

Hvordan styrke interessepolitisk arbeid i Osloregionen

UTARBEIDET AV HOFF AHEAD VED MARIA HOFF

Innledning fra konsulenten

På oppdrag fra sekretariatet i Osloregionen interkommunale politiske råd, tar dette notatet for seg hvordan man kan styrke det interessepolitiske arbeidet og øke sjansene for politisk gjennomslag for prioriterte saker for Osloregionen.

Osloregionen består i dag av 62 medlemskommuner, og med det en stor andel av landets befolkning og næringsliv. Utvikling i og prioritering av tiltak i hovedstadsregionen er viktig for hele nasjonen. Det har derfor vært ønskelig fra oppdragsgivers side, og se på hvordan man ytterligere kan styrke sine muligheter for å få gjennomslag for saker for Osloregionen.

Arbeidet er basert på Osloregionen IPRs vedtatte dokumenter med betydning for det interessepolitiske arbeidet i Osloregionen, kombinert med kjennskap og kunnskap om næringsliv, påvirkningsarbeid, politikk og offentlig forvaltning.

Det er mange temaer som er aktuelle og relevante og som kan jobbes med i en interessepolitisk sammenheng. I dette notatet er en jernbanesatsing i hovedstadsregionen trukket frem som konkret eksempel.

Meninger og påstander er fremført av konsulenten og står for dennes regning, og er ment som grunnlag for videre diskusjon.

Vi takker for oppdraget, ønsker god lesing og lykke til med videre viktig arbeid til beste for hele Osloregionen.

Lillestrøm 15.2.2025

På vegne av Hoff Ahead,

Maria Hoff

Innhold

Bakgrunn for oppdraget.....	3
Politisk påvirkning og årshjul.....	5
Eksempel påvirkning – jernbanesatsing.....	11
Arbeidet med NTP.....	13
Arbeidet med statsbudsjett	13
2026	15
Hvordan styrke påvirkningsarbeidet for økt nasjonal politisk gjennomslag	16
Hvordan øke synlighet og styrke påvirkningsarbeidet	17
Hvordan kan Osloregionen styrke arbeidet opp mot Storting og regjering.....	19
Hvordan kan Osloregionen styrke samarbeidet med delregionene	19
Hvilke strategiske allianser bør bygges og hvordan bør det samarbeides	20
Interessentanalyse	21
Konklusjon/oppsummering:.....	22

Bakgrunn for oppdraget

Osloregionen er et interkommunalt politisk råd med 62 medlemskommuner på Østlandet, et sekretariat, et styre og flere administrative grupper. Visjonen er at Osloregionen skal være en bærekraftig og internasjonal konkurransedyktig region. For å styrke visjonen skal den utøve bærekraftig lederskap i målene om en flerkjernet region. Samtidig har den mål om omstilling til lavutslippssamfunnet mot 2050 og være attraktiv for næringsetablering, investering og kompetent arbeidskraft.

«I en tid hvor både kommuner og regioner kjenner på presset fra økonomiske, miljømessige og sikkerhetspolitiske utfordringer, er samarbeid på tvers av kommunegrenser viktigere enn noen gang. Ingen kommune kan alene løse de komplekse oppgavene vi står overfor – enten det handler om grønn omstilling, kompetansebehov, arealutvikling eller mobilitet. Nettopp derfor har Osloregionen en viktig rolle som samlende kraft og samarbeidsarena, der kommunene står sterkere sammen enn hver for seg.»
(fra årsrapport 2024)

Gjennom bestilling av et notat om styrket interessepolitisk arbeid, ønsket Osloregionen å få:

- 1) Utkast til et politisk årshjul for Osloregionen, eksempelvis Statsbudsjettet
- 2) Innspill for hvordan styrke påvirkningsarbeidet for økt nasjonal politisk gjennomslag, eksempelvis:
 - a) Hvordan Osloregionen bør jobbe opp mot storting og regjering?
 - b) Hvordan Osloregionen bør jobbe sammen med delregionene opp mot stortingsbenker, komiteer og politikere?
 - c) Hvilke strategiske allianser bør Osloregionen bygge og hvordan bør det samarbeides?
- 3) Førsteutkast til interessentanalyse

Dette notatet kommer med innspill og forslag til årshjul for arbeidet i Osloregionen, og forslag til hvordan Osloregionen kan styrke sitt interessepolitiske arbeid fremover. Som vedlegg finnes utkast til en interessentkartlegging (ikke uttømmende) og et påstandsnotat med spørsmål til videre diskusjon.

Noen innledende observasjoner fra konsulenten:

Osloregionen er en velordnet struktur som favner mange interessefelt. Bredden i fagområdene gjør at budskap og avsender til tider kan oppleves noe fragmentert. Når så mange temaer løftes frem samtidig, kan det bli vanskelig for omverdenen å få øye på hvilke prioriteringer som er viktigst, noe som i sin tur kan svekke muligheten for gjennomslag. Det finnes derfor områder hvor påvirkningsarbeidet kan videreutvikles. Et mulig grep er å gi organisasjonen et mer samlet uttrykk utad, blant annet ved å løfte frem enkelte talspersoner som kan representere de prioriterte sakene og gjøre budskapene mer gjenkjennelig og tilgjengelig.

Medlemskommunene ser nok verdien av samarbeidet gjennom Osloregionen, men kan ha behov for en tydeligere kobling til hvordan arbeidet i Osloregionen styrker deres egne lokale mål. Det kan også være nyttig med mer aktivitet i kommunene for å synliggjøre det pågående arbeidet og skape økt diskusjon om hvordan Osloregionen kan brukes som verktøy i konkrete utfordringer. Videre ser de regionale IPR-

ene også nytten av samarbeidet, men deres egne prioriteringer kan til tider dominere, noe som gjør det viktig å stimulere til mer samarbeid på tvers av delregionene opp mot hele Osloregionen.

Disse observasjonene er fremført som påstander og punkter til diskusjon i et eget notat vedlagt.

Kort oppsummert:

Osloregionens styrker:

- **Stor geografisk tyngde** – representerer Norges største bo- og arbeidsmarkedsregion.
- **Politisk legitimitet** – bredt forankret samarbeid, med Oslo i førersete.
- **Solid kompetanse** innen energi, samferdsel, miljø/klima, næringsutvikling og internasjonal profilering.
- **Etablerte nettverk og møteplasser** som samler kommuner, fylker, andre organisasjoner, næringsliv og statlige aktører.

