

Actie-toolkit

stap

1 2 3 4



Goed lobbyen doe je zo

Wil je aan de slag met jouw idee, actie of project? Maar weet je niet goed hoe en waar je moet beginnen? Kijk dan in de actie-toolkit. Daar vind je handige tips, voorbeelden, hand-leidingen en direct bruikbare informatie om aan de slag te gaan. Van goed idee naar succesvol resultaat.

Ik wil een probleem aanpakken. Hoe begin ik?

Een goed begin is het halve werk. Kijk daarom eerst naar de volgende stappen. Daarin staan waardevolle tips die je helpen om succesvol te zijn. Bij elke stap hebben we documenten gemaakt met uitgebreide tips en tricks.

Dit zijn ze allemaal op een rij:

Stap 1 – Bereid je voor

Stap 2 – Maak een plan

Stap 3 – Bouw aan je actieve groep

Stap 4 – Kom in actie

Actie-toolkit stap 1 2 3 4

‘Kom in actie’ – Goed lobbyen doe je zo

Lobbyen is het uitoefenen van invloed op beleidsmakers bij bestuursorganen om besluitvorming te beïnvloeden. In deze handleiding gaan we vooral in op lobbyen bij de gemeente, maar je kan natuurlijk ook met de Rijksoverheid of provincies te maken hebben.

Je kan op indirecte wijze lobbyen door het beïnvloeden van de publieke opinie, waarmee bestuursorganen onder druk worden gezet om in actie te komen.

Maar het is ook mogelijk om op directe wijze te lobbyen door bijvoorbeeld gebruik te maken van de mogelijkheid om in te spreken tijdens de raadsvergaderingen van de gemeente.

In deze handleiding bieden we uitleg en tips over de gemeentelijke politiek en de mogelijke maatregelen. Daarnaast vind je specifieke informatie over lobbyen in verkiezingstijd.

Inhoud

- 1. Publieke opinie beïnvloeden**
 - 1.1 Kanalen om publieke opinie te beïnvloeden**
 - 1.2 Tips voor mediagebruik**
- 2. Invloed uitoefenen op jouw gemeente**
 - 2.1 Organiseer een bewonersgroep**
 - 2.2 Verdiep je in jouw gemeente**
 - 2.3 Pak het tactisch aan**
- 3. Invloed uitoefenen op het verkiezingsprogramma**
 - 3.1 Waarom is lobbyen in deze periode effectief?**
 - 3.2 Planning rondom verkiezingen**
 - 3.3 Hoe wordt de inhoud van een lokaal verkiezingsprogramma bepaald?**
 - 3.4 Stappenplan voor effectief invloed uitoefenen op het verkiezingsprogramma**
- 4. Beïnvloeding van het collegeakkoord**
- 5. Lobbyen in jouw gemeente**
 - 5.1 Inspreken**
 - 5.2 Petities en acties**



1

Publieke opinie beïnvloeden

De publieke opinie is de dominante mening in publicaties in bladen, op tv, radio en social media. Het gaat om de opinie die publiek geuit wordt door mensen die hun mening openlijk geven.

De mening van de zogenaamde “zwijgende meerderheid” speelt dus geen rol in de publieke discussie en opinievorming.

Het beïnvloeden van de publieke opinie begin je door zoveel mogelijk mensen te overtuigen van jouw ideeën. Dit gaat makkelijker als je samenwerkt binnen een groep die steeds groter wordt. Zorg er dus steeds voor dat je communiceert hoe je bereikbaar bent en sta open voor nieuwe mensen die zich willen aansluiten.

De omvang en (geografische) spreiding van de groep mensen die je wilt benaderen, hangt natuurlijk sterk af van het probleem waarvoor je aandacht vraagt. Betreft het de bouw van een lokale vervuilende fabriek, gaswinning die aardbevingen kan veroorzaken of luchtvervuiling in grote steden?

Voor een lokaal probleem is het vaak goed te beginnen met pamfletten of folders die huis aan huis worden verspreid. Ook zijn advertenties of artikelen in lokale huis-aan-huisbladen een mooi middel. Net zoals reportages over acties en interviews op lokale radio en tv.

Voor een groter spreidingsgebied kom je al snel uit bij landelijke of regionale media (dagbladen, magazines, radio en tv). Die media moet je zien te interesseren voor jouw zaak. Het gebruik van websites en e-mail, blogs en sociale media als Twitter, Facebook en Youtube is in vrijwel alle situaties aan te bevelen omdat het bereik niet geografisch beperkt is.



