



# Lobby Lokaal **Amsterdam**

Handboek voor de  
burgerlobbyist

# invloed in jouw gemeente

een initiatief van  
**Stichting Lobby Lokaal** en  
**Wallaart & Kusse Public Affairs**



Lobby Lokaal  
**Amsterdam**

# Inhoud

Voorwoord: Eric van der Burg	6		
Inleiding: Mara van Waveren	8		
<b>1. Geef mij maar Amsterdam</b>	<b>10</b>		
De Amsterdamse gemeenteraad	11		
In gesprek met gemeenteraadslid Sylvana Simons	16		
Verkiezingen en coalities	18		
Het college van burgemeester en wethouders	19		
Ambtenaren	20		
In gesprek met gebiedsmakelaar Marije Willems	22		
Organogram Gemeente Amsterdam	24		
In gesprek met oud-burgemeester Job Cohen	26		
In gesprek met beleidsadviseur Sywert van Lienden	28		
Stadsdelen	29		
Extra mogelijkheden	30		
In gesprek met stadsdeelbestuurder Rick Vermin	32		
<b>2. Seizoenen in de Stopera</b>	<b>34</b>		
Politieke seizoenen	35		
Begrotingscyclus	36		
In gesprek met bestuursadviseur Pier Hornstra	37		
In gesprek met gemeenteraadslid Carolien de Heer	38		
In gesprek met bestuurslid Pieter Veldhuizen	40		
Een debat organiseren kun je leren!	42		
		<b>3. Gereedschapskist van de burgerlobbyist</b>	<b>46</b>
		Leg contact met de gemeente	47
		Voer een gesprek	48
		Typ een brief	49
		Inspreken in de gemeenteraad doe je zo	51
		Organiseer een werkbezoek of een symposium	53
		In gesprek met lobbyist Nick Knoester	54
		In gesprek met politiek verslaggever Ruben Koops	57
		Gebruik sociale media	60
		Voer campagne!	61
		Campagnevoeren als kans voor de burgerlobbyist	62
		Tour door de stad	64
		Reageer op een internetconsultatie	66
		Dien een burgerinitiatief in	66
		In gesprek met politiek adviseurs Simons en Van de Wiel	68
		Acht tips voor een succesvolle lobby richting meerdere gemeenten	70
		<b>4. Maak je eigen lobbyplan</b>	<b>74</b>
		Je eigen lobbyplan in zeven stappen	79
		Het succes van de scheidsrechterslobby	80
		In gesprek met burgerlobbyist Paul Busker	85
		In gesprek met lijsttrekker Zita Pels	87
		Wie is wie in het Amsterdamse college van B&W?	90
		Wie is wie in de Amsterdamse gemeenteraad?	94

# Voorwoord



Door **Eric van der Burg**, fractievoorzitter VVD Amsterdam

**De afgelopen tijd stonden de kranten er bol van: de lobby rondom de dividendbelasting. Wie had er succesvol gelobbyd om dit in het regeerakkoord te krijgen en welke politici waren hiervoor gezwicht?**

**Lobbyen lijkt enkel en alleen gekoppeld aan grote bedrijven met professionele lobbyisten, maar die aanname berust op een groot misverstand. Kijk maar eens om je heen: overall wordt gelobbyd! ‘Mama, ik wil graag naar de Efteling en papa vindt het goed’, of: ‘Beste werkgever, onze kantine moet gerenoveerd worden want zo kan het echt niet meer’, en: ‘Ik wil graag voorzitter worden van de handbalclub, steun jij mij?’.** **Allemaal voorbeelden van personen die hun belang op een bepaalde manier proberen te behartigen.**

Het leuke van lobbyen is dat het werkt. Als jij je goed voorbereidt en met een helder verhaal op de proppen komt, is er zeker een kans van slagen. Bijvoorbeeld in de gemeenteraad. Hier worden veel beslissingen genomen die jou als inwoner of organisatie raken. Op al deze beslissingen kun jij invloed uitoefenen door te lobbyen.

Involed uitoefenen kan op verschillende manieren. Bijvoorbeeld door het sturen van een brief of een raadsadres. Je kunt ook langskomen en inspreken tijdens een raadsvergadering. Het zijn allemaal manieren waarop jij de raadsleden kunt beïnvloeden in hun uitspraken en stemgedrag.

Toch denk ik vaak: er is nog ruimte voor verbetering. Neem een inspreker die aftrapt met de bewering dat politici niet deugen en stelt dat er toch niks verandert. Diegene graaft eigenlijk zijn eigen graf. Want, welk raadslid is dan nog geneigd te helpen? Iemand die ongenueanceerd alles van tafel veegt wint het niet van iemand die wél genuanceerd is of met alternatieven komt. Ik zeg altijd maar zo: iemand meenemen in een draai werkt beter dan iemand duwen. Van duwen ga je namelijk stilstaan!

Lobbyen vraagt om voorbereiding: je goed inlezen, je medestanders activeren, je verdiepen in de besluitvormingsprocessen. En niet te vergeten, het bedenken van een aantal alternatieven. Voor het geval je genoodzaakt bent om van je oorspronkelijke idee af te wijken.

Goed lobbyen kost dus wel wat tijd maar kan je ook veel brengen. En laten we eerlijk zijn, wat beïnvloedt je leven nu meer: een avondje Netflix op de bank of een goed raadsbesluit over de inrichting van jouw woonomgeving?

# Inleiding



Mara van Waveren, Stichting Lobby Lokaal

Soms heb je een schot voor open doel. Een kleine moeite wordt groots beloond. Na één keer inspreken op een inspraakavond na de gemeenteraadsverkiezingen stonden de punten van de nieuwe voetbalclub in Amsterdam in het collegeakkoord. Dat is nog eens een lobby!

## Onneembare vesting

De meeste inwoners die iets willen veranderen in hun stad hopen en denken dat hun lobby net zo zal verlopen. Maar helaas, lobbyen is bijna nooit makkelijk of 'zo gepiept'. Het kost veel tijd. Het lijkt soms alsof de gemeente een onneembare vesting is, waar niemand zit te wachten op jouw verhaal.

We zullen ook zeker niet beweren dat lobbyen makkelijk is of altijd lukt. Wel heeft het altijd zin om voor je belang op te komen. Als jij een goed idee hebt of een probleem in je omgeving ziet, sta op en ga ermee aan de slag.

## Burgerlobbyist

Je kan wel wachten op nieuwe verkiezingen om politieke partijen te wijzen op de dingen die beter kunnen en moeten, maar waarom zou je maar één keer in de vier jaar invloed uitoefenen op de koers van jouw stad?

Je hebt jezelf waarschijnlijk nog nooit als lobbyist gezien, maar wij zien in jou een potentiële burgerlobbyist. Bedenk eens hoeveel je weet over het onderwerp waar je je mee bezighoudt en hoe interessant jouw verhaal is voor mensen in het lokale bestuur. En denk ook eens aan jouw eigen netwerk; alle mensen die je al kent in je eigen stad. Die willen jou vast ook helpen om jouw verhaal te vertellen.

## Laat de moed niet zakken

In dit boekje geven wij je tips. Het is een handreiking waarin we je vertellen hoe de gemeente in elkaar zit. We nemen je mee in de seizoenen die de Stopera kent en laten zien op welke momenten je in actie moet komen. Daarnaast hopen we je te enthousiasmeren met verhalen en voorbeelden van mensen die je voor zijn gegaan.

Het belangrijkste is niet hoe je het doet, maar dat je het gaat doen. Zoals Eric van der Burg al schreef: je bereikt nu eenmaal meer als je van de bank af komt, dan wanneer je erop blijft zitten. Dus laat je informeren en inspireren door dit boekje en ga vol goede moed aan de slag met je lobby!

# Geef mij maar Amsterdam



1.

Amsterdam is de hoofdstad van de Nederland en telt maar liefst 860.000 inwoners. Vanwege de enorme aantrekkingskracht van de stad blijft dit aantal groeien. Met 180 nationaliteiten is Amsterdam een van de meest diverse en multiculturele steden ter wereld. Jong, oud, arm en rijk leven al sinds jaar en dag naast elkaar in relatieve harmonie. Om deze stad een bloeiende voedingsbron voor talent, cultuur, verdraagzaamheid en economische groei te houden is een stevig en uitgebreid stadsbestuur nodig. In dit hoofdstuk maken we kennis met de gemeente Amsterdam en laten we verschillende spelers aan het woord.

## De Amsterdamse gemeenteraad

### Samenstelling raad

De gemeenteraad wordt eens in de vier jaar gekozen en alle raadsleden zijn lid van een politieke partij. In Amsterdam bestaat de gemeenteraad uit 45 raadsleden van twaalf verschillende partijen. In de raad zitten zowel de grote bekende partijen uit de Tweede Kamer als lokale partijen. Alle raadsleden van een partij vormen samen een fractie. In de Amsterdamse raad vind je dus zowel fracties van bekende politieke partijen als D66, PvdA en VVD, maar ook lokale partijen als de Partij van de Ouderen of BIJ1. Tijdens de gemeenteraadsverkiezingen in 2018 werden alle lokale partijen gezamenlijk zelfs 'de grootste partij' van Nederland!

De Amsterdamse gemeenteraad heeft zoals gezegd 45 zetels. Elke vier jaar vinden de gemeenteraadsverkiezingen plaats, waarna deze zetels over de partijen worden verdeeld. Sinds de raadsverkiezingen in 2018 ziet de zetelverdeling in Amsterdam er als volgt uit:

GroenLinks	10 zetels
D66	8 zetels
VVD	6 zetels
PvdA	5 zetels
SP	3 zetels
PvdD	3 zetels

Denk	3 zetels
FvD	3 zetels
PvdO	1 zetel
CDA	1 zetel
CU	1 zetel
Bij1	1 zetel

In de gemeente zie je vaker samenwerking ontstaan tussen politieke partijen die op landelijk niveau misschien niet zo snel zouden samenwerken. Bedenk dus dat de standpunten van een politieke partij op landelijk en lokaal niveau anders kunnen zijn.

## Taken raad

De gemeenteraad is de baas van de gemeente. Je kunt de raad vergelijken met de Tweede Kamer in Den Haag. De raad is de controlerende macht op gemeenteniveau.

Als controlerende macht heeft de gemeenteraad vier taken. Ten eerste is de raad de directe representatie van de inwoners. Ten tweede controleert de raad dus de wetgevende macht, het college van burgemeester en wethouders (ook vaak het college van B&W of simpelweg het college genoemd). De gemeenteraad benoemt ten derde de wethouders voor het college en geeft advies over de benoeming van de burgemeester. Tot slot bepaalt de raad de belangrijkste afspraken en plannen van de gemeente.

De Amsterdamse gemeenteraad komt één keer in de drie weken op woensdag en donderdag samen om plenair te vergaderen. Dat betekent dat alle raadsleden tegelijkertijd met elkaar overleggen. Tijdens deze plenaire vergaderingen komen de belangrijkste onderwerpen aan bod en kan er gestemd worden op ingediende moties. Alle raadsvergaderingen zijn openbaar. De vergaderzaal heeft een publieke tribune van waar iedereen de vergadering mee kan maken. Daarnaast is er altijd een livestream op internet te vinden. Meestal kunnen vergaderingen ook online worden teruggekeken.

## Raadscommissies

Omdat er wel 45 leden in de gemeenteraad zitten, kan niet ieder raadslid meepraten over elk voorstel. Daarom wordt er eerst over een plan of idee gesproken door een kleinere groep raadsleden. Dit doen zij in een zogeheten raadscommissie.

In Amsterdam zijn er negen raadscommissies. Een raadscommissie houdt zich bezig met een specifiek thema, bijvoorbeeld Wonen en Bouwen. Op de volgende pagina's vind je meer informatie over de onderwerpen waar de verschillende commissies over spreken. Het is handig om te onderzoeken welke commissie over jouw onderwerp gaat.

Instrument	Wat kan je er als raadslid mee?
<b>Informatieve / technische vragen</b>	<i>Feitelijke informatie opvragen over stukken en procedures, achtergrondinformatie, inzage in documenten.</i>
<b>Schriftelijke vragen</b>	<i>Verduidelijking vragen over aangelegenheden die de taak zijn van het college van B&amp;W, of over besluiten die door het college van B&amp;W zijn genomen.</i>
<b>Ambtelijke bijstand</b>	<i>Hulpaanvraag voor het verzamelen van informatie, of voor het vinden van financiële dekking voor een voorstel.</i>
<b>Mondelinge vragen tijdens commissie- of raadsvergadering</b>	<i>Vragen over verduidelijking van onderwerpen die actueel zijn, waarbij gevraagd wordt hoe het college van B&amp;W omgaat met dat onderwerp.</i>
<b>Motie</b>	<i>Inhoudelijk, procedureel en politiek doet de Raad een uitspraak over een onderwerp, en dat leidt tot een handeling (er verandert iets).</i>
<b>Amendement</b>	<i>Wijziging op een voorgesteld besluit, plan of nota.</i>
<b>Initiatiefvoorstel</b>	<i>Een voorstel voor nieuw beleid, aanpassing van beleid of een verordening.</i>
<b>Interpellatie</b>	<i>Ondervraging van het college van B&amp;W over politiek gevoelige onderwerpen.</i>
<b>Recht van onderzoek</b>	<i>Onderzoek naar het uitgevoerde beleid van het college van B&amp;W.</i>
<b>Budgetrecht</b>	<i>De raad heeft de bevoegdheid om uitgaven te doen en inkomsten op te halen.</i>



Raadscommissies vergaderen om de week op een woensdag of een donderdag. Tijdens de commissievergadering wordt over verschillende onderwerpen binnen dit grotere thema gesproken. De commissieleden kunnen hun mening geven over de plannen die op de agenda staan. Ook kunnen ze vragen stellen aan de ambtenaren die veel over deze onderwerpen weten. Als de standpunten over het voorstel uitgewisseld zijn, komt het voorstel op de agenda van de plenaire vergadering. Daar wordt dan alleen nog maar kort over het voorstel gesproken of soms alleen nog maar over gestemd.

De raadsleden die in zo'n commissie zitten, worden ook wel woordvoerders genoemd. Elke politieke partij die in de Amsterdamse gemeenteraad zit, heeft een woordvoerder Wonen en Bouwen die namens die partij in de commissie zit. Deze woordvoerders worden vaak gezien als experts op dit onderwerp. Het is daarom handig om te achterhalen wie de woordvoerders op jouw onderwerp zijn.

Raadsleden van kleine partijen zitten soms in meerdere commissies tegelijk en moeten dus expert zijn op veel verschillende onderwerpen. Grotere partijen hebben vaak meerdere raadsleden in dezelfde raadscommissie.

## De negen Amsterdamse raadscommissies

### Algemene Zaken (AZ)

- Openbare Orde en Veiligheid
- Juridische Zaken
- Communicatie
- Raadsaangelegenheden
- Preventie jeugdcriminaliteit
- Vluchtelingen en ongedocumenteerden

### Financiën en Economische Zaken (FEZ)

- Financiën
- Economische Zaken
- Deelnemingen
- Lucht- en Zeehaven

### Kunst, Diversiteit en

#### Democratisering (KDD)

- Kunst & Cultuur, lokale Media en Monumenten
- Diversiteit en antidiscriminatiebeleid
- Democratisering (incl. bestuurlijk stelsel)
- Gemeentelijk Vastgoed
- Digitale stad, ICT
- Dienstverlening
- Personeel en Organisatie
- Coördinatie bedrijfsvoering en Inkoop

### Mobiliteit, Luchtqualiteit en

#### Duurzaamheid (MLD)

- Verkeer en Vervoer
- Luchtqualiteit
- Water
- Duurzaamheid
- Klimaat en Energie
- Circulair/afval

### Ruimtelijke Ordening (RO)

- Ruimtelijke Ordening
- Grondzaken
- Zuidas en Marineterrein

### Wonen en Bouwen (WB)

- Wonen en Bouwen
- Wijk aanpak
- Dierenwelzijn
- Openbare ruimte en Groen
- Reiniging

### Werk, Inkomen en Onderwijs (WIO)

- Werk & Inkomen en participatie
- Armoedebeleid en Schuldhulpverlening
- Onderwijs
- Voorschool, kinderopvang en naschoolse voorzieningen
- Volwasseneneducatie, laaggeletterdheid en inburgering

### Zorg, Jeugdzorg en Sport (ZJS)

- Zorg
- Jeugdzorg
- Beroepsonderwijs en aansluiting arbeidsmarkt
- Sport en Recreatie

### Rekeningencommissie

- Onderzoeken of het college het financieel beheer juist en volgens de regels heeft uitgevoerd en weergegeven.
- Ook kan de commissie andere relevante onderzoeken uitvoeren om het college te controleren.

## Let op! Raadsleden werken parttime

Hou rekening met het feit dat een parttime politicus niet alle tijd van de wereld heeft. Kijk naar wat werkt. Soms is een mailtje of een belletje al voldoende. Raadsleden zijn razend druk, dus hou het bij je belangrijkste punten.



*“Als raadslid moet je geen uithangbord zijn voor welke goedbedoelde lobby dan ook.”*



Sylvana Simons is sinds maart 2018 gemeenteraadslid voor Bij1 in Amsterdam. “Heel bijzonder om op een andere manier kennis te maken met de stad die ik al zo goed ken. Als ik op straat loop, kijk ik anders om mij heen. Ik zie ineens de beslissingen die achter een gebouw liggen of ik vraag me af waarom is dit plein eigenlijk op deze manier ingericht.”

Ze beschrijft haar eerste weken in de Amsterdamse raad treffend. “Ik vergelijk het met een brugklasser die voor het eerst naar de middelbare school gaat en eigenlijk alles moet uitvinden: waar het toilet is, wie is de conector en wie kan ik welke vraag stellen.” Het duurt even voor je je weg hebt gevonden. “Ik heb vanmorgen een uur besteed aan het uitvogelen wie de politiek assistent van een bepaalde wethouder is.”

Favoriete raadsinstrumenten heeft het raadslid al wel, namelijk schriftelijke en mondelinge vragen. “Met schriftelijke vragen kun je de diepte in. Je stelt vragen en dan gaat de wethouder op zoek naar de antwoorden. Dan duurt het vaak nog wel één à twee raadsvergaderingen voordat je de antwoorden hebt, maar dan krijg je wel gedegen antwoorden. Bij een actualiteit kan een raadslid juist mondelinge vragen inzetten; je kunt ze gelijk stellen en direct antwoord krijgen.”

Sylvana Simons vindt het belangrijk om in debatten goed beslagen ten ijs te komen. Burgerlobbyisten kunnen daarbij helpen. Sylvana: “Ik denk dat lobbyen op zich heel erg goed en verstandig is. Het is voor raadsleden onmogelijk om overal van op de hoogte te zijn, alles goed in de gaten te houden en goed onderzoek te doen. Dus wij hebben er veel aan als mensen bij ons komen met kant-en-klare rapporten en cijfers. Dat zie ik allemaal wel als ter kennisname. Ik vind niet dat je als raadslid een uithangbord moet zijn voor welke goedbedoelde lobby dan ook. Je moet altijd zorgen dat je de informatie uit meerdere plekken haalt en dan zelf een oordeel velt.”

Raadsleden krijgen wel veel post. Sylvana probeert alle binnenkomende berichten te lezen en snel te beslissen wat zij met de verzoeken gaat doen. “Er zit veel mail tussen waarvan ik al snel kan concluderen ‘daar kunnen wij niks mee’. En dat is best wel eens lastig omdat ik vind dat je voor iedere burger er moet zijn. Dat is helaas niet te doen”, zegt Sylvana. “Het verkiezingsprogramma is daarom leidend. In ons geval zijn de thema’s duidelijk: Gelijke mensenrechten voor iedereen, ook voor ongedocumenteerden, het wegnemen van kansenongelijkheid op de woningmarkt, de arbeidsmarkt en in het onderwijs. Ook ligt onze focus op dekolonisatie van de openbare ruimte en het onderwijs. Ons eigen DNA.”

## De raadsgriffie

De gemeenteraad wordt geholpen door de raadsgriffie. Dit is een team van ambtenaren dat ervoor zorgt dat de gemeenteraad goed werkt. De raadsgriffie bereidt de vergadering van de raad voor en heeft contact met inwoners en organisaties in de gemeente. Daarnaast kun je bij de griffie aankloppen met vragen over de gemeenteraad. Zo kunnen zij jou vertellen wanneer een onderwerp besproken wordt in de raad en op welke manier dat gebeurt.

Ook weet de griffie wanneer het beste moment is om je mening te delen, bijvoorbeeld door in te spreken tijdens een vergadering. Maar let op! Inhoudelijke of politieke vragen over plannen van de gemeente kan de griffie niet beantwoorden.

## Verkiezingen en coalities

In 2018 vonden de laatste verkiezingen voor de gemeenteraad plaats. In Amsterdam ging 52% van de inwoners stemmen. Dit betekent dat van elke 100 inwoners van Amsterdam die mocht stemmen, ongeveer 50 mensen echt zijn gaan stemmen. In heel Nederland lag het gemiddelde op 55 mensen.

Na de verkiezingen hebben in Amsterdam vier partijen samen een coalitie gevormd: GroenLinks, D66, PvdA en SP. In de gemeenteraad van Amsterdam zijn in totaal 45 plekken. Hiervan heeft de coalitie 26 zetels, zoals die plekken ook wel worden genoemd. De coalitie heeft dus iets meer dan de helft van de zetels in Amsterdam.

De partijen in de coalitie hebben samen afspraken gemaakt over welke plannen en ideeën ze de komende vier jaar willen uitvoeren. Dit hebben ze vastgelegd in een coalitieakkoord. Dit coalitieakkoord wordt ook vaak een collegeakkoord genoemd. Dit komt omdat de plannen die in dit akkoord staan, belangrijk zijn voor het nieuw gevormde college van B&W.

Een coalitieakkoord kan heel uitgebreid zijn, maar dat hoeft niet. Je kunt het akkoord altijd vinden op de site van de gemeente. Het is interessant om te kijken wat de partijen hebben afgesproken en of er dingen in staan die aansluiten bij wat jij wilt bereiken. Gebruik dit dan ook als je gaat lobbyen.

## Het college van burgemeester en wethouders

Sinds 12 juli 2018 is Femke Halsema de burgemeester van Amsterdam. Als burgemeester is zij zowel voorzitter van het college van B&W als van de gemeenteraad. Als burgemeester moet je natuurlijk neutraal en onafhankelijk zijn. Het is echter wel mogelijk lid te zijn of te blijven van een partij. Zo is Femke Halsema lid van GroenLinks.

Naast het voorzitten van het college en de raad, heeft de burgemeester nog een aantal belangrijke functies. De burgemeester is in alle gemeenten hoofdverantwoordelijke voor het bewaren van de orde en veiligheid. Daarnaast kan in elke gemeente een extra aantal verantwoordelijkheden bij de burgemeester worden gelegd.

De gemeenteraad mag meepraten in de benoeming van een nieuwe burgemeester. Zo stelt de raad een profiel op met wensen. Ook adviseert de gemeenteraad de minister van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties over de meest geschikte kandidaten. Vervolgens spreekt de minister met de beste kandidaat en draagt haar officieel voor. Zij\* wordt daarna benoemd door de Koning voor een periode van zes jaar. Daarmee maakt de burgemeester dus altijd minstens twee verschillende gemeenteraden mee, als die tenminste niet eerder wordt weggestuurd. Een gemeenteraad wordt namelijk elke vier jaar opnieuw gekozen.

## De wethouders

Wethouders kun je zien als de ministers van de gemeente. Elke wethouder heeft een eigen portefeuille en een team ambtenaren dat haar ondersteunt. Elke wethouder is dus verantwoordelijk voor een klein stukje van de plannen en afspraken in een gemeente. Welke onderwerpen er onder de portefeuilles vallen en wie welke portefeuilles krijgt is in elke gemeente anders. Vaak zijn de wethouders ook nog verantwoordelijk voor bepaalde wijken in de stad.

De wethouders zijn lid van de politieke partijen uit de coalitie. Tijdens de onderhandelingen tussen de coalitiepartijen zoeken de verschillende partijen in hun omgeving naar geschikte bestuurders. Deze kandidaat-wethouders hoeven dus niet al in de gemeenteraad te zitten of politiek actief te zijn. Het is wel belangrijk dat ze goed kunnen samenwerken met de andere wethouders en de gemaakte coalitieplannen kunnen uitvoeren.

\* In dit boekje verwijzen we naar 'zij' in plaats van 'hij' als het over wethouders gaat. Dit is een lobbytrucje: we zien namelijk graag meer vrouwen in de lokale politiek. Maar mannen zijn natuurlijk ook van harte welkom ;-)

Het is handig om te weten van welke politieke partij de wethouder is. Raadsleden zullen namelijk een stuk minder kritisch zijn op wethouders van hun eigen partij.

## Vraag de raadsgriffier om hulp

De raadsgriffier kent de gemeente en de processen goed die in de gemeente gebruikt worden. De griffier kan je helpen met het duidelijk formuleren van jouw initiatief. Daarnaast kan je ook altijd naar een gemeenteraadslid stappen, die zijn vaak ook bereid te helpen bij initiatieven van inwoners.

## De politiek assistenten

Wethouders worden bijgestaan door een politiek assistent. Dit is de rechterhand van de wethouder en zij heeft dan ook behoorlijk wat invloed. Een politiek assistent probeert de wethouder zoveel mogelijk in positief daglicht te krijgen. Dit kan door op zoek te gaan naar onderwerpen waarmee de wethouder zich van anderen onderscheidt, maar ook naar manieren om de goede kanten van een wethouder zoveel mogelijk te laten zien.

Een politiek assistent denkt dus na over de manier waarop de wethouder zoveel mogelijk steun krijgt voor haar beleid en hoe dit beleid naar buiten gebracht wordt. Hierdoor is een politiek assistent ook interessant voor de burgerlobbyist! Pluis uit wie de politiek assistent is van de wethouder die jij wilt spreken en stuur diegene eens een mail. Houd wel rekening met de taak van de politiek assistent. Past jouw lobby niet binnen het beleid van de wethouder, of draagt het niet bij aan zijn of haar imago? Dan is het voor een politiek assistent niet zo interessant om met jou in gesprek te gaan.

## Ambtenaren

Rondom het stadsbestuur van Amsterdam werkt een enorm apparaat van ambtenaren om het bestuur bij te staan in hun werkzaamheden. Een ambtenaar is eigenlijk simpelweg iemand die voor de overheid werkt. De gemeente Amsterdam is, zoals alle gemeenten, een decentrale overheid. Daarom is iedereen in dienst van de gemeente een ambtenaar. Dit kan

dus een beleidsadviseur van een wethouder zijn, maar ook een loketmedewerker bij de gemeente die jou een nieuw paspoort aanreikt.

Voor de burgerlobbyist zijn ambtenaren een goed aanspreekpunt. Ze zijn vaak expert op een bepaald onderwerp, dus ze kunnen inhoudelijke vragen voor jouw lobby goed beantwoorden. In het organogram van de gemeente (op de volgende pagina) kun je zien hoe het ambtelijk apparaat is onderverdeeld in verschillende clusters.

De ambtenaar bij de gemeente werkt onder andere aan het voorbereiden van collegevoorstellen en het uitvoeren van beleid. Daarnaast ondersteunen ze wethouders en soms ook raadsleden. Hierdoor hebben ambtenaren een goed beeld van de lokale politiek. Ambtenaren weten hierdoor waar kansen liggen en kunnen je dus goed helpen om ruimte te vinden voor jouw lobby binnen het bestaande beleid. Maar let wel! Wil jij het bestaande beleid op de schop gooien? Dan ben je bij de ambtenaar aan het verkeerde adres. Dat is namelijk een taak van de politiek en niet van de ambtenaar.

Het hoofd van alle ambtenaren in de gemeente wordt een gemeentesecretaris genoemd. In de gemeente Amsterdam is dat Peter Teesink. Hij is ook de belangrijkste adviseur van het college van B&W.

## Gebiedsmakelaar

De gebiedsmakelaar is de verbinder tussen bewoners, overheden en bedrijven. De gebiedsmakelaar signaleert ideeën en initiatieven in een gebied, brengt mensen bij elkaar, helpt bij het formuleren van projecten en ondersteunt bij het zoeken naar financieringsmogelijkheden. Het is de eerste contactpersoon bij de gemeente, voor bewoners en ondernemers. In elk gebied in Amsterdam is een gebiedsmakelaar actief.

## Hou rekening met bestuursniveaus

In Amsterdam zijn de stadsdeelbesturen toegankelijker dan het centrale gemeentebestuur. Mocht je niet verder op stadsdeelniveau komen, dan kun je altijd nog de stap naar het centrale gemeentebestuur zetten.

**Marije Willems** is gebiedsmakelaar voor de Nieuwmarkt- en Waterloopleinbuurt. **Wij vroegen haar naar haar werk en haar ervaring met lobbyisten: “De buitenwereld naar binnen halen en vice versa”, dat is hoe Marije haar rol als gebiedsmakelaar omschrijft.**

### Representatieve afspiegeling

Een belangrijk onderdeel van het werk van Marije is om richting het bestuur een representatief beeld te geven van wat de buurt wil en waar de gevoeligheden liggen. Dit vult ze in door zo veel mogelijk in het gebied te zijn en daar diverse bijeenkomsten te bezoeken. Van bewonersavonden tot vergaderingen van de ondernemersvereniging.

Het is de kunst bij participatie om niet altijd met dezelfde bewoners aan tafel te zitten. Marije wil zich niet enkel laten leiden door de mensen “die hun weg naar de politiek al weten te vinden of het luidst hun standpunt verkondigen”. Daarom zoekt ze de mensen actief op en probeert ze meerdere visies op een plan te verzamelen. “Wat niet betekent dat je boodschap verkondigen, al dan niet luid, geen zin heeft.” Dit is in haar ogen wel “een belangrijk signaal, maar ik kijk altijd breder”.

Recent kreeg ze nog een uitgewerkt fietsplan opgestuurd van bewoners, met daarin suggesties voor de gemeente om de verkeersveiligheid rondom de Nieuwmarkt te verbeteren. Wanneer Marije zoiets binnenkrijgt, onderzoekt ze eerst of het probleem breder leeft in



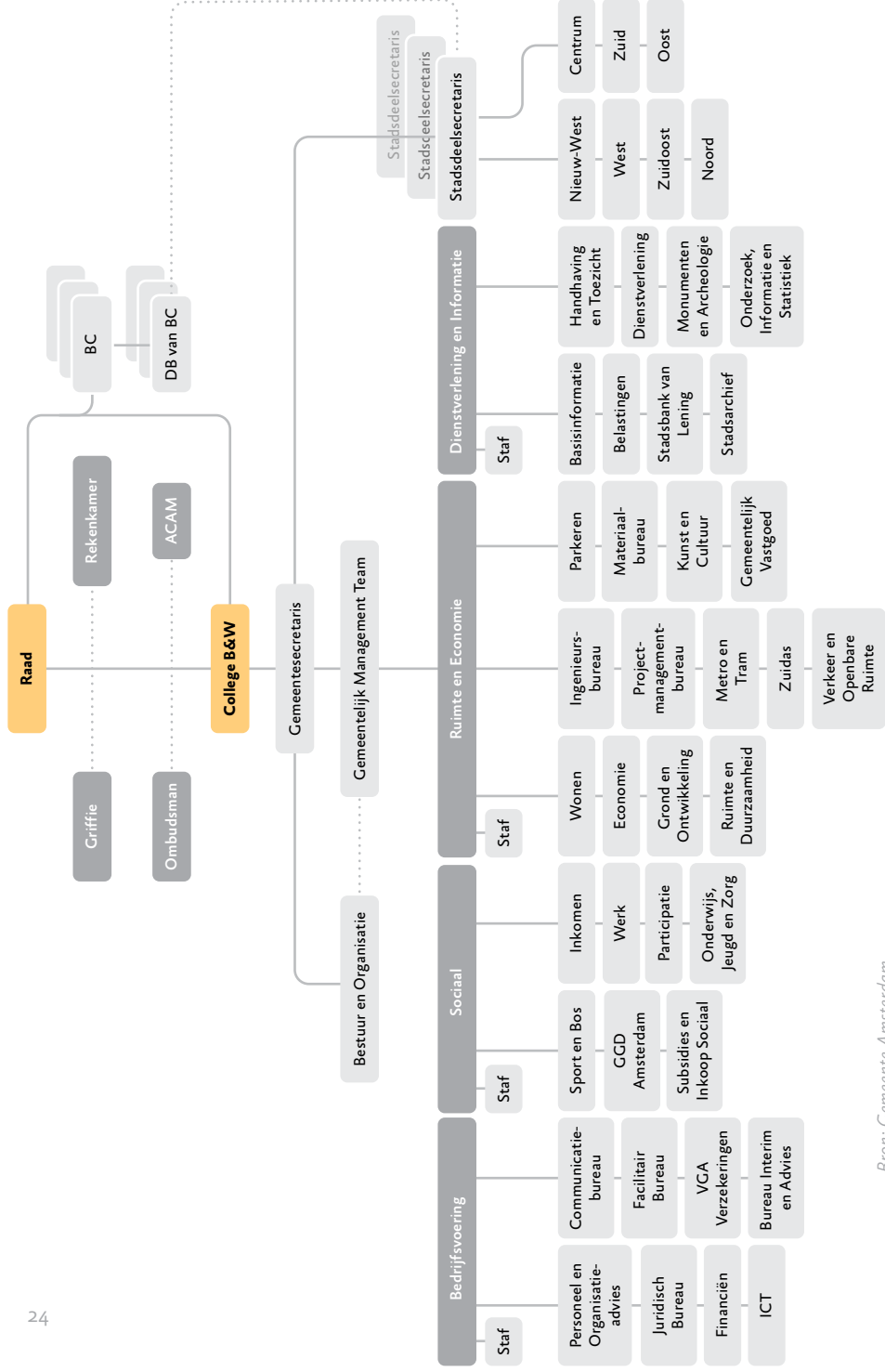
de buurt. Daarna bespreekt ze het plan met specialisten binnen de gemeente en gaat ze ermee terug naar de bewoners. Als er veel signalen en klachten uit de buurt komen, over bijvoorbeeld verkeersdrukke of uitgaansoverlast, kaart ze dit meteen aan bij de portefeuillehouder van stadsdeel Centrum. Op deze manier brengt zij het bestuur op de hoogte van een ergernis die speelt en zorgt ze dat de burger gehoord wordt door de beleidsbepalers.

### Stapjes naar de stip op de horizon

Een belangrijke les die Marije meegeeft aan bewoners is om niet alleen met ‘utopische vergezichten’ te komen. Ze vindt het mooi wanneer er een stip op de horizon wordt geplaatst door een bewonersinitiatief, maar het helpt haar wanneer er ook is nagedacht over de kleine stappen naar die horizon toe. “Sommige bewoners hebben het liefst morgen een autoloze binnenstad met overal groen. Dat klinkt mooi, en natuurlijk zijn we druk bezig met de plannen van het college om de binnenstad autoluw te maken, maar dit gaat niet van vandaag op morgen. Het helpt dan om mee te denken over wat we op korte termijn kunnen realiseren. En bedenk wat je zelf kunt doen als bewoner of ondernemer.” Met die suggesties kan ze dan meteen aan de slag.

### Het is nooit te laat om je belang kenbaar te maken

Wanneer de gemeente in samenspraak met de buurt een plan heeft uitgevoerd, maar niet iedereen is blij met het eindresultaat “dan gaan we in gesprek om zo veel mogelijk bezwaren weg te nemen. Dat is de inzet”. Marije geeft het voorbeeld van een nieuwe speeltuin in de Lastagebuurt. De speeltuin werd opgeknapt en uitgebreid, dus de kinderen in de buurt blij. Sommige bewoners waren echter minder blij met de grote speeltoestellen, die ten koste gingen van de openbare ruimte en het groen. Door dit kenbaar te maken bij de gebiedsmakelaar wordt er nu gekeken naar een oplossing om bijvoorbeeld alsnog groen bij te plaatsen. “Je bent er als gemeente om het algemeen belang te dienen en je zult nooit iedereen tevreden kunnen stellen. Na goed te luisteren en in gesprek te gaan met omwonenden is het je taak om goed uit te leggen waarom je uiteindelijk doet wat je doet.”



Bron: Gemeente Amsterdam



# organogram Gemeente Amsterdam



Ook de burgemeester van een gemeente heeft met lobbyisten te maken. **Job Cohen**, Amsterdams burgemeester van 2001 tot 2010, kan daarover meepraten. “Als het om belangenbehartiging gaat, is de gemeente soms net een black box. Er zijn waanzinnig veel ingangen die wel of niet kunnen werken.” De route die je als lobbyist neemt, kan volgens Cohen het verschil maken tussen succes en geen gehoor.

Grofweg zijn er drie paden te bewandelen als je de gemeente wilt belobbyen: via de ambtenarij, via het bestuur en via de gemeenteraad. Je verhaal insteken bij de ambtenaren vraagt volgens Cohen vooral om kennis van de juiste afdelingen. Zonder die kennis verdwaal je met gemak in de gemeentelijke bureaucratie. “Mensen weten soms niet precies waar ze moeten zijn. Maar als ze vervolgens op de bonnefooi contact opnemen, weet degene die benaderd wordt het vaak ook niet. ‘Probeer het daar maar eens’, krijg je dan te horen. Dan is die eerste ambtenaar ervan af.”

Sommige burgers schrijven rechtstreeks naar een wethouder of de burgemeester, maar volgens Cohen is dat niet erg effectief. Hij kreeg daar als burgemeester regelmatig mee te maken: “Dan kreeg ik zo’n noodkreet van iemand die vond dat er ergens een probleem moest worden opgelost. ‘Luister eens Job, dit gaat niet goed, en dit moet er nu gebeuren.’ Maar het hangt dan maar net van de ontvanger af of zo’n brief ook wordt opgevat als een serieus signaal dat moest worden opgepakt. Cohen kaart zelf soms wel eens iets aan via een wethouder, maar hij sluit niet uit dat zijn naam als oud-burgemeester dan de doorslag geeft. “Zo’n wethouder schrikt zich dan rot - als Job Cohen al een brief gaat schrijven, moet je er vast iets mee doen. En dan wordt zoiets soms toch doorgezet naar een verantwoordelijk ambtenaar.”

De derde weg is lobbyen bij de gemeenteraad. Volgens Cohen heel effectief, mits ze (de gemeenteraadsleden) “er echt van overtuigd zijn dat er iets moet gebeuren. Dan kan een gemeenteraadslid (coalitie of oppositie) zich een issue echt eigen maken en er iets mee doen.”

Wat de beste route naar invloed is? “Lastig te zeggen,” vindt Cohen. “Het hangt er maar net vanaf hoe je contacten liggen en hoeveel kennis je van de organisatie hebt. Als je makkelijk contact hebt met raadsleden en zij echt geïnteresseerd zijn, is dat een mooie ingang. Maar weet je bijvoorbeeld welk deel van het ambtelijk apparaat je moet

A portrait of Jos van Zetten, a middle-aged man with grey hair, wearing a dark suit, white shirt, and red tie. He is looking slightly to the right of the camera with a neutral expression. The background is a blurred red wall with some white shapes.

*“Van een afstand blijft de gemeente vaak een ingewikkeld systeem voor de burger, maar stap er vooral op af.”*

© Jos van Zetten

aanspreken of slaag je erin met een wethouder in contact te komen? Net zo mooi. Het hangt dan van het onderwerp af wat de beste route is.”

Kortom: of er iets gebeurt met je verhaal (en zo ja, wat) is afhankelijk van hoe het onderwerp politiek ligt. Maar Cohen stelt gerust: politici willen niet alleen maar grote politieke vraagstukken aanpakken. Hij herinnert zich een raadsvergadering na verkiezingen waarin een aantal raadsleden afscheid namen van de raad. “Stuk voor stuk vertelden ze in hun afscheidsrede waarom ze zich ooit kandidaat hadden gesteld: om werkelijk het verschil te kunnen maken. En wat ze daarvan vervolgens hadden gerealiseerd. Dat ging soms om hele kleine dingen die niet in een coalitieakkoord waren vastgelegd.”

Cohen vindt dat er geen beste weg naar invloed is. “Van een afstand blijft de gemeente vaak een ingewikkeld systeem voor de burger. Stap vooral op de gemeente af, en verdiep je erin. Ronald Plasterk zegt altijd: I’m still confused, but on a much higher level.”

# *“Niet bang zijn, maar jezelf uitnodigen voor een koffie. Afwachten werkt nooit.”*

**Sywert van Lienden** is beleidsadviseur voor de gemeente Amsterdam.

Hij vertelt ons wat een beleidsadviseur precies doet en wat de burgerlobbyist hier aan kan hebben. Hij voert zijn werk uit op drie vlakken: ambtelijke lobby, politieke lobby en de positionering van Amsterdam naar partners toe.

**“Dat kunnen maatschappelijke stakeholders zijn, maar ook allerlei samenwerkingsverbanden zijn waarin wij optrekken, zoals de VNG en G4-verbanden. Die laatste is voor Amsterdam wel vrij belangrijk”, aldus Sywert.**

Gemeenten zijn volgens Sywert steeds belangrijker voor ministeries. “Het rijk krimpt, daardoor neemt de specialistische kennis af en worden ze afhankelijk van grote gemeenten om dingen uit te zoeken.” Dat betekent dat de grote gemeenten ook moeten schakelen. “We moeten buiten de stad kijken.

We moeten actief kennis aanbieden en tijd vrij maken om aan te schuiven in Den Haag.” Dit maakt de positie van de stad sterker en schept mogelijkheden voor beleidsbeïnvloeding vanuit de gemeenten.

Sywert ziet wel een groot verschil in toegankelijkheid bij gemeenten en ministeries. “Bij ministeries kan je vrij goed medewerkers en hun niveau opzoeken en dat zou bij ons ook moeten, vind ik.” De vraag is dus of zijn werk als bestuursadviseur überhaupt wel geteld kan worden als lobbyen. “Wij hebben allemaal de functietitel ‘bestuursadviseur’, wat voor een buitenstaander erg onduidelijk is. De burgerlobbyist kan niet zien wie de lobbyist is van Amsterdam. Dat vind ik wel jammer.”

Sywert beschrijft de gemeente als een olietanker die heel lastig van koers verandert. “Dat doet ‘ie alleen als de kapitein het wil of als er een ramp dreigt te gebeuren. Een ijsschots in het water plaats en of de kapitein spreken, dat zijn je opties.”

Concreet betekent dat: “Zorgen dat je aanwezig bent, amok maken en aangeven dat dingen niet kloppen. Dan is de kans dat je je verhaal mag doen op de radio of krant vrij groot.”

De gemeente Amsterdam is een uniek geval, groot, maar ook informeel. “Het is ons kent ons, met veel informele routes.” Volgens Sywert zou je je daarin moeten verdiepen als burgerlobbyist. “Kijk goed naar wie er op jouw dossier zitten en wie de beslissers en beïnvloeders zijn. En niet bang zijn, maar jezelf uitnodigen voor een koffie en dan zorgen dat je in de stroom mee gaat. Afwachten werkt nooit.”

## **Stadsdelen**

Amsterdam is een grote stad die maar liefst zeven stadsdelen heeft. Best lastig voor het college van B&W om precies te weten wat er leeft in elke uithoek van de stad. Hier is gelukkig iets op bedacht! In elk stadsdeel van Amsterdam is een groep mensen gekozen om de ogen en oren te zijn voor het college. Die noemen we ook wel een stadsdeelcommissie.

Een stadsdeelcommissie bestaat uit acht tot zestien leden, afhankelijk van de grootte van het stadsdeel. De meeste commissieleden zijn lid van een politieke partij, maar dit hoeft niet. De commissieleden worden gekozen tijdens de gemeenteraadsverkiezingen.

Daarnaast benoemt het Amsterdams college van B&W drie personen die het dagelijks bestuur van het stadsdeel vormen. Zij voeren taken en bevoegdheden uit namens het college.

Leden van de stadsdeelcommissie doen verslag van wat er allemaal speelt in hun stadsdeel en geven hierover gevraagd en ongevraagd advies aan het dagelijks bestuur. Zo’n advies



kan bijvoorbeeld gaan over de toekomst van het stadsdeel of over werkzaamheden in het stadsdeel. Deze adviezen zijn zwaarwegend, wat betekent dat het bestuur zo'n advies niet zomaar kan negeren. Daarnaast komen de commissieleden op voor wat hun buurtgenoten belangrijk vinden. Een stadsdeelcommissie kan deze onderwerpen ook op de raadsagenda plaatsen als zij dat nodig acht. Raadsleden kunnen op basis daarvan het college vragen stellen over beleid in het stadsdeel.

Dit biedt natuurlijk kansen voor jou als burgerlobbyist! Zij zijn er namelijk om bewoners, ondernemers en maatschappelijke instellingen in hun stadsdeel te helpen. Onderwerpen waarvan zij vinden dat ze nader besproken moeten worden, leggen ze twee keer per maand voor aan het dagelijks bestuur in het stadsdeel. Je kunt gerust contact opnemen met een stadsdeelcommissielid of een keer inspreken bij een vergadering. In het smoelenboek (p.90) vind je ook de foto's en gegevens van het dagelijks bestuur en de stadsdeelcommissies van de zeven stadsdelen.

## Extra mogelijkheden

Er leiden meerdere wegen naar Rome en gelukkig geldt dat ook voor jouw lobby. Naast de eerder genoemde opties, zijn er ook nog andere mogelijkheden om als burger te lobbyen bij de gemeente Amsterdam.

### Gemeentelijke Rekenkamer

Gemeenten hebben een gemeentelijke Rekenkamer. De Rekenkamer onderzoekt of het bestuur van de gemeente volgens de regels werkt, de afgesproken doelen behaalt en of daaraan niet te veel geld wordt uitgegeven.

Ook onderzoekt zij of het gemeentebestuur het geld dat ze ontvangt wel op een goede manier besteedt. Dit doet de Rekenkamer uit eigen beweging, zonder dat anderen zich hiermee mogen bemoeien. Daarnaast kan de gemeenteraad de Rekenkamercommissie vragen een onderzoek uit te voeren. Jij kan ook een onderwerp indienen voor een onderzoek bij de Rekenkamer. Bedenk wel dat de Rekenkamer niet alles onderzoekt. Het onderwerp moet belangrijk zijn voor een groot deel van de inwoners van de gemeente en dus niet alleen gaan over jouw klacht.

### Ombudsman

Heb jij het gevoel dat je niet goed geholpen bent door een ambtenaar of door een gemeentelijke organisatie? Dan kun je naar de Ombudsman Metropool Amsterdam stappen. Dit kan bijvoorbeeld gaan over regels die jou niet goed duidelijk zijn gemaakt.

In Amsterdam is Arre Zuurmond de ombudsman die jouw klacht behandelt. Hij kijkt of jij wel op de juiste manier geholpen bent. De Amsterdamse gemeenteraad heeft de ombudsman zelf uitgekozen. Niemand heeft invloed op het werk wat de ombudsman doet, wat betekent dat hij zijn werk vrij kan doen.

Let op! Klachten over organisaties die niet bij de gemeente horen, zoals de politie, kan de ombudsman niet behandelen. Ook als jij al naar de rechter bent geweest met jouw zaak en de rechter uitspraak heeft gedaan, kan hij je niet verder helpen.

### Adviesraden

In een grote gemeente als Amsterdam zijn er ook groepen mensen die het bestuur advies geven over een specifiek onderwerp. Die groepen noemen we ook wel adviesraden. Amsterdam heeft bijvoorbeeld een Sportraad en een Kunstraad. De namen zeggen het eigenlijk al: deze raden geven advies over sport en kunst in de stad. Dit gebeurt gevraagd en ongevraagd. Voor het stadsbestuur is dit een manier om te horen wat experts en vakmensen vinden van bepaalde plannen en ideeën. Daarnaast overlegt het stadsbestuur ook met de adviesraden en zij kunnen ook inspreken.

## Laat je stem horen

Op bepaalde momenten kun je letterlijk je stem laten horen door 'in te spreken' bij de gemeenteraad.

**Rick Vermin** is stadsdeelbestuurder in Amsterdam Oost namens GroenLinks. Hij heeft onder andere Duurzaamheid en Openbare Ruimte in zijn portefeuille en vertelt ons wat het stadsdeel kan betekenen voor jouw burgerlobby.

## Stadsdeelbestuur

Sinds een herziening van het bestuurlijk stelsel in 2014 maken we als stadsdeel geen beleid meer, maar volgen we het beleid van de stad. Wij zorgen voor de uitvoering en daarbinnen zit gelukkig genoeg ruimte om dat in te vullen op een manier die past bij onze visie op ons stadsdeel.

Het mooiste aan werken in het stadsdeel is dat de uitvoering van dat beleid heel direct invloed heeft op bewoners, ondernemers en bezoekers. Ik ben bijvoorbeeld verantwoordelijk voor de portefeuille Openbare Ruimte. Elke keuze die ik maak over een lantaarnpaal, herinrichting of vuilniscontainer maakt wezenlijk verschil voor de bewoners van mijn stadsdeel. Vaak krijg ik te maken met betrokken bewoners en ken ik de plek, organisatie of persoon waar het beleid invloed op heeft. Juist die nabijheid maakt het werk te gek!

## Stadsdeelcommissie

Formeel gezien heeft de stadsdeelcommissie tegenwoordig alleen nog adviesrecht, maar in de praktijk vervullen zij een bijzondere positie, omdat zij uit een meer politieke visie dingen kunnen signaleren en agenderen. Dit kan via een schriftelijk advies, maar vooral door op een goede manier te discussiëren over wat we doen en willen in het stadsdeel. Zij houden ons scherp door constant vanuit hun visie onze keuzes te bevragen of een advies uit te brengen over de wensen die zij hebben voor het stadsdeel. Maar het leuke is, we zitten er allemaal omdat we het beste willen voor Amsterdam Oost!

## Als je een goed idee hebt...

Zoek eens op welke ambtenaren in jouw gebiedsteam zitten en maak een afspraak. Zij zijn goed in staat je idee verder te helpen, omdat ze goed weten of er soortgelijke initiatieven in de buurt zijn en ze vaak ook weten of er geld beschikbaar is bij het stadsdeel. Denk voor zo'n afspraak dan wel goed na

over wat je wilt, wat je nodig hebt om dat te bereiken en wat wij dan voor je zouden kunnen betekenen.

Ook is het nuttig om eens met de leden van de stadsdeelcommissie te gaan praten - zeker als je idee of klacht erg buurt-gerelateerd is. Zij zijn op zoek naar jouw verhaal en kunnen dat goed verbinden aan het verhaal van anderen in de wijk én kunnen hierover in gesprek gaan met het stadsdeelbestuur en de rest van de stadsdeelcommissie. Wanneer je een meer politieke vraag of wens hebt, kan je misschien beter een partij benaderen in jouw stadsdeel.

Uiteraard kan je meteen naar de gemeenteraad stappen, maar die hebben het vrij druk en kennen de (zeer) lokale dossiers niet altijd even goed. Daarbij zullen zij je ook terugverwijzen naar het stadsdeel wanneer het gaat over beleid dat hier thuishoort. En zelfs al wil je pleiten voor een grootstedelijk project, zou ik je aanraden in het stadsdeel te beginnen. Het draagvlak dat je daar creëert kan je heel goed gebruiken als je later naar de gemeenteraad stapt. Zie het stadsdeel als je partner om jouw doelen te behalen en je kan een heel eind komen.

*“Zelfs met je lobby voor een grootstedelijk project zou ik beginnen in het stadsdeel”*



# Seizoenen in de Stopera

## 2.

Timing is belangrijk bij een lobby. De termijn van een gemeenteraad is vier jaar. Die termijn kent verschillende fases. Het is altijd belangrijk te bedenken in welke fase je zit, omdat elke fase een andere strategie nodig heeft.

### Politieke seizoenen

Door Marike Simons en Maud van de Wiel

Veel mensen hebben het beeld dat de (lokale) politiek moeilijk benaderbaar is. Dit is niet zo, je moet alleen weten wat de beste benaderingswijze is. Hierbij speelt timing een belangrijke rol. In het jaar voor er nieuwe gemeenteraadsverkiezingen plaatsvinden is het effectiever om eerst naar de ambtelijke organisatie te stappen en vervolgens pas naar de gemeenteraad. Immers, de organisatie blijft intact na de verkiezingen. Na de gemeenteraadsverkiezingen is het juist slimmer om de gemeenteraad te benaderen, omdat zij op dat moment bezig zijn met de vormgeving van hun plannen. Bovendien willen raadsleden en wethouders zich graag profileren ten opzichte van elkaar. De start van een nieuwe periode is hier bij uitstek geschikt voor. Daarom drie tips:

#### 1. Beïnvloed de politieke agenda

Hierbij is het niet belangrijk wie iets op de agenda zet. Het doel is tenslotte om je onderwerp op de agenda te krijgen!

#### 2. Timing is alles

Wees je dan ook bewust van de politieke seizoenen wanneer je actie onderneemt. Politiek op gemeenteniveau kent vier seizoenen. Het eerste jaar ontwikkelt de raad een visie die zij de komende vier jaar wil uitvoeren. Het tweede jaar wordt deze visie - en gerelateerde initiatieven - gezaaid. De raad voert dan haar plannen uit. Het derde jaar oogst de raad door resultaten te boeken. Het laatste jaar viert de raad wat ze bereikt heeft. In de periode voor nieuwe verkiezingen zijn er veel openingen voor initiatieven. Initiatieven kunnen er dan namelijk voor zorgen dat politieke partijen in een positief daglicht komen.

#### Ken het systeem van jouw gemeente

De wijze waarop dit systeem wordt gehanteerd vertelt namelijk veel over de wijze waarop jij het beste de politiek kan bereiken. Organiseren ze in jouw gemeente een politieke markt of plein? Ga er dan heen! Deze evenementen zijn een onderdeel van het systeem en dienen dus een bepaald doel. «

## Begrotingscyclus

De begrotingscyclus van de gemeente is interessant voor burgerlobbyisten, ook als je zelf niet van cijfers houdt. Via de begrotingscyclus stelt de raad het beleid voor de komende jaren vast en legt het college verantwoording af over de uitvoering van het beleid.

Ook wordt via de begrotingscyclus bepaald hoeveel geld de gemeente aan verschillende beleidsterreinen uitgeeft en hoe de gemeente er financieel voor staat. In Amsterdam bestaat deze begrotingscyclus uit vier momenten: de voorjaarsnota, de begroting, de achtmaands rapportage en de jaarrekening.

Van deze vier is de voorjaarsnota het beste moment om invloed uit te oefenen, omdat in de voorjaarsnota over de kaders voor de begroting wordt besloten. De voorjaarsnota is de start van de cyclus. In een verkiezingsjaar is dat het coalitieakkoord.

Tijdens de lopende begroting is er een aantal 'Planning & Control-momenten'. Er is een viermaandsrapportage rond de start van de vijfde maand, mei. Dan wordt bekeken hoe de zaken ervoor staan. Er wordt ook een achtmaandsrapportage gemaakt rond september. De Jaarrekening wordt vervolgens altijd ná het begrotingsjaar en vóór het zomerreces gepresenteerd. Daar is een deadline voor, want je moet binnen een bepaalde termijn de jaarrekening indienen bij de provincie.



De begrotingscyclus vanuit het perspectief van ambtenaar en raadslid

**Pier Hornstra** is adviseur Planning & Control voor de directie Middelen en Control bij de gemeente Amsterdam. **Carolien de Heer** is raadslid in Amsterdam voor de PvdA. Beiden vertellen over de mogelijkheden voor burgerlobbyist in de begrotingscyclus.

*“Het zijn de cijfers die het doen!”*

**De voorjaarsnota is het moment om alles aan te passen. In aanloop naar de voorjaarsnota is het college dan ook druk bezig met het opvangen van signalen uit de praktijk ten aanzien van de uitvoering van de begroting. In de voorjaarsnota worden de kaders vastgesteld voor de uiteindelijke begroting.**

Normaal gesproken bestaat de voorjaarsnota uit twee delen: de kadernota en de viermaandsrapportage. De viermaandsrapportage is hier eigenlijk het minst interessant. “Dat is voor het college puur informatie geven over wat we aan het uitvoeren zijn. Een uitvoeringsrapportage over het lopende jaar, met mee- en tegenvallers. Daar zitten niet echt keuzes in”, zo vertelt **Pier Hornstra**. “Het is meer een soort foto van de stand van zaken, die uiteraard wel tot begrotingsaanpassingen kan leiden.”

De voorbereidingen voor de voorjaarsnota beginnen al in november of december. Eigenlijk is de voorbereiding op de voorjaarsnota een doorlopend proces dat het gehele jaar duurt. Alles wat daarin de revue passeert, kan als input dienen voor begrotingsaanpassingen waarover wordt besloten in de voorjaarsnota.

De raadsleden kunnen bij de voorjaarsnota en de begroting moties en amendementen indienen. Hornstra geeft aan dat het college op de moties en amendementen van de raad altijd een goed preadvies wil geven. “Dat preadvies wordt in eerste instantie opgesteld door de ambtenaren en vervolgens voorgelegd aan de collegeleden”. Dat betekent in de praktijk een afstemmingsspel tussen

ambtenaren onderling en met wethouders om uiteindelijk tot een gedegen advies te komen.

De behandeling van de begroting stelt in theorie niet zo heel veel voor. Dat komt omdat de belangrijkste kaders al in de voorjaarsnota zijn vastgelegd. “Het gros van de 6 miljard in de begroting wordt besteed aan dingen die we altijd doen. Veiligheid, schoonmaak, verkeer, zorg, grondontwikkeling. Tikjes naar links of rechts zijn wel mogelijk, maar het zijn dingen waar je niet of zeer moeilijk mee kan stoppen.” De politieke speelruimte is daarmee na vaststelling van het coalitieakkoord gering.

De raad heeft het uiteindelijke mandaat over de begroting, zij stelt de begroting vast, maar wat erin komt te staan is aan de collegeleden (en niet de ambtenaren). “Het leveren van input kun je het beste doen bij de relevante wethouder.”

Om invloed uit te oefenen op financieel vlak lijkt één ding zeker: “Als het gaat om financiën moet je niet alleen aankomen met persoonlijke of zielige verhalen, dat werkt niet. Het zijn de cijfers die het doen! Zonder cijfers red je het niet. Ook moet je betoog niet incident gedreven zijn.” Daarnaast is het goed om te weten wat voor wethouder je voor je hebt. “Het is belangrijk om te kijken naar wat de bestuurder beweegt.”

“Stuur niet direct een brief naar de wethouder, maar vraag eerst een gesprek aan met een ambtenaar. Zorg voor een goed inhoudelijk stuk en bewandel daarna het pad richting de wethouder.”

---

**Normaal gesproken is in de gemeente de voorjaarsnota de start van de begrotingscyclus. Maar in een verkiezingsjaar is dat het coalitieakkoord. Dat wordt dan vertaald in de begroting van het volgend jaar.**

**Carolien de Heer:** “Als het goed is, werkt het zo dat het college de lijnen uitzet aan de hand van het coalitieakkoord. Het ambtelijk apparaat voert dat vervolgens uit. Maar ze hebben wel degelijk ook daarvoor invloed: ambtenaren geven

ook proactief informatie. Er staat bijvoorbeeld in het huidige akkoord dat we iets gaan doen aan versterking van kades en bruggen. Daar gaan veel gelden naar toe, maar geen enkele coalitiepartij had dat in z’n verkiezingsprogramma’s. Dat komt dus echt vanuit door de ambtenarij aangeleverde informatie. In de praktijk is het dus niet altijd zo zwart-wit: doordat ze informatie verschaffen, hebben ambtenaren ook invloed op wat de politiek besluit.”

Ook burgers kunnen invloed uitoefenen, maar Carolien heeft dan wel een tip: “Als je echt iets wil bereiken zal je een coalitiepartij mee moet krijgen: het is leuk als een oppositiewoordvoerder het met je eens is, maar voor een aangenomen motie of amendement heb je een meerderheid nodig, die je zonder coalitiepartij niet gaat vinden. Wat dat betreft is mijn advies om je minimaal op een coalitiepartij te richten.”

*“Jouw verhaal kan betekenen dat ons beleid niet goed is”*

Gelukkig hoef je als burger of organisatie niet zelf de begroting te kunnen lezen. “Het is niet nodig om suggesties voor een volledig passende begroting te geven. Iemand’s belang gaat vrijwel altijd ten koste van iets anders. De afweziging is echt aan de gemeenteraad – je kunt beter gewoon voor je eigen zaak pleiten. Dan mag de raad stoeien over een goede dekking.”

“Het helpt natuurlijk wel als organisaties ook rekening houden met het algemeen belang: je kunt beter pleiten voor een hele sector of wijk, dan alleen voor jouw organisatie of achtertuin. In principe gaat de raad over de kaders. ‘Zeehondjes redden’ noemen we dat, als raadsleden gaan pleiten voor één enkel geval. Dat betekent natuurlijk niet dat je niet moet inspreken als je eens geen medestanders kunt vinden. Jouw verhaal kan betekenen dat ons beleid niet goed is.”



## *“We staan open voor input vanuit de samenleving voor het verkiezingsprogramma”*

**De aanloop naar de gemeenteraadsverkiezingen is een zeer interessante periode voor de burgerlobbyist. Pieter Veldhuizen was bestuurslid communicatie en campagne voor de Amsterdamse VVD tijdens de afgelopen raadsverkiezingen, en is zelf lobbyist.**

Het proces van een verkiezingscampagne begint al maanden voordat de eerste vrijwilligers in gekleurde jassen met tassen vol flyers de straten op gaan. Maanden voordat het ‘verkiezingsgeweld’ losbarst, zijn de partij en het campagne-team hard aan het werk om hun idealen te vertalen in hedendaagse programmapunten en strategie.

“Wat willen we doen? Wat wordt de boodschap? Welke mensen hebben we nodig? Op wat voor manier willen we ons verhaal vertellen? We moeten een begroting opstellen. We moeten kiezersonderzoek doen.” Pieter schudt zo al een uitgebreide campagne-agenda uit zijn mouw. “Op een gegeven moment begint het te lopen. Kandidatenlijsten worden opgesteld en het verkiezingsprogramma wordt geschreven. Er komen debatten. In de aanloop van de verkiezingen van maart 2018 werd tijdens de laatste maanden van 2017 de focus vastgesteld, alhoewel we veel afgelopen zomer al klaar hadden.”

Nadat de voorbereidingen zijn getroffen en het programma is uitgewerkt, kan vanaf januari de chaos beginnen. “Je wordt geleefd door de waan van de dag. Het voorbereidend werk is dan gedaan. Het wordt spontaner reageren op issues van dat moment.”

Voordat zo’n verkiezingsprogramma wordt opgesteld, heeft de programmacommissie het hele maatschappelijk middenveld gesproken. “De politie, MKB Amsterdam, Milieudefensie, overall wordt naar geluisterd. Men is in Amsterdam heel benaderbaar en open voor input vanuit de samenleving. Wij hebben zelf als partij ook niet al de benodigde expertise in huis. Dus de input is heel nuttig. Ik zat zelf niet in deze commissie, maar ik weet dat de

Commissieleden alle geluiden graag horen. Dat kan via een gesprek, een position paper of een bijeenkomst.”

Vanuit het perspectief van de burgerlobbyist zou je dus in een campagne twee fases kunnen onderscheiden. Een partij is geruime tijd bezig met het opstellen van een verkiezingsprogramma. In die fase ligt een tal van mogelijkheden om je stem te laten horen en invloed uit te oefenen op het programma. Zodra het verhaal is geschreven en de verspreiding daarvan aanvangt, dient de burger zijn of haar werk gedaan te hebben. “Hoe eerder je begint, hoe beter”, zo stelt Pieter. “Over 3,5 jaar zijn de volgende verkiezingen, dus bepaalde thema’s kan je de komende tijd al oppakken. Je hoeft niet per se 100.000 handtekeningen te hebben voor elk Amsterdams issue. Eén signaal van een groep inwoners of zelfs een individu kan al zichtbaar zijn. Ik denk dat raadsleden heel benaderbaar zijn, maar de lokale media en mensen rondom de partij ook.”



© Marissa Hilkmann

## Een debat organiseren kun je leren!

Door Marlou Willemsen, Annet Zondervan en Ernestine Comvalius

**Op 27 februari 2018 vond het allereerste verkiezingsdebat ooit in Amsterdam Zuidoost plaats. In aanloop naar de gemeenteraadsverkiezingen debatteerden negen politici van verschillende politieke partijen in een goed gevuld Bijlmer Parktheater over de toekomst van het stadsdeel.**

De initiatiefnemer, het Cultuurplatform Zuidoost, hoopte hiermee de aandacht te vestigen op het groeiende Zuidoost. Maar de avond zou pas echt een succes zijn als de aanwezige politici ook bereid waren hun cultuurpact te ondertekenen. Met dit pact zeiden politici toe dat een vast percentage van de vastgoedinvesteringen in Zuidoost gereserveerd moet worden voor cultuur door het stadsdeel. En dat lukte! Alle negen politici ondertekenden het cultuurpact en daarmee was de lobby van het Cultuurplatform Zuidoost een succes.

Maar hoe doet je dat eigenlijk, een debat organiseren? Een aantal do's en don'ts onder elkaar.

### Do's

#### Bedenk waarom jouw debat interessant is voor politieke partijen.

In verkiezingstijd stikt het van de debatten. Wat maakt jouw debat uniek ten opzichte van andere debatten? Bedenk in drie zinnen waarom jij de partij bent om dit debat te organiseren, waar de nadruk op zal liggen en waarom het noodzakelijk is dat dit debat georganiseerd wordt.

#### Wie moet er in elk geval bij het debat aanwezig zijn

Voordat je een precieze datum prikt voor jouw debat, bedenk je allereerst wie jij absoluut op het podium wilt hebben. Wie gaat ervoor zorgen dat jouw avond een succes wordt? Benader diegene en prik een datum waarop diegene erbij kan zijn.

Gebruik de aanwezigheid van de ene politicus om de ander uit te nodigen. *The fear of missing out* geldt ook gewoon voor politici; maak hier dus slim gebruik van!

#### Kies een passende locatie

Zorg ervoor dat de locatie past bij jouw debat. Organiseer je een debat over het belang van sporten? Zoek dan een clubhuis van een sportvereniging op. Gaat jouw debat over meer groen in de gemeente? Kies dan voor een plek in het groen.

#### Gebruik sociale media

Het is misschien vanzelfsprekend, maar toch: gebruik sociale media om aandacht te krijgen voor jouw debat. Maak een evenement aan op Facebook en bedenk een korte, pakkende hashtag. Vraag je omgeving het evenement te delen en nodig mensen persoonlijk uit. Stuur de link van het evenement ook naar de politici, met de vraag of ze deze willen delen met hun achterban.

#### Verstuur een persuitnodiging, ook aan de lokale krant!

Verstuur zo'n twee weken voor jouw evenement een persuitnodiging. Stuur deze niet alleen naar de grote media, maar net zo goed naar 'het lokale sufferdje'. Ken je journalisten of is er een journalist die al veel met jouw onderwerp gedaan heeft? Benader diegene dan persoonlijk! Stuur een paar dagen voor het debat nog een herinnering.



## Don'ts

### E-mail is niet altijd het juiste medium

Benader politici niet per mail, om vervolgens te wachten op een reactie. Politici krijgen rond de verkiezingstijd talloze uitnodigingen voor debatten. De kans bestaat dan ook dat jouw mail vluchtig of helemaal niet gelezen wordt. Kies er dus altijd voor om te bellen. Een stuk persoonlijker en je hebt direct antwoord op je vraag. Geen telefoonnummer? Probeer dan tenminste een persoonlijk mailadres te ontrafelen. Grotere kans op een reactie!

### Een Facebook-evenement aanmaken is niet genoeg

Ga er niet vanuit dat door een Facebook-evenement aan te maken, mensen wel op komen dagen. Zorg dat je regelmatig iets online zet, om aandacht te krijgen voor jouw debat. Pronk bijvoorbeeld met de politici die komen debatteren, vraag je omgeving om het evenement te delen, zet het programma online, enzovoorts. Zorg dat er het niet stil is rondom jouw debat.

### Zoek een geschikte gespreksleider

Vraag de voorzitter van jouw vereniging niet het debat te leiden, als zij hier eigenlijk niet zo geschikt voor is. Je wilt een debatleider die affiniteit heeft met het onderwerp, aanspreekt tot het publiek én niet bang is om politici aan de tand te voelen. Er zijn genoeg mensen die dit hartstikke leuk vinden, maar misschien niet bij jouw organisatie horen. Weet niet bang om op hun af te stappen. Het is namelijk best een eer om als debatleider gevraagd te worden!

# Verkiezingsdebat Cultuurplatform Zuidoost

Een buurt midden in de stad?

#GoVoteVoorZuidoost



# Gereedschaps- kist van de burgerlobbyist



3.

Vaak wordt er bij lobbyen gedacht aan beleidsbeïnvloeding in Brussel of Den Haag, maar juist ook dichtbij kun je heel goed je eigen belangen behartigen. Elke grote stad, plattelandsgemeente, groeikern of fusiegemeente heeft tenslotte minimaal een gemeenteraad, een burgemeester en een handvol wethouders. Voor veel mensen is de drempel hoog. Zit de wethouder of het raadslid wel op mijn verhaal te wachten? Het antwoord is vrijwel zonder uitzondering: ja!

Voordat je van start gaat, is het goed om te weten dat je lobby vaak begint met aandacht voor jouw zaak. Zolang een politicus of ambtenaar niet weet dat ergens een probleem is, dan kan zij natuurlijk ook niets veranderen.

Een burgerlobbyist kan op verschillende manieren haar belangen onder de aandacht te brengen in het lokale speelveld. Er is niet één juiste manier om te lobbyen. Daarom kun je gerust uitproberen en testen wat voor jou het beste werkt.

## Leg contact met de gemeente

### Raadsleden

Om de raadsleden te laten weten dat je graag ergens met ze over wilt spreken, kun je contact met ze opnemen. Hoe vind je nu de contactgegevens van de raadsleden of bestuurders? De mailadressen van de raadsleden zijn terug te vinden op de website van de gemeente Amsterdam bij het onderwerp 'Bestuur en Organisatie'. Vervolgens vind je onder het kopje 'Gemeenteraad' een overzicht van de raadsleden en fracties. Ook hebben de meeste politieke partijen hun eigen website waar contactgegevens te vinden zijn.

### Wethouders en ambtenaren

Helaas zijn de emailadressen van de wethouders en ambtenaren niet gemakkelijk op de website van de gemeente te vinden. Gelukkig kun je hier wel een contactformulier invullen, dan neemt de ondersteuning van de wethouder contact met je op. Of bel het gemeentelijk informatienummer.

## Voer een gesprek

De meest klassieke vorm van lobbyen is misschien wel het houden van een gesprek. Goede bestuurders of volksvertegenwoordigers willen altijd meer dan één kant van het verhaal horen. Na het horen van meerdere meningen rondom een onderwerp, denken ze na over de verschillende voor- en nadelen voordat ze beslissen. Daarom is het belangrijk dat ze jouw belang ook kennen, zodat ze dat kunnen meenemen wanneer ze een keuze maken. Dus stuur ze gerust een mail om een afspraak te maken.

### Is het gelukt om een afspraak te maken voor een gesprek?

Dan kunnen de volgende tips van pas komen.

- **Bedenk van tevoren maximaal drie punten die je wilt meegeven aan de politicus,** en bedenk hoe de politicus jou precies kan helpen. Het helpt politici als je met hen meedenkt en zelf al met oplossingen kunt komen. Daarnaast is het altijd goed om een duidelijk voorbeeld mee te geven. Zo'n voorbeeld kunnen politici bijvoorbeeld gebruiken in debatten.
- **Lees het coalitieakkoord en/of het verkiezingsprogramma van de partij,** als je wat meer tijd hebt om je voor te bereiden op het gesprek. Ook hebben veel politici een Twitter-account. Hier kun je alvast een idee krijgen wat het raadslid of de wethouder belangrijk vindt.
- **Tijdens het gesprek kun je veel informatie krijgen door goed te luisteren.** Misschien haal je daar soms wel meer uit dan door alleen maar zelf te praten. Vraag gerust tijdens het gesprek wat haar ambities zijn of wat zij de komende periode wil bereiken. Dan kun je bedenken hoe jouw plan hier het best op aansluit.
- **Als je het antwoord op een vraag van de politicus niet weet, geef dit dan aan.** Je kan die informatie na afloop van het gesprek rustig uitzoeken en dan doorgeven. Dit kan ook juist handig zijn, omdat je op deze manier een nieuw contactmoment creëert. Als je goede informatie geeft, komt een politicus misschien wel vaker bij je terug met vragen.

## Typ een brief

Wie schrijft, blijft. Lobbybrieven of -mails zijn vaak een makkelijke en efficiënte manier om contact te leggen met zowel politici als ambtenaren. Ze kunnen jouw brief gebruiken om zich te informeren of als aanleiding om verder in gesprek te gaan. Belangrijkste zinnetje in elke lobbybrief is daarom: 'Voor meer informatie, neem contact op met...'

Iedereen is tegenwoordig online, dus een digitale brief werkt even goed als (zo niet beter dan) een poststuk. Zowel voor mails als voor brieven geldt: hoe korter, hoe beter. Zorg ervoor dat de brief niet te lang is (maximaal 2 A4) met een paar duidelijke punten waar je aandacht voor wilt. Laat in de brief duidelijk naar voren komen op welke manier de politici of ambtenaren jou kunnen helpen. Daarnaast is het goed als jouw onderwerp aansluit bij een actueel onderwerp in de krant of als er binnenkort over gesproken wordt in de raad.

### Brief naar de gemeenteraad

Mocht je meer algemene informatie willen delen, stuur dan je brief naar de raad en het college van B&W. Deze brief aan de gemeenteraad, ook wel een 'raadsadres' genoemd, komt dan op de lijst van ingekomen stukken. Deze lijst met ingekomen stukken is openbaar, dus iedereen kan jouw brief dan lezen.

Als je de brief ondertekent en je er een duidelijk verzoek of vraag in zet, moet de brief worden beantwoord. De gemeenteraad besluit dan in de eerstvolgende vergadering hoe jouw brief zal worden behandeld. Het is dan ook slim om een raadslid nog apart op jouw inbreng te wijzen. Wellicht wil het raadslid wel een vraag stellen aan de wethouder naar aanleiding van jouw brief. Meestal vraagt de gemeenteraad aan het college om de brief te beantwoorden. De ambtenaren moeten dan binnen zes weken op jouw brief reageren.

Een kopie van de antwoorden wordt vervolgens niet alleen naar jou, maar ook automatisch naar de relevante raadscommissie gezonden. Dit is dus een tweede kans om jouw probleem opnieuw op de agenda te krijgen. Als de commissie de beantwoording wil bespreken, dan word je hiervoor uitgenodigd. Onder het kopje 'Inspraak' vind je meer tips over het spreken bij de raad.

## Brief naar één of meer raadsleden

Je kunt er ook voor kiezen om jouw brief niet naar de hele raad, maar slechts naar één of een paar politici te sturen. Politici zijn vaak geïnteresseerd in informatie waarmee zij hun eigen standpunt kunnen onderbouwen of waarmee ze een voorsprong krijgen in het debat met hun collega's. Voor politici is het namelijk belangrijk om aan de mensen die op hen gestemd hebben te laten zien wat ze doen.

Geef in je mail daarom duidelijk aan met wie je jouw informatie nog meer gedeeld hebt. Als jouw onderwerp aansluit bij de interesse van de politicus en je jouw inbreng alleen met haar deelt, dan voelt zij zich sneller geroepen om je hiermee te helpen.

### Langs de partijlijn

Soms heeft het zin om een specifieke partij te benaderen, ook als je zelf geen lid bent van die partij. Vraag gewoon of je eens langs mag komen in de fractievergadering. Die is vaak op maandag of dinsdag, vlak voor de raadsvergadering. Daarnaast kun je ook partijbijeenkomsten of politieke cafés bezoeken. Vooral in de maanden voorafgaand aan de verkiezingsperiode kan het interessant zijn om eens een afspraak te maken. Dan zijn de politieke partijen vaak op zoek naar goede ideeën voor in hun verkiezingsprogramma.

## Spreek in

Als inwoner heb je ook de mogelijkheid om zelf te spreken tijdens een vergadering. Maak hier dan ook gebruik van! Je moet je van te voren wel even aanmelden bij de griffier. Dit kan tot 24 uur vóór aanvang van de commissievergadering.

Je krijgt meestal drie minuten spreektijd, dus zorg dat je daar binnen blijft. Houd het verhaal dicht bij jezelf, spreek duidelijk en stel bijvoorbeeld een vraag waar de raad of het college op kan reageren.

## Inspreken in de gemeenteraad doe je zo

Door Cas Bool en Josien Pieterse van Framers Framed.

**Afgelopen jaren hebben Cas en Josien ervaring opgedaan met het inspreken in de gemeenteraad. Als betrokken bewoners zette zij zich in voor de bouw van een duurzaam pand in Amsterdam, als directeurs van Framers Framed zetten zij zich in voor kunst en cultuur.**

### Inspreken, hoe werkt dat eigenlijk?

Het onderwerp dat je onder de aandacht wil brengen bij de Amsterdamse gemeenteraad wordt voorbesproken in commissievergaderingen. Dat is ook de plek waar je kan inspreken. Zorg, onderwijs, ruimtelijke ordening, cultuur; alle onderwerpen worden besproken in verschillende commissievergaderingen. Kijk dus op de website van de gemeente welke commissie bij jouw onderwerp past. Je moet je wel van te voren aanmelden als inspreker. Dit kan gemakkelijk via de website van de gemeente.

### Vorbereiding

Bereid je goed voor. Je hebt maar drie minuten om je verhaal te doen en krijgt geen uitloop. Schrijf je verhaal daarom uit en lees het meerdere keren hardop voor, met een timer erbij. Kort je verhaal in als het te lang is. Belangrijk is dat het een afgerond verhaal is en je binnen de beschikbare tijd tot je eindconclusie kan komen.

Neem meerdere uitgeprinte kopieën mee. Niet alleen voor jezelf, maar ook om na afloop uit te delen aan geïnteresseerde raadsleden. Zij kunnen het later nalezen en bespreken in hun fractievergadering.

Neem daarnaast iets tastbaars mee om achter te laten: een flyer of folder van je organisatie of initiatief. Zorg dat je contactgegevens vermeld staan. Mochten raadsleden later nog vragen hebben dan kunnen ze je bereiken.

Nodig voor de dag zelf zo veel mogelijk vrienden en betrokkenen uit, zodat de publieks-tribune goed gevuld is. De raadsleden zullen zien dat het probleem veel mensen raakt die de moeite nemen om naar het stadhuis te komen. Dit maakt indruk en ze zullen je niet snel vergeten.

## Inspreken

Je opent je inspraak met “Geachte wethouder, raadsleden en toehoorders”.

Stel jezelf voor. Wie ben je en namens wie spreek je? Spreek je namens een organisatie, als betrokkene bij een maatschappelijk initiatief of als verontruste buurtbewoner? Wat is je rol bij het probleem dat je aan de raad voorlegt? Geef ook aan wat je draagvlak is; hoe groter je achterban hoe meer gewicht de politiek aan je verhaal zal toekennen. Om de relevantie van je verhaal te vergroten kan je een citaat uit een krantenartikel verwerken in je verhaal of verwijzen naar de mening van iemand met autoriteit op dit specifieke gebied.

Las een witregel in. Praat rustig en bouw een pauze in je verhaal, zodat alle informatie even kan bezinken.

Dan komt het probleem.

Het probleem dat je wil agenderen kan je heel simpel introduceren: “Ik maak mij zorgen omdat... de gemeente van plan is bomen te kappen; de subsidie voor een speeltuinvereniging wordt stopgezet; huurhuizen te koop worden gezet, waardoor zittende huurders moeten vertrekken.” Omschrijf je probleem; wat gaat er verloren als de raad niet ingrijpt?

Las een witregel in.

Dan komt het allerbelangrijkste. Leg niet alleen een probleem voor, maar kom met een oplossing. Eindig met een concrete vraag. “Hierbij wil ik de raadsleden verzoeken... om de prachtige bomenrij te sparen en daarmee het groene aanzicht van de wijk te redden; om het korten van de subsidie voor de speeltuinvereniging terug te draaien; de verkoop van huurhuizen allen te laten plaatsvinden op voorwaarde dat de zittende huurders kunnen terugkeren.” Laat de raadsleden voelen dat ingrijpen noodzakelijk is omdat iets kostbaar verloren dreigt te gaan. Laat de raadsleden voelen dat zij het verschil kunnen maken om een prachtig nieuw initiatief net dat zetje te geven dat nodig is om het verschil te maken.

Tot slot: dank alle aanwezigen voor hun tijd en aandacht.

## Organiseer een werkbezoek of een symposium

Na vele uren in een slecht geventileerde raadszaal met liters koffie achter de kiezen, zetten politici graag een stap buiten de deur. Nodig daarom eens een politicus uit om een kijkje te komen nemen bij jouw bedrijf, organisatie of initiatief. Het helpt natuurlijk wel als zo’n bezoek aansluit bij de actualiteit. Neemt de raad binnenkort bijvoorbeeld een besluit dat voor jou grote gevolgen heeft, nodig de raadsleden dan uit voor een kijkje in de keuken. Een gesprek met iemand voor wie het beleid gevolgen heeft, is veel indrukwekkender dan een rapport over datzelfde onderwerp.

Naast een werkbezoek zijn er nog meer manieren om politici uit de Stopera te trekken en met ze in gesprek te gaan. Denk aan het organiseren van een (verkiezings)debat, zoals het Cultuurplatform Zuidoost deed, of het organiseren van een symposium. Voor politici zijn dit mooie momenten om in contact te komen hun mogelijke kiezers en hun zichtbaarheid te vergroten. Jij kan ze wellicht een uitspraak of belofte ontlokken die jouw burgerlobby verder helpt.

### Tips voor een werkbezoek

- Nodig iemand uit met een kort programma.
- Wees een beetje flexibel.
- Vraag ook vooral of de politicus in kwestie nog andere dingen wil zien of andere mensen wil spreken, zodat je je goed kunt voorbereiden.
- Maak het programma niet te vol.
- Liever een kwartier praten en drie kwartier rondwandelen, dan andersom.

## *“Soms zitten beleidsmakers in een ivoren toren en dan kan het helpen als je ze een dagje meeneemt in de modder”*

**Sinds deze zomer ondersteunt Nick Knoester Stichting Lobby Lokaal. Tijdens zijn studie zette hij zich in voor de belangen van studenten. Hieronder deelt Nick enkele lessen uit zijn eigen lobby.**

Zoek om te beginnen naar onverwachte belangen die overeenkomen met jouw belang. Zo hoorde Nick van projectontwikkelaars dat zij meer woningen zouden kunnen bouwen als de normen voor parkeerplaatsen naar beneden zou gaan. “Meer studentenwoningen was ook voor ons een belangrijk doel en de meeste studenten hadden toch geen eigen auto, dus grepen we dit signaal aan voor een lobby richting de gemeente.”

“We hadden geluk met de timing van onze lobby. De wethouder was niet de populairste van Amsterdam en hij was in verkiezingstijd op zoek naar goede initiatieven om mee te scoren. Het lijstje met onze wensen sloot hier perfect op aan. Wij gaven hem een mooie assist waarmee hij voor de verkiezingen nog kon scoren. En wij dus ook! Kijk daarom altijd hoe je een wethouder kan helpen mooie sier te maken met jouw belang.”

Soms komt het succes bij een lobby uit een onverwachte hoek. Zo organiseerde Nick namens de ASVA studentenunie in 2014 een symposium over het nacht-OV. Het GVB overwoog om doordeweeks de nachtbussen af te schaffen en dat wilde de ASVA voorkomen, omdat juist studenten veel gebruik maken van het nachtnet. “Daarom organiseerden we een symposium waarvoor we zowel de concessieverlener (Vervoerregio), als GVB en een commerciële vervoerder (Connexxion) had uitgenodigd. Het idee was om de vervoerders tijdens het debat toezeggingen te doen ontlocken, maar dat lukte maar half.

Wat uiteindelijk de doorslag gaf om het nacht-OV toch te behouden, was niet ons debat, maar onze achterban. De vervoerkundigen van GVB legden tijdens een workshop voorafgaand aan het debat een aantal dilemma’s voor aan studenten en zij konden zo hun gedachten spiegelen aan die van de eindgebruiker. Dat gaf uiteindelijk de doorslag om het doordeweekse nacht-OV te behouden.”

Het gaf Nick het inzicht dat het soms handig kan zijn om de beleidsmakers te confronteren met degenen voor wie zij het beleid maken. “Soms zitten ze in een ivoren toren en dan kan het helpen als je ze een dagje meeneemt in de modder”.

### Leg contact met lokale media

Daarbij begint het vaak met aandacht voor de zaak. Vroeger was een krantenkop in de lokale krant het hoogst haalbare. Tegenwoordig wenden we ons rechtstreeks tot onze volksvertegenwoordigers via sociale media. Toch moeten de traditionele media niet onderschat worden: kijk maar eens naar het vragenuurtje in de Tweede Kamer. Dat gaat bijna altijd over de TV-uitzending van de vorige avond of de krant van vandaag. Het is wachten op het eerste spoeddebat over een videotje op Snapchat.

De gemeenteraad is net de Tweede Kamer. Lokale media zijn extreem bepalend. Zij controleren de uitvoerende macht en houden alle ontwikkelingen in de gaten. Net als politici zijn ook journalisten continu op zoek naar nieuwe informatie. Helaas hebben veel kranten en regionale zenders het moeilijk. Oplages lopen terug en verslaggevers hebben steeds minder tijd om kopij te maken. Dat is jammer, maar goed om als belangenbehartiger rekening mee te houden.

Probeer banden op te bouwen met verslaggevers die de raad en het college van B&W volgen. Maak kennis, voer gesprekken over jouw onderwerp en stuur de verslaggevers achtergrondinformatie. Dergelijke informatie hoeft echt niet altijd in de vorm van een persbericht verstuurd te worden. Is je onderwerp nog niet actueel, maar mogelijk wel in de toekomst? Dan is de informatie misschien wel nog waardevoller voor journalisten. Artikelen in de krant of items op de radio kunnen ook zaken in gang zetten, die anders op de achtergrond zouden blijven. Schroom dus niet om media te benaderen.



## Denk als een journalist

Wil je dat ze jouw stuk gebruiken, schrijf het dan zo op dat het bij wijze van spreken zo de krant in kan. Op die manier help je een journalist en ziet zij meteen waarom dit belangrijk is. Mocht je geïnterviewd worden dan is het wijs om te vragen of je het stuk mag lezen voor de publicatie. Dat is heel gebