

Hvordan interesseorganisationer får politisk indflydelse

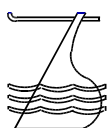
**Resultater fra en spørgeskemaundersøgelse
blandt danske interesseorganisationer**

Anne Binderkrantz

Ph.d.-stipendiat

asb@ps.au.dk

Juni 2004



DEPARTMENT OF POLITICAL SCIENCE
University of Aarhus
Universitetsparken
DK-8000 Aarhus C • Denmark
Telephone +45 8942 1111
Fax: +45 8913 9839

INSTITUT FOR STATSKUNDSKAB
Aarhus Universitet
Universitetsparken
8000 Aarhus C
Telefon 8942 1111
Telefax 8613 9839

Introduktion og resumé af hovedkonklusioner

Denne rapport præsenterer nogle hovedresultater af en spørgeskemaundersøgelse blandt danske interesseorganisationer. Undersøgelsen blev gennemført omkring årsskiftet 2003/2004, og er del af et ph.d.-projekt om de strategier, interesseorganisationer bruger for at få indflydelse på politik. Projektet afsluttes med en afhandling i sommeren 2005. Er man interesseret i at se andre resultater fra spørgeskemaundersøgelsen og ph.d.-projektet, kan projektet følges på hjemmesiden: www.ps.au.dk/asb. I boksen neden for fremhæves nogle af de vigtigste konklusioner.

Boks 1: Hovedkonklusioner

- De danske interesseorganisationer er ret forskelligt stillet, når det gælder ressourcer i form af indtægter og ansatte. Der findes både mange interesseorganisationer med et lavt indtægtsgrundlag og ganske få eller ingen ansatte og mange ressourcestærke organisationer med store professionelle sekretariater.
- Der er stor forskel på, hvilke kilder interesseorganisationerne får deres indtægter fra. Arbejdsgiver- og arbejdsgiverorganisationerne trækker primært på kontingenter fra medlemmerne. Organisationer for forskellige patientgrupper og organisationer, der arbejder med sociale spørgsmål, har offentlige tilskud som den største indtægtskilde.
- Interesseorganisationerne benytter sig af et bredt arsenal af aktiviteter i deres forsøg på at få politisk indflydelse. Mere end to tredjedele af organisationerne har fx inden for det seneste år haft kontakt til embedsmænd og folketingsudvalg, ligesom de har udsendt pressemeddelelser, og har forsøgt at mobilisere deres medlemmer til at kontakte beslutningstagere.
- Enkelte aktiviteter er dog ikke særlig udbredte. Kun en mindre del af organisationerne benytter sig af mere ukonventionelle metoder som aktioner, demonstrationer og happenings. Underskriftsindsamlinger, annoncekampagner og kontakt til partiorganisationerne er også blandt de mindre almindelige indflydelsesmetoder.
- De organisationer, der arbejder for bestemte gruppers interesser, prioriterer aktiviteter rettet mod forvaltningen højere end de organisationer, der arbejder for mere idealistiske mål. Omvendt ligger de ideelle organisationer højt, når det gælder medierettede aktiviteter og forsøg på at mobilisere andre til at støtte organisationens arbejde.
- Organisationer for forskellige institutioner og regionale myndigheder samt erhvervs- og brancheorganisationerne har haft størst succes med at få embedsmænd til at tage sager op. Til gengæld er der flere af de socialt orienterede organisationer og andre former for ideelle organisationer, der har haft held til at gøre medierne interesserede i deres sager. Arbejdsgiverorganisationerne og miljøorganisationerne udmærker sig ved, at en stor del af dem har fået både embedsmænd, politikere og medier til at tage sager op.

Indledning

Når man læser avisen, ser nyheder på TV eller på anden vis følger med i dansk politik, kan man ikke undgå at lægge mærke til, at en lang række interesseorganisationer forsøger at få indflydelse på de beslutninger, der træffes af politikere og embedsmænd og på befolkningens holdning til forskellige spørgsmål. Nogle af de største interesseorganisationer får stort set daglig omtale, mens andre kun dukker op i medierne en sjælden gang, når der er fokus på et spørgsmål, som vedrører lige præcis den gruppe, som organisationen repræsenterer. Samlet set er et meget bredt spektrum af organisationer aktivt involveret i dansk politik. Nogle har hundredtusindvis af medlemmer og store sekretariater. Andre organiserer ganske små grupper og baserer sig på frivillig arbejdskraft. Nogle organisationer har virksomheder eller offentlige institutioner som medlemmer, nogle organiserer ansatte i forskellige brancher og andre igen består af personer, der kun har det til fælles, at de gerne vil støtte organisationens arbejde fx med miljøspørgsmål eller menneskerettigheder.

Et fællestræk ved alle interesseorganisationer er, at de på den ene eller anden måde forsøger at få politisk indflydelse. Netop organisationernes arbejde for at påvirke den offentlige politik har været omdrejningspunktet for den gennemførte spørgeskemaundersøgelse blandt danske interesseorganisationer. Organisationer tager mange forskellige virkemidler i brug for at få indflydelse. Som nævnt fylder organisationerne meget i medie billedet, og en af årsagerne til dette er, at organisationerne gør en stor indsats for at få journalisternes opmærksomhed og for at få medierne til at dække netop deres interesseområder og vinkler på aktuelle politiske spørgsmål. Nogle gange sker dette gennem udsendelse af pressemeddelelser og afholdelse af pressemøder, mens der andre gange tages mere dramatiske virkemidler som happening og aktioner i brug for at gøre medierne interesserede i en organisations mærkesager.

Interesseorganisationer går imidlertid langt fra altid gennem medierne, når de søger politisk indflydelse. Traditionelt set har mange danske interesseorganisationer haft ret tætte kontakter til ministeriernes embedsmænd, og det er stadig sådan, at ministeriet sender forslag til ny lovgivning til organisationer på området, før ministeren fremsætter lovforslag i Folketinget. Organisationerne sidder desuden med i mange forskellige råd og nævn, og har kontakter af mere uformel karakter til embedsmændene. Også politikerne er centrale mål for interesseorganisationers påvirkningsforsøg. Interesseorganisationer har fx mulighed for at få foretræde for eller henvende sig skriftligt til Folketingets udvalg, og medlemmer af Folketinget er ofte ganske interesserede i at høre fra organisationer, der repræsenterer de grupper, som lovgivningen påvirker.

Selvom vi ved, at interesseorganisationer benytter sig af alle de nævnte metoder i deres forsøg på at få indflydelse, har det aldrig været undersøgt, hvor udbredte de forskellige metoder er blandt danske interesseorganisationer. Forskningen har især fokuseret på organisationernes kontakter til embedsmænd, mens de andre indflydelseskanaler har været genstand for mindre interesse. Derfor har et hovedformål med den gennemførte spørgeskemaundersøgelse været at afdække, hvor mange interesseorganisationer, der benytter sig af forskellige former for indflydelsesmetoder. Et overordnet billede af, hvilke metoder organisationerne bruger, kan imidlertid dække over store forskelle mellem organisationerne. Det er fx muligt, at nogle organisationer orienterer sig mest mod medierne, mens andre lægger størst vægt på at have et tæt forhold til embedsmænd. Det er derfor væsentligt også at undersøge, om der er forskel på forskellige organisationstypers anvendelse af forskellige metoder. Allererst skal der dog ses på, hvilke organisationstyper der findes, samt på organisationernes ressourcer i form af indtægter og ansatte, fordi disse er vigtige for muligheden for at arbejde målrettet for at få politisk indflydelse.

Hvad kendetegner danske interesseorganisationer? Organisationstyper og ressourcer

Som nævnt findes der mange og meget forskellige interesseorganisationer i Danmark. Alle former for interesseorganisationer er med i undersøgelsen, uanset om deres medlemmer er virksomheder, offentlige institutioner, enkeltpersoner eller andre interesseorganisationer¹. Der findes ikke noget register over danske interesseorganisationer, og det kan ikke siges med sikkerhed, hvor mange organisationer der findes. Til brug for undersøgelsen er der derfor lavet en liste over organisationer, som er sammenstykket af oplysninger fra så mange forskellige kilder som muligt. Samlet set er det blevet til 2.465 organisationer. Der blev udsendt et spørgeskema til alle disse organisationer og 1.722, svarende til 70 procent af organisationerne, svarede. En del af de organisationer, der svarede på skemaet, er dog blevet frasorteret, fordi de oplyste, at de slet ikke arbejder for at få politisk indflydelse. Dermed kan de ikke betragtes som egentlige interesseorganisationer, og de falder derfor udenfor formålet med denne undersøgelse. Tilbage er 1.229 landsdækkende interesseorganisationer, der har udfyldt spørgeskemaet, og som fortæller, at de arbejder for at få politisk indflydelse.

