

Verkiezingsnieuwsbrief



Nummer 1, Januari 2014

Introductie

Op 19 maart 2014 zijn er verkiezingen voor de gemeenteraden in Nederland. Het worden belangrijke verkiezingen, omdat er vooral voor het sociale domein veel op het spel staat.

Uw organisatie heeft nog ongeveer twee en halve maand om de kandidaten van politieke partijen te informeren over de toegevoegde waarde van uw organisatie. Uw belangen zo goed mogelijk over het voetlicht te krijgen en de noodzaak van verbeteringen aan te geven.

Om uw organisatie hierbij te helpen, brengt de MOgroep komende maanden enkele nieuwsbrieven uit met een 'to-do-list', goede voorbeelden en tips zodat u uw organisatie goed op het netvlies van politici krijgt.

Waarom is lobby belangrijk?

Waarom investeren grote bedrijven zoals banken, de farmacie en de tabaksindustrie veel geld in lobby's? Omdat het werkt! Organisaties in de sociale sector maken hier veel te weinig gebruik van. Hierdoor worden kansen gemist.

In essentie komt lobbyen neer op het gericht informatie onder de aandacht van politici te brengen. En steun of in elk geval sympathie te verwerven voor uw standpunten en belangen. Politici laten zich niet gemakkelijk beïnvloeden, maar staan wel open voor uw informatie. Vooral goede voorbeelden uit de praktijk kunnen helpen bij de voorbereiding van hun standpuntbepaling en in debatten aan allerlei bestuurstafels.

U moet daarbij vooral niet te opdringerig zijn. Pak het aan zoals u zelf de informatie aangereikt zou willen krijgen. Laat de ontvanger vooral vrij in wat hij/zij met de

informatie doet. Zorg voor een goede verstandhouding en vraag of u de ontvanger nogmaals belangwekkende informatie mag aanbieden.

To-do-list Januari 2014

- Stuur een felicitatie naar de gekozen lijsttrekkers.
- Achterhaal wie de nieuwe kandidaten zijn van de belangrijkste partijen.
- Organiseer een ontmoeting (werkbezoek) met uw cliënten en de nieuwe kandidaten of organiseer een informerende bijeenkomst voor nieuwe kandidaat-raadsleden.
- Benut uw website ook als een etalage voor uw organisatie.
- Organiseer kort voor de verkiezingen een bijeenkomst samen met andere organisaties in het sociaal domein.
- Bepaal in welke gevallen u een persbericht publiceert.
- Bepaal een strategie voor de Nieuwjaarsreceptie van de gemeente?
- Als uw organisatie een Nieuwjaarsreceptie geeft en u gaat speechen kies uw onderwerpen dan zorgvuldig.

Raadpleeg de website van de MOgroep

Op de website van de MOgroep staat onder het thema 'Gemeenteraadsverkiezingen 2014' een schat aan informatie die u kunt gebruiken om uw uitgangspositie na de verkiezingen zo goed mogelijk te laten zijn.

Daar vindt u In de rubriek 'Introductie' bijvoorbeeld: 'De verkiezingen staan voor de deur', 'Verkiezingskalender' en 'Lobbyen bij gemeenten'.

In de rubriek 'Fase 1' vindt u bijvoorbeeld: 'Programmavergelijking' en in 'Fase 2' vindt u 'Meedoen aan de verkiezingscampagne'.

Nieuwjaarsreceptie van de gemeente

In de eerste week van januari worden in veel gemeenten Nieuwjaarsrecepties gehouden. Met het oog op het investeren in informele contacten is het van belang dat uw organisatie hier *acte de présence* geeft. U kunt niet alleen de leden van het college van

b&w nog even spreken en andere politieke kopstukken. Via hen kunt u zich ook laten introduceren bij de nieuwe politici die na de verkiezingen in de raad komen.