Osloregionens utfordringer:

- **Lav synlighet** – politisk og i offentligheten.
- **Utydelig verdi for enkelte kommuner** – mange opplever at gevinsten er diffus.
- **Lite operativ kraft** – mye strategi, mindre konkret gjennomføring.
- **Fragmentert portefølje** – mange prosjekter og mål, men uklart hva som er “flaggsaker”.
- **Konkurranse fra andre regionale aktører** (Østlandssamarbeidet, Osloregionens Europakontor, næringsklynger, næringsforeninger, fylkeskommuner, og en rekke konstellasjoner knyttet til de ulike fagområdene).

Mulige målsettinger:

- Gjøre Osloregionen til en organisasjon kommunene ikke bare er medlem av – men en aktør de aktivt bruker, lytter til og er stolte av å være del av.
- Bidra til utvikling av ny politikk på de prioriterte områdene
- Bli en synligere og tydeligere aktører på de prioriterte politikkområdene
- Økt politisk gjennomslag nasjonalt

Hvordan kan Osloregionens interesser i større grad settes på kartet, hvem skal være målbærere, hvem skal påvirkes, med hvilket budskap?

Politisk påvirkning og årshjul

For å bli en synligere og mer fremtredende aktør er det nødvendig at Osloregionen blir tydeligere i sine prioriteringer og synligere/spissere i noen enkeltsaker. Det er mange prosesser, arrangementer og aktører og forholde seg til for alle, så bildet på hva Osloregionen er og for hvem kan antagelig bli fragmentert og utydelig for både medlemskommunene og for sentrale instanser og politikere. Osloregionen ønsker å påvirke.

Ambisjoner for det interessepolitiske arbeidet og oppfølging av blant annet årshjul, må tilpasses tilgjengelige ressurser. Det er både omfattende og ressurskrevende å skulle jobbe bredt for gjennomslag på vegne av mange.

Når en går i gang med politisk påvirkning, så er det viktig å ha noen klare strategier og mål. Politikere på alle nivåer blir møtt med utallige møteforespørsler og mer eller mindre gode saker det er ønsket om at de skal gjøre noe med. Lange prioriteringslister har alle. Men de som evner å løfte frem gode saker og vise hvordan disse kan jobbes med, har større sjans for å lykkes med gjennomslag. I forberedelsene må man være helt sikker på:

Hva er problemet som skal løses, hvem kan bidra og hvem er det viktig for?

Politisk påvirkning er egentlig et håndverk – en kombinasjon av strategi, relasjoner, timing og utholdenhet. Det er sjelden en fasit på hvordan man kan og bør gå frem, man må skaffe seg en oversikt og et overblikk for hver enkelt sak. Og uansett hvor god strategi man har laget, kan det oppstå situasjoner som gjør det hensiktsmessig å avvike fra dette, nettopp for å øke sannsynligheten for påvirkning.

1. Prosess

Kartlegg beslutningsprosessene: Hvem bestemmer hva, når og hvordan. I Norge er mye åpent og transparent, men det krever at du vet hvor du skal lete.

Identifiser nøkkelpersoner: Politikere, byråkrater, organisasjoner, næringslivsaktører – og ikke minst uformelle påvirkere. Hvem kan man bygge allianser med, eller enda bedre, hvem kan fremføre budskapet for deg?

Analyser drivere og barrierer: Hva motiverer aktørene? Hva frykter de? Hva er politisk mulig akkurat nå (hvem sitter i regjering/har ordfører, hva handler det politiske ordsiftet om, er det noen motkrefter etc.)?

2. Relasjonsbygging

Relasjoner må bygges før du egentlig trenger dem. Politisk påvirkning handler svært ofte om politiske relasjoner. Hensiktsmessig å se på hvordan få til en vinn-vinn-situasjon for både Osloregionen og politikere/partier. Dette er et omfattende arbeid, hvor alle medlemmer i Osloregionen bør bidra, men forener man kreftene her, vil man til sammen ha et svært stort nettverk.

Vær til stede i relevante fora, møter, høringer og arrangementer. Har du møtt en ny politiker? Følg opp, og prøv å kartlegg hvordan Osloregionen kan være relevant for akkurat vedkommende.

Skap tillit ved å være kunnskapsrik, ryddig og løsningsorientert. Fakta og info må være 100% etterrettelig.

Vær på tilbudssiden – send over relevant informasjon (nye opplysninger, gode faktaark, annen relevant info som kan være aktuelt). Svar *alltid* (helst raskt) hvis du får en henvendelse fra en sentral politiker/aktør.

Skap gode arenaer - hvor politikere eller andre interessenter kan få bred kjennskap til sak og løsningsforslag.

3. Budskap

Vær tydelig! Formuler et tydelig budskap. Hvor kort og konkret kan det gjøres?

Konkret problem + konkret løsning fungerer alltid bedre enn brede visjoner. Kanskje bedre å foreslå en løsning som ikke er helt gjennomførbar, enn å ikke komme med løsningsforslag overhodet. Gjør det lett for andre å gå videre med saken. Et ønske om «styrket innsats» er ikke så lett å ta videre, og drukner fort i andre, mer konkrete forslag.

Tilpass budskapet til mottakeren: hva er viktig for dem? «Massekommunikasjon» får sjelden gjennomslag. Må tilpasses det enkelte parti, den enkeltes geografi, fagområde, interesser etc.

Vær faktabasert, men trykk på emosjonelle knapper ved behov, bruk data, historier og eksempler for å gjøre saken viktig, relevant og ikke minst levende.

I de strategiske føringene for IPR 2025-2028 fremkommer mange mål og omfattende innsatsområder og temaer. For en periode hvor man jobber med å øke synligheten til Osloregionen kan det antagelig være hensiktsmessig å være veldig spiss på hva man snakker om utad, f. eks kun de tre prioriterte områdene jernbane, energi og Oslofjorden. Og innenfor de tre prioriterte, rangere de ulike delmålene, slik at budskap og kommunikasjon fremstår som konsistent og tydelig.

4. Strategi

Ulike saker krever ulike strategier for å oppnå gjennomslag. Ofte er det en kombinasjon av ulike strategier som må til. Igjen, det er mange om benet, så det kan være viktig å skille seg ut for å være en tydelig aktør. Det hjelper sjelden å nevne en ting en gang, også tenke at det er spilt inn. Budskap må repeteres, og det må gjerne gi et inntrykk av at det er et bredt engasjement/gjelder mange.

Direkte dialog: møter med politikere, partiorganisasjoner, interesseorganisasjoner.

Alliansebygging: samarbeid med organisasjoner, næringsliv eller fagmiljøer. Hvem har felles interesser med Osloregionen. Hvordan kan stemmen bli tyngst mulig.

