

Verkiezingsnieuwsbrief



Nummer 3, Februari 2014

Introductie

Het is genoegzaam bekend. Op 19 maart 2014 zijn er gemeenteraadsverkiezingen. Er staat veel op het spel voor het sociale domein.

Uw organisatie heeft nog ongeveer drie weken om de kandidaten van politieke partijen te informeren over de noodzakelijke verbeteringen in het beleid, de nieuwe uitdagingen waar uw organisatie een sleutelrol in kan vervullen en het belang van investeren in samenhangend welzijnsbeleid.

Nog 3 weken: To-do-list maart 2014

- Stuur een informatiepakket met samenvatting naar de lijsttrekkers. Dit wordt gelezen ter voorbereiding op de komende debatten.
- Benut uw website ook als een etalage voor uw organisatie.
- Bezoek verkiezingsdebatten. Lever vooraf een stelling aan of bedenk een goede vraag.
- Tast af of u samen met andere organisaties een gezamenlijk statement kunt maken, bijvoorbeeld een gezamenlijk akkoord of een aantal uitgangspunten.
- Stuur een ingezonden brief naar de regionale krant waarin u de partijen wijst op hun verantwoordelijkheid voor goed doordacht welzijnsbeleid.

Telefonisch spreekuur

Uw organisatie heeft nog enkele weken om lijsttrekkers en andere kandidaten voor de gemeenteraad te informeren over uw werkzaamheden en prioriteiten. Mis die kans niet. Ook als u een kleine organisatie bent, kunt u tenminste een informatiepakket samenstellen en in de begeleidende brief een paar prioriteiten

onder de aandacht brengen. Als u niet precies weet hoe u dat moet aanpakken, raadpleeg dan de gratis telefonische hulplijn. Het bureau **Overheidsexperts Public Affairs** biedt leden van de MOgroep komende weken gratis een kwartier telefonisch advies. Bel gerust naar: **06 5182 1467** en stel uw vragen.

Waarom is lobby belangrijk?

Lobbyen is voor welzijnsorganisaties geen vanzelfsprekende bezigheid. Liever laten ze zien wat ze doen en wat ze kunnen. Toch kan een gerichte lobby een nuttige aanvulling zijn.

Met specifieke Facts & Figures kunt u politici en ambtenaren informeren wat er speelt in de wijk of de gemeente. Maar specifieke informatie over uw inspanningen en resultaten helpen ook bij het maken van afwegingen en het nemen van besluiten.

Politici en ambtenaren laten zich natuurlijk niet gemakkelijk beïnvloeden, maar ze staan wel open voor de informatie die uw organisatie inbrengt. Vooral goede voorbeelden uit de praktijk kunnen politici in verkiezingstijd helpen bij het verwoorden van hun standpunt.

U moet daarbij niet te opdringerig zijn. Laat de ontvanger vooral vrij in wat hij/zij ermee doet. Investeer verder in een goede verstandhouding en vraag of u uw stakeholder nogmaals relevante informatie mag aanbieden.

MOgroep versterkt profiel Sociaal Werker

De MOgroep voert campagne om het profiel van de Sociaal Werker betere onder de aandacht te brengen bij gemeenten en andere stakeholders. 'Sociaal werker' is een nieuwe naam voor de vroegere welzijnswerker maar dekt hun toegevoegde waarde beter.

De grootste kwaliteit van sociaal werkers is het helpen van mensen bij het verbeteren van hun eigen welzijn. Daarnaast maken sociaal werkers deel uit van de keten van organisaties die (maatschappelijke) problemen aanpakt door omstandigheden en condities te verbeteren en zij denken mee met gemeenten over het formuleren

van nieuw beleid. Sociaal werkers zitten dus als een spin in het maatschappelijke web.