For at kunne undersøge, hvilke forskelle der er mellem organisationernes politiske aktiviteter, er organisationerne delt op i tolv forskellige grupper. I boksen neden for er en beskrivelse af de forskellige grupper, interesseorganisationerne er delt op i.

¹ Undersøgelsen omfatter dog kun landsdækkende interesseorganisationer, og alle lokale og regionale organisationer er derfor sorteret fra.

Boks 2: Forskellige typer af interesseorganisationer

Arbejdstagerorganisationer: organisationer hvis medlemmer er arbejdstagere.

Erhvervs- og brancheorganisationer: organisationer hvis medlemmer er virksomheder.

Institutionelle og regionale organisationer: organisationer hvis medlemmer er institutioner som fx skoler og museer samt sammenslutninger af regionale myndigheder.

Patientorganisationer: organisationer hvis medlemmer er patienter og pårørende.

Faglige og videnskabelige organisationer: organisationer hvis medlemmer har en fælles, faglig interesse. Fx lægevidenskabelige selskaber og faglige foreninger for lærere.

Andre interessebaserede organisationer: organisationer hvis medlemmer tilhører andre afgrænsede grupper end de ovenstående. Fx elevorganisationer og ældreforeninger.

Hobbyorganisationer: organisationer, hvor medlemmerne har en fælles hobby som fx musik- og idrætsforeninger.

Miljøorganisationer: organisationer, der arbejder med miljø-, natur- og dyrebekyttelse.

Humanitære orienterede organisationer: organisationer, der arbejder med forhold i andre lande typisk af humanitær karakter.

Socialt orienterede organisationer: organisationer, der arbejder med forskellige typer af sociale forhold i Danmark.

Religiøse/kirkelige organisationer: organisationer med religiøs eller kirkelig tilknytning.

Andre ideelle organisationer: organisationer, der arbejder med andre forhold af ideel karakter end de ovennævnte. Fx ungdomspolitiske organisationer og forbrugerorganisationer.

Første skridt på vejen til at få et billede af interesseorganisationers politiske aktiviteter, er at se på, hvor mange af de forskellige organisationstyper, der faktisk findes. Vil man have indflydelse i politik, kræver det ikke bare, at man danner en organisation, men også et vist minimum af ressourcer. Særligt muligheden for at have medarbejdere ansat til at beskæftige sig med politik, har betydning for en organisations mulighed for at lave et intensivt arbejde for at få politisk indflydelse. Det er altså interessant ikke alene at se på, hvor mange organisationer af forskellig art, der findes, men også på, hvilke ressourcer organisationerne har. I tabel 1 er derfor en oversigt over, hvor stor en andel af de organisationer, der har svaret på spørgeskemaet, der tilhører de forskellige kategorier, samt over de forskellige organisationstypers gennemsnitlige ressourcer.

Den største gruppe af organisationer er erhvervs- og brancheorganisationerne, som udgør 22 procent af det samlede antal organisationer. Der er også mange arbejdstagerorganisationer, og alt i alt har mere end 40 procent af organisationerne tilknytning til arbejdsmarkedet på enten arbejdstager- eller arbejdsgiversiden. Arbejdstagerorganisationerne er samtidig den organisationstype, der har flest ressourcer i form af indtægter og samlet antal medarbejdere, men også erhvervs- og brancheorganisationerne er ganske godt med. Ser man kun på antallet af medarbejdere, der beskæftiger sig med politisk arbejde, ligger arbejdstager- og arbejdsgiversiden faktisk ret tæt på hinanden med henholdsvis 5,6 og 4,3 politiske medarbejdere i gennemsnit pr. organisation.

Tabel 1: Organisationstyper og gennemsnitlige indtægter og antal medarbejdere

Organisationstype	Andel af alle	Indtægter i kr. (gennemsnit)	Antal medarbejdere (gennemsnit)	Antal politiske medarbejdere (gennemsnit)
Arbejdstagerorganisationer	18,6 pct.	44.720.000	32,0	5,6
Erhvervs- og brancheorganisationer	22,0 pct.	13.180.000	21,5	4,3
Institutionelle og regionale organisationer	5,5 pct.	9.380.000	14,1	8,0
Patientorganisationer	8,5 pct.	4.130.000	4,6	1,0
Faglige og videnskabelige organisationer	12,9 pct.	630.000	0,7	0,3
Andre interessebaserede organisationer	5,7 pct.	8.820.000	6,6	1,8
Hobbyorganisationer	8,0 pct.	13.790.000	7,5	1,1
Miljøorganisationer	2,6 pct.	6.720.000	8,3	3,0
Humanitære organisationer	4,5 pct.	20.970.000	7,6	1,3
Socialt orienterede organisationer	2,8 pct.	6.390.000	2,7	1,4
Religiøse/kirkelige organisationer	4,1 pct.	9.000.000	9,8	0,7
Andre ideelle organisationer	5,0 pct.	8.570.000	3,8	1,7
Alle organisationer	1.229	15.960.000	14,2	3,0

Note: Følgende spørgsmål danner baggrund for tabellens oplysninger om indtægter og medarbejdere: "Hvor store indtægter havde organisationen sidste år? (skriv ca. beløb)". 1.079 organisationer svarede på spørgsmålet. "Hvor mange ansatte har organisationen centralt? (omregn til fuldtidsansatte)". 1.167 organisationer svarede på spørgsmålet. "Hvor mange af disse ansatte beskæftiger sig med politisk arbejde. Her tænkes både på kontakt til embedsmænd, politikere eller journalister og arbejde med fx analyser og undersøgelser eller overvågning af den politiske proces (omregn til fuldtidsansatte)". 1.152 organisationer svarede på spørgsmålet.

Gruppen af institutionelle og regionale organisationer tegner sig for omkring 5 procent af det samlede antal organisationer, og disse organisationer er ret ressourcestærke. Det er særligt bemærkelsesværdigt, at det gennemsnitlige antal medarbejdere, der arbejder med politik, for denne gruppe er helt oppe på 8 personer. Det er det højeste antal for nogen type af organisationer. Gennemsnittet dækker dog over store forskelle internt i gruppen, idet de store kommunale og amtslige organisationer trækker gennemsnittet væsentligt op. Patientorganisationerne udgør en stor del af organisationerne, men har i forhold til de andre typer af organisationer et ret lavt indtægtsniveau på omkring 4 millioner i gennemsnit. Den næste gruppe – de faglige og videnskabelige organisationer – er dog den absolutte bundscorer med et gennemsnitligt indtægtsniveau på kun 630.000 kr.. Disse organisationer har samtidig ikke ansat medarbejdere i større omfang, og når det kommer til antallet af medarbejdere, der arbejder med politik, er det gennemsnitlige tal helt nede på 0,3. De faglige og videnskabelige organisationer udgør til gengæld næsten 13 procent af det samlede antal organisationer.

Hobbyorganisationerne fylder også ganske godt i organisationslandskabet og har pænt store indtægter. Disse penge bruges ikke i særlig vidt omfang til at ansatte politiske medarbejdere, idet hobbyorganisationerne gennemsnitligt kun har omkring en enkelt ansat, der arbejder med politik. Sammenligner man med den næste type af organisationer – miljøorganisationerne – ser man, at disse har 3 gange så mange politiske medarbejdere som hobbyorganisationerne, men kun halvt så store indtægter. Det er altså tydeligt, at de to typer organisationer prioriterer deres ressourcer meget forskelligt – hvilket vel også kun er naturligt, da der er tale om organisationer med ganske forskellige formål. Miljøorganisationerne er den mindste gruppe af organisationer, men heller ikke de andre typer af ideelle organisationer udgør mere end maksimalt 5 procent af de organisationer, der har svaret på spørgeskemaet. I sammenligning med miljøorganisationerne har hverken de humanitære, de socialt orienterede, de religiøse eller gruppen af andre ideelle organisationer særlig mange medarbejdere, der arbejder med politiske spørgsmål (mellem 0,7 og 1,7 i gennemsnit). Til gengæld har især de humanitære og religiøse organisationer et ret stort indtægtsgrundlag og mange ansatte samlet set.

