

Hoe gebruik je dit werkboek?

Met het stappenplan in dit werkboek formuleer je een basisstrategie om jouw lobbydoel te realiseren in de aanloop naar de gemeenteraadsverkiezingen.

Je begint met het definiëren van jouw specifieke lobbydoel bij stap 1 en eindigt bij stap 8 met het in de tijd zetten van jouw lobbystrategie en het bedenken van concrete lobby-acties. Met alle tussenliggende stappen verzamel je informatie die je kunt gebruiken om jouw strategie vorm te geven.

Bij elke stap vind je een model dat je kunt invullen, een toelichting waarom het model nuttig is voor je strategie en een uitleg over hoe je het model invult. Dit werkboek is bedoeld als een hulpmiddel, voel je dan ook vrij om het te gebruiken op een manier die voor jou werkt!

1. Kies een concreet lobbydoel

Waarom?

Een sterke lobby begint met een goed en overzichtelijk plan. Jouw lobbydoel vat dit plan samen in 1 zin. Het is daarbij belangrijk om onderscheid te maken tussen het ‘waarom’ van je lobby (de stip op de horizon) en de ‘wat’ (je concrete lobbydoel). Bedenk een overzichtelijke termijn voor je concrete doel: een week, een kwartaal of een jaar. Zo kun je jouw missie opknippen in kleine, realiseerbare stappen. De ‘hoe’ (de strategie) maak je door het invullen van dit werkboek.

Een lobbydoel is SMART:

Specifiek: Duidelijk, concreet en richt zich op een waarneembaar resultaat

Meetbaar: Denk na over hoe je kan zien dat het resultaat is behaald, is het een uitspraak van iemand, een wijziging in beleid, een nieuw plan in een akkoord?

Acceptabel: Het is een doel waar meerdere mensen achter staan (het lost iets op voor meer mensen, niet alleen voor jou)

Realistisch: Is het lobbydoel uitvoerbaar met de mensen, tijd en middelen die je hebt.

Tijdsgebonden: Is het doel gebonden aan een specifieke tijd? In dit geval nemen we dus de GR als uitgangspunt.

Let op: Bedenk of de gemeente een beslissing kan nemen over dit lobbydoel.

Opdracht:

- Vul je stip op de horizon in
- Vul je SMART geformuleerde lobbydoel in

2. Breng de informatie die je wil delen op orde

Waarom?

Ieder initiatief heeft wel ergens unieke kennis over. Zorg er dus voor dat je deze kennis kunt delen. Zo wordt je een interessante gesprekspartner voor de gemeente. Vaak bestaat de unieke kennis van initiatieven uit persoonlijke ervaringen en verhalen of eigen praktijkonderzoek. Om je verhaal kracht bij te zetten helpt het om je informatie te plaatsen binnen een breder verhaal over je lobby onderwerp. Gebruik daarvoor wetenschappelijk onderzoeken, beleidsonderzoeken of andere praktijkvoorbeelden. Hou daarbij rekening met de beslisser (stap 5): welke informatie heb je nodig om deze beslisser te overtuigen?

Let op: Het kan ook zo zijn dat jullie alle informatie al hebben, maar je nog werk hebt aan de presentatie ervan. Denk dus ook na over hoe je de informatie aantrekkelijk overbrengt. Kies je voor een dik rapport of juist voor een infographic of een fotoserie? Het kan allemaal!

Opdracht:

Welke informatie heb je al om je lobbydoel te realiseren? Welke informatie ontbreekt nog?

Noteer het in de tabel. Bespreek ook gelijk wie de taak om zich neemt om informatie op te zoeken en wat de deadlines zijn.

LobbyLeerlijn

Klaar voor de gemeenteraadsverkiezingen!

3. Zet alle relevante data op een rij

Waarom?

Bij stap 8 van dit werkboek maak je een ‘lobbypijl’, waarbij je de concrete acties van je strategie in de tijd zet. Met stap 3 bereid je je voor op het maken van deze lobbypijl. Nadenken over relevante interne en politieke momenten waar je aandacht kunt vragen voor jouw lobbydoel, helpt bij het in de tijd zetten van je strategie. Het maakt inzichtelijk welke actie je het beste op welk moment kunt ondernemen.

Opdracht:

Welke momenten in de aanloop naar de gemeenteraadsverkiezingen kun je gebruiken om aandacht te vragen voor je lobbydoel?ijn.

- Gebruik zowel interne momenten als politieke momenten. Denk voor interne momenten bijvoorbeeld aan een jubileum, een evenement of de publicatie van een rapport.
- Denk voor politieke momenten bijvoorbeeld aan een vergadering in de gemeenteraad, een werkbezoek of de publicatie van een collegebrief.

4. Creëer een team en groep medestanders

Waarom?

Lobbyen duurt vaak lang en je hebt er verschillende expertises voor nodig. Dat is een praktische reden om samen te werken. Daarnaast is de kans van slagen groter wanneer je kunt laten zien dat er draagvlak is voor je lobbydoel. Je bouwt macht op door veel mensen en/of organisaties onderdeel te maken van je lobby.

Het is dus belangrijk dat je een team maakt en medestanders creëert. Dat kan op verschillende manieren. De meest bekende manier is om een groepje te verzamelen van mensen met verschillende expertises en medestanders te verzamelen door organisaties onder je verhaal te plaatsen of een handtekeningactie.

Maar je kunt ook op een hele andere manier hiermee aan de slag, met het snowflakemodel. Dit model gaat er vanuit dat er meerdere teams zijn, die onderling afhankelijk zijn van elkaar. De aansturing gaat trapsgewijs: degene die de strategie leidt stuurt een kerngroep aan en deze kernteamleden sturen weer een groep aan. Zo kun je makkelijk groeien, want de kernteamleden kunnen ook weer een groepje met leiders aansturen die op hun beurt weer een groep aansturen. De structuur ziet er op papier uit als een verzameling sneeuwvlokken. Je kunt groepen bouwen per locatie, maar ook per taak (evenementen, communicatie, lobbygesprekken).

Opdracht:

Probeer het snowflake model eens!

- Bedenk hoe je ideale structuur eruit ziet. Wat voor sneeuwvlokjes wil je opbouwen? Rond locaties of rond taken (en welke taken kun je nu al bedenken). Vul in op de stippelijntjes.
- Bedenk wat goede leiders van een snowflake moeten kunnen (hoeveel tijd moeten ze hebben, welke kennis, welk netwerk)
- Creëer duidelijke rollen in de snowflakes. Zorg dat je erachter komt wat mensen kunnen/willen en wat niet. Dit doe je door 1 op 1 gesprekken te voeren.
- Maak duidelijke groepsafspraken: Om ervoor te zorgen dat informele machtsstructuren niet de overhand krijgen creëer je samen met het kernteam hele duidelijke afspraken over hoe je met elkaar omgaat, hoe beslissingen genomen worden en wat je doet als er iets niet soepel loopt.

Werkboek ‘Maak je eigen lobbystrategie’

5. Bepaal op wie je je lobby richt

Waarom?

Om jouw lobbydoel te realiseren moet je twee dingen weten:

- Wie is de beslisser? Wie heeft de sleutel in handen om jouw lobbydoel te realiseren?
- Welke bondgenoten heb je nodig om deze beslisser te beïnvloeden?

Met de bondgenotenboog bepaal je hoe politieke partijen tegenover jouw lobbydoel staan. Handig als je een meerderheid in de gemeenteraad nodig hebt. (De bondgenotenboog kun je vaker gebruiken, bijvoorbeeld als je in kaart wil brengen welke maatschappelijke organisatie je steunen)

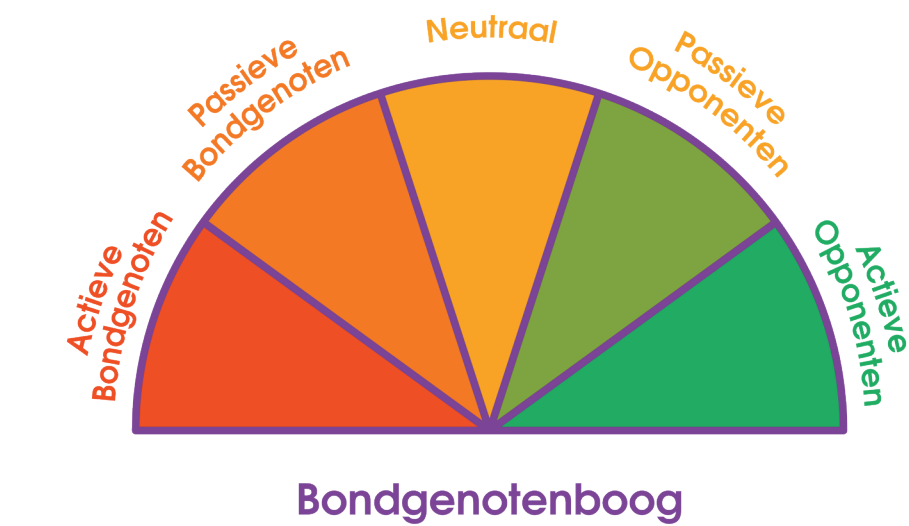
Opdracht:

Eerst breng je in kaart waar de politieke partijen zich bevinden op de boog. Er zijn verschillende smaken:

- Actief en passief.** Spreken de partijen zich al uit over jouw lobbydoel (actief) of niet (passief)?
- Voor of tegen?** Zijn de partijen voor of tegen jouw voorstel?

Let op! Heb je meerdere lobbydoelen? Dan maak je per lobbydoel een andere bondgenotenboog.

Daarna kun je de strategie bepalen om elke partij een stapje te doen opschuiven. Kun je zorgen dat actieve tegenstanders zich niet langer uitspreken? Of dat stille bondgenoten zich wél gaan uitspreken? Welke argumenten of drukmiddelen heb je per stapje nodig?



6. Verkrijg inzicht in het publieke debat

Waarom?

Beleidsmakers en politici staan onder sterke invloed van het publiek debat. Dat beter leren lezen, helpt je bij het bepalen van je lobbystrategie. Is er veel aandacht voor een bepaald onderwerp binnen jouw gemeente? Dan is het interessant voor beleidsmakers om daar aandacht aan te besteden. Zo laten ze zien dat ze goed naar hun kiezers luisteren. Door jouw lobbydoel te koppelen aan discussies die al spelen, kun je het agenderen bij beleidsmakers.

Over welke onderwerpen veel gepraat wordt in jouw gemeente vind je terug in de lokale krant of op de radio. Of zie je terug in de raadsvragen die gesteld worden door raadsleden of de onderwerpen die voorbij komen tijdens gemeenteraadsvergaderingen. Door het onderwerp te formuleren als open vraag, kun je een beeld krijgen van de meest urgente discussie rond het onderwerp dat besproken wordt.

Opdracht:

- Breng onderwerpen en discussies in kaart die raken aan je initiatief en/of lobbydoel.
- Kies maximaal 3 discussies die je wil betrekken in je lobby.

7. Maak een sterke kernboodschap

Waarom?

Een kernboodschap helpt met het kort en aansprekend formuleren van jouw lobbydoel. Een kernboodschap kun je steeds opnieuw gebruiken, in persberichten, brieven of gesprekken. Zo kun je de eenheid van jouw communicatie bewaken en ben je boodschapvast.

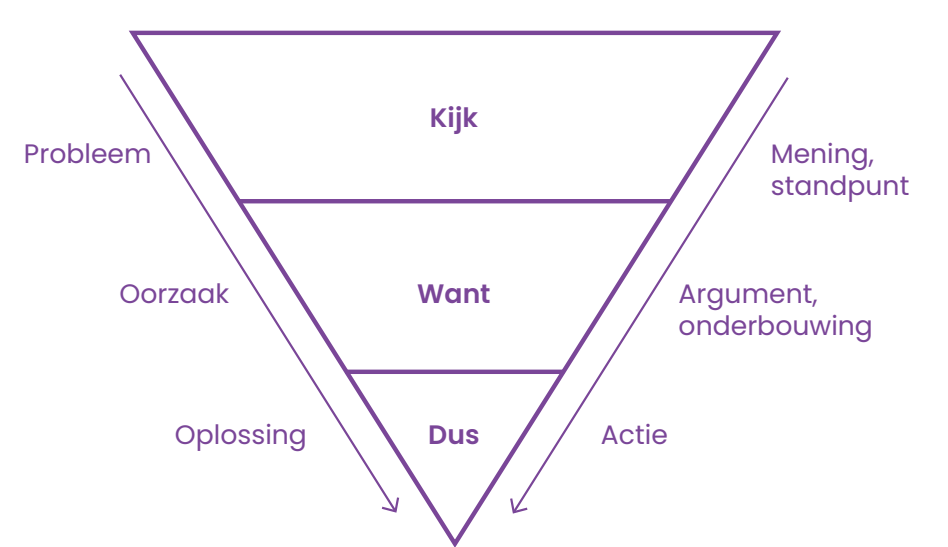
Een nuttig model voor het formuleren van lobby boodschap is het ‘kijk-want-dus’ model. Dit bestaat altijd uit 3 elementen:

- het standpunt of probleem (kijk)
- de onderbouwing of de oorzaak (want)
- de actie of de oplossing (dus)

Opdracht:

Vul de omgekeerde driehoek van boven naar beneden in, te beginnen met je standpunt of het probleem. Geef daarna de onderbouwing of de oorzaak: waarom bestaat het probleem? Sluit af met de benodigde actie of oplossing.

Je kunt de driehoek ook omdraaien. Dan begin je je boodschap met de benodigde actie, en redeneer je terug naar de onderbouwing en het standpunt. Probeer om verschillende kernboodschappen (kijk – want-dus-jes) te formuleren voor jouw lobbydoel. Zo kun je uittesten wat het beste werkt.



8. Vul de lobbypijl in

Waarom?

Een lobbydoel bereik je zelden met 1 actie. Om in kaart te brengen welke acties je gaat ondernemen, kun je de lobbypijl invullen. De lobbypijl is een manier om een strategische planning te maken. De lobbypijl gaat uit van 2 assen: de X-as laat de tijd zien. De Y-as de machtsopbouw die nodig is om je lobbydoel te bereiken. We gaan er vanuit dat je in de lobby externe acties afwisselt met acties die gericht zijn op het versterken van de relatie met beleidsmakers en stakeholders.

Opdracht:

- Vul je concrete doel uit stap 1 in als eindpiek
- Neem uit stap 3 alle relevante data over en vul hier in.
- Bepaal welke externe acties je gaat ondernemen rond deze data om toe te werken naar je einddoel. Vul deze in in de blauwe vakken.
- Bepaal welke acties je onderneemt om de relatie te versterken. Vul deze in in de roze vlakken.
- Zorg dat alle acties logisch op elkaar volgen en bijdragen aan het eind doel.

Check daarna:

- Kom je met elke actie dichterbij je einddoel?
- Neemt je invloed toe met elke blauwe stap?
- Versterk je (het aantal) relaties met elke roze stap?

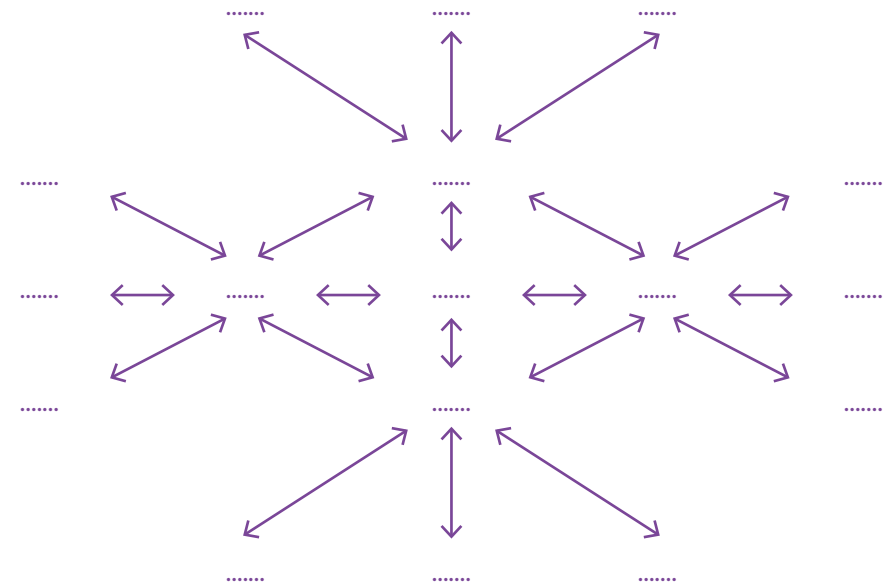
Werkboek ‘Maak je eigen lobbystrategie’

1. Kies een concreet lobbydoel

Wat is de stip op de horizon?
(wij streven naar...)

Wat is het concrete lobbydoel?
(daarom willen we bereiken dat...)

4. Creëer een team en groep medestanders



5. Bepaal op wie je je lobby richt

Actief tegen	Passief tegen	Neutraal	Passief voor	Actief voor
Ontmoedigen		Geruststellen		Overtuigen
				Engageren

2. Breng de informatie die je wil delen op orde

Deze informatie hebben we al:

Deze zaken willen we nog uitzoeken/doen
(vergeet niet in te vullen wie het doet en wat de deadline is)

6. Verkrijg inzicht in het publieke debat

1.Welke onderwerpen zijn onderdeel van de discussies in jouw gemeente?
Voorbeeld: tekorten in de jeugdzorg

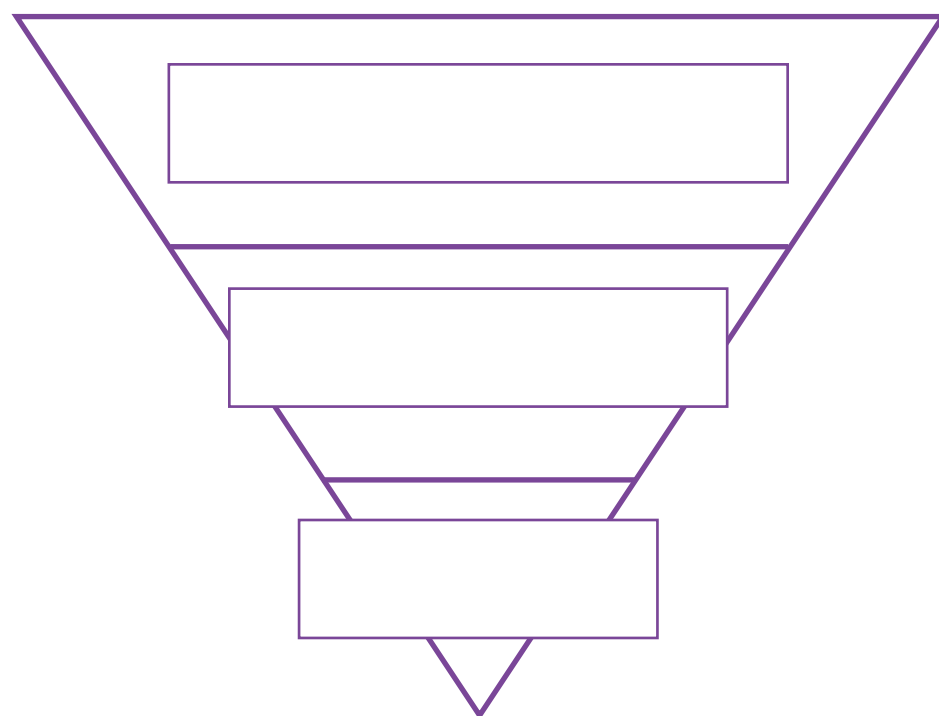
2.Formuleer het onderwerp als open vraag ('hoe', 'wat', 'wanneer', 'waarom')
Voorbeeld: hoe verminderen we de druk op de jeugdzorg?

3. Zet alle relevante data op een rij

Belangrijke interne momenten en activiteiten

Politiek relevante momenten

7. Maak een sterke kernboodschap



8. Lobbypijl