Het is belangrijk dat u tijdens de receptie niet alleen mensen spreekt die u al kent, maar vooral op zoek gaat naar de mensen die u nog niet kent en misschien na de verkiezingen belangrijk worden voor uw organisatie. U kunt vooraf met uw collega('s) een verdeling maken, zodat u vooraf heel gericht weet wie u in elk geval wilt spreken.

Uiteraard moet u ook vooraf afstemmen wat u met die personen gaat bespreken. Overheidsexperts Public Affairs adviseert u maximaal een kwartier met iemand in gesprek te zijn. Niet langer. U begint uiteraard met een hartelijke begroeting tracht de persoon aan het woord te laten over het onderwerp waarover u met hem/haar wil spreken. U kunt dat rechtstreeks doen, maar ook door een zelf een dilemma te schetsen of voorbeeld te noemen waarop u een reactie vraagt. Als u voor een rechtstreekse aanpak kiest, dan kunt u vragen naar beleidsmatige ambities, een kwalificatie van een aspect van het huidige beleid of iets te vragen op een terrein waar iemand deskundig op is. Zorg dat u daarna ook aan de beurt komt. U kunt dit doen met een 'bruggetje' het gesprek een wending te geven. Het gaat er dan om dat u iets vertelt wat voor uw gesprekspartner interessant kan zijn. Dat is best lastig aangezien politici vaak mensen zijn die graag zelf aan het woord zijn. Gelukkig willen ze ook graag worden geïnformeerd door deskundigen die hen ervaringen en voorbeelden kunnen meegeven.

Kies het onderwerp waarover u zelf spreekt zorgvuldig en wees vooral niet te breedsprakig. Het meest interessant zijn voor u onderwerpen waarover u veel kunt vertellen en waarover uw gesprekspartner veel wil weten. Maar vertel vooral niet te veel. Biedt uw gesprekspartner aan binnenkort samen een kop koffie te gaan drinken om nog eens over het betreffende onderwerp door te praten. U wisselt indien nodig uw gegevens uit en geeft aan dat u echt nog even met iemand anders moet spreken. Dat is heel gewoon tijdens een receptie.

Als u over een bepaald onderwerp wilt spreken met een politicus van een bepaalde partij, maar u hebt eigenlijk geen idee wie daarvoor verantwoordelijk is, dan ligt het voor de hand dit gewoon te bespreken met iemand die u wel kent. Hij of zij kan u dan wellicht in contact brengen met de betreffende persoon. Op deze wijze maakt u gebruik van de hulpvaardigheid van iemand die u al kent en wordt u op een natuurlijke wijze bij een nieuwe stakeholder geïntroduceerd.

Op deze wijze benut u de Nieuwjaarsreceptie enerzijds om te investeren in uw informele contacten en anderzijds onderhoudt u uw netwerk. Bovendien staat uw organisatie weer even op het netvlies bij een aantal politici. Loop tijdens de receptie dus niet af op willekeurige mensen en blijf ook niet hangen bij de mensen die u toevallig aanspreken.

Achteraf geeft u uiteraard een terugkoppeling aan uw collega('s) en worden er afspraken gemaakt wie er op welk moment waarover met de persoon in kwestie verder gaat praten.

Geeft uw organisatie ook een Nieuwjaarsreceptie? Overleg dan intern met wie u in elk geval wilt spreken en waarover. En als u gaat speechen leg dan een relatie met de aanstaande verkiezingen en de belangen die er voor u op het spel staan.

Colofon

De Verkiezingsnieuwsbrief verschijnt digitaal tot aan de gemeenteraadsverkiezingen. Met de nieuwsbrief beogen wij de leden van de MOgroep te informeren, stimuleren en inspireren de kansen die de komende verkiezingen bieden optimaal te benutten.

Redactie: Wim Carabain en Floor Kist, bureau Overheidsexperts Public Affairs. Zij helpen organisaties in het sociale domein bij het zich manifesteren tijdens de verkiezings-campagne, het onderhouden van relaties met gemeenteraden en wethouders en bij het beïnvloeden van het gemeentelijke beleid.