Mediearbeid: kronikker, debattinnlegg og sosiale medier. Redaksjonelle oppslag veier nesten alltid tyngst. Hvordan kan man bygge en sak. Mediene vil nesten alltid ha eksempler, så finn bedrifter/politikere/enkelt personer som kan bidra før du kontakter pressen.

Høringsinnspill: tilpass og vær tydelig på hva Osloregionen ønsker. Ha helst en kort oppsummering først i dokumentet, så leseren slipper å lete etter hva man faktisk ønsker eller foreslår.

Mobilisering: engasjere medlemmer, interessenter og samarbeidspartnere. Jo flere som står bak samme sak, jo mer øker sjansen for endring/gjennomslag.

Sette agenda selv: bidra til å løfte temaet gjennom kampanjer, redaksjonelle oppslag, spørsmål og forslag i Stortinget. Har det vært hendelser som viser hvorfor Osloregionens sak/prioritering er viktig NÅ? Hvilke andre organisasjoner eller instanser kan bidra til å fremme saken?

5.Timing

Politikk går i sykluser og er ofte styrt av formelle prosesser og frister: fylkesårsmøter, landsmøter, budsjetter, høringer, valgkamp, skrivefrister, formannskapsmøter og kommunestyremøter

Det krever tid og oppmerksomhet å til enhver tid ha oversikt over hvilke saker som går, når og hvor. Man kan abonnere på saker/enkeltrepresentanter etc. (se storting, regjering etc.) og få nyheter rett i innboksen, men ofte må man rett og slett bare følge med, ha en liste over hvor saken går og sjekke status jevnlig.

I tillegg må man ha et øye for aktuelle hendelser og andre saker som går, hvor Osloregionens prioriteringer kan hektes på. Ting som går i media, er ofte tidskritiske. Har det stått en relevant sak, bør oppfølging skje snarest mulig (samme dag?)

6.Utholdenhet

Politisk påvirkning er sjelden et sprintløp. Det er mer som yoga: du bygger styrke, fleksibilitet og tilstedeværelse over tid. Og plutselig merker du at du står stødig i posisjoner som tidligere føltes umulige. Men noen ganger må en sprint til – en eller annen hendelse gjør en sak høy aktuell. Da er det viktig å hoppe litt av den langsiktige strategien, og faktisk smi mens jernet er varmt!

7.Dokumentere effekt

For å kunne vise Osloregionens arbeid/gjennomslag kan det være nyttig å lage en liste som fylles inn gjennom året over hva man har gjort, og hvilken effekt det har hatt, slik at medlemmer, styre og andre interesserte kan få en oversikt. Dette kan også være egnet til å få en oversikt over alt man gjør i løpet av et år og eventuelt se om kursen bør justeres kommende år. Det er mange ting som kan telles; medieoppslag, someposter, antall ganger Osloregionen hos andre, antall møter med xx, antall arrangementer, antall mennesker deltatt på arrangementer etc.

8. Årshjulet

Som beskrevet over, må man tilpasse hvert enkelt påvirkningsløp til hver enkelt sak, det er vanskelig å lage noen uttømmende fasit eller et årshjul som skal følges nøyaktig. Hendelser ilt året kan også bidra til at planer må fravikes, nettopp for å øke sjansen for politisk gjennomslag.

Et tentativt årshjul, delt inn med hva man må være oppmerksom på hver måned, kan se ut som under. Det bør være et levende dokument, slik at det kan fylles på underveis, men også kunne fungere som en huskelapp for hva man bør huske på i de ulike periodene. Eksemplet under er på ingen måte uttømmende, men ment som et utgangspunkt. Nærmere prosess knyttet til NTP og statsbudsjettet, er beskrevet i mer detalj etter årshjultabellen.

Måned	Aktivitet
Januar	Arrangementer: • NHOs årskonferanse – hvilke temaer adresseres som kan relateres til OR arbeid? • NHO Viken Oslos regionale årskonferanse • KS kommunalpolitiske toppmøte – innspill til eller relevante saker og følge opp etter? Statsbudsjett: Siste frist neste års budsjett til departementer! NTP: se beskrivelse under Politisk nettverksbygging: Møteinvitasjoner alle aktuelle stortingsbenker. Innspill til fylkesårsmøter – skriftlig eller gjennom møter. Saker: Hvilke saker går i Storting, har høringsfrister, hva står på mediedagsorden. Nytt år – hva vil OR med året? Sende til viktige samarbeidspartnere og politikere.
Februar	Arrangementer: Agenda Innlandet (NHO og LO), Næringslivsdagene i Drammen Statsbudsjett: Forberede innspill marskonferansen Politisk nettverksbygging: - Hvilke partier har landsmøter, aktuelle innspill/utspill - Er det mulig å få møter med aktuelle medlemmer av regjeringen før marskonferansen? Saker: Hvilke saker går i Storting, har høringsfrister, hva står på mediedagsorden
Mars	Arrangementer: Østfoldkonferansen Statsbudsjett: - Overlevering innspill statsbudsjett/marskonferanse - Korte, konkrete innspill, ikke lange «høringssvar» Politisk nettverksbygging: Hvilke saker går i Stortinget relevante for Osloregionen, noen møteinvitasjoner knyttet til de? Saker: Hvilke saker går i Storting, har høringsfrister, hva står på mediedagsorden
April	Arrangementer:

	Statsbudsjett: Forventninger til revidert budsjett som kommer i mai? Politisk nettverksbygging: er det saker som bør spilles inn mot revidert, avholde møter/sendte innspill til aktuelle representanter/partier? Saker: Hvilke saker går i Storting, har høringsfrister, hva står på mediedagsorden
Mai	Arrangementer: Statsbudsjett: Revidert. Politisk nettverksbygging: Noe rundt revidert som bør følges opp? Saker: Hvilke saker går i Storting, har høringsfrister, hva står på mediedagsorden
Juni	Arrangementer: Lillestrømkonferansen, Kongsberg Agenda Statsbudsjett: Politisk nettverksbygging: travel måned med mange avslutninger, men man kan vurdere å lage en arena, må være noe som oppleves som nyttig og relevant. Saker: Hvilke saker går i Storting, har høringsfrister., hva står på mediedagsorden. Badesesong – fokus på Oslofjorden?
Juli	Arrangementer: Statsbudsjett: Politisk nettverksbygging: Saker: Agurktid – er det noe OR ønsker å få ut som er vanskelig ellers?
August	Arrangementer: Arendalsuka Statsbudsjett: - Overlevering innspill statsbudsjett/august konferanse - Konkret – xx mill til xx prosjekt Politisk nettverksbygging: Tilstedeværelse på Arendalsuka? Saker: Hvilke saker går i Storting, har høringsfrister, hva står på mediedagsorden
September	Arrangementer: Statsbudsjett: - Forberede Osloregionens prioriteringer, utspill om forventninger? Vi forventer at hovedstadsregionen prioriteres tydelig i årets statsbudsjett, særlig med... Politisk nettverksbygging: i tråd med forventninger til statsbudsjett Saker: Hvilke saker går i Storting, har høringsfrister, hva står på mediedagsorden
Oktober	Arrangementer: • Konnekts nasjonale fagseminar for samferdsel, • NHOs transport og logistikk konferanse, • Energidagene til NVE, • Oslofjordkonferansen? • Oslo Innovation Week Statsbudsjett: - Overvåke fremleggelse av statsbudsjett - Vurdere ulike utspill - Bruke sosiale medier aktivt Politisk nettverksbygging:

	- Aktivt oppsøke og snakke med politikere som er til stede på konferanser man er til stede på. Følg opp i ettertid hvis de har vist interesse for konkret tema/arrangement. Fyll inn i oversikt (hvem/hva). - Statsbudsjett oppfølging? Saker: Hvilke saker går i Storting, har høringsfrister, hva står på mediedagsorden
November	Arrangementer: - Zero konferansen? Er det relevant å ha stand? Kan Osloregionen få holde innlegg? Lansere tall/fakta som passer Zero's budskap. Statsbudsjett: - Høringer statsbudsjett Stortinget - Velge de viktigste komitéene, målrettet budskap pr komite - Gjenbruke budskap fra høringsinnspill til andre fora - Møter med enkeltpartier/representanter Politisk nettverksbygging: - Møter med enkeltpartier/representanter om statsbudsjett? Saker: Hvilke saker går i Storting, har høringsfrister, hva står på mediedagsorden
Desember	Arrangementer: Julelunch med Osloregionen? Statsbudsjett: - Administrative innspill aktuelle departement statsbudsjett Politisk nettverksbygging: - Julelunch i regi av Osloregionen? Oppsummere året, hva er viktig neste år? - Julehilsen til samarbeidspartnere og politikere (eller bedre med hilsen og nytt år i januar?) Saker: Hvilke saker går i Storting, har høringsfrister, hva står på mediedagsorden

Eksempel påvirkning – jernbanesatsing

Basert på Osloregionens faktaark, illustreres her et eksempel knyttet til jernbanesatsing, for hvordan man kan sikre en forpliktende, langsiktig og helhetlig jernbanesatsing som gir:

- Økt kapasitet inn, ut og gjennom Oslo
- Bedre punktlighet og forutsigbarhet
- Raskere og mer konkurransedyktige grensekryssende forbindelser
- Et robust og grønt godstransportsystem
- Et kollektivsystem som fungerer for en region med over 40 % av Norges befolkning

Det vil være viktig å skape et narrativ som kobler jernbane til klima, beredskap, næringsliv og hverdagsliv. Osloregionen har bare under jernbanesatsing hele fire hovedsatsinger. Kanskje bør man la en få være «ledestjerne» en periode, for eksempel rikstunnelen.

Fire spor:

A. Kapasitetsløft i Oslo – ny Rikstunnel

Budskap: Rikstunnelen er Norges viktigste samferdselsprosjekt. Viktig i et beredskapsperspektiv – hva skjer hvis hovedåren gjennom hovedstaden kollapser? Koster omtrent det samme som regjeringskvartalet- hva er viktigst?

Hvorfor: Dagens infrastruktur er overbelastet, og forsinkelser forplanter seg i hele landet

Krav: Planlegging må fremskyndes og gis høyeste prioritet, prosessen må organiseres for raskest mulig realisering

Gevinst: Dobbelt sporkapasitet gjennom Oslo – helt avgjørende for både person- og godstrafikk. Viktig sikkerhets/beredskaps tiltak.

B. Fullføring av InterCity og styrking av grenbanene

Budskap: Ryggraden i kollektivsystemet må fungere.

Hvorfor: Overfylte tog, forsinkelser og innstillinger skaper uforutsigbarhet og kostnader for innbyggere og næringsliv.

Krav: Helhetlig og forpliktende prosess for å realisere InterCity, inkludert Ringeriksbanen, prioritering av grenbanene rundt Oslo.

Gevinst: Et velfungerende kollektivsystem som støtter klima- og befolkningsmålene i regionen med 40% av Norges befolkning. Reduserte kostnader for næringsliv og innbyggere, reduserte klimagassutslipp.

C. Grensekryssende jernbane – Oslo–Stockholm og Oslo–Gøteborg

Budskap: Norden trenger raske, klimavennlige forbindelser, også i et beredskapsperspektiv.

Hvorfor: Styrke næringsliv og felles bo- og arbeidsmarkedsregioner.

Krav: Starte KVVU på norsk side for begge korridorer. Jobbe med tiltak for overføring av transport fra fly og vei til bane. Vurdere alternative finansieringsmodeller.

Gevinst: Færre flyreiser, bedre beredskap og styrket nordisk samarbeid

D. Godstransport

Budskap: Grønn næringstransport er en forutsetning for konkurransekraft og oppnåelse av klimamål.

Hvorfor: Bare 9 % av godstransporten går på bane i dag

Krav: Utarbeide en ny, helhetlig godsstrategi

Gevinst: Mindre trafikkbelastning, bedre sikkerhet og styrket næringsliv

Hvordan påvirke:

Taktiske grep

- Løfte Rikstunnelen som *nasjonalt beredskapsprosjekt*
- Knytte InterCity til boligbygging, arbeidsmarked og grønn omstilling for hele hovedstadsregionen
- Ramme inn grensekryssende jernbane som *Nordens viktigste klimainvestering*

Hvem skal påvirkes:

- Regjeringen (samferdsel, finans, klima, næring)
 - Stortingets transport- og kommunikasjonskomité (eventuelt andre komiteer?)
 - Partienes programkomiteer og programprosesser (2027–2031)
 - Fylkeskommuner og kommuner i Osloregionen
 - Næringslivsaktører (logistikk, industri, eiendom)
 - Interesseorganisasjoner (NHO, LO, Naturvernforbundet, Zero m.fl.)
-
- ❖ Tilpass budskapet den enkelte aktør. Hva er viktig i de ulike partienes programmer og politikk. Skriv kronikker og debattinnlegg om Rikstunnelsens betydning. Bruk visualisering og «sannhetsvitner». Kan man skape engasjement i sosiale kanaler. Få engasjert hele Osloregionen apparatet.
 - ❖ Hvem er de viktigste lokale samferdsels – og klimapolitikere, hvem er det viktigste sentrale samferdsels- og klimapolitikere med lokal tilknytning? Møte med nøkkelpolitikere i alle partier. Arrangere temamøter? Kan man få noen uttalte «Rikstunnel ambassadører»?
 - ❖ Hvem kan man inngå allianser med; kommuner, fylkeskommuner, næringsaktører, er det hensiktsmessig med noen nordiske allianser??

