar restprodukter till ett värmeverk, och en lokalt etablerad industri som köper värme olika intressen i frågan om energisystemets utveckling. Det gäller att ha klart för sig på vilket sätt er fråga är angelägen för den ni möter. Vilka effekter kan en positiv eller negativ utveckling av er verksamhet ha för den du möter?

Intressentkartläggning

Utgå från följande frågor när ni gör eller uppdaterar en intressentkartläggning:

För vem/vilka är (din fråga/sector/produkt) angelägen?

Vilka är intressenter i frågan?

Vilka är viktiga för er verksamhet?

Vilka är viktiga för att genomdriva eller ta beslut om er fråga

Vilka aktörer är prioriterade?

Har ni relationer till de prioriterade aktörerna?

Vilket innehåll (i förhållande till er fråga) har er relation idag?

Formulera huvudbudskap och stödjande budskap för respektive aktör.

Vilket slags stöd önskar ni få av respektive intressent – vad vill ni att de ska göra?

Att uppvakta politiker

Som energiföretag träffar ni politiker i flera sammanhang. Vid frågor som kan komma att bli föremål för kommunfullmäktigebeslut (exempelvis en större investering) måste ni vara beredda på att svara på frågor från olika håll, även från media och allmänheten. För att underlätta för de fullmäktigeledamöter som inte har direkt insyn och djupare kunskap om er verksamhet behöver ni också ge ett bra underlag till dem. Det underlättar ärendehantering av er fråga och ökar tryggheten inför de beslut som ska tas.

Gör tydliga och pedagogiska beskrivningar av frågan ni vill driva. I budskap och presentationer; besvara huvudfrågorna *när, var, hur, vad* och framför allt *varför*. Relatera till aktuella mål som politikerna beslutat om (till exempel kommunens/regionens miljömål). Vad betyder er fråga för möjligheten att efterleva beslutade planer? Vilka effekter ger ert förslag för ökad hållbarhet, effektivisering av energianvändning, elektrifiering, industrietableringar, den cirkulära ekonomin, stadsutveckling, bostadsförsörjning etcetera? Bredda gärna frågan. Kan ni påvisa effekter för andra aktörer som också är viktiga på orten?

Kom ihåg att väl utarbetat underlag inte besvarar alla frågor. En bred majoritet av Sveriges politiker är fritidspolitiker – och är därmed troligen inte lika insatta i kommunens verksamhet som kommunalråden. De är troligtvis inte heller lika vana vid att läsa eller tolka de underlag som tjänstemän ger till nämnder och kommunfullmäktige. För att undvika missförstånd, ryktesspridning eller onödiga konflikter så kan ni därför gärna erbjuda att delta på de olika partiernas möten inför ett deltagande på kommunfullmäktige. Viktigt är att både erbjuda att träffa politikerna som styr kommunen såväl som oppositionen.

På så vis hinner alla ställa sina eventuella frågor till er och eventuella oklarheter kan redas ut innan beslutet når offentlighetens kammare. Detta då många kommunfullmäktigesammanträden idag filmas och sänds live.

Kom ihåg att olika partier har olika partikultur. Undvik därför att peta i vilka som deltar i ett möte. I en partigrupp kanske du träffar presidiet, ett annat parti kanske vill att du möter deras gruppledare och ett tredje vill ha ett möte där alla partiets medlemmar får delta

(vilket innefattar även de som inte har kommunalpolitiska uppdrag). Genom att träffa partierna i deras egna sammanhang knyter du också band till både nuvarande och kommande kommunpolitiker.

Nationella och lokala perspektiv kan ofta hänga ihop. En kommunpolitiker kan ha viktiga uppdrag i sitt partis nationella organisation. En riksdagsledamot lägger betydande tid på sitt hemlän. Stäm gärna av med branschföreningen om vilka frågor som är aktuella.

Aktiviteter för påverkansarbete

Här följer ett antal förslag på aktiviteter för påverkansarbete, som vi hoppas kan inspirera och vara till nytta när ni gör er planering.

Använd aktörer ni har en etablerad relation till för att lyfta frågan.

Om den egna frågan redan finns på en politisk dagordning eller i en offentlig debatt är det bara att delta. Det är alltid lättare att fortsätta rulla på en boll som är i rullning än att få i gång en boll som ligger still.

Men om den egna frågan inte diskuteras behöver den lyftas in i debatten.

Bästa sättet är att starta en diskussion tillsammans med andra. Om fler aktörer lyfter samma sak upplevs den också mer angelägen. Knyt gärna frågan till något som era lokalpolitiker anser är viktigt. Är frågan exempelvis "jobbskapande", "klimaträddande" eller "välfärdsbyggande"?

Uppvaktningar

Uppvakta de aktörer ni har prioriterat i intressentkartläggningen, ta ett möte och se om ni har gemensamma intressen i den aktuella frågan och föreslå eventuellt gemensamma aktiviteter.

Då det gäller uppvaktning av politiker, är det viktigt att ta hänsyn till mandatperiodens cykel – observera att många politiker av naturliga skäl tänker i fyra års cykler. Politik handlar trots allt om att vinna val.