Det er vigtigt at huske på, at det kun er de organisationer, der på den ene eller anden måde søger at få politisk indflydelse, der har svaret på spørgeskemaet. Særligt blandt nogle organisationstyper findes mange organisationer, der slet ikke beskæftiger sig med politik, fordi deres aktiviteter fx udelukkende retter sig mod organisationens egne medlemmer. Det billede, der her er givet af, hvor meget de forskellige organisationstyper fylder i organisationslandskabet, er altså kun dækkende for den del af organisationerne, der har politisk arbejde. Når man sammenligner organisationsty-

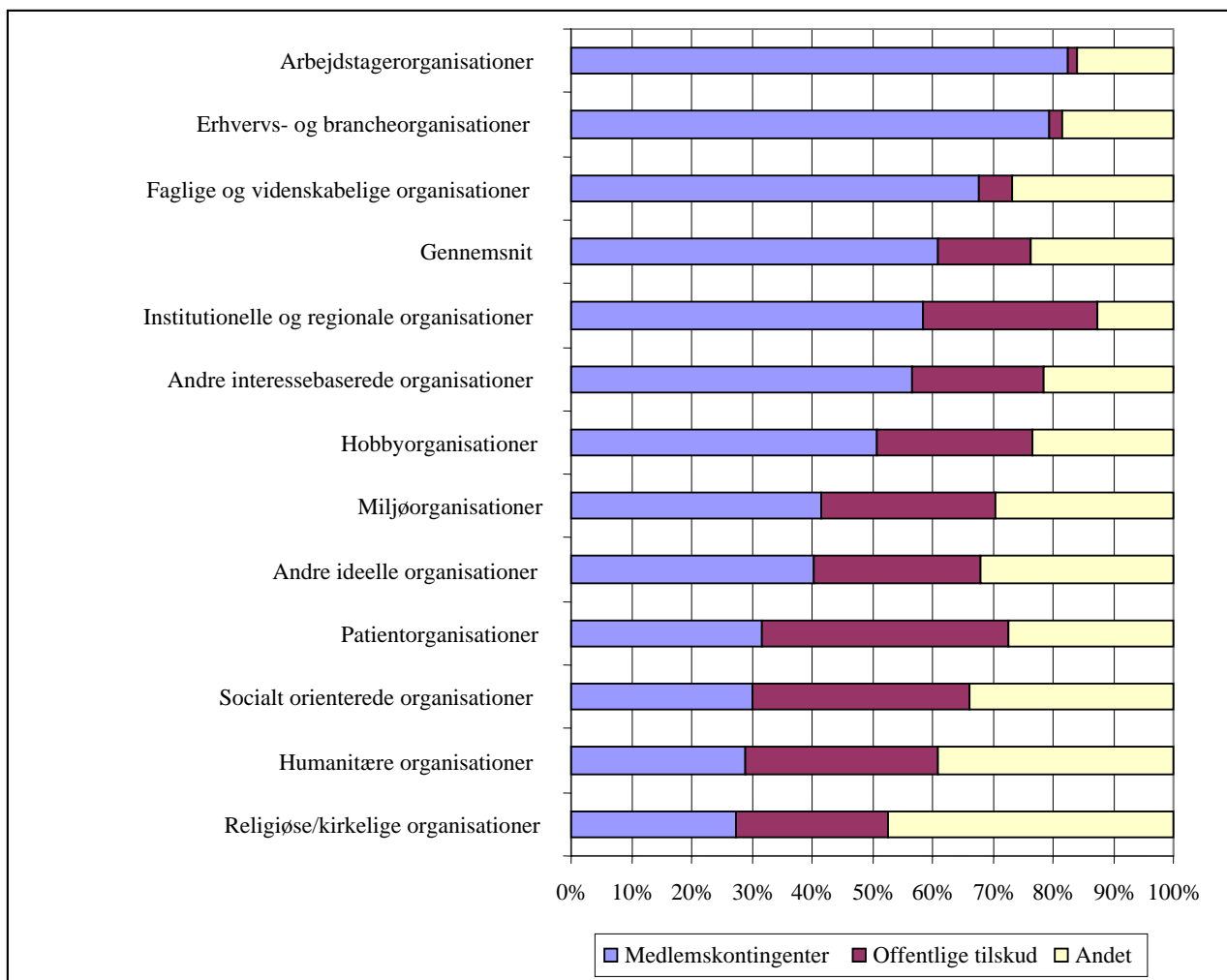
perne, er det også tydeligt, at nogle organisationer bruger mange af deres ressourcer på at ansætte medarbejdere, der kan tage sig af organisationens kontakter til politikere, embedsmænd og medier, mens den type af aktiviteter for andre organisationer kun udgør en lille del af arbejdet. Eksempelvis har de humanitære organisationer på trods af et højt indtægtsniveau ikke ansat særlig mange politiske medarbejdere, hvilket selvfølgelig skyldes, at denne type organisationer bruger deres ressourcer på andre ting som fx nødhjælpsarbejde.

Når man som her ser på, hvor mange indtægter og ansatte de forskellige organisationstyper har i gennemsnit, kan tallene dække over store forskelle mellem organisationerne indenfor hver gruppe. Selvom det i tabellen ser ud som om, de danske interesseorganisationer er ganske velhavende med indtægter i millionklassen for næsten alle organisationstypers vedkommende, er der også mange organisationer, der har betydeligt færre ressourcer. Samlet set er der faktisk mere end 25 procent af organisationerne, hvis indtægter ligger på 200.000 kr. eller derunder. Samtidig er der næsten en tredjedel af interesseorganisationerne, som slet ingen ansatte har. Der er altså alt i alt tale om ret store ressourceforskelle mellem organisationerne både indenfor hver kategori af organisationer og mellem de forskellige organisationstyper.

Det næste interessante spørgsmål i relation til interesseorganisationernes indtægter er, hvor organisationernes penge kommer fra. Er det organisationens egne medlemmer, der finansierer arbejdet, får organisationer tilskud fra det offentlige eller kommer indtægterne fra helt andre kilder? Det er blandt andet interessant, fordi nogle typer af organisationer kan have lettere end andre ved at få medlemmerne til at betale høje kontingenter. Samtidig er det vigtigt, om de tilskud det offentlige giver til interesseorganisationer, er med til at skabe balance eller ubalance mellem de forskellige organisationstypers mulighed for at søge politisk indflydelse. De offentlige tilskud gives selvfølgelig ofte til andre typer af aktiviteter end politisk arbejde, men særligt for nogle organisationstyper kan offentlig støtte være en forudsætning for en målrettet indsats for at få politisk indflydelse.

Interesseorganisationerne blev spurgt om, hvor stor en del af deres indtægter, der stammer fra henholdsvis medlemskontingenter og offentlige tilskud. Resultaterne vises i figur 1 neden for. For hver organisationstype vises en bjælke, der repræsenterer de samlede indtægter. Bjælken er ind delt i tre blokke: første blok viser, hvor stor en del af indtægterne, der i gennemsnit kommer fra medlemskontingenter. Den anden blok viser den del af indtægterne, der stammer fra offentlige tilskud, mens den sidste blok viser, hvor stor en del af organisationernes indtægter, der kommer fra andre kilder.

Figur 1: Organisationernes indtægtskilder. Andel af organisationernes indtægter, der stammer fra medlemskontingenter, offentlige tilskud og andre kilder (gennemsnit)



Note: Følgende spørgsmål danner baggrund for tabellens oplysninger: ”Hvor stor en del af indtægterne stammede fra medlemskontingenter? (skriv ca. procentdel)”. 1.138 organisationer svarede på spørgsmålet. ”Hvor stor en del af indtægterne stammede fra offentlige tilskud? (skriv ca. procentdel)”. 1.124 organisationer svarede på spørgsmålet. Kategorien ”andet” viser den del af organisationernes indtægter, der ikke stammer fra henholdsvis medlemskontingenter og offentlige tilskud.

Allerede ved første blik på figuren er det tydeligt, at der er store forskelle mellem organisationernes indtægtskilder. Arbejdstagerorganisationerne får fx mere end 80 procent af deres indtægter direkte fra medlemmerne, mens de religiøse organisationer og de socialt orienterede organisationer får mindre end 30 procent af indtægterne fra medlemskontingenter. Det generelle billede er, at de organisationer, der arbejder for forskellige idealistiske formål, trækker langt mindre på kontingenter fra deres medlemmer, end de organisationer, der arbejder for bestemte grupper interesser. Det er sandsynligt, at dette mønster skyldes, at det er lettere at få medlemmerne til at betale høje kontingenter, når de får en personlig gevinst ud af organisationens arbejde, end når det drejer sig om at bidrage til mere idealistiske formål. Omvendt ser det ud til, at de organisationer, der arbejder for ideelle for-

mål, har bedre mulighed for at skaffe sig indtægter fra andre kilder end medlemmerne og det offentlige. For disse organisationer er der således mellem 30 og 50 procent af indtægterne, der stammer fra andet end kontingenter og offentlige tilskud. Det kan fx dreje sig om indtægter fra private donationer og indsamlinger.

Ser man på, hvor stor en del af organisationernes indtægter, der kommer fra offentlige tilskud, er det for det første slående, at organisationerne på arbejdsmarkedet samt de faglige og videnskabelige organisationer får en meget lille del af deres penge fra denne kilde. Som det fremgik af tabel 1, er både arbejdstager- og arbejdsgiversidens organisationer ganske velbeslåede, og har mange ansatte, der arbejder med politiske spørgsmål. Det kan altså nu konkluderes, at disse ressourcer ikke stammer fra offentlige tilskud men derimod fra organisationernes medlemmer. Dog er der ikke her taget hensyn til indirekte offentlige tilskud i form af muligheden for at trække kontingenter fra i skat.

