

# Lobbyen in vijf tips

Het verbinden van belangen, dat is de kern van een succesvolle lobbystrategie. En werk samen met partners, dan kom je makkelijker binnen bij een wethouder. Lobby-specialist Erik van Venetië geeft tips over modern lobbyen.

🗨 Erik van Venetië 📷 Nationale Beeldbank

## D

De achtjarige Kevin zit in groep 5. Elke week zet de directeur van zijn school een leerling die iets bijzonders heeft gedaan in het zonnetje. Kevin vindt dat hij deze keer aan de beurt is om Kanjer van de Week te worden en stapt in de pauze op de directeur af en vraagt: 'Kan ik kanjer worden?' De directeur haalt zijn schouders op en vraagt: 'Waarom dan?' Met die vraag had Kevin geen rekening gehouden. Hij loopt met een traantje in zijn oog naar zijn juf. Liefdevol zegt ze: 'Ik denk er wel even over na. Misschien weet ik wel waarom jij Kanjer kan worden.' De volgende dag zegt ze tegen Kevin: 'Weet je nog, Kevin, dat jij

vorige week vechtende jongetjes op het schoolplein op een vredelievende manier uit elkaar hebt gehaald. Ik doe wel een goed woordje voor je bij de directeur.'

En, ja hoor! Die vrijdag schrijft de directeur in de nieuwsbrief voor de ouders dat Kevin Kanjer van de Week is geworden. Onder de foto van een glunderende Kevin met een medaille om zijn nek schrijft de directeur: 'Kevin is de Kanjer, omdat hij een effectieve bijdrage heeft geleverd aan het anti-pestbeleid van onze school.'

## Opkomen voor je belang

Iedereen kan lobbyen. En menigeeen doet het zonder dat-ie het in de gaten heeft. Kevin doet het ook. In zijn verhaaltje heb ik alle kenmerken van lobbyen verstoppt. Ik ontrafel de Kevin-case in de vorm van een vijf tips.

### Tip 1: Wees niet bang om te lobbyen

Kevin kent zijn belang – Kanjer van de Week worden – en stapt op de directeur af. Lobbyen is de normaalste zaak van de wereld. Met het opkomen voor je belang is niets mis. Woningcorporaties, thuiszorginstellingen, supermarkten, theaterdirecteuren, wijkcomités lobbyen bij wethouders en gemeenteraadsleden. Zorgverzekeraars, supermarkten, oliemaatschappijen, milieuorganisaties, burgeractivisten lobbyen bij politici en ambtenaren in Den Haag en Brussel. Verwacht niet dat je meteen succes hebt. Dat had Kevin ook niet.

### Tip 2: Zoek bondgenoten

Kevin had geluk. Hij vroeg zijn juf als bondgenoot en ze hielp hem goed. In de 'grote' lobbypraktijk is samenwerken onmisbaar geworden. Bijna niemand lobbyt succesvol

## Werkbezoek

Werkbezoeken zijn een effectief en veel gebruikt lobby-instrument.

- Nodig de wethouder met enkele gemeenteambtenaren uit om een kijkje te nemen in je bedrijf.
- Bereid een onderwerp voor waar zij iets aan hebben.
- Nodig ook partnerorganisaties uit de gemeente uit.
- Geef geen cadeautjes. Een eenvoudige lunch mag wel.
- Nodig leden van de gemeenteraad apart uit.
- Stel vragen aan je gasten; zend niet alleen je eigen lobby boodschap uit.
- Nodig de plaatselijke pers erbij uit, maar alleen als jouw gasten dat ook wensen.

in zijn eentje. Van politici in Den Haag hoor ik dat samenwerken in de lobby meer opvalt bij beslissers dan lobbyen in je eentje. Dat komt doordat geen enkel maatschappelijk onderwerp op zichzelf staat. Een voorbeeld is de lobby voor de aanleg van de Tweede Maasvlakte in de Rotterdamse haven. Alle mogelijke organisaties werkten samen: de bedrijven in de haven, het havenbedrijf Rotterdam, de milieuorganisaties, de natuurbeheerders, de recreatiesector. Dit ad hoc-samenwerkingsverband maakte samen een ontwerp voor de havenuitbreiding waarin ieders belang was verwerkt. De Tweede Kamer kon toen niet anders dan het voorstel goedkeuren.

We leven in een netwerksamenleving, een samenleving van Wij, Ons en Samen. Niemand bepaalt meer in zijn eentje. Iedereen beslist mee. Samenwerken is ook nodig om een heel praktische reden. Wethouders, ministers en politici hebben altijd tijdgebrek en ze worden overspoeld door lobbyisten. Samen optrekken is wel zo efficiënt en de kans gehoord te worden is groter.



Foto: Nationale Beeldbank

## Hoe voer ik een effectief lobbygesprek?

Je hebt een afspraak met een wethouder. Verzamel vooraf zo veel mogelijk informatie over de ander: van het internet, uit de krant, van je bondgenoten. Ken het belang van de ander. Hoe laat je zo'n lobbygesprek vervolgens effectief verlopen?

- Begin met korte *social talk*: haal een onderwerp van Twitter van die dag.
- Benoem het doel van het gesprek, jouw rol en de volgorde van de onderwerpen die je wilt bespreken.
- Vraag naar het beeld dat de wethouder van jouw organisatie heeft.
- Presenteer kort de lobbyboodschap van jou en je bondgenoten.
- Geef aan wat je van de ander verwacht.
- Sluit af met enkele vragen.
- Kun je hier iets mee? Heb je hier voldoende aan? Schrijf na afloop een bedankmailtje waarin je de afspraken en de toezeggingen samenvat.
- Twitter alleen over het gesprek als de ander dat ook wil.

### Tip 3: Denk in het belang van de ander

De juf van Kevin bedacht de argumentatie van zijn lobbyboodschap. Voor veel lobbyisten is de verleiding groot om alleen in het eigenbelang te denken: meer geld, meer macht, meer bevoegdheden, meer beleidsvrijheid. Lobbyen wordt effectiever als je je belang koppelt aan het belang van de beslisser. De juf van Kevin wist dat de Raad van Toezicht de directeur had opgedragen zich meer te profileren als veilige school. De heldendaad van Kevin kwam de directeur goed uit: hij had behoefte aan een voorbeeld van geslaagd anti-pestbeleid. Het verbinden van belangen is de kern van een succesvolle lobbystrategie.

### Tip 4: Laat de ander scoren in jouw belang

In de gemeentelijke politiek is een wethouder altijd op zoek naar gelegenheden om zich te profileren in de gemeenteraad, in de regionale of in de huis-aan-huiskrant, op de lokale tv en radio, op Twitter. Heb je een oplossing voor een probleem waar de wethouder mee zit, dan heb je eenvoudiger toegang. Enig huiswerk is natuurlijk wel nodig. Je moet weten waar de wethouder gevoelig voor is en hoeveel steun hij of zij heeft in de gemeenteraad. Zeker de ervaren leden van de gemeenteraad hebben een schat aan kennis in huis die jij kunt gebruiken voor jouw lobbyboodschap. En ook voor hen geldt: laat hen scoren. Geef hun de informatie om vragen te kunnen stellen in de >

# Checklist: Ben ik een moderne lobbyist?

- Ik lobby voor een doel waarmee ik ook het belang van de beslisser dien.
- Ik heb een lobbyboodschap in gewonemensentaal, waarin het belang van het kind en ouders voorop staat.
- Ik zoek samen met partners in de gemeente naar oplossingen die ik de wethouder kan aanbieden.
- Mijn collega's en ik spreken met één mond.
- De wethouder, de belangrijkste ambtenaren en gemeenteraadsleden kennen mij en ik ken hun belangen.
- Ik volg de sleutelfiguren op Twitter.
- Ik nodig de wethouder, zijn ambtenaren en raadsleden uit voor een werkbezoek.

gemeenteraad of, beter nog, waarmee ze zich in de media kunnen profileren. Ze zijn op zoek naar de praktijkverhalen van de gewone burger. Bedien hen daarmee. Zet in je lobbyboodschap het verhaal van de gewone burger, de kinderen, de ouders voorop.

## Tip 5: Professionaliseer je relatiemanagement

Netwerken is een voorwaarde voor lobbyen. Gebruik het netwerken niet alleen om jezelf op de borst te kloppen. Veel belangrijker is: haal informatie uit je netwerk, zoals Kevin – ongevraagd – informatie van zijn juf benutte. Verzamel feiten en meningen over wat de wethouder nodig heeft, over de bondgenoten met wie je gaat samenwerken en over de oplossingen die je samen kunt bedenken. Vergeet niet: beslissers hebben altijd behoefte aan oplossingen, problemen hebben ze al genoeg.

## Basisprincipes

Tot zover de vijf basistips voor lobbyen. De lobbypraktijk is niet voorbehouden aan leden van het *old boys network*, het is steeds meer een zaak van gewone mensen geworden. Het is een combinatie van veel praktische activiteiten. Die kosten tijd. Lobbyen doe je 'er niet even bij'. Het is een vast onderdeel van het werk van menige directeur, van multinationals en van kleine organisaties. Als je begint met het opzetten van een lobbystrategie, aan welke organisaties kun je dan een voorbeeld ne-



Foto: Nationale Beeldbank

men? Kijk niet alleen naar de grote bedrijven, maar leer vooral van de goede-doelenorganisaties. Kort geleden sprak ik de directeur van een milieuorganisatie. Hij kwam met een paar tips die voor elke moderne lobbyist leerzaam zijn: Werk samen en gebruik het belang van de gewone mensen in je lobbyboodschap, die kenden we al uit de Kevin-case. Zorg voor een gedreven woordvoerder en mobiliseer je achterban via sociale media. Dat zijn kenmerken van lobbyen die er steeds meer toe doen. <

### OVER DE AUTEUR:

ERIK VAN VENETIË (1958) ADVISEERT EN TRAJNT BEDRIJVEN, OVERHEDEN EN BRANCHEORGANISATIES OP HET GEBIED VAN LOBBY EN PUBLIC AFFAIRS. HIJ IS CO-AUTEUR VAN HET GROTE LOBBYBOEK EN BLOGT OP [WWW.HETGROTELOBBYEN.NL](http://WWW.HETGROTELOBBYEN.NL). HIJ DOET ONDERZOEK NAAR NIEUWE LOBBYONTWIKKELINGEN, SAMENMET DE UNIVERSITEIT LEIDEN. ([WWW.ERIKVANVENETIE.NL](http://WWW.ERIKVANVENETIE.NL))

'Vergeet niet: beslissers hebben altijd behoefte aan oplossingen, problemen hebben ze al genoeg'