Det är angeläget att ha en löpande kontakt med politiken och inte inskränka kontakterna till enskilda personer. Det är fullmäktige grupper, snarare än personer, som bär kontinuitet över tid. Även politiska tjänstemän och sekreterare är viktiga och kan vara en del av den politiska kontinuiteten.

Mandatperiodens cykel:

År 1 – Nyvalda politiker. Eventuellt nya konstellationer av majoriteter. Personförändringar i styrelser och nämnder kan förskjuta styrkeförhållanden. Det kan bli förändringar av tidigare fattade beslut. Rikspolitiker med mandat eller koppling till orten eller regionen kan ge uppmärksamhet och branschen eller frågorna.

År 2 och 3 – Kännetecknas av verkstad. Nu ska de inriktningar som blivit tydliga bli praktik. Under andra halvan av år 3 börjar partierna arbeta fram valmanifest. Här finns en möjlighet att påverka inriktningen för kommande mandatperiod. Positioneringar om listplaceringar förskjuter interna styrkeförhållanden inom partigrupperna under denna tid vilket innebär att det är än viktigare att ha relationer med hela fullmäktige grupper snarare än med den/de som för närvarande har specifika uppdrag.

År 4 – Valår. Kännetecknas av ompositionering, nya löften och en obalans avseende besluts- och handlingskraft. Vissa frågor kan skyndas på medan andra hamnar i vakuum. Mycket svårt att få uppmärksamhet och handlingskraft från politiken. Lokala politiker tar mer intryck av partiets nationella frågor och agenda.

Seminarier

Sök seminarieplattformar i och utanför energisektorn. Försök ta reda på vilka seminarier och konferenser era prioriterade intressenter brukar delta på. Erbjud er att medverka, gärna tillsammans med aktörer som ni har goda relationer med.

Exempel på detta kan vara Business Arena, Lokalk marknadsdagar, lokala mässor och rikspartiernas dagar som genomförs i er närhet.

Sök också kontakt med närliggande högskola eller universitet. Vilken samverkan kan ni åstadkomma om frågor som klimat och miljö, elektrifiering, cirkulär ekonomi och/eller stads- och regional utveckling.

När man får in sin fråga som ett perspektiv på bredare samhällsfrågor ger det bättre möjlighet att nå ut till fler.

Kom ihåg att seminarier är vanligare i större städer samt med politiker som sitter i riskdagen. Med andra ord kan en nyckelväg vara att försöka få den lokala riksdagsledamoten att genomföra ett seminarium i Riksdagen, eller bjuda in till aktivitet på hemmaplan.

Studiebesök

Bjud in de aktörer ni vill ha en nära relation med till studiebesök. Kom ihåg att politiker och även andra aktörer har ett tight schema. Så du kan troligen inte visa hela verksamheten vid ett och samma besök eller ha för många personer närvarande vid besöket. Er vd eller annan ledande person bör få mycket tid med den aktör/politiker som ni uppvaktar – och man förlorar snabbt tid genom att vara för många i rummet.

Inför aktiviteter – gör tydligt:

- Vad (avgränsa) är en angelägen fråga för oss?
- Så här ser vi frågan.
- Det här vill vi.
- Sätt in frågan i ett sammanhang, relatera till omvärld och omvärldsförändringar – vad står på spel?
- Vad avser vi göra? / Vad önskar vi ska hända? /Vad önskar vi beslutsfattaren göra?

Använd flera kanaler

Genomslag och debatt i både traditionella och sociala medier kan stärka påverkansarbetet och er opinionsbildning.

Lokala politiker kan ofta vara en viktig brygga till den nationella politiken och politiska beslut som påverkar energisektorn som fattas på nationell nivå. Därför kan det vara bra att även peka på det nationella perspektivet och partiernas övergripande politik inom ett område vid möten med de lokala politikerna.

Ta fram relevanta siffror, grafer och rapporter som hjälper politikerna att föra era förslag vidare i andra sammanhang där de verkar; i partiet, i fullmäktigegruppen i möten med andra verksamheter.

Gör en bred uppslutning synlig

När ni har kroat arm med aktörer från andra sektorer, gör den breda uppslutningen synlig. En fastighetsägare, ett åkeri, en skogsägare och en miljöorganisation kan ha samma intressen som ni. Exempelvis kan det kommunala bostadsbolaget ofta vara en viktig samaktör och därmed en viktig part att samverka med. Agera tillsammans. Hänvisa till varandras utsagor. Skriv inlägg och debatter ihop.

Uppvaktningar bör göras av följande kategorier politiker och som regel i följande ordning:

1. Det egna presidiet (i politiskt styrda bolag).
2. Den egna styrelsen (i politiskt styrda bolag).
3. Kommunstyrelsens presidium/Kommunstyrelsens arbetsutskott.
4. Fullmäktiges partigrupper (med början i majoritet, därefter storleksordning). Här kan politiska tjänstemän spela en roll för att få ingångar.
5. Kommunstyrelsen.
6. Relevanta sakkämnder, som samhällsbyggnadsnämnd, miljönämnd, teknisk nämnd.
7. Relevanta förvaltningars opolitiska tjänstemän.

Vilka som deltar vid en uppvaktning får anpassas efter vilka ni träffar och det egna budskapet. Se varje möte med politiker som en möjlighet att öka kunskapen om er verksamhet och de frågor som är viktiga för er.