



Gemeenteraadsverkiezingen 2022

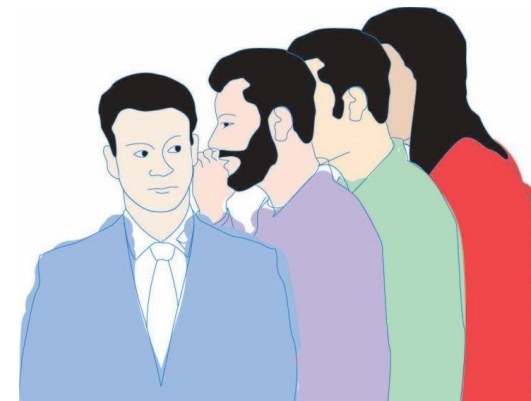
Jouw rol in de campagne en media

Lokale lobbyist is vaak hobbyist

“Lokale lobby is belangrijker dan ooit”, voorzitter Hans Spigt van Jeugdzorg Nederland

Meer taken voor de gemeenten

“Het regent manifesten, petitie's en brandbrieven. Lokale partijen herkennen het. Iedere dag ontvang ik nieuwe berichten van bewoners, organisaties of bedrijven”
Jasmijn Touw, voorzitter van de verkiezingsprogrammacommissie van D66 Leiden.



Gemeenteraadsverkiezingen

De gemeenteraadsverkiezingen zijn niet een doel op zich, maar een middel

Het gaat om timing..

Kansen die één keer in de vier jaar langs komen



Mismatch lokaal bestuur en lobby

'Burgemeesters, wethouders en gemeenteraadsleden zijn in contacten met belangenbehartigers vaker op zoek naar 'voeling met het maatschappelijke debat en draagkracht', dan naar 'economische, juridische of technische argumenten', waarvoor landelijke politici en bestuurders weer ontvankelijker zouden zijn.'



Belangrijke momenten voor de gemeenteraadsverkiezingen

Conceptverkiezingsprogramma's	Sep./okt. 2021
Bekendmaking conceptkandidatenlijst	Sep./okt. 2021
Campagnecommissie/campagneleiders	Najaar
Verkiezingsprogramma definitief	Dec. 2021
Kandidatenlijst definitief	Dec. 2021
Campagne van start	Jan./feb. 2022

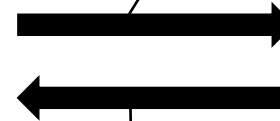




Alles draait om invloed

II
**Management van
maatschappelijke positie**

**Maatschappelijke
omgeving**



Organisatie

IV
**Maatschappelijke
omgeving beïnvloedt
koers organisatie**

III
**Maatschappelijke
positie beïnvloedt
toegang tot
beleidsproces**



**Beleids-
proces**

I
Rechtstreeks lobbyen



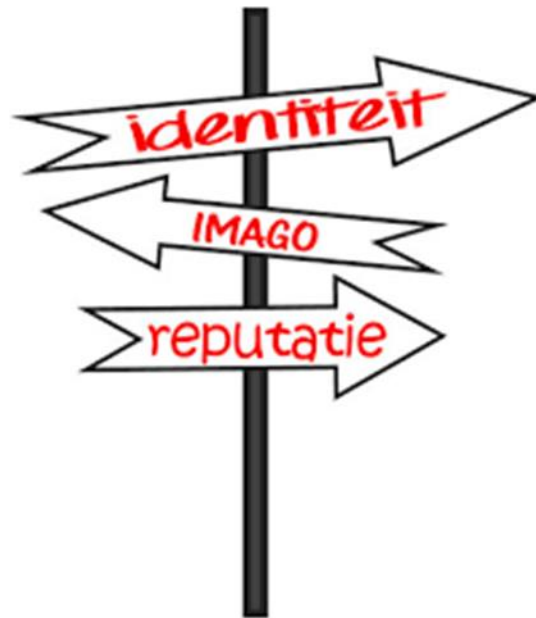
Invloed - wat is het?

- Informatieoverdracht
- Kennis en autoriteit
- Timing en beïnvloedingsmomenten
- Coalities, allianties en samenwerking
- Sympathie, identiteit en saamhorigheid
- Materiele middelen
- Brede steun en legitimiteit



Van belang hierbij is ook....

Hoe word je gezien in de omgeving?



Wat doe jij tijdens de campagne om invloed uit te oefenen



Verken met elkaar wat invloed voor jou is?

En hoe wordt je gezien qua invloed



Verkiezingscampagne

Mogelijkheden om zichtbaar te worden...