Formelle prosesser relevante for jernbanesatsing

- Innspill til NTP-prosessen
- Innspill til statsbudsjettet
- Partienes programarbeid
- Landsmøtesesongen og valgkamp 2027
- I tillegg – går det andre samferdsels- eller klimasaker i Stortinget hvor dette kan henges på? Kommer det utspill fra andre aktører, hvor Osloregionens budskap kan være oppfølging?

Arbeidet med NTP

Dette er en fire års syklus. Arbeidet kan følges her: [Nasjonal transportplan – NTP - regjeringen.no](https://www.regjeringen.no/nasjonal-transportplan) og man kan legge inn et abonnement for å få nye saker rett på mail.

Normalt legges NTP frem i Stortingsvalgår, men forrige NTP ble fremskyndet og lagt frem i 2024. Dette ser også ut til å følge fremover, slik at neste skal behandles i 2028.

Arbeidet og påvirkningsrommet knyttet til NTP vil se om lag slik ut:

Fase	Når	Hva skjer	Påvirkningsrom
Oppstart	2,5–3 år før	Departementet bestiller utredninger	Innspill til etater og departement, hva bør inngå i utredningene
Faglige leveranser	1,5–2 år før	Etatenes prioriteringer og analyser	Dialog med etater, allianser
Regjeringens arbeid	1 år før	Politisk prioritering	Største påvirkningsvindu, dep bearbeider innspillene og lager selve NTP
Fremleggelse	Våren	NTP offentliggjøres	Reaksjoner, posisjonering, alternative forslag? Mobilisering
Stortinget	Våren	Høring og vedtak	Høringsinnspill, møter, komitemerknader, mediedekning
Statsbudsjett	Hver høst	Midler bevilges	Press på konkrete prosjekter, møter, medieutspill

For Osloregionen er dette de viktigste periodene:

- Når etatene jobber med sine leveranser (mars–oktober i utredningsåret)
- Når departementet skriver meldingen (ca. september–januar før fremleggelse)
- Stortingets behandling (høring + møter)
- Statsbudsjettet (høsten hvert år)

Arbeidet med statsbudsjett

Når det kommer til arbeid med statsbudsjettet, er dette en 12+ måneders prosess, og det er viktig å spille inn på rett nivå til rett tid. Når statsbudsjettet for neste år legges frem av regjeringen er de store føringene lagt. Unntak kan for eksempel være viktige enkeltsaker for støttepartier, og tidsaktuelle saker som dukker opp.

År t = budsjettåret.

Det viktigste arbeidet skjer året før (t-1):

Se detaljene her regjeringen.no og Stortinget.no men oppsummert:

- **Nov t-2 – jan t-1:** Departementene sender inn sine første innspill til Finansdep.
- **Mars t-1:** Regjeringens første budsjettkonferanse – rammene pr dep. settes.
- **Aug/sept t-1:** Andre budsjettkonferanse – nye satsinger og profilpott fordeles.
- **Ca. 20. sept t-1:** Gul bok godkjennes i statsråd.
- **Okt t-1:** Statsbudsjettet legges frem for Stortinget.
- **Nov–des t-1:** Stortinget forhandler og vedtar budsjettet.

Oversatt: **den virkelige kampen om jernbanepengene står fra november året før–september året før budsjettåret.**

Årshjulet/syklusen for statsbudsjettet, med utgangspunkt i jernbanesatsing, kan se slik ut:

NOV–JAN: Innspill og posisjonering

- Levere Osloregionens (konkrete) budsjettinnspill til departementene.
- Møter med Jernbanedirektoratet og Bane NOR.
- Bygge allianser med NHO, LO, næringsliv og fylker.
- Synliggjøre at jernbanesatsing i Osloregionen er en viktig nasjonal sak

Budskap: Dette MÅ inn i departementets første budsjettinnspill når det gjelder jernbanesatsing i hovedstadsregionen. (NTP uten penger er bare en brosjyre....)

FEB–MARS: Politisk trykk før første budsjettkonferanse

- Møter med politisk ledelse i Samferdsel, Finans, Klima og Næring.
- Kort notat: “Tre ting dere kan gjøre for jernbanen i Osloregionen i år.”
- Kronikker og medieutspill.
- Finne gode caser

Budskap: Jernbanen i Osloregionen er Norges viktigste beredskapsprosjekt.

APR–JUL: Departementenes interne prioriteringer

- Hvilke signaler har kommet etter marskonferansen?
- Tett dialog med fagavdelinger i Samferdselsdepartementet.
- Holde politikerne varme, lage medieutspill/oppspill
- Oppfølging av konkrete prosjekter (Rikstunnel, InterCity, grenbaner, gods).
- Case-basert kommunikasjon om konsekvenser og behov.

Budskap: Hvis dere skal ha én grønn satsing i år – la det være jernbane.

AUG–SEPT: Politisk trykk før andre budsjettkonferanse

- Møter med regjeringspartienes stortingsgrupper og sentralstyrer.
- Allianseutspill med næringsliv og arbeidstakerorganisasjoner.
- Medieutspill som gir regjeringen politisk gevinst av å satse.

Budskap: Hovedstadsregionen FORVENTER satsing og prioritering. Dette er ikke luksus, men nødvendig for vekst, verdiskaping og beredskap.

OKT–DES: Stortingets behandling

- Høringsinnspill til transportkomiteen, delta i høring?
- Møter med opposisjon og støttepartier om påplussinger.
- Konkrete forslag til økninger i drift, vedlikehold og planlegging.

Budskap: Udiskutabel viktig effekt i Norges største bo og arbeidsmarkedsregion

Både gjennom NTP prosessen og statsbudsjett prosessen, må man være «på ballen» og å holde seg løpende oppdatert på hva som skjer og dukker opp av relevante temaer. Prosessen mot gjennomslag er en kontinuerlig pågående prosess, og ikke noe som er ferdig når man har levert fra seg for eksempel et høringsinnspill. Det kan være nyttig å abonnere på medieovervåking hvis dette er noe man ikke har i dag. Med gode treff ord i et slikt søk, vil man få oppdateringer rett i innboksen og det blir litt enklere å følge med.

2026

Hvis styret vedtar at det er behov for å ta konkrete og raske grep fra 2026 for å øke synlighet for Osloregionen, kan følgende fire grep være et forslag:

Grep 1: Første kvartal 2026 – Løfte synlighet!