I den anden ende af skalaen, når det gælder andelen af de samlede indtægter, der stammer fra det offentlige, finder vi patientorganisationer og organisationer med forskellige sociale formål. For begge grupper er offentlige tilskud faktisk den største indtægtskilde. Det kan tolkes enten som udtryk for, at der fra offentlig side er en særlig velvilje i forhold til at støtte disse typer af organisationer eller som udtryk for, at der er tale om organisationer, der har svært ved at få indtægter fra andre kilder. Som diskuteret oven for er både patientorganisationerne og de socialt orienterede organisationer blandt de organisationstyper, der har det laveste indtægtsniveau, og det tyder derfor på, at den sidste forklaring har mest for sig.

De øvrige organisationstyper får mellem 20 og 35 procent af deres indtægter fra det offentlige. De har dermed det til fælles, at de offentlige tilskud udgør en væsentlig del af indtægtsgrundlaget, samtidig med, at det ikke er den største indtægtskilde. For gruppen af institutionelle og regionale organisationer kan det dog være en lidt misvisende konklusion, fordi medlemmerne af disse organisationer typisk selv er offentlige institutioner eller myndigheder. Dermed kommer også medlemskontingenterne altså i sidste ende fra det offentlige. Set fra organisationens synspunkt er der dog sikkert ganske stor forskel på indtægter fra offentlige tilskud og medlemskontingenter, uanset om også sidstnævnte stammer fra offentlige kasser.

Hvordan søger interesseorganisationer politisk indflydelse?

En interesseorganisation med ambitioner om at få politisk indflydelse har mulighed for at tage mange forskellige metoder i brug. I nogle situationer kan det være vigtigt at få direkte kontakt til de em-

bedsmænd eller politikere, der træffer beslutninger på områder, der interesserer organisationen. Andre gange kan det være afgørende for at påvirke udfaldet af en bestemt sag, at man har succes med at fange mediernes interesser. Der kan også være store forskelle mellem forskellige organisationer. Organisationerne på arbejdsmarkedsområdet har fx en lang tradition for et ret tæt samarbejde med statslige embedsmænd, mens nyere organisationer kan have sværere ved at opbygge gode kontakter til forvaltningen. Nogle organisationer foretrækker at arbejde over for politikere og medier frem for at have et alt for tæt forhold til embedsmændene, mens andre omvendt lægger størst vægt på at have et godt forhold til de embedsmænd, der arbejder med organisations kerneområde.

Selvom det er kendt, at danske interesseorganisationer benytter sig af mange forskellige aktiviteter i deres forsøg på at påvirke den offentlige politik, har det ikke tidligere været undersøgt, hvor udbredte de forskellige aktiviteter er. Hvor mange organisationer henvender sig fx rutinemæssigt til forvaltningen og politikerne, når de har noget på hjertet? Gør alle organisationer meget ud af at få medieomtale, og hvor udbredt er det at lave spektakulære aktioner og andre former for happening? Det er spørgsmål som disse, der har været omdrejningspunktet for spørgeskemaundersøgelsen. Danmark har traditionelt været kendetegnet ved, at interesseorganisationerne nærmest rutinemæssigt blev inddraget af forvaltningen, når deres interesser blev berørt og denne type indflydelse har ofte været betragtet som den vigtigste. Imidlertid er der sket store ændringer i det politiske system i løbet af de seneste årtier, hvilket blandt andet har medført, at medierne og Folketinget spiller en større rolle end tidligere. Det gør det ekstra interessant at undersøge, hvordan interesseorganisationerne prioriterer forskellige typer af aktiviteter.

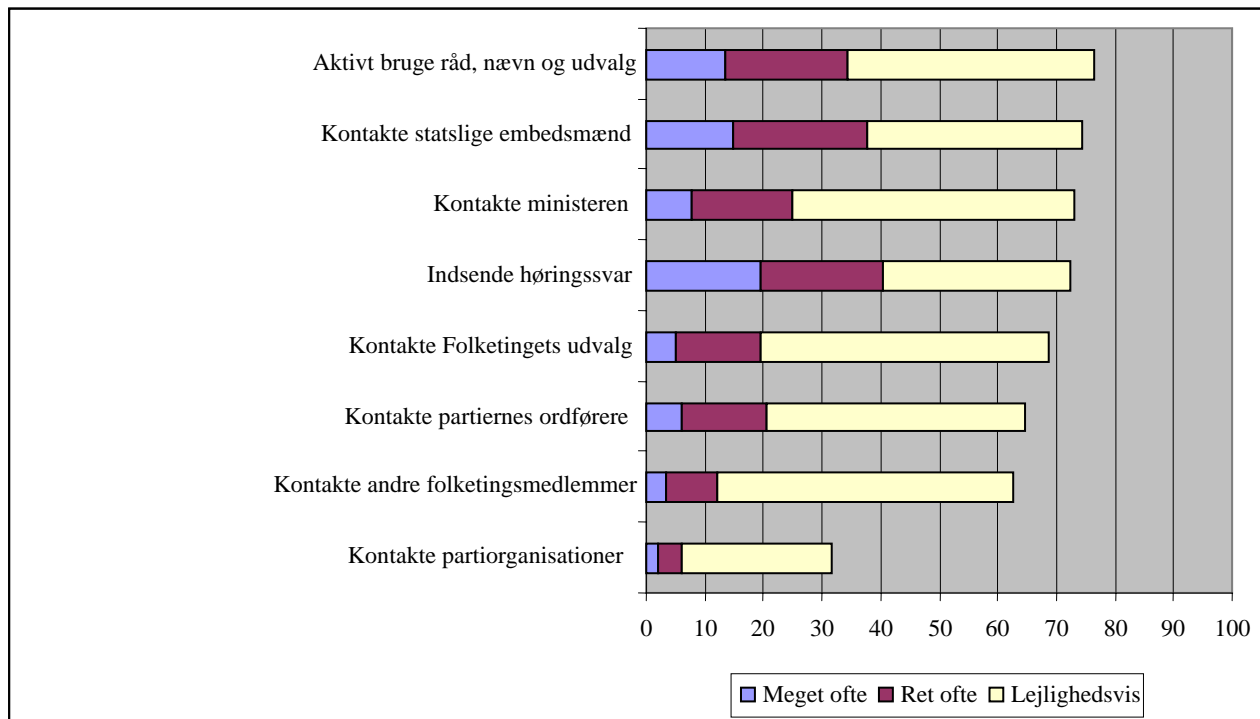
I spørgeskemaet blev organisationerne spurgt, hvor ofte de benytter sig af en lang række forskellige aktiviteter i deres forsøg på at få indflydelse. De næste afsnit bygger på organisationernes svar på disse spørgsmål. Det første afsnit diskuterer de aktiviteter, der retter sig direkte mod beslutningstagere i forvaltningen og Folketinget, mens det næste afsnit handler om de aktiviteter, der retter sig mod medierne, eller som går ud på at mobilisere organisationens medlemmer og andre til at lægge pres på beslutningstagere.

Aktiviteter rettet mod beslutningstagere i forvaltning og Folketing

I figur 2 er en oversigt over, hvor ofte interesseorganisationer benytter sig af en række aktiviteter, der retter sig mod embedsmænd og politikere. Konkret er organisationerne blevet bedt om at svare på, hvor ofte inden for det seneste år, de har benyttet sig af de forskellige aktiviteter inden for det politikområde, hvor de er mest aktive. For hver aktivitet er en bjælke, hvor den første blok viser,

hvor mange organisationer der svarede, at de benytter aktiviteten 'meget ofte'; anden blok, hvor mange der svarede 'ret ofte' og tredje blok, hvor mange der svarede 'lejlighedsvis'.

Figur 2: Anvendelse af aktiviteter, der retter sig direkte mod beslutningstagere



Note: Følgende spørgsmål danner baggrund for tabellens oplysninger: "Nedenfor er en række aktiviteter, som interesseorganisationer kan foretage sig for at få politisk indflydelse. Igen vil vi bede Dem tænke på forholdene på det politikområde, som organisationen er mest aktiv inden for. Vi vil bede Dem angive [...], hvor ofte organisationen inden for det seneste år har benyttet sig af de forskellige aktiviteter." Svarmulighederne var: 'meget ofte', 'ret ofte', 'lejlighedsvis' og 'aldrig'. Mellem 1.160 og 1.174 organisationer svarede på spørgsmålene.

De fleste af aktiviteterne er ret udbredte blandt de danske interesseorganisationer. Mere end to tredjedele af organisationerne tager i hvert fald lejlighedsvis kontakt til minister og embedsmænd, ligesom de indsender hørings svar og bruger deres pladser i forskellige råd og nævn. Der er oven i købet en stor gruppe organisationer, der fortæller, at de bruger de fleste af disse aktiviteter 'ret ofte' og mellem 14 og 20 procent af organisationerne, der svarer, at de 'meget ofte' har kontakt til embedsmænd, indsender hørings svar og bruger deres pladser i råd og nævn aktivt. Selvom der er sket store ændringer i dansk politik i de seneste årtier, ser det ud til, at traditionen for at inddrage berørte organisationer i forvaltningens arbejde med fx forberedelse af lovgivning består. Der er i hvert fald stadig ganske jævnlige kontakter mellem embedsmænd i forvaltningen og forskellige interesseorganisationer.