Essentie van de campagnetijd

- Zichtbaarheid
- Overtuigen
- Informeren
- Verbinden



Wegingen voor de campagneboodschap van politieke partijen

- Afdelingen voeren vaak campagne met een specifiek thema, zoals de zorg, of het voortbestaan van het zwembad. Met dat thema verwachten zij kiezers aan zich te kunnen binden.
- Naarmate een gemeente en een politieke afdeling of lokale partij groter is, zal er intensiever worden nagedacht over de strategie; bijvoorbeeld door met een andere partij een tweestrijd te forceren, of door in verschillende buurten met een andere flyer langs de deuren te gaan.
- Lokale afdelingen van landelijke partijen volgen vaak 'de lijn' die door landelijk is uitgezet.



Hoe verbind je jouw onderwerp aan een partij



Wat zijn de manieren van overtuigen vanuit de partijen

- Kandidaat-raadsleden gaan samen met hun politieke vrijwilligers de straat op en langs de deuren ('canvassen').
- Het debat
 - Politiek café
 - Op middelbare scholen
 - Op lokale media
- Met gerichte acties de aandacht (en gunst) van de kiezer te winnen.
 - Fietstour door de wijk
 - Opening
 - Vrijwilligerswerk



Effectiefste moment voor lobby: debatten

- Tijdens de verschillende verkiezingsdebatten kun je aanstaande raadsleden verleiden tot uitspraken, want zij willen in de gunst komen van het publiek.
- **Bezoek daarom relevante debatten:**
 - Bedenk vooraf wat je aan wie wil vragen.
 - Uitspraken kun je 'vastleggen' op Twitter.
 - Stel vragen bij campagnebijeenkomsten georganiseerd door partijen of anderen
 - Lever een stelling aan voor campagnedebatten
 - Doe een oproep via de media vooraf!
 - Haak aan bij een brede coalitie
 - De borrel achteraf is juist een goed moment om contacten te leggen.



Of organiseer een eigen debat

- Trek samen op met andere organisaties en roep iedereen die je kent op om te komen. Maak het relevant voor kandidaat-raadsleden en voor bezoekers, door verder te kijken dan de institutionele belangen van jouw organisatie.
- Nodig plaatselijke media uit, en kondig ook aan dat zij aanwezig zullen zijn.
- Bedenk weer van tevoren welke uitspraak je aan wie wil ontlokken, bedenk bijpassende stellingen, en instrueer de moderator om geen genoeg te nemen met halve antwoorden. Misschien ken je een (oud-)journalist die het debat wil leiden?
- Van het debat maak je een verslag dat je online publiceert en deelt met de deelnemers.
- Gebruik het moment om voor, tijdens en na het debat een band op te bouwen met toekomstige beslissers.



Je boodschap in campagnetijd is ook belangrijk

Spreek vanuit partnerschap. Je bent partner van de gemeente en niet alleen aanvrager

Geef aan hoe je bijdraagt

Geef aan welk probleem je oplost voor de gemeente. Geef aan wat met jouw werk de gemeente een betere gemeente maakt om in te wonen

Benoem het belang van continuïteit op de langere termijn

Gebruik landelijke en regionale cijfers en vertaal dat naar de lokale situatie



Een ander instrument in campagnetijd: werkbezoek

- **Nodig een of meer kandidaten uit bij jouw organisatie**
 - Zo verbind je hem/haar aan jouw organisatie/initiatief en krijg je aandacht voor jouw issue
 - Biedt opening voor gesprekken na gemeenteraadsverkiezingen
- **Denk aan de inhoud**
 - Hoe zorg je dat het meer is dan een fotomoment
 - Zorg ook voor informatie achteraf
- **Zorg voor een fotomoment/persaanwezigheid**
 - Zorg voor zichtbaarheid van de politici maar ook van het onderwerp
- **Er is ruimte in agenda's**
 - Top 5/ top 10 maakt tijd vrij voor contact met samenleving