1.1 Kanalen om publieke opinie te beïnvloeden

- Zorg voor directe **huis-aan-huis informatieverbreiding**. Een pamflet of folder is een makkelijke manier om te beginnen. Jij bepaalt wat er in de folder komt te staan. Bedenk van tevoren goed voor wie je de folder maakt. Gebruik eenvoudige taal en voorbeelden die iedereen kan begrijpen. Pas je taalgebruik aan op de doelgroep. Voor jongeren geen jargon, voor senioren geen straattaal. Een folder moet kort en bondig en duidelijk zijn. Dat is makkelijker gezegd dan gedaan. Tip: laat verschillende mensen je conceptversie lezen en toets of ze de tekst helemaal begrepen hebben. Maak ook duidelijk wat je van de lezers vraagt. Wil je dat ze jouw website bezoeken? Roep je mensen op om in actie te komen? Zorg voor een snelle verspreiding van je folder. Schakel een groep vrienden of vrijwilligers in om je daarbij te helpen.
- Maak een **website** of een Facebookpagina, waar je helder uitlegt wat het probleem is, wat je daarvan vindt en waarom (en hoe) jij en je groep medestanders daar wat aan gaan doen. Probeer in te spelen op de actualiteit en nodig de bezoeker uit om contact op te nemen voor meer informatie en om zich aan te melden als medestander of donateur. Gebruik andere media om mensen te attenderen op het bestaan van jouw website of Facebookpagina. Zorg ervoor dat alle relevante informatie over het probleem op deze plek (of via verwijzingen) te vinden is.
- Maak gebruik van de **pers**. Zo bereik je veel mensen. Ook helpt het bij het vergroten van je eigen groep omdat meer mensen zich aan willen sluiten bij jouw project. Media-aandacht geeft je campagne geloofwaardigheid en je verhaal wordt eerder serieus genomen.
- Organiseer een **persconferentie**. Een persbericht alleen is niet genoeg als je veel aandacht wil. Organiseer dan een persconferentie. Nodig de pers ruim van tevoren uit en maak duidelijk waarom ze beslist naar deze persconferentie moeten komen. Kies een ruime locatie met voldoende licht en faciliteiten om een presentatie te geven. Spreek niet in algemeenheden, maar kom met specifieke informatie en concrete voorbeelden hoe jouw zaak de betrokken burger raakt. Ruim voldoende tijd in om de pers na afloop te woord te staan en serveer een borrel, dan zullen meer journalisten geneigd zijn om nog even na te blijven voor een verdiepend gesprek.
- Maak gebruik van **sociale media**, zoals Facebook, Twitter, blogs, Youtube etc.

1.2 Tips voor mediagebruik

- Blijf interessant en zichtbaar. Als je de publieke opinie blijvend wil beïnvloeden, dan moet je ervoor zorgen dat je geen eendagsvlieg bent. Laat je vaak genoeg horen én zien. Kom regelmatig met nieuwtjes die het publiceren waard zijn. Alleen als je vaak jouw verhaal doet, kun je je gedachtegoed overbrengen en mensen inspireren tot nieuwe ideeën. Jouw ideeën!
- Nationale media zullen eigenlijk alleen een lokaal onderwerp behandelen wanneer ze denken dat er een algemeen belang mee gemoeid is. Of als het de start kan zijn van een bredere trend.
- Houd rekening met deadlines voor publicatie van kranten en magazines. Neem tijdig contact op met de redacties.
- Het helpt enorm als Bekende Nederlanders (BN'ers) jouw campagne publiekelijk steunen. Zij wekken vertrouwen bij het publiek.
- Zorg dat je uitgenodigd wordt voor televisieprogramma's en wees voorbereid op een eventueel interview. Je kan op elk moment van de dag gebeld worden door een redactie en direct in een tv- of radio-uitzending zitten.
- Blijf er altijd verzorgd uitzien en gedraag je ook zo. Vanaf het moment dat je bekend bent, gaan mensen op je letten. Een onverzorgd uiterlijk en onbehoorlijk gedrag zijn dan schadelijk voor je imago.
- Blijf altijd kalm en reageer beheerst in de media. Zoek naar manieren hoe om te gaan met stress, zodat je je kalmte ook kan bewaren op moeilijke momenten. Te enthousiast of te boos reageren, tast je geloofwaardigheid aan.

2

Invloed uitoefenen op jouw gemeente

Op veel plekken in het land zijn lokale bewonersgroepen bezig die iets willen veranderen in hun gemeente. Dat is natuurlijk fantastisch! Maar hoe zorg je ervoor dat je echt iets bereikt?

Voor echte veranderingen moeten de juiste maatregelen genomen worden. Een groot deel van die maatregelen kan de gemeente nemen. Daarom is het belangrijk om invloed uit te oefenen op die gemeente en zo de voor jou belangrijke thema's op de agenda te krijgen.