Lag en kort og offensiv strategi for hvordan øke synligheten og kjennskapen til Osloregionen. Kanskje kan noe annet arbeid «hvile» og man kan ha en form for en markedsføringskampanje, der målet er å være synlige og bli sett av flest mulig. Det trenger ikke brukes ekstra midler på det utover arbeidsinnsats, men for å lykkes vil det være en fordel at hele medlemsorganisasjonen er med og jobber med å løfte synligheten, gjennom innlegg, tagging og «heiing» på Osloregionen.

Lag noen gode innlegg til Linked in som kan deles og spres, lag enkle videoer med budskap som kan deles, skriv leserinnlegg som kan sendes fra flere etc.

Kanskje kan totalforsvarsåret 2026 være utgangspunkt, hvor samhandling og planlegging på tvers av kommunene bare blir viktigere og viktigere? Så kan det flettes inn budskap om f.eks. jernbane eller kraftbehov i det.

- «Jernbanen i Osloregionen er Norges viktigste beredskapsprosjekt! Det er en skandale (?) at Rikstunnelen ikke prioriteres høyere i NTP. Arbeidet må fremskyndes med x antall år.»

Grep 2: Andre kvartal 2026 - tilstedeværelse

Ha fokus på høy tilstedeværelse rundt på arrangementer, ha fysiske møter med politikere og de viktigste interessentene. Velg ut de viktigste møteplassene (f.eks. hos aktørene Osloregionen ønsker å danne mer strategiske allianser med), vær der, vær synlige, be om taletid, dokumenter at dere har vært der.

- La Osloregionen bli sett og hørt

Grep 3: tredje kvartal 2026 – hvis tilstedeværelse på Arendalsuka,

Utnytt en eventuell tilstedeværelse på Arendalsuka til fulle. Fortell at dere skal, hvilke forventninger dere har. Skap oppmerksomhet knyttet til arrangementene. Hele medlemsorganisasjonen bør bidra (styret, lokale IPR, ordførere, kommunedirektører).

I tillegg til eventuelle egne arrangementer, kan Osloregionen få være medarrangør på andre arrangementer? Helst med plass på scenen. Hvilke politikere og andre strategiske samarbeidspartnere skal til Arendal. Kan det bookes møter med noen?

Synliggjøring før, under og etter uka.

- «Reiser til Arendal for å sette hovedstadsregionen på kartet»

Grep 4: Fjerde kvartal 2026 - hovedstadsregionen i statsbudsjettet

Dediker noen måneder til å påpeke hva som mangler i statsbudsjettet for Osloregionen. Kommer Osloregionen dårligere ut av det enn andre regioner? Hva er det viktigste grepene som bør tas? Bruke både formelle (budsjetthøringer) og uformelle (sosiale medier) kanaler for å spre budskap.

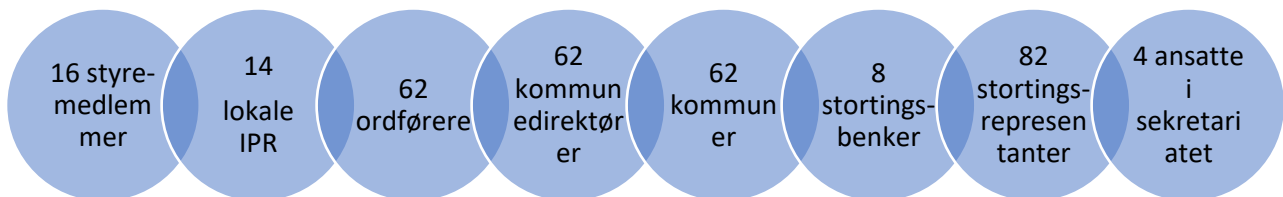
- «Det er hovedstadsregionens tur nå»

Hovedbudskap for 2026, som bør gå igjen hos alle 62 ordførere, men særlig hos styrets 16 + at de må ta dette tilbake til de regionale IPRe:

I totalforsvarets år 2026, er samarbeidet på tvers i Osloregionen viktigere enn noensinne. Lykkes vi ikke med å finne løsninger på tvers av kommunegrenser, vil vi ikke lykkes den dagen vi står ovenfor en krise. For de 62 kommunene i Osloregionen er dette våre prioriteringer:

- En styrket satsing på jernbane på tvers av regionen
 - Planlegging av Rikstunnelarbeidet må starte nå!
- Økt oppmerksomhet knyttet til kraftsystemets manglende dimensjonering og sårbarhet
 - Hovedstadsregionen må ha sikker tilgang på kraft!
- Situasjonen i Oslofjorden må håndteres NÅ.
 - Døden i Oslofjorden kan ikke fortsette

Er det mulig å forplikte alle aktørene som til sammen utgjør Osloregionapparatet? De utgjør til sammen en formidabel kraft!



Hvordan styrke påvirkningsarbeidet for økt nasjonal politisk gjennomslag

De foregående sidene har tatt for seg mange momenter som er viktig når man jobber med påvirkningsarbeid, og vi vil i det videre gå enda dypere inn i hvordan man kan jobbe konkret med dette.

Medieanalyser viser at Osloregionen har en moderat synlighet i media, og primært er det knyttet til noen spesifikke temaområder. Som allerede nevnt er kjennskap til organisasjonen og synlighet viktige faktorer i påvirkningsarbeidet, og det kan bety at Osloregionen bør jobbe for;

En mer proaktiv posisjonering

Synligheten øker når Osloregionen selv setter dagsorden, ikke bare deltar i den.

Større grad av personifisering

Tydelige stemmer (noen ansikter knyttet til saker) skaper mer gjennomslag.

Mer spisset budskapsutvikling

Prioritere enda tydeligere mellom de vedtatte satsingsområdene.

Hvordan øke synlighet og styrke påvirkningsarbeidet

Osloregionens sekretariat er lite, og det er begrenset hvor mange møter, arrangementer og politiske saker det er mulig å være aktive i. Men i samarbeid med alle medlemskommunene utgjør man en formidabel politisk kraft, som både kan nå bredt og sikre nasjonal gjennomføringskraft. Men da må alle/flere aktører på.

En viktig måte å styrke arbeidet med økt nasjonalt politisk gjennomslag på, er å skape seg gode *strategiske allianser*. Å bygge allianser, relasjoner og gode nettverk er også et håndverk – en kombinasjon av strategi, menneskekunnskap og langsiktig tilstedeværelse. Det handler ikke om å “samle kontakter”, men om å skape **gjensidig verdi, tillit og relevans** over tid.