Ser man på aktiviteter, der retter sig mod partier og politikerne i Folketinget, ligger niveauet lidt lavere end i forhold til kontakter til forvaltning og embedsmænd, men der er stadig rigtig mange organisationer, der mindst lejlighedsvis kontakter Folketingets udvalg, partiernes ordførere og andre medlemmer af Folketinget. Der kan gå lang tid mellem et bestemt politisk emne dukker op på Folketingets dagsorden, og for de mest specialiserede organisationer er det langt fra sikkert, at der i løbet af et enkelt år overhovedet vil være spørgsmål af interesse, der behandles i Folketinget. I det lys er der tale om ret høje tal, når næsten 70 procent af organisationerne i hvert fald lejlighedsvis kontakter Folketingets udvalg, og når omkring 20 procent fortæller, at de ret ofte har den slags kontakter. Den eneste aktivitet, der ikke er særlig udbredt, er kontakter til partiorganisationerne. Når interesseorganisationer vil forsøge at påvirke politikernes adfærd, går de altså direkte til de politikere, der sidder i Folketinget, frem for at søge indflydelse på politikernes bagland i partierne.

Indtil videre har vi kun set på, hvor mange organisationer, der samlet set benytter sig af de forskellige aktiviteter. Det er imidlertid også interessant, om der er forskel mellem organisationstyperne. Er det specielt de store organisationer på arbejdsmarkedet, der har tætte kontakter til embedsmændene eller har alle typer af organisationer den slags kontakter? Er det de samme organisationer, der forsøger at få indflydelse ved at kontakte forvaltningen og politikerne, eller er der nogen, der foretrækker den ene type kontakter frem for den anden? For at undersøge dette er de forskellige aktiviteter delt op i dem, der har med forvaltningen at gøre og dem, der har med politikere og Folketing at gøre. For hver af disse to typer af aktiviteter er der lavet et indeks, hvor en organisation kan få mellem 0 og 100 points alt efter, hvor ofte den benytter de forskellige aktiviteter, og hvor væsentlige organisationen mener aktiviteterne er, når den forsøger at få indflydelse. Resultatet er altså for hver organisation et tal for, hvor højt den prioriterer aktiviteter rettet mod forvaltningen og et tal for prioriteringen af aktiviteter rettet mod Folketing og politikere. Det første kaldes i det følgende en 'forvaltningsstrategi' og det andet en 'parlamentarisk strategi'. I de næste to tabeller er vist gennemsnittet af disse to prioriteringer for de forskellige organisationstyper.

De organisationer, der ligger allerhøjest i forhold til at bruge en forvaltningsstrategi er de institutionelle og regionale organisationer. Det er måske ikke overraskende, fordi medlemmerne her ofte selv er del af det offentlige som tilfældet er for fx skoler og lokale myndigheder. Derfor er det sikkert ret naturligt at have tætte kontakter til statens embedsmænd. Gruppen af andre interessebaserede organisationer arbejder også ret intensivt over for forvaltningen. Der er her tale om en blandet gruppe af organisationer, men en del af dem organiserer brugere af offentlige ydelser og service, og det kan være baggrunden for, at organisationerne har mange kontakter til den offentlige forvaltning.

Også arbejdsmarkedets parter – arbejdstagerorganisationerne på den ene og erhvervs- og brancheorganisationerne på den anden side – er blandt de organisationstyper, der ligger i den høje ende, når det gælder anvendelse af en strategi, der retter sig mod forvaltningen. Netop arbejdsmarkedspolitikken har traditionelt været kendetegnet af meget stor inddragelse af de berørte parter og tallene bekræfter, at der stadig er tale om et område, der udmærker sig ved, at organisationerne prioriterer kontakter til forvaltningen højt.

Tabel 2: Forskellige organisationstypers prioritering af en forvaltningsstrategi

Organisationstype	Forvaltningsstrategi (gennemsnit)
Institutionelle og regionale organisationer	58
Arbejdstagerorganisationer	45
Andre interessebaserede organisationer	45
Erhvervs- og brancheorganisationer	45
Miljøorganisationer	42
Socialt orienterede organisationer	37
Hobbyorganisationer	32
Andre ideelle organisationer	32
Patientorganisationer	31
Faglige og videnskabelige organisationer	30
Humanitære organisationer	23
Religiøse/kirkelige organisationer	19
Alle organisationer	39

Note: Appendiks A beskriver konstruktionen af indekset for forvaltningsstrategien

Mere overraskende er det nok, at vi finder miljøorganisationerne så langt oppe af listen over organisationer, der har intensive forvaltningskontakter. Miljøområdet er et relativt nyt politikområde, og der er derfor ikke tale om en lang tradition for at inddrage interesseorganisationer på dette område. Resultatet passer dog ganske godt med anden nyere forskning, der netop viser, at miljøorganisationerne er blevet ganske velintegrerede i forvaltningens arbejde i takt med, at miljøspørgsmål er kommet til at fylde mere². I den anden ende af skalaen i forhold til at have en høj prioritering af kontakter til forvaltningen ligger de religiøse/kirkelige organisationer samt de humanitære organisa-

² Peter Munk Christiansen og Asbjørn Sonne Nørgaard (2003). *Faste forhold – flygtige forbindelser. Stat og interesseorganisationer i Danmark i det 20. århundrede*. Århus: Magtudredningen/Aarhus Universitetsforlag. Side 96.

tioner. For disse organisationer er kontakter til embedsmænd, indsendelse af høringsvar mv. altså ikke nær så væsentligt som for de øvrige organisationer.

Vendes opmærksomheden nu mod aktiviteter, der retter sig mod politikere og partier i Folketinget, er det interessant at se på, om der er forskel mellem de organisationer, der har en høj anvendelse af en sådan parlamentarisk strategi og dem, der lå højt i forhold til forvaltningsstrategien. Som det fremgår af tabel 3, er de institutionelle og regionale organisationer også i forhold til parlamentsstrategien i top, mens de religiøse og kirkelige organisationer igen ligger lavest. Indimellem disse to yderpunkter er der imidlertid flyttet en del rundt. Arbejdstager- og erhvervsorganisationerne er fx ikke blandt topscorerne på parlamentsstrategien, men ligger derimod omkring gennemsnittet. Det ser altså ud til, at disse organisationer fylder meget mere i det samlede billede af organisationernes kontakter til embedsmændene, end de gør, når det gælder politikerne.

Tabel 3: Forskellige organisationstypers prioritering af en parlamentarisk strategi

Organisationstype	Parlamentarisk strategi (gennemsnit)
Institutionelle og regionale organisationer	33
Andre ideelle organisationer	33
Andre interessebaserede organisationer	32
Socialt orienterede organisationer	30
Miljøorganisationer	28
Arbejdstagerorganisationer	25
Erhvervs- og brancheorganisationer	25
Patientorganisationer	21
Humanitære organisationer	20
Hobbyorganisationer	19
Faglige og videnskabelige organisationer	16
Religiøse/kirkelige organisationer	13
Gennemsnit	24

Note: Appendiks A beskriver konstruktionen af indekset for parlamentsstrategien

Situationen er omvendt for de socialt orienterede organisationer og gruppen af andre ideelle organisationer (fx forbrugerorganisationer og ungdomspolitiske organisationer). De lå begge under gennemsnittet på forvaltningsstrategien, mens de er blandt dem, der scorer højest i forhold til parlamentsstrategien. Her er altså tale om organisationer, som prioriterer kontakter til partier og politikere ret højt. En forklaring kan være, at de arbejder for spørgsmål, som har almennyttig karakter, og som har at gøre med forhold, hvor Folketinget har meget at skulle have sagt. De socialt orienterede

organisationer er netop karakteriseret ved at arbejde med forskellige sociale forhold i Danmark. I modsætning til mange af de emner, som fx de humanitære organisationer arbejder med, er der her tale om spørgsmål, der i høj grad kan afgøres i Folketinget.