Hoe je effectief invloed uitoefent, hangt af van de periode waarin je gaat lobbyen. In deze handleiding onderscheiden we drie periodes:

- Het jaar voorafgaand aan gemeenteraadsverkiezingen waarin je invloed uit kan oefenen op het verkiezingsprogramma
- De periode van coalitieonderhandelingen direct na de verkiezingen
- Lobby in je gemeente, onafhankelijk van de verkiezingen

In het algemeen kun je zeggen dat je de meeste kans op succes hebt als je veel partijen beïnvloedt voor de verkiezingen. Dan kan jouw gewenste maatregel na de verkiezingen in het collegeakkoord komen en voeren de wethouder en ambtenaren het uit. [Hoofdstuk 3](#) gaat specifiek over het invloed uitoefenen op de verkiezingsprogramma's.

Een aantal activiteiten die je moet ondernemen als voorbereiding op je lobby zijn altijd ongeveer hetzelfde. Die bespreken we in de volgende paragrafen.

2.1 Organiseer een bewonersgroep

Samen sta je sterker en weet je meer. Als je namens meerdere mensen spreekt, neemt de gemeente je eerder serieus. Voordat je zelf een nieuwe groep start, kijk je natuurlijk eerst of er al bestaande groepen bezig zijn. Wellicht kun je aansluiten bij een bestaande groep of met een aantal mensen uit een bestaand bewonersoverleg een eigen groep opzetten.

Let er daarbij op, dat je verschillende mensen in je groep krijgt. Mensen met veel inhoudelijke kennis en mensen met contacten bij de gemeente en gemeenteraad zijn natuurlijk handig. Maar iemand die goed is met sociale media of iemand die goed kan schrijven, is ook nodig. En mensen die goed zijn in organiseren of nieuwe mensen bij je groep betrekken zijn eveneens van belang.

Als je een groep mensen verzameld hebt, maak dan een planning van bijeenkomsten en probeer tot een taakverdeling te komen. Iedereen heeft iets waar zij/hij goed in is. Sommigen blijven liever op de achtergrond, maar schrijven wel heel goede brieven. Terwijl anderen goed zijn in het geven van presentaties of in gesprek willen gaan met de wethouder. Ook een eerste plannetje voor hoe je wilt communiceren, is handig. Wil je een wekelijkse e-mail nieuwsbrief versturen en kan iemand die maken? Of wil je communiceren via sociale media? Hiervoor kun je je laten inspireren door andere groepen (ook in andere steden).

Probeer niet het wiel opnieuw uit te vinden om origineler te zijn. Als andere groepen effectief communiceren met een bepaald middel is het helemaal niet erg om hun methode te kopiëren.

2.2 Verdiep je in jouw gemeente

Het is belangrijk om goed te weten wat er speelt, wat de standpunten zijn en wat de historie van het beleid is in jouw gemeente. Verdiep je erin zodat je goed beslagen ten ijs komt in je lobby. Hier lees je een aantal aandachtspunten.

- Lees het collegeakkoord. Als je een maatregel wilt introduceren die niet in het college-akkoord staat, zal je waarschijnlijk stevig moeten lobbyen en onderhandelen. Als je een maatregel wilt invoeren die in strijd is met het college-akkoord, wordt het erg lastig om het alsnog voor elkaar te krijgen.
- Welke partijen zitten er in de coalitie van jouw gemeente? Wat staat er in de partijprogramma's over de relevante onderwerpen?
- Op de website van de gemeente vind je verslagen van raadsvergaderingen, agenda's etc. Zo kom je erachter wat er afgelopen periode besproken is over jouw onderwerp.
- Kijk ook op de site van de verschillende partijen. Daar vind je de namen van wethouders en raadsleden, maar bovenal de plannen en standpunten van de lokale partijen.
- Je kan over de achtergrond van (kandidaat-)raadsleden of lijsttrekkers ook meer te weten komen door ze via een zoekmachine na te trekken op internet. Hobby's e.d. kunnen veel over iemand vertellen. Stel dat een gemeenteraadslid voorzitter is van de oldtimervereniging dan wordt het misschien lastiger om een milieuzone voor oude auto's ingevoerd te krijgen.
- Kijk ook eens in rapporten van de Rekenkamer. Dit is een onafhankelijk orgaan dat de taak heeft om de gemeente te controleren.
- Ambtenaren kun je altijd bellen met vragen over beleid. Ze zijn verplicht om je te antwoorden en maar heel weinig zaken zijn echt geheim. Of ze zin hebben om aan jouw plannen mee te werken is natuurlijk een andere vraag.
- En tenslotte: bedenk welke overheden betrokken zijn bij de punten waar jij voor lobbyt. Vaak is dat de gemeente, maar in sommige gevallen heb je ook met de Rijksoverheid of provincies te maken.