- ❖ Hvem kan ha nytte av det Osloregionen kan tilby? (gi før du ber om noe)
- ❖ Bygg allianser rundt felles interesser (felles politiske mål, felles utfordringer, felles geografi etc.)
- ❖ Vær til stede på relevante arenaer, del faglig kunnskap, bli kjent med folk (folk støtter de de kjenner, og kjenner dem de ser)
- ❖ Relasjoner må vedlikeholdes og oppleves gjensidig nyttige (relasjoner dør ikke av konflikt, men av stillhet ...)
- ❖ Vær raus og likanes!

Gode politiske kontakter skapes rett og slett gjennom menneskelige relasjoner. I Norge er det nesten alltid noen som kjenner noen, og gjennom å engasjere hele Osloregionens medlemsmasse, vil man antagelig ha innganger de fleste steder man ønsker. Men her er det viktig at både kommunene og

delregionene også er rause og deler med seg av sitt nettverk. Og når man skal fronte de store sakene, må hele Osloregionsamarbeidet stille seg bak, og snakke med en røst. Forankringen «hjemme» må være på plass både gjennom de ulike delregions IPRe og gjennom ordførernes arbeid med å gjøre Osloregionens saker relevante i egne kommuner.

Strategiske allianser er nyttige og viktige og bygges som omtalt over. Det er hensiktsmessig å ha en strategi for hvilke allianser man ønsker å knytte, og hvilke aktører man ser som hensiktsmessige å ha samarbeid med.

I tillegg til strategiske allianser, er *kommunikasjon og arbeid med synlighet* viktige faktorer. Osloregionen utarbeider mye skriftlig materiale, og når det først er lagt tid og ressurser i å utarbeide noe, bør man se på mulige andre uttak og gjenbruksmuligheter for dette. Å bruke en ting flere ganger sparer tid, men bidrar også til å forsterke budskap. Et konsistent budskap over tid, skaper tillit og troverdighet.

Å bli en relevant aktør handler også om gjenkjennelseeffekt og kjennskap til. En bevisst strategi knyttet til kommunikasjons- og synlighetsarbeid for Osloregionen kan være viktig blant annet for å:

1. For å eie fortellingen om regionens rolle og betydning

- Osloregionen er en av Norges viktigste motorer for verdiskaping, mobilitet og utvikling — men det er ikke gitt at alle ser det.
- En tydelig kommunikasjonsstrategi gjør at regionen selv definerer narrativet, i stedet for at andre gjør det.

2. For å påvirke politiske prosesser mer effektivt

- Kommunikasjon er et strategisk virkemiddel i påvirkningsarbeid.
- Sosiale medier gir direkte tilgang til politikere, journalister og samfunnsdebattanter.

3. For å synliggjøre resultater og relevans

- Osloregionen gjør mye som ikke nødvendigvis er synlig for politikere, næringsliv eller medlemskommuner sånn i det daglige
- Vise frem verdien av arbeidet, og hvorfor regionen er en viktig aktør i samfunnsutviklingen.

4. For å bygge allianser og styrke samarbeidet i regionen

- Skape felles forståelse og retning på tvers av kommuner, fylker og næringsliv.
- Skape felles engasjement rundt felles mål og prosjekter.

5. For å styrke omdømmet og tilliten til organisasjonen

- En profesjonell og konsistent kommunikasjon bygger troverdighet og kjennskap.
- Det gjør Osloregionen til en mer attraktiv samarbeidspartner for både næringsliv og myndigheter.

6. For å være synlig i en stadig mer konkurransepreget offentlighet

- Det er mange aktører som kjemper om oppmerksomhet.
- Uten fokus på kommunikasjon og synlighet risikerer Osloregionen å bli usynlig — selv når arbeidet er viktig.

Oppsummert vil arbeidet både med å bygge nye strategiske allianser og å jobbe enda mer med kommunikasjon og synlighet i bla sosiale medier være viktig for at Osloregionen både skal klare å «samle laget» mer i Osloregionen og ikke minst bli en viktigere og mer relevant aktør ovenfor de man ønsker å påvirke.

Kommunikasjonsarbeid bør vurderes prioritert opp, og være et satsingsområde på linje med fagområdene. Konkrete kampanjer kan være en god måte å løfte synlighet og få vist frem hva man ønsker å oppnå.

Hvordan kan Osloregionen styrke arbeidet opp mot Storting og regjering

For å sikre økt nasjonalt politisk gjennomslag, er det nødvendig at man fremstår som en relevant aktør for de som bestemmer. Hvordan bygge relasjoner beskrives over. Osloregionen bør se på hvordan de kan jobbe mer aktivt mot nasjonale politikere, og bli relevant for dem. Hverdagen til Stortings- og regjeringspolitikere er hektisk og travel, preget av mange saker, høyt mediepress og mange som vil ha et ord med i laget. Det vil være nyttig at Osloregionen analyserer hvordan de kan bidra til å bli bedre kjent med og etter hvert bidra til for eksempel utarbeidelse av faglig underlag til ulike politiske saker. Med gode relasjoner er det mulig å bidra også med mer uformelle innspill, enn bare i de formelle høringsprosessene o.l.

Når man deltar på høringer – send også innspill skriftlig til relevante aktører. Fortell i sosiale medier at dere har deltatt på høringer eller andre møter. Informer samarbeidspartnere om hva dere har spilt inn. Og alltid viktig å gjøre innspillene så relevante og konkrete som mulig (ikke lange ønskelister, men konkrete prioriteringer).

Hvordan kan Osloregionen styrke samarbeidet med delregionene

I en stor region som Osloregionen, vil det antagelig være vanskelig å være 100% enig om alle prioriteringer, og det vil alltid være forskjell på prioriteringer til en liten/stor kommune, og basert på hvor den ligger rent geografisk, og på demografiske forhold. Derfor viktig at man jobber med at alle medlemmene i Osloregionen bli en del av samme historie, slik at man får et felles narrativ. Lag beskrivelser av felles utfordringer, felles målsettinger, og kanskje til og med felles motstandere eller «fiendebilder».

Så vil det være saker som gjelder en delregion, som allikevel er av betydning for hele regionen. Ny glommakryssing i Fetsund, og arbeidet for ny NATOsenter på Råde er eksempler på dette. I slike tilfeller er det viktig at både de lokale IPrene og kommunene tenker på Osloregionen som både et verktøy og en samarbeidspartner. Som nevnt over vil en sak få mye mere tyngde når flere står sammen bak den.

Oppsummert er målet å gjøre Osloregionen mer synlig, mer relevant og bli en enda mer relevant strategisk støttespiller for kommunene, og ikke minst mer innflytelsesrik overfor staten.