Dat sociaal werkers onmisbaar zijn in de samenleving weten de mensen die door sociaal werkers zijn geholpen maar al te goed. Hun bekendheid onder beleidsmakers en besluitennemers kan echter worden verbeterd. Dit is belangrijk omdat sociaal werkers een intermediaire rol vervullen tussen overheid en inwoners, maar ook tussen inwoner en zijn/haar omgeving. Sociaal werkers begeleiden veel vrijwilligers en hebben een belangrijke rol in wijkteams en bij de uitvoering van taken die vanaf volgend jaar aan gemeenten worden overgedragen, zoals zorgtaken uit AWBZ, de jeugdzorg en een brede participatie taak.

Om het profiel van de sociaal werker te versterken en hem/haar meer bekendheid te geven, is het belangrijk dat de leden van de MOgroep de term 'sociaal werker' in correspondentie aan en gesprekken met beleidsmakers en bestuurders gaan gebruiken. De contacten met politici en de activiteiten die in het kader van de gemeenteraadsverkiezingen worden georganiseerd zijn hiervoor een goede aanleiding.

Goede voorbeelden: Almere en Cuijk

Op de website van de MOgroep staat een aantal interviews met directeurs en communicatieadviseurs van welzijnsinstellingen over de wijze waarop zij invulling geven aan de positionering van hun organisatie in verkiezingstijd. De voorbeelden zijn stuk voor stuk de moeite waard om te lezen. Op twee voorbeelden willen we in deze Nieuwsbrief de aandacht vestigen.

In Almere heeft de welzijnsorganisatie De Schoor onlangs een werkbezoek voor het college van b&w georganiseerd. Bij die gelegenheid is een pamflet met als titel 'Welzijn in het hart van het sociale domein' aangeboden. Verder wordt in de Week van Zorg en Welzijn (vlak voor de verkiezingen) een jongerendebat georganiseerd. De Schoor is al geruime tijd bezig zich nadrukkelijk te profileren. Voor de zomer is er een bijeenkomst georganiseerd voor politieke partijen die toen bezig waren met het opstellen van hun verkiezingsprogramma's. De Schoor gaat hier ook na 19 maart mee door. Er is al

contact gezocht met de griffie van de gemeente om te overleggen over de wijze waarop er kan worden ingespeeld op het inwerkprogramma van de nieuwe raadsleden.

Een ander goed voorbeeld komt van Radius uit Cuijk die voor vijf gemeenten het welzijnsbeleid uitvoert. Zij hebben in het kader van de verkiezingen diverse activiteiten georganiseerd. In het oog springen onder meer het werkbezoek voor kandidaat-raadsleden, maar ook het toesturen van een informatiepakket aan lijsttrekkers ter voorbereiding op debatten. Verder bezoeken vertegenwoordigers van Radius de lijsttrekkers debatten, leveren daarvoor stellingen aan en benutten de bijeenkomsten om strategisch te netwerken.

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 de uitgangspositie van uw organisatie voor en na de verkiezingen te verbeteren.

In de rubriek 'Introductie' vindt u bijvoorbeeld: 'De verkiezingen staan voor de deur', 'Verkiezingskalender' en 'Lobbyen bij gemeenten'. En in de rubriek 'Fase 2' vindt u 'Meedoen aan de verkiezingscampagne'. Ook treft u op de website diverse voorbeelden van hoe andere welzijnsorganisaties vorm geven aan lobby en beleidsbeïnvloeding. Laat u inspireren!

Colofon

De Verkiezingsniewsbrief is een digitaal medium dat in het kader van de komende gemeenteraadsverkiezingen periodiek verschijnt.

De redactie bestaat uit Wim Carabain en Floor Kist. Zij zijn werkzaam als PA adviseur bij het bureau Overheidsexperts Public Affairs en helpen organisaties in het sociale domein met zich te profileren tijdens de verkiezingscampagne en tijdens de onderhandelingen die leiden tot nieuwe colleges van b&w. Ook ondersteunen ze organisaties bij het onderhouden van bestuurlijke relaties en met het beïnvloeden van het gemeentelijke beleid.