Als je alle benodigde informatie verzameld hebt, kun je een krachtenveldanalyse maken. Dit betekent dat je de machtsverhoudingen en standpunten goed analyseert en kijkt bij wie je het beste kan aankloppen om jouw standpunten duidelijk te krijgen.

2.3 Pak het tactisch aan

Bedenk dat actievoeren en lobbyen ook averechts kunnen werken. Stel dat een voorstel van je gemeente op de agenda staat waar je het in grote lijnen mee eens bent. In dat geval kan je soms beter stilte afwachten in de hoop dat het geruisloos passeert. Als je met flink tromgeroffel uitpakt, kun je verwachten dat tegenstanders van het voorstel ook in zullen spreken. Het kan dan verstandiger zijn om ervoor te kiezen om geen rol te spelen in de discussie om te voorkomen dat de 2 partijen tegen elkaar worden uitgespeeld en het juist lastiger wordt voor het college.

Anderzijds is het soms wel nodig om je flink te laten horen over een voorstel waar de meerderheid achter staat, om te zorgen dat niet een paar raadsleden slappe knieën krijgen. Om deze afweging te maken kan het handig zijn om een bevriend raadslid of fractiemedewerker te vragen hoe zij de situatie inschatten.

Bedenk dat elke politicus graag de held van zijn achterban wil zijn, maar dat ze het zelden leuk vinden om het mikpunt van tegenstanders te worden. Hoe controversiëler het besluit, hoe lastiger de keus is.

2.3 Kan iedereen gaan lobbyen?

Bij alles wat je als groep organiseert, is het goed om erop te letten dat je de taken verdeelt. Je kan het meeste bereiken als niet al het werk bij 1 persoon terechtkomt.

Wie van de groepsleden de meest aangewezen persoon is om het voortouw te nemen in de lobby richting gemeente is niet altijd direct duidelijk. Eigenschappen als overtuigingskracht, het hebben van netwerkvaardigheden, goede mondelinge en schriftelijke uitdrukkingsvaardigheid, enige inhoudelijke kennis op het dossier en een goed omgevingsbewustzijn komen in ieder geval goed van pas. Daarnaast is de bereidheid om structureel enige tijd vrij te maken natuurlijk ook belangrijk.

Politieke ervaring is natuurlijk een pré, maar als iedereen je met een partij associeert, dan wordt je punt snel als een partijbelang gezien dat concurreert met het eigen partijbelang van het raadslid. Stel je dus neutraal op. Je vertegenwoordigt een burgerbelang.

3

Invloed uitoefenen op het verkiezingsprogramma

In verkiezingstijd kun je op een andere manier invloed uitoefenen op het beleid. Er wordt namelijk gewerkt aan partijprogramma's en standpunten worden opnieuw bepaald. In dit hoofdstuk leggen we uit hoe je effectief invloed uitoefent op de totstandkoming van de partijprogramma's.

3.1 Waarom is lobbyen in deze periode effectief?

Om de 4 jaar worden nieuwe gemeenteraadsverkiezingen gehouden. Voor lokale bewonersgroepen is dat een uitgelezen kans zich te profileren en te pleiten voor een duurzamer beleid in de gemeente.

De lokale verkiezingsprogramma's zijn een goed startpunt voor de lokale lobby. Burgers kunnen hier invloed op uitoefenen door hun mening te laten horen. De programma's van de partijen die na de verkiezingen gaan regeren vormen de basis van de onderhandelingen over het te vormen coalitieakkoord. In dat akkoord staat in grote lijnen wat de gemeente de komende 4 jaar gaat doen.

Waarom?

Het beïnvloeden van lokale verkiezingsprogramma's is in het kader van belangenbehartiging buitengewoon zinvol:

1. Het is een mogelijkheid om de lokale bewonersgroepen positief onder de aandacht te brengen.
2. Een punt in een verkiezingsprogramma geldt als een partijstandpunt.
3. Een coalitiepartij (in spe) zal proberen de punten uit haar verkiezingsprogramma in het collegeprogramma te laten terugkomen.
4. De beste garantie voor het invoeren van goed beleid is een formulering hierover in het collegeakkoord.

3.2 Planning rondom verkiezingen

De gemeenteraadsverkiezingen zijn in principe altijd in de maand maart. De planning daaromheen verloopt grofweg als volgt:

Januari - februari van het voorafgaande jaar	Opstellen landelijk kader voor lokale verkiezingsprogramma
Maart – september van het voorafgaande jaar	Schrijven en vaststellen lokale verkiezingsprogramma's
Oktober van het voorafgaande jaar	Vaststellen kandidatenlijsten lokale fracties
Maart	Gemeenteraadsverkiezingen
Eind maart tot ongeveer mei	Schrijven en vaststellen collegeprogramma

3.3 Hoe wordt de inhoud van een lokaal verkiezingsprogramma bepaald?

Het verkiezingsprogramma wordt door een redactiecommissie geschreven en door de partijleden definitief vastgesteld.

- Bij het schrijven van een nieuw verkiezingsprogramma wordt het oude verkiezingsprogramma vaak als voorbeeld genomen.
- De hoofdpunten uit het programma zijn altijd onderwerpen waar een partij zich mee kan profileren.
- Lokale afdelingen van landelijke partijen kunnen gebruik maken van het landelijk kaderprogramma bij het invullen van het lokale verkiezingsprogramma. Dit kaderprogramma wordt opgesteld door

een landelijke redactiecommissie en is afgeleid van het landelijk verkiezingsprogramma voor de Tweede Kamerverkiezingen.

- Verder komt de inhoud van een verkiezingsprogramma min of meer toevallig tot stand. Daarom is het slim om zelf al een kant-en-klare tekst aan te leveren (bijvoorbeeld een overzicht met je lokale standpunten). De kans bestaat dat de redactiecommissie dat overneemt, tenzij het niet strookt met de partijvisie. Nabellen of een afspraak maken om jullie punten mondeling toe te lichten, is uitermate zinvol en zal de kans op succes zeker vergroten.

3.4 Stappenplan voor effectief invloed uitoefenen op het verkiezingsprogramma

De meeste lokale verkiezingsprogramma's zullen in de periode maart-augustus van het jaar voorafgaand aan de verkiezingen geschreven worden. In die peri-

ode (bij voorkeur maart-juni) is het dus zaak invloed uit te oefenen bij de redactiecommissies. Je kan daarbij onderstaand stappenplan volgen.

1. Bepaal een aantal doelstellingen of maatregelen voor jouw onderwerp in jullie gemeente.

2. Toon het maatschappelijk nut van deze doelstellingen of maatregelen aan.

3. Maak een selectie van de lokale politieke partijen die worden aangeschreven. Houd hierbij rekening met de kans van elke partij om in het college te komen. Dit is niet altijd voorspelbaar, dus je kan gerust alle partijen aanschrijven. Selecteer in ieder geval de groene, de kansrijke, en de grote(re) partijen. Kijk daarvoor naar de krachtenveldanalyse die je hebt gemaakt.

4. Ga eerst praten met de partij waarvan je weet dat ze je standpunt zullen steunen. Je hoeft ze wellicht niet over te halen om jouw standpunt over te nemen, maar het is goed als zij weten dat ook de inwoners van hun gemeente voor een bepaalde maatregel zijn. En ze kunnen je vertellen waar kansen liggen bij andere partijen, of tips geven voor je gesprek. Zo sta je steviger in je gesprekken met andere partijen.

5. Schrijf het standpunt of de doelstelling zo op, dat het integraal overgenomen kan worden in het verkiezingsprogramma van een partij. Partijen nemen kant-en-klare tekst veel sneller over. Om per partij de juiste toon te vinden, kun je het oude verkiezingsprogramma als voorbeeld nemen.

6. Verstuur je standpunten en voorgestelde maatregelen aan de bestuursvoorzitter of de redactiecommissie verkiezingsprogramma op het fractie-adres.

7. Stuur niet exact dezelfde tekst naar alle partijen. Het is vrij gênant als dezelfde zinnen in meerdere programma's staan.

8. Ga met de verschillende partijen in gesprek om jullie brief toe te lichten. Maak een persoonlijke afspraak met de redactiecommissie en licht je standpunten toe. Refereer in je brief of gesprek ook aan eerder ingenomen standpunten van de partij of van haar politici, of, als dat zo uitkomt, aan hun concurrenten.

9. Houd in de gaten of er politieke cafés of bewonersavonden worden georganiseerd en ga daar naartoe. Ook daar kun je je zorgen uiten over de negatieve effecten van bijvoorbeeld verkeer op de leefbaarheid van de stad en om maatregelen vragen.

10. Organiseer zelf een bijeenkomst waar lokale politici en bewoners met elkaar in gesprek gaan. Hiermee faciliteer je de uitwisseling tussen beide groepen. Het is vaak niet handig als het een debat wordt waarin politici gedwongen worden een standpunt in te nemen, omdat ze hun standpunten in deze periode nog aan het bepalen zijn. Het is belangrijk dat politici horen wat er leeft onder de bewoners zodat ze dat mee kunnen nemen in het schrijven van hun programma.

Opvallen!