Hvilke strategiske allianser bør bygges og hvordan bør det samarbeides

Det finnes en rekke andre organisasjoner som jobber med både de samme problemstillingene og i det samme geografiske området som Osloregionen. Av de mest nærliggende er for eksempel partene i arbeidslivet, ulike næringsorganisasjoner og næringsforeninger, myndighetsaktører, interesserorganisasjoner etc. Det finnes også diverse organisasjoner og konstellasjoner knyttet til en spesiell sak (samferdsel, Oslofjorden, kraft etc) og til de ulike regionene.

Kjennskap og vennskap med organisasjoner med samme målsettinger som Osloregionen er viktig og relevant. Det er vanskelig å lage en uttømmende liste over dette. Som vedlegg ligger et excelskjema man kan fylle inn og bruke som en database for viktige virksomheter. Under her listes opp noen få, men relevante aktører det er aktuelt å se på et samarbeid med.

KS er kommunenes egen interessepolitiske organisasjon, og har også regionavdelinger: [KS dekker hele landet - Hjem](#). KS jobber også med lokal og regional samfunnsutvikling, og er opptatt av bærekraftige mobilitetsløsninger og bedre kraftløsninger. Det kan være relevant å:

- Ha dialog med KS om felles kommunale interessepolitiske saker
- Ha felles arrangementer
- Felles utspill knyttet til aktuelle problemstillinger for medlemskommuner

[Østlandssamarbeidet](#) er et organ som jobber med interessepolitikk på tvers av fylkene på Østlandet. Kan det være hensiktsmessig å se på hvordan et tettere samarbeid (fusjon??) kunne styrket arbeidet med å sette hovedstadsregionen på kartet og øke politisk gjennomslag. Østlandssamarbeidet jobber blant annet mye med samferdsel og med kraft. Næringsliv og innbyggere er ikke så opptatt av kommune/fylkesgrenser, men om ordninger fungerer i hverdagen. Det kan være relevant å se på:

- Felles uttalelser om aktuelle saker og problemstillinger
- Felles arrangementer
- Felles arenaer for kommuner og fylker
- Faste samarbeidsmøter
- Tettere samarbeid (eller vurdere sammenslåing?)

[Osloregionens Europakontor](#) har også medlemmer fra kommuner og fylker på Østlandet, og jobber med å skape muligheter for innovasjon, regional utvikling og verdiskaping for medlemmene sine. Det kan være relevant å:

- Se på regionale samarbeidsprosjekter med andre regioner i Europa
- Ha felles møter/aktiviteter for felles medlemmer
- Ha jevnlig oppdateringsmøter
- Se på tettere samarbeid (vurdere sammenslåing?)

NHOs [Regionkontor](#) jobber på vegne av sine medlemsbedrifter med problemstillinger som samferdsel, krafttilgang, kompetanse og næringsutvikling. God dialog og samarbeid med de fire relevante

regionskontorene vil være aktuelt. Kontorene har både aktive regiondirektører og politiske rådgiver med ansvar for ulike fylker og fagområder. Det kan være relevant å:

- Stå sammen i saker med felles interesse
- Ha felles arrangementer (frokostmøter etc)
- Samarbeide om faglige utredninger

[LO](#) har regionale kontorer og jobber med mange interessepolitiske saker på vegne av sine medlemmer.

- Stå sammen i saker med felles interesse
- Ha felles arrangementer (frokostmøter etc)
- Samarbeide om faglige utredninger

Det finnes også en rekke større og mindre næringsforeninger rundt om i Osloregionen. Noen store og aktive med faste ansatte. Noen mindre som er drevet mer som frivillige foreninger. Å alliere seg med næringsforeningene i enkelte saker, knyttet til henvendelser til konkrete politikere, eller vurdere felles utspill kan være aktuelt. Når media skal lage oppslag om saker ønsker de ofte konkrete caser, som bedrifter eller representanter fra næringsliv/politikk/kommune og ofte har næringsforeningene gode kontaktnett på dette.

Her handler det igjen om å knytte relasjoner og avdekke hvem som er interessert i samarbeid, hvem som jobber med de samme interessepolitiske sakene og når det kan være hensiktsmessig å ha samarbeid med dem.

Interessentanalyse

Hvem som er interessenter for Osloregionens arbeid vil jo være en blanding av mulige samarbeidspartnere, alliansepartnere og andre med betydning for Osloregionens politiske arbeid.

Etter avtale med oppdragsgiver er dette løst gjennom opprettelse av et excelskjema, som kan fylles i og brukes som et levende dokument etter hvert som nye relasjoner bygges, og samarbeid gjennomføres. Et slikt levende skjema blir også en database som fungerer på tvers av kollegiet, slik at man alltid har oversikt over hvem som har hatt dialog med hvilke aktører.

Vedlagte exceldokument er ment som et levende dokument, som kan fylles på og oppdateres etter hvert som man avholder møter, blir kjent med nye aktører etc. Dokumentet vil aldri være en uttømmende oversikt, og det vil over tid også variere hvilke interessenter som er viktigst og mest relevante.

Konklusjon/oppsummering:

Det gjøres mye godt arbeid i Osloregionen IPR, og det jobbes med et bredt spekter av saker som er viktig for hele regionen og alle de 62 medlemskommunene.

For å styrke det interessepolitiske arbeidet og øke sjansen for nasjonale politiske gjennomslag er det særlig to elementer denne gjennomgangen trekker frem.

Enda flere bør vite hvem Osloregionen er og hva det jobbes med. Synlighets- og kommunikasjonsarbeid vil derfor være en anbefalt styrking. Videre bør det jobbes med hvordan man kan forene kreftene i enda større grad, og gå i «samlet tropp» når man ønsker gjennomslag. 62 kommuner med sine ordførere, kommunedirektører og tilknyttede stortingsrepresentanter utgjør en formidabel kraft - om de trekker i samme retning. Dette samarbeidet og «samlingen» av laget vil være en forutsetning for å øke muligheten for nasjonalt politisk gjennomslag.

Videre bør man vurdere å prioritere enkelte saker i ulike perioder, for å spisse budskap enda mer. Tydelige målsettinger er lettere å kommunisere, og lettere å oppfatte.

Påvirkningsarbeid er mye «fotarbeid», og det må skje over tid. Gjennom gode strategier, en god dose pågangsmot og bevisst arbeid med synlighet over tid, samtidig som man klarer å mobilisere hele laget som Osloregionen består av, er det gode muligheter til å få satt hovedstadsregionen enda tydeligere på kartet fremover.

Vedlegg:

Notat til styrediskusjon

Excelskjema interessant oversikt