Medieorienterede aktiviteter og mobilisering af medlemmer og andre

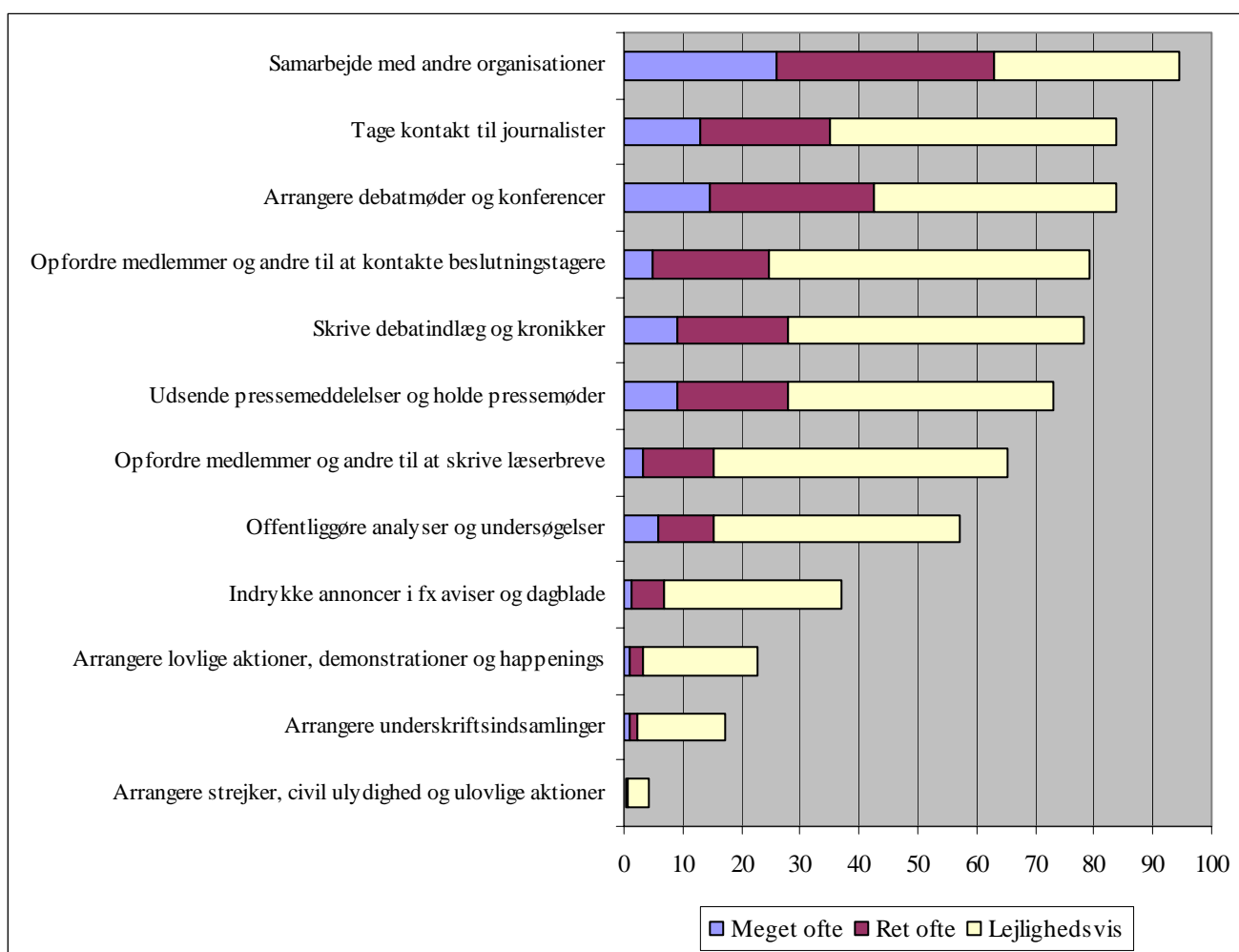
Indtil nu har diskussionen kun drejet sig om de af interesseorganisationernes aktiviteter, der retter sig direkte mod beslutningstagere i Folketing og forvaltning. Der findes imidlertid også mange mere indirekte metoder, der kan tages i brug af organisationer, der ønsker indflydelse. Medierne spiller en stor rolle i dansk politik og en succesfuld mediestrategi kan være midlet til at få en organisations mærkesager på den politiske dagsorden. Mens kontakter til beslutningstagere og journalister ofte kan varetages af organisationens politisk valgte eller ansatte, kan det også være fordelagtigt at inddrage medlemmer og aktive i det politiske arbejde. Ved at mobilisere store grupper til at deltage i underskriftsindsamlinger, skrive til relevante politikere eller deltage i demonstrationer og aktioner kan en organisation vise, at den har bred opbakning. Samtidig kan spektakulære aktioner og hændinger være middel til at få mediernes opmærksomhed.

Figur 3 viser, hvor mange organisationer der benytter sig af en række forskellige aktiviteter i deres forsøg på at få politisk indflydelse. Her fokuseres på aktiviteter, hvor organisationen ikke selv går til beslutningstagerne, men derimod forsøger at få indflydelse ved at mobilisere andre eller ved at gå gennem medierne. Det er tydeligt, at de fleste danske interesseorganisationer også benytter sig af denne slags metoder. Mere end 80 procent af organisationerne tager fx mindst lejlighedsvis kontakt til journalister og et tilsvarende antal arrangerer debatmøder og konferencer. Sammenligner man med tallene for kontakter til embedsmænd og politikere (i figur 2), er det altså mere udbredt at kontakte medierne, end det er at tage direkte kontakt til beslutningstagere. Der er også rigtig mange organisationer, der i hvert fald lejlighedsvis forsøger at få deres medlemmer og andre til at kontakte beslutningstagere eller til at skrive læserbreve. Det er ret bemærkelsesværdigt, at det altså ikke ser ud til at være nok, at organisationen selv henvender sig til politikere og embedsmænd – langt størstedelen af organisationer forsøger at vise, at der er opbakning til deres synspunkter ved at mobilisere medlemmerne til at være aktive.

Ikke alle aktiviteter er lige udbredte. Det er fx under 5 procent af organisationerne, der inden for det seneste år har arrangeret strejker, civil ulydighed og ulovlige aktioner. Der er da også tale om de typer af mobiliseringsaktiviteter, som har den største samfundsforstyrrende effekt, enten fordi de er ulovlige eller fordi målet med aktiviteten er en meget direkte påvirkning af andre end dem,

der deltager i aktiviteten – fx ved at stoppe produktionen indenfor en branche. Også underskriftsindsamlinger og lovlige aktioner, demonstrationer og happenings er metoder, der kun tages i brug af en mindre del af organisationerne, og som for meget få organisationers vedkommende er noget, der forekommer mere end lejlighedsvis. Alt i alt må det altså konkluderes, at flertallet af danske interesseorganisationer forsøger at mobilisere støtte til deres sager og at få mediernes opmærksomhed, men at kun et mindretal benytter sig af ukonventionelle og konfrontatoriske metoder for at nå deres mål.

Figur 3: Anvendelse af aktiviteter, der retter sig mod medier og mobilisering



Note: Følgende spørgsmål danner baggrund for tabellens oplysninger: ”Nedenfor er en række aktiviteter, som interesseorganisationer kan foretage sig for at få politisk indflydelse. Igen vil vi bede Dem tænke på forholdene på det politikområde, som organisationen er mest aktiv inden for. Vi vil bede Dem angive [...], hvor ofte organisationen inden for det seneste år har benyttet sig af de forskellige aktiviteter.” Svarmulighederne var: ’meget ofte’, ’ret ofte’, ’lejlighedsvis’ og ’aldrig’. Mellem 1.165 og 1.175 organisationer svarede på spørgsmålene.

Det næste interessante spørgsmål er, hvilke typer af organisationer der lægger særlig stor vægt på at være aktive i forhold til medierne og på at mobilisere deres medlemmer og andre. Er det de samme organisationer, der lå højt i forhold til kontakter til forvaltning og politikere eller er det andre typer af organisationer, der gør sig gældende, når det fx drejer sig om at slå igennem i medierne? De aktiviteter, der blev undersøgt i figur 3, opdeles nu i dem, der har med medierne at gøre og dem, der har med mobilisering af støtte til organisationens mærkesager at gøre. For hver af disse er der lavet et indeks, hvor organisationer, der har et højt niveau af aktiviteter, og som prioriterer aktiviteterne højt, får en høj score. Indekset går fra 0 til 100 og hver eneste organisation har altså fået en værdi for både dens prioritering af mediestrategien og mobiliseringsstrategien. Tabel 4 og 5 viser de gennemsnitlige værdier for hver type af organisationer.