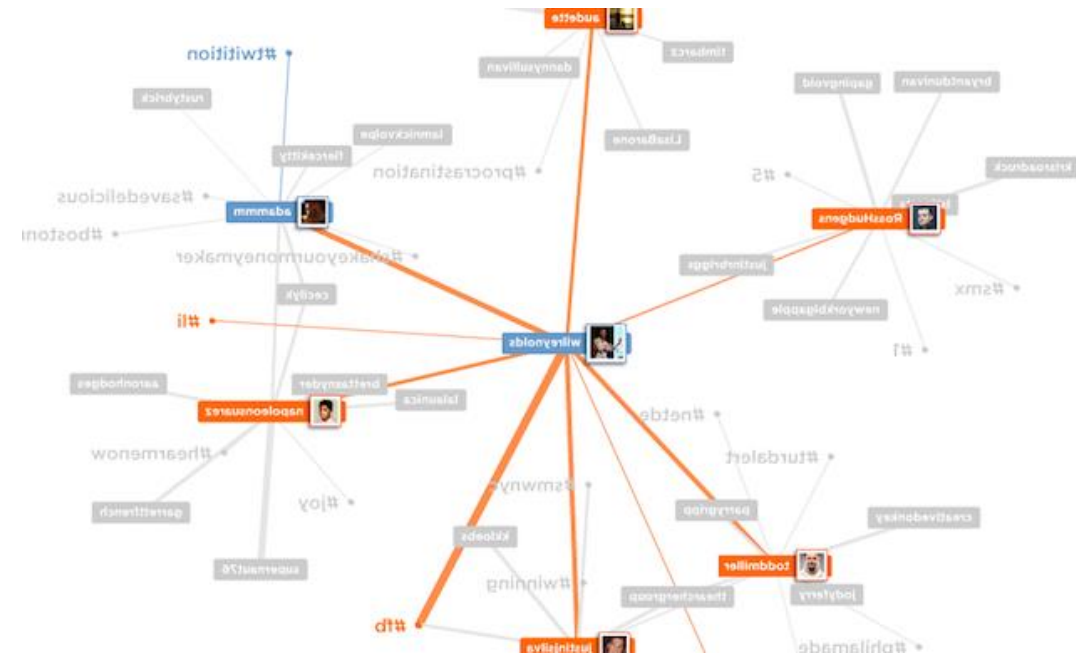
Waar moet een werkbezoek aan voldoen?

- Aansluiten bij actuele thema's die spelen lokaal
- Aansluiten bij prioriteiten van de partij
- Mogelijkheid van zichtbaarheid (media)
- Mogelijkheid van ontmoeten van de kiezer
- Kort en krachtig en met impact
- Een goede timing
- Helderheid met welke rol je de mensen uitnodigt



Inzet van social media

- Om te agenderen
- Om uit te leggen
- Om het andere verhaal te laten zien
- Om opinionleader te zijn/worden
- Om te monitoren
- Om kleur te zetten bij een issue/bewustwording
- Om te mobiliseren
- Om nieuws te maken



Ook de lokale media kan van belang zijn

- Lokale kranten/radiostations volgen lokale politiek vrij goed
- Weinig personeel, dus grote kans dat ze jouw persbericht zonder veel wijzigingen overnemen
- Investeer in persoonlijke relatie
- Regionale media vinden zelf dat ze te veel aandacht geven aan 1 of 2 grote steden, en te weinig aan kleinere gemeenten. Dat biedt kansen!
- Wat betreft de vorm kun je denken aan
 - Persbericht
 - Interview / reportage
 - Opiniestuk
- Wat betreft boodschap:
 - Alleen klagen heeft geen zin omdat je ook met de nieuwe wethouder aan de slag moet
 - Spreek geen politiek voorkeur uit
 - Denk in kansen



Informatie als instrument

- Zorg voor de juiste (achtergrond)informatie
- Voer informele gesprekken met toekomstige raadsleden
- Stel een introductiedossier op
- Maak factsheets



Maar probeer ook andere instrumenten

- Is er een lokaal kieskompas?
- Maak een vergelijking van de verkiezingsprogramma's
 - Niet alleen negatief! Wees ook positief
 - Kies voor een podium om je reactie te geven
- Werk samen met lokale influencers
 - Denk aan ondernemersverenigingen, ouderenorganisaties, onderwijsinstellingen, sportverenigingen, etc.
- Creëer een podium voor jou en voor kandidaat-raadsleden
 - Gezamenlijke spreekuren
 - Gezamenlijke visie opstellen



Hoe maak je een goed plan?

- Maak een goede agenda wat er lokaal speelt en benoem hierbij voor jezelf een rol
- Maak een keuze hoeveel tijd je wilt besteden aan acties die je zelf opzet of waar je kan aanhaken?
- Bedenk hoe je jouw issue zichtbaarheid kan geven
- Maak een eigen tijdslijn en verweef deze met de lokale agenda





Tot slot

Realiseer je je

- Het is altijd campagnetijd voor Raadsleden juist omdat zij zo dicht staan bij de burgers
- Lukt het nu niet, wat kan je dan betekenen in de eerste maanden na de verkiezingen?





Vragen:

marielle@vanoortenvanoort.nl

Neem contact met me op om even een kwartier te sparren – mag ook in de avond