Zorg dat jouw brief opvalt en dat het gesprek onthouden wordt! Prikkel de redactiecommissie met een aantal feiten, vragen of foto's. Begin je verhaal bijv. met een open vraag waarop de fractie geen pasklaar antwoord heeft. Gebruik deze vragen als insteek voor je betoog. Er zal meer aandacht voor je verhaal zijn.

3.5 Wat kun je het beste vragen in verkiezingstijd?

Partijen zullen zich in hun verkiezingsprogramma wellicht liever niet al te stellig uitspreken voor specifieke maatregelen. Het is belangrijk dat jouw onderwerp als algemeen thema hoog op de lijst in de programma's komt te staan. Hou hiermee rekening in de periode maart – november, als de programma's nog geschreven worden en de lijsten nog vastgesteld moeten worden. Laat zien hoe belangrijk het is voor de bewoners van jouw gemeente en zorg ervoor dat het een prioriteit wordt.

Lobbyen voor specifieke maatregelen kan soms beter in een later stadium, namelijk tijdens de verkiezingscampagne in de twee maanden voor de ver-

kiezingen en tijdens de coalitieonderhandelingen. Natuurlijk moeten de maatregelen wel al eerder zijn genoemd in de lobbybrieven, –gesprekken en –bijeenkomsten. Benader jouw punt positief. Dus bijvoorbeeld nadruk op beleid 'vóór duurzamere mobiliteit', niet op 'autootje pesten'.

Andere framing

Soms kun je bij bepaalde partijen het meeste bereiken door de zaak indirect te benaderen. Zelfs politici die niks met jouw onderwerp en milieu hebben, vinden het leuk om bij de winnaars te horen.



4

Beïnvloeding van het collegeakkoord

Na de verkiezingen zijn we nog niet klaar! We kunnen nog invloed uitoefenen op het collegeakkoord. Dit akkoord wordt gemaakt na de verkiezingen, wanneer bekend is welke partijen met elkaar het College van Burgemeester & Wethouder (B & W) gaan vormen. In het akkoord staan de speerpunten en doelstellingen voor de vierjarige zittingsperiode van het College van B & W.

Het schrijven van dit akkoord begint meestal direct na de verkiezingen.

Denk nu niet: de hoge dames en heren gaan het nu zelf achter gesloten deuren uitzoeken. Het is absoluut zinvol om te lobbyen als het collegeakkoord in de maak is. In deze periode is het goed om je te richten op gunstige doelstellingen ten aanzien van jouw onderwerp. Als scherpe doelstellingen eenmaal opgenomen zijn in het collegeakkoord betekent het dat het College deze doelstellingen moet uitvoeren.

De lobby kan schriftelijk of mondeling plaatsvinden. Als je een brief schrijft met de standpunten, beperk je dan tot 2e à 3 uitgewerkte punten die prioriteit hebben, bij voorkeur op 1 A4.

Hiermee vergroot je de kans dat ze overgenomen worden. Dit geldt overigens ook voor de mondelinge lobby. Een mondelinge lobby kan zeer effectief zijn als je de wethouder (in spe) persoonlijk kent.

Wees in deze periode wel op je hoede. Ook als er geen punten ten nadele van jouw onderwerp in de verkiezingsprogramma's voorkomen, kunnen deze alsnog in het collegeakkoord verschijnen.



5

Lobbyen in jouw gemeente

Als het collegeakkoord eenmaal rond is, kun je daar geen invloed meer op uitoefenen. Maar er is altijd discussie mogelijk over de uitvoering.

Sommige zaken staan niet in het akkoord. Bijvoorbeeld de 'vrije kwesties', die term is doorgaans gereserveerd voor zaken waar de coalitiepartijen niet uit konden komen bij het onderhandelen en verdeeld over mogen stemmen. Er blijven dus voldoende

manieren over om jouw mening te laten horen bij het gemeentebestuur. In dit hoofdstuk lees je meer. Zorg altijd voor een goede inhoudelijke voorbereiding (hoofdstuk 2.3)!

5.1 Inspreken

Direct benaderen

Je kan raadsleden of wethouders persoonlijk benaderen. Je kan ze bellen, een brief sturen of om een gesprek vragen. Het is een goed idee om meerdere raadsleden van verschillende partijen te benaderen. Benader wel die raadsleden die over jouw onderwerp gaan en/of in de commissie zitten die hierover gaat. Op de website van jouw gemeente is vaak te vinden wie de woordvoerders zijn.

Inspreken tijdens inspraakbijeenkomsten, commissie- of raadsvergaderingen

Tijdens vergaderingen van een commissie of (deel-)raad kun je je mening geven. De commissie- en

raadsleden kunnen al dan niet besluiten je bijdrage mee te nemen in hun belangenafweging. Meestal mogen insprekers aan het begin van de vergadering hun zegje doen.

