

Checklist

Invloed gemeentelijke verkiezingsprogramma's

Ongeveer een jaar voor de gemeenteraadsverkiezingen beginnen de meeste partijafdelingen en lokale partijen met hun voorbereidingen op de gemeentelijke verkiezingen. Zo stellen ze een commissie of werkgroep in die het lokale verkiezingsprogramma gaat schrijven. Voor het najaar is de commissie klaar met het werk. De meeste partijen stellen de programma's vast tussen september en december tijdens een ledenvergadering.

Sommige landelijke partijen leveren hun lokale afdelingen een basisprogramma aan, waaruit zij punten over kunnen nemen. In een kleine gemeente of bij een kleine partij zal de partijafdeling vaak meer op zo'n landelijk voorbeeldprogramma leunen dan een grotere partij in een grote gemeente. Jeugdzorg Nederland probeert onder andere via de jeugdzorg-woordvoerders in de Tweede Kamer invloed op deze basisprogramma's uit te oefenen. Aangezien het een intern document is, maken niet alle partijen deze landelijke voorbeeldprogramma's openbaar. Dus het is niet altijd duidelijk wat er uiteindelijk wel en niet in terecht is gekomen.

Houd het kort en simpel

Zelf weet je alles van de jeugdzorg. Je kent alle ins en outs, alle termen en ziet de verbanden tussen verschillende problemen die er spelen. Vergeet niet dat het gemiddelde gemeenteraadslid veel minder goed op de hoogte is dan jij. Soms zul je een heel goed ingevoerd raadslid treffen, omdat die zich er echt in vastgebeten heeft of bijvoorbeeld zelf in de jeugdzorg werkt, maar helaas is dat de uitzondering. De werkgroep die aan de slag gaat met het verkiezingsprogramma is vaak nóg minder goed op de hoogte van de fitnesses van het huidige beleid en de knelpunten in de praktijk. Houd dat goed in je achterhoofd als je opschrijft wat je graag in de verkiezingsprogramma's terug wil zien. Partijen kiezen steeds vaker voor relatief beknopte programma's, met enkele algemeen geformuleerde ambities. Kies dus een paar richtinggevende speerpunten (die je in een bijlage wel concreter uit kunt werken) en verwacht niet dat er drie pagina's met jouw voorstellen over jeugdzorg in het verkiezingsprogramma zullen staan.



➤ De verkiezingsprogramma commissie

De ene lokale partij(-afdeling) gebruikt vooral de binnen de eigen partij beschikbare kennis en standpunten om tot het verkiezingsprogramma te komen, de andere partij organiseert allerlei openbare bijeenkomsten of online brainstormsessies rond uiteenlopende thema's om input te verzamelen. Op de lokale websites van de partijen en in de lokale media zullen dergelijke bijeenkomsten vaak aangekondigd worden. Wellicht zijn er medewerkers uit je organisatie lid van een politieke partij. Zij kunnen, binnen de interne democratische spelregels van de betreffende partij, voorstellen indienen voor aanvullingen of wijzigingen op het verkiezingsprogramma.

➤ Persoonlijk contact

Als organisatie kun je ook op andere manieren voorstellen onder de aandacht van de partijen brengen. Een brief aan de verkiezingsprogramma commissie of het afdelingsbestuur van de partijen is bijvoorbeeld een logische eerste stap. Het is ook de moeite waard om na te gaan wie er in de verkiezingsprogramma commissie zitten. Vaak zit er bijvoorbeeld een oud-wethouder of ervaren gemeenteraadslid in zo'n commissie, waarmee je eerder al contact hebt gehad. Of wellicht iemand die je kent uit het maatschappelijk middenveld en die ook actief is bij een politieke partij. Of iemand die je kent van de voetbalclub of uit de straat. Zoek dan persoonlijk contact, want dat werkt natuurlijk altijd beter dan een zakelijke brief die op de grote stapel terecht komt.

Interview de raadsleden

Bij een jeugdzorgorganisatie werkte een stagiair aan een onderzoek over hoe de jeugdzorgorganisatie een bepaald thema beter op de regionale politieke agenda kon krijgen. Toevallig vond deze stage circa een jaar voor de gemeenteraadsverkiezingen plaats. Hij nam contact op met gemeenteraadsleden om hen te interviewen. Wat vonden ze van het thema? Maar ook: kenden ze de jeugdzorgorganisatie, wat hadden ze de afgelopen jaren van die organisatie gehoord, wat zouden ze nog willen weten? Deze gesprekken leidden er toe dat de stagiair de letterlijke vraag kreeg om concrete suggesties op papier aan te dragen voor de verkiezingsprogramma's. Dergelijke tekstsuggesties ongevraagd toesturen voelt ongemakkelijk of ongepast. Maar na op deze manier contact gelegd te hebben, kan het ineens wel. Een enquête of interviewronde onder raadsleden als startpunt voor een lobbytraject is geen gek idee: zowel vanwege de informatie die het oplevert, als vanwege de relatie die je er mee opbouwt.

➤ Activiteiten organiseren

Ook het organiseren van werkbezoeken voor gemeenteraadsleden, het deelnemen aan themabijeenkomsten of het organiseren van een eigen symposium zijn manieren om (indirect) inbreng te leveren voor de verkiezingsprogramma's. Een analyse van de invloed van partijen op het gemeentebestuur en de aandacht die politieke partijen de afgelopen jaren aan de gedecentraliseerde jeugdhulp hebben gegeven, kan helpen om te bepalen in welke contacten je de meeste energie steekt.



Maak keuzes

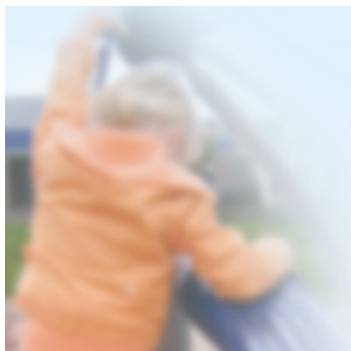
Als je organisatie in een groot aantal gemeenten actief is, dan is het waarschijnlijk onmogelijk om in alle gemeenten en bij alle partijen in die gemeenten precies uit te zoeken wie er in de verkiezingsprogramma-commissies zitten en persoonlijk contact te zoeken. Schroom niet om keuzes te maken. Welke gemeenten zijn het belangrijkste? Bijvoorbeeld omdat ze groot zijn of omdat ze het voortouw nemen in de regionale samenwerking? Welke partijen hebben veel invloed, omdat ze groot zijn of omdat ze een sleutelpositie hebben? Welk raadslid was de afgelopen jaren veelvuldig in de media met uitgesproken standpunten over jeugdzorg? Een algemene brief met aandachtspunten voor de verkiezingsprogramma's stuur je het liefst wel naar alle partijen en naar alle gemeenten waar je actief bent. Maar het persoonlijke contact en andere extra inzet kun je veel selectiever en gericht inzetten.

► Samen optrekken

Coalitievorming leidt tot grotere invloed bij beleidsmakers. Het kan interessant zijn om gezamenlijk op te trekken richting de politieke partijen. Met wie je het beste kunt samenwerken, hangt mede af van het concrete lobbydoel. De ene keer kan een signaal of zorg meer impact hebben als het van alle jeugdhulpaanbieders gezamenlijk afkomt. De andere keer wint een boodschap aan kracht door samenwerking met een school en een kinderopvangorganisatie. Weer een andere keer ligt een heel andere coalitie voor de hand. Kern is dat 'massa' telt, dat een combinatie van invalshoeken meer indruk maakt en dat je niet tegen elkaar uitgespeeld kunt worden als je samen optrekt. Hoewel samenwerking een lobby in principe sterker maakt, zijn er ook valkuilen. Als de belangen van de samenwerkende partijen verschillen, dan kan je eigen boodschap te veel verwateren in het gezamenlijke standpunt. Als de samenwerking broos is en over iedere punt en komma lang vergaderd moet worden, dan mis je de snelheid om in te kunnen spelen op de actualiteit. Streef wel naar samenwerking, maar zie het als een middel en niet als een doel op zich.

► De inhoud is maatwerk

De decentralisatie van de jeugdhulp is gepaard gegaan met een grote beleidsvrijheid voor gemeenten. En dat is te merken. Er zijn grote verschillen tussen gemeenten: of het nu gaat om de vormgeving van wijkteams, de inhoud van het beleid, de houding ten opzichte van de zorgaanbieders, de inkoopvormen en -voorwaarden, de verantwoordings-eisen of de omvang van de bezuinigingen: overal is de jeugdhulp weer net iets anders geregeld. Waar de nadruk in de lokale lobby moet liggen, hangt dus erg af van de lokale omstandigheden. Het kan zelfs binnen één gemeente voor verschillende type aanbieders heel anders zijn. Of voor één aanbieder in de ene gemeente heel anders zijn dan in de andere.



Waar de nadruk in de lokale lobby moet liggen, hangt erg af van de lokale omstandigheden.



Verdiep je in de ander

De gemeente heeft een belangrijk taak: zorgen voor voldoende en adequate jeugdhulp. Wat je ook vindt van de uitvoering door de gemeente tot dusverre, erken wel dat het gemeentebestuur vanuit de beste bedoelingen deze doelen probeert te realiseren. Volgens Van Venetië & Luikenaar (Het Grote Lobbyboek) is een lobbyboodschap helder, beknopt, appellerend, aansluitend, onderscheidend, feitelijk correct en geloofwaardig. Verdiep je ook in het beeld dat politici hebben van je organisatie en wat ze tot nu toe van je organisatie zagen in de media. Wees voorbereid op vragen over een vervelend incident dat de media haalde en maak als dat mogelijk (en realistisch) is een bruggetje naar je lobbyboodschap.

► Tips voor de lobbyboodschap

Er zijn wel een paar algemene tips te geven. Een 'platte' lobby (boodschap) die alleen uitgaat van het eigen organisatiebelang of die alleen over 'extra geld' gaat, is over het algemeen weinig kansrijk. Verdiep je in de belangen en zorgen van je gesprekspartner en stem de boodschap daar op af. In de ideale situatie breng je verschillende belangen bij elkaar en ontstaat er een 'win-win'- of '1 + 1 = 3'-situatie. In de praktijk zal het echter vaker voorkomen dat je een concreet punt wil binnenhalen en dat het dan goed werkt om in de opbouw van je argumentatie rekening te houden met belangen en prioriteiten van de ander. Waar mogelijk staat in de boodschap het belang van jongeren en gezinnen centraal. Op die manier sluit je aan bij wat politici belangrijk vinden. Niet het administratieve probleem voor jouw organisatie staat centraal, maar wat jongeren en gezinnen daar van merken: bijvoorbeeld een langere wachttijd of minder beschikbare zorg. Als je hier echter in 'doorslaat', verliest de boodschap geloofwaardigheid. Soms vraag je ook aandacht voor legitieme knelpunten voor jouw organisatie, zonder dat het meteen gevolgen heeft voor cliënten. Een geforceerde poging dat te koppelen aan de gevolgen voor jongeren en gezinnen kan averechts uitpakken. Het is aan te bevelen de boodschap (in eerste instantie intern) uit te proberen en er feedback op te krijgen.

Meer informatie

Lees voor meer informatie over de lokale lobby ook **Jeugdzorg op de kaart; Handreiking voor lokale lobby rond de gemeenteraadsverkiezingen en daarna** uit 2017 en de **Checklist werkbezoek gemeenteraad** uit 2018

Wil je nog even sparren over je eigen aanpak van de lokale lobby? Neem gerust contact op met de public affairs-specialisten van Jeugdzorg Nederland:

stijn.verbruggen@jeugdzorgnederland.nl
eva.devroome@jeugdzorgnederland.nl

of bel **030 - 298 3402**

Het kan ook een goed idee zijn om een lokaal of regionaal lobbybureau (of een zelfstandig adviseur) in de arm te nemen om je te helpen bij de opzet en uitvoering van je plan om invloed uit te oefenen op de verkiezingsprogramma's.