Tabel 4: Forskellige organisationstypers prioritering af en mediestrategi

Organisationstype	Mediestrategi (gennemsnit)
Miljøorganisationer	39
Socialt orienterede organisationer	38
Andre ideelle organisationer	37
Andre interessebaserede organisationer	35
Humanitære organisationer	32
Institutionelle og regionale organisationer	32
Arbejdstagerorganisationer	30
Erhvervs- og brancheorganisationer	29
Religiøse/kirkelige organisationer	26
Patientorganisationer	25
Hobbyorganisationer	25
Faglige og videnskabelige organisationer	20
Gennemsnit	29

Note: Appendix A beskriver konstruktionen af indekset for mediestrategien

Det viser sig, at det er de interesseorganisationer, der arbejder med forskellige ideelle formål, der ligger højest, når det gælder om at bruge medierne. Miljøorganisationerne er i top skarpt efterfulgt af de socialt orienterede organisationer og gruppen af andre ideelle organisationer. Der er ikke så stor forskel til det mønster, der viste sig i forhold til at henvende sig til Folketing og partier, men det er et markant andet billede end billedet for kontakter til forvaltningen. De organisationer, der lå højt på forvaltningsstrategien var dem, der repræsenterede bestemte gruppers interesser, mens det i forhold til medierne i højere grad er organisationer, der arbejder for mere almennyttige formål, der gør

sig gældende. Det kan skyldes, at medierne er mere interesserede i at lytte til organisationer, der kæmper for forskellige idealistiske formål end til organisationer, der varetager forskellige gruppers snævre egeninteresser. Den modsatte logik gør sig muligvis gældende for embedsmændene, der netop gerne vil have input fra præcis de grupper, som deres arbejde berører mest, mens grupper med bredere formål måske ikke opleves som ligeså relevante. Endelig kan det hænge sammen med, at de ideelle organisationer har brug for at vise deres medlemmer og potentielle medlemmer, at de arbejder for organisationens mærkesager, og at det gøres mest effektivt ved at få omtale i medierne.

Blandt de organisationer, der ikke arbejder særlig meget over for medierne, finder vi blandt andet de faglige og videnskabelige organisationer, hobbyorganisationerne og de religiøse/kirkelige organisationer. Disse grupper lå også ret lavt i forhold til både forvaltnings- og parlamentsstrategien, og der er altså ved at tegne sig et billede af, at de generelt ikke er særligt politisk aktive. Der er da også tale om organisationer, der typisk lægger større vægt på indadvendt arbejde og medlemsaktiviteter end på udadvendt politisk arbejde. Mere overraskende er det måske, at patientorganisationerne ligger ret lavt i forhold til mediestrategien. Der peges ofte på, at netop organisationer, der repræsenterer folk med forskellige problemer som fx sygdomme, har let ved at slå igennem i medierne. Selvom noget andet kan gøre sig gældende for nogle organisationer, står medierettede aktiviteter altså ikke specielt højt på dagsordenen for de fleste patientorganisationer.

Tabel 5: Forskellige organisationstypers prioritering af en mobiliseringsstrategi

<i>Organisationstype</i>	<i>Mobiliseringsstrategi (gennemsnit)</i>
Andre ideelle organisationer	30
Socialt orienterede organisation	27
Miljøorganisationer	27
Andre interessebaserede organisationer	26
Humanitære organisationer	22
Institutionelle og regionale organisationer	22
Arbejdstagerorganisationer	20
Patientorganisationer	19
Faglige og videnskabelige organisationer	18
Religiøse/kirkelige organisationer	18
Hobbyorganisationer	16
Erhvervs- og brancheorganisationer	14
Gennemsnit	19

Note: Appendiks A beskriver konstruktionen af indekset for mobiliseringsstrategien

Den sidste gruppe af aktiviteter drejer sig om at mobilisere støtte til organisationens arbejde. Det er fx forskellige former for aktioner og opfordringer til medlemmerne om at skrive læserbreve eller breve til politikere. Som det kan ses i tabel 5, er mønstret her ret tæt på mønstret i forhold til mediestrategien. Selvom der er byttet lidt rundt på pladserne, er det stadig de organisationer, der arbejder med forskellige almennyttige formål, der ligger øverst. Hobbyorganisationerne, de faglige og videnskabelige organisationer og de religiøse/kirkelige organisationer befinder sig også fortsat langt nede mod bunden af tabellen. Den mest markante forskel i forhold til mediestrategien er, at erhvervs- og brancheorganisationerne ligger allerlavest, når det gælder om at anvende mobiliseringsaktiviteter. Det ser altså ud til, at virksomhedernes organisationer stort set afholder sig fra denne type aktiviteter. Deres modpart på arbejdsmarkedet – arbejdstagerorganisationerne – ligger derimod omkring gennemsnittet for anvendelse af mobiliseringsstrategien, og der er altså her klar forskel på arbejdsmarkedets parter. Det er interessant, fordi arbejdstagerorganisationerne og erhvervs- og brancheorganisationerne, ligner hinanden næsten til forveksling, når det gælder alle de andre strategier.

Hvad nytter det? Hvilke organisationer har indflydelse på politik?

En ting er at forsøge at få politisk indflydelse, noget andet at have succes med bestræbelserne. Rent intuitivt virker det oplagt, at de organisationer, der fx bruger mange ressourcer på at kontakte forvaltningen, også er dem, der har størst held til at påvirke de beslutninger, embedsmændene træffer. Det er imidlertid ikke sikkert, at tingene forholder sig sådan. Man kan også forestille sig, at henvendelser fra nogle organisationer tages meget seriøst, mens andre stort set ignoreres. For at kunne sige noget om, hvilke organisationer der har politisk indflydelse i Danmark, er det derfor ikke nok at se på, hvad organisationerne gør for at påvirke politikken. Det er imidlertid ret vanskeligt at afdække, hvem der har stor politisk indflydelse. Der kan være tale om mange forskellige former for indflydelse, og selv for dem, der er involveret i fx processen omkring en lovs tilblivelse, kan det ofte være svært at pege på, hvor meget indflydelse forskellige organisationer har haft.

I spørgeskemaundersøgelsen er det forsøgt at få en indikation af omfanget af organisationers indflydelse ved at spørge interesseorganisationerne selv. Det er muligt, at mange organisationer har en tendens til at overvurdere, hvor meget indflydelse de har, men der er ingen grund til at forvente, at nogle typer af organisationer systematisk vil være mere tilbøjelige til at overvurdere deres indflydelse end andre. Når man sammenligner på tværs af organisationstyperne, kan man altså godt regne med, at billedet er nogenlunde korrekt. Organisationerne blev blandt andet spurgt om, hvor ofte de vurderer, at organisationens arbejde inden for det seneste år har haft væsentlig betydning for, at

henholdsvis medierne, statslige embedsmænd eller politikere og partier har taget en sag op. Det er ikke sikkert, at det at en sag bliver taget op også fører til, at den falder ud til organisationens fordel, men det er i hvert fald et vigtigt skridt på vejen til at få indflydelse. Tabel 6 viser, hvor mange organisationer inden for hver organisationstype, der svarede, at de enten 'meget ofte' eller 'ret ofte' inden for det seneste år har haft succes med at få taget sager op.

Tabel 6: Hvor mange har fået embedsmænd, politikere og medier til at tage sager op?

Organisationstype	Embedsmænd	Politikere	Medier
Arbejdstagerorganisationer	29 pct.	29 pct.	37 pct.
Erhvervs- og brancheorganisationer	30 pct.	22 pct.	32 pct.
Institutionelle og regionale organisationer	47 pct.	40 pct.	31 pct.
Patientorganisationer	5 pct.	12 pct.	26 pct.
Faglige og videnskabelige organisationer	11 pct.	9 pct.	16 pct.
Andre interessebaserede organisationer	21 pct.	30 pct.	43 pct.
Hobbyorganisation	13 pct.	12 pct.	20 pct.
Miljøorganisationer	26 pct.	30 pct.	45 pct.
Humanitære organisationer	15 pct.	21 pct.	21 pct.
Socialt orienterede organisationer	18 pct.	32 pct.	59 pct.
Religiøse/kirkelige organisationer	2 pct.	6 pct.	8 pct.
Andre ideelle organisationer	20 pct.	30 pct.	38 pct.
Gennemsnit	21 pct.	22 pct.	30 pct.

Note: Følgende spørgsmål danner baggrund for tabellens oplysninger: "Til sidst vil vi bede Dem svare på, hvor ofte organisationens arbejde inden for det seneste år har ført til forskellige resultater på det politikområde, som organisationen er mest aktiv inden for. Vi vil bede Dem angive, hvor ofte De vurderer, at organisationens arbejde har haft væsentlig betydning". Tabellen viser svarene for: "statslige embedsmænd har taget en sag op", "politikere eller partier har taget en sag op" og "medierne har taget en sag op". Svaremulighederne var: 'meget ofte', 'ret ofte', 'lejlighedsvist' og 'aldrig'. I tabellen er angivet den del af organisationerne inden for hver gruppe, der svarede 'meget ofte' eller 'ret ofte'. Mellem 1.191 og 1.197 organisationer svarede på spørgsmålene.

Der kan drages mange interessante konklusioner af tabel 6's oplysninger om, hvilke organisationstyper der har haft størst succes med at gøre embedsmænd, politikere og medier interesserede i deres mærkesager. For det første springer det i øjnene, at der ikke er særlig mange af de religiøse/kirkelige organisationer, hobbyorganisationerne og de faglige og videnskabelige organisationer, der har haft succes med nogen af de tre former for indflydelse. Det giver sidste brik til et billede af nogle organisationstyper, der ikke i særlig vidt omfang hverken søger eller får politisk indflydelse. Der er heller ikke særlig mange af patientorganisationerne, der har fået embedsmænd og politikere til at interessere sig for deres problemer, mens en noget større del af disse har haft succes med at komme i medierne. Det ser altså ud til, at det er lettere for patientorganisationer at få mediernes

opmærksomhed end politikeres og embedsmænds, selvom tallene i tabel 4 ikke tydede på, at patientorganisationerne prioriterer aktiviteter over for medierne specielt højt.

I den mere indflydelsesrige ende finder vi arbejdstagerorganisationerne og miljøorganisationerne. Begge grupper er ret succesfulde, når det gælder om at få embedsmænd, politikere og embedsmænd i tale. Her er da også tale om organisationer, der har klare ambitioner om at få politisk indflydelse, og som har et højt niveau af aktiviteter rettet mod at påvirke politik. Det resulterer i en høj grad af succes ikke blot i forhold til at gøre beslutningstagerne interesserede, men også, når det gælder om at fange mediernes opmærksomhed. I forhold til embedsmændene og politikerne er de institutionelle og regionale organisationer dog den absolutte topscorer, idet henholdsvis 47 procent og 40 procent af organisationerne inden for denne gruppe fortæller, at de har fået embedsmænd og politikere til at tage sager op. Det passer godt med, at det også var denne gruppe af organisationer, der havde det højeste niveau af aktiviteter rettet mod forvaltning og politikere. Også mange af erhvervs- og brancheorganisationerne vurderer, at deres kontakter til forvaltningen har fået embedsmænd til at tage sager op, men de har langt fra lige så stor succes i forhold til politikerne. Heller ikke i forhold til medierne markerer erhvervs- og brancheorganisationerne sig som specielt indflydelsesrige, hvilket i øvrigt også gør sig gældende for de institutionelle og regionale organisationer.

Det modsatte billede viser sig for de socialt orienterede organisationer, samt grupperne af andre ideelle og andre interessebaserede organisationer. De har alle sammen ret god gennemslagskraft i forhold til medierne, og mange har også haft succes med at gøre politikere interesserede i deres mærkesager. Til gengæld er der ikke ret mange af dem, der har fået embedsmænd til at tage sager op. Som diskuteret oven for ligger disse organisationstyper højt i forhold til at prioritere både en parlaments-, en medie- og en mobiliseringsstrategi. Det ser ud til, at aktiviteterne bærer frugt i hvert fald i forhold til at få ting sat på dagsordenen. Igen er der en ret stor kontrast særligt mellem de organisationer, der har succes med at få medieopmærksomhed og dem, der kan få embedsmændene interesserede i deres sager. Det er vanskeligt at sige, hvilken form for indflydelse, der har størst betydning i forhold til at påvirke den offentlige politik. Sikkert er det imidlertid, at det indtryk man får, hvis man ser på, hvem der fylder i medierne, ikke er det samme, som det man får, hvis man ser på, hvilke henvendelser embedsmændene modtager og hvem embedsmændene lytter til.

Konklusion

Når man ser på det danske organisationslandskab, springer det i øjnene, at der findes en organisation for stort set enhver gruppe og enhver sag, man kan forestille sig. Alle organisationer har imidler-

tid ikke lige store muligheder for at gøre sig gældende, når det drejer sig om at få politisk indflydelse. Der er fx store forskelle på organisationernes ressourcer. Nogle organisationer har indtægter i millionklassen og store professionelle sekretariater, mens andre udelukkende er baseret på frivillig arbejdskraft, og driver organisationens arbejde for beskedne penge. Det er heller ikke alle organisationer, der sætter særlig mange kræfter ind på at søge politisk indflydelse. Mange af de organisationer, der har svaret på spørgeskemaet, opfatter tydeligvis kun politisk arbejde som en biting i forhold til fx arbejdet over for organisationens medlemmer. Andre organisationer er derimod stiftet udelukkende for at arbejde for en bestemt sag eller varetage en bestemt gruppes interesser i forhold til det politiske system.

Organisationer, der ønsker politisk indflydelse, har mulighed for at tage mange forskellige metoder i anvendelse. Et hovedresultat af spørgeskemaundersøgelsen er, at rigtig mange af disse metoder tages i brug af en stor del af de danske interesseorganisationer. Et andet hovedresultat er, at der er store forskelle mellem organisationerne i, hvilke typer af strategier de foretrækker i deres bestræbelser på at påvirke den offentlige politik. I den ene ende finder vi organisationer, der repræsenterer virksomheder samt offentlige institutioner og myndigheder. De prioriterer kontakter til forvaltningen højt, og er også dem, der har størst succes, når det gælder om at få embedsmænd til at tage deres sager op. I den anden ende ligger de organisationer, der arbejder med forskellige almennyttige spørgsmål. De lægger stor vægt på at få mediernes opmærksomhed og på at mobilisere støtte til deres sager. Også for disse organisationer bærer arbejdet frugt, idet mange af dem har haft held til at fange mediernes interesse.

Der findes også organisationer, der har et ret højt aktivitetsniveau og stor indflydelse både i forhold til beslutningstagere og i forhold til medier. Det gælder særligt for arbejdstagerorganisationerne og miljøorganisationerne. Generelt er billedet dog, at de organisationer, der har størst succes med en form for indflydelse, ikke er de samme som dem, der har størst succes, når det gælder andre former for indflydelse. Det er vanskeligt at vurdere, om det giver størst indflydelse at kunne påvirke embedsmænd, politikere eller medier. I et demokratisk perspektiv er det imidlertid væsentligt, at forskellige interesser i det mindste har mulighed for at fremføre deres synspunkter. Derfor må det konkluderes, at det er vigtigt, at der findes forskellige kanaler, som interesseorganisationer kan tage i brug, når de søger politisk indflydelse. Selvom der også er skævheder i det samlede billede af organisationernes indflydelse, giver eksistensen af flere forskellige indflydelseskanaler mulighed for, at organisationer, der har svært ved at komme igennem med en form for indflydelse, kan tage andre metoder i brug.

Appendiks A: Indekskonstruktion

Følgende spørgsmål er brugt til konstruktion af indeks for organisationernes indflydelsesstrategier: ”Nedenfor er en række aktiviteter, som interesseorganisationer kan foretage sig for at få politisk indflydelse. Igen vil vi bede Dem tænke på forholdene på det politikområde, som organisationen er mest aktiv inden for. Vi vil bede Dem angive både, hvor væsentlige aktiviteterne er, når organisationen søger politisk indflydelse, og hvor ofte organisationen inden for det seneste år har benyttet sig af de forskellige aktiviteter.” Svarmulighederne i forhold til væsentlighed var: ’meget væsentligt’, ’væsentligt’, ’mindre væsentligt’ og ’ikke væsentligt’. Svarmuligheder i forhold til hyppighed var: ’meget ofte’, ’ret ofte’, ’lejlighedsvis’ og ’aldrig’. Mellem 1.165 og 1.196 organisationer svarede på spørgsmålene. De fire indeks blev dannet ud fra spørgsmål om følgende aktiviteter:

Forvaltningsstrategien	Parlamentsstrategien	Mediestrategien	Mobiliseringsstrategien
Aktivt bruge råd, nævn og udvalg	Kontakte Folketingets udvalg	Tage kontakt til journalister	Samarbejde med andre organisationer
Kontakte statslige embedsmænd	Kontakte partiernes ordførere	Skrive debatindlæg og kronikker	Arrangere debatmøder og konferencer
Kontakte ministeren	Kontakte andre folketingsmedlemmer	Udsende pressemeddelelser og holde pressemøder	Opfordre medlemmer og andre til at skrive læserbreve
Indsende hørings svar	Kontakte partiorganisationer	Offentliggøre analyser og undersøgelser	Arrangere lovlige aktioner, demonstrationer og happenings
		Indrykke annoncer i fx aviser og dagblade	Arrangere underskriftsindsamlinger
			Arrangere strejker, civil ulydighed og ulovlige aktioner

For hver aktivitet fik organisationen en værdi mellem 1 og 4 for henholdsvis væsentlighed og hyppighed. Disse to værdier blev ganget med hinanden for at opnå en værdi for organisationens prioritering af aktiviteten, der både tog hensyn til, hvor ofte aktiviteten blev anvendt, og hvor vigtig organisationen vurderede, at aktiviteten var. Indekset blev konstrueret ved at tage gennemsnittet af organisationernes vægtede prioriteringsværdier for de forskellige aktiviteter. Herefter blev indekset omdannet til at gå fra 0 til 100. Organisationer blev frasorteret, hvis de (på grund af manglende svar) havde en vægtet værdi for mindre end halvdelen af de aktiviteter, der indgik i hvert indeks.