Hou de agenda's van de vergaderingen in de gaten. Die vind je op de website van de gemeente of in lokale krantjes. Op de website van de gemeente vind je ook hoe je je aanmeldt om in te spreken. Vaak moet dat 24 uur van tevoren.

Tips voor inspreken

- Zorg ervoor dat je inhoudelijk goed bent voorbereid.
- Als je een originele insteek kiest, dan onthouden de raadsleden jouw bijdrage beter. Maar zorg er wel voor dat je bijdrage serieus genomen wordt.
- Het is goed als je laat zien dat je niet alleen bent maar dat meer mensen jouw standpunt delen. De anderen kunnen als publiek aanwezig zijn. Een volle tribune laat de raadsleden zien dat burgers het onderwerp belangrijk vinden. Neem je groep dus mee! Let wel: actievoeren, kabaal maken en het tonen van spandoeken etc. wordt zelden getolereerd.
- Een leuk voorbeeld van hoe je op kan vallen kan je bekijken via onderstaande link: <http://www.at5.nl/artikelen/56149/wethouder-wiebes-houdt-het-niet-droog> Tijdens de commissie Verkeer en Vervoer liet inspreker Jupijn Hafmans van Milieucentrum Amsterdam een bandje scooter-geluiden horen om zijn verhaal kracht bij te zetten. Dit werkte duidelijk op de lachspieren van de wethouder. De simpele boodschap dat lawaai van een scooter stoort, wordt zo wel heel duidelijk.
- Je spreektijd voelt meestal kort, 5 minuten is gebruikelijk. Oefen je tekst en kijk hoe lang het duurt. Let erop dat je belangrijkste punten niet aan het einde van je tekst staan, want het komt voor dat je minder spreektijd krijgt dan waar je vanuit mocht gaan. Let op je stemgebruik: lees niet voor, maar draag voor. Lees niet te snel, maar geef de luisteraars de tijd om je te horen en te begrijpen wat je zegt. Schrap liever een overbodige zin, dan dat je moet haasten tijdens het inspreken. Dat gaat ten koste van je hele betoog.
- Verspil geen spreektijd aan bijzaken, zorg voor een krachtige openingszin om de aandacht te pakken en zet kort uiteen wat de hoofdboodschap is. Werk volgens het principe: 'tell them what you are going to tell them, tell them, then tell them what you've told them'. Vertel eerst wat je gaat vertellen, vertel daarna het verhaal en vat je verhaal vervolgens samen. In een spreektekst is meer herhaling van de boodschap nodig, om deze echt te laten hangen bij het publiek. Sluit af met een oproep aan de Raadsleden.
- Meestal mogen raadsleden vragen stellen aan sprekers. Hou daar dus rekening mee en wees voorbereid op kritische vragen.
- Je kan van tevoren met een bevriend raadslid afspreken, dat hij jou een gezamenlijk voorbereide tactische vraag stelt. Die kun je dan beantwoorden waardoor je stiekem weer extra spreektijd hebt. Doe dit spaarzaam, want meestal ligt het er dik bovenop. Maar voor een ingewikkeld detail kan het een optie zijn, al is het dan belangrijk om te zorgen dat het detail niet afleidt van de hoofdzaak.
- Je kan ook met meerdere sprekers komen waardoor je van één lang verhaal twee korte maakt. Doe dat wel een beetje subtiel en meld je niet aan als sprekers namens dezelfde club.
- Let erop wie er nog meer inspreekt. Als je verwacht dat iemand wel eens een vergelijkbaar verhaal gaat vertellen, is het handig om je inbreng met hem/haar af te stemmen.
- Breng een persoonlijke noot aan in je verhaal: waarom vind jij jouw onderwerp belangrijk? Je kan dat heel dramatisch doen, maar overdrijf niet.
- Wees ruim op tijd, de *small talk* tijdens de koffie vóór en ná de vergadering is een belangrijk moment om te netwerken. Je kan na afloop je spreektekst of een brief uitdelen aan de raadsleden. Soms doen de bodes dat voor je, spreek dat af met de griffier.

Schrijf een raadsbrief

Je kan ook een brief aan de raad schrijven, dat heet een raadsadres. Het is hierbij belangrijk dat je ervoor zorgt dat je de inhoud van het raadsadres al in een eerder stadium besproken hebt met een of meerdere gemeenteraadsleden. Een brief richt je aan de raadsgriffie.

De griffie verstuurt de brieven ter kennisgeving per e-mail aan de raad. Je brief wordt niet vanzelfsprekend in de raad behandeld. Als een raadslid de brief in de raad wil bespreken, moet hij deze brief voor de vergadering agenderen bij de griffie. Het is dus heel belangrijk om deze brieven via gesprekken met raadsleden af te stemmen, d.w.z. van tevoren afspraken maken met het raadslid, zodat je niet voor niets je brief schrijft.

Een zienswijze indienen

Als jouw gemeente een ontwerpbesluit publiceert, kun je daarover formeel je mening geven. Dat heet een zienswijze indienen. Het ontwerpbesluit ligt 6 weken ter inzage. De overheid moet jouw ingediende zienswijze meewegen in het definitieve besluit.

Benader politieke partijen

Een andere manier om invloed uit te oefenen is door een partijbijeenkomst of een politiek café te bezoeken. Kijk eens op de website van de belangrijkste partijen in jouw gemeente. Raadsleden zijn altijd actief in hun partij, maar ze zijn wel als persoon gekozen. De partij kan dus niet aan een zittend raadslid voorschrijven wat te doen. Raadsleden moeten zonder last of vooringenomenheid de belangen van bewoners behartigen.

Bewonersoverleggen

De gemeente organiseert in veel buurten bewonersoverleggen, waar een ambtenaar en vaak ook raadsleden aanwezig zijn. Bewoners kunnen klachten en andere opmerkingen over de buurt daar bespreken. Kijk eens of er een bewonersavond in de buurt is, waar je eens heen kan gaan om over jouw zorgen en gewenste maatregelen te praten.



3.5 Petities en acties

Een gangbare manier om aan (lokale) politiek te laten zien wat burgers willen, is een petitie. Een petitie bestaat uit drie delen: namens wie, waar gaat het over, wat wil je bereiken? Noodzakelijk voor de petitie is:

- Een beschrijving van wie je vertegenwoordigt ("Wij")
- Een opsomming van feiten die samen het probleem beschrijven ("constateren")
- Een eis die je gerealiseerd wilt zien ("en verzoeken").

Een petitie kun je bij burgers onder de aandacht brengen door bijv. een ludieke actie te doen, waar media-aandacht voor komt.

Je moet goed nadenken op welk moment je een petitie start. Voor grote invloedrijke maatregelen zal de slagingskans in de periode rondom de verkiezingen klein zijn, tenzij het een verkiezingskwestie is. De Raad kan altijd beslissen over een kleinere maatregel op straat- of wijkniveau.

De eisen uit de petitie zijn een goede basis om naar de gemeente toe te stappen en om maatregelen te vragen!

Om dit kracht bij te zetten is het belangrijk dat veel mensen de petitie ondersteunen. Daarvoor kun je heel eenvoudig een online petitie starten op bijvoorbeeld www.petities.nl. Op deze manier kun je zoveel mogelijk mensen online de petitie laten ondertekenen en de oproep verspreiden via social media.

Organiseer een ontmoeting

Nodig de verantwoordelijke wethouder uit voor een gesprek en overhandig daarbij de geëiste maatregelen en alle petitie ondertekeningen. Je kan de wethouder uitnodigen door een brief of mail aan de gemeente te sturen.

Een paar aandachtspunten:

- Zorg dat er ook voor de wethouder wat te winnen valt, anders komt hij/zij niet.
- Zorg dat er iets te doen of te zien valt wat nieuw is, of wat niet in een brief paste.
- Haal er media bij.
- Verwacht niet dat de wethouder ter plekke jouw mening overneemt. Wat de wethouder zegt, zegt hij namens de gemeente, dus hij zal dat voorzichtig doen.

Ga niet alleen

Als het goed is heb je de afgelopen periode veel mensen betrokken bij je project. Via de handtekeningenlijsten heb je de e-mailadressen van deze mensen. Deze kun je eenmalig mailen om hen uit te nodigen om mee te gaan. Een grote groep bewoners op de stoep van het gemeentehuis maakt indruk. Zo zien de politici dat het onderwerp leeft bij veel mensen.

Laat het niet ongemerkt voorbij gaan

Daarnaast is het overhandigen van de handtekeningen weer een goede aanleiding om aan de buitenwereld te laten zien dat er een groep actief is op jouw onderwerp. Vergeet dus niet de media uit te nodigen bij je aanbiedingsactie. Zorg dat de actie er leuk uitziet, dat levert snel een plaatje in (lokale) media op.

Actie-toolkit stap 1 2 3 4

Planning van het project

Deze publicatie hoort bij stap 4 uit onze actie-toolkit om succesvol actie te voeren.

Je vindt alle stappen op

milieudedefensie.nl/doe-mee/actie-toolkit

Milieudedefensie
Friends of the Earth Netherlands
Postbus 19199, 1000 GD Amsterdam
service@milieudedefensie.nl
www.milieudedefensie.nl

© Milieudedefensie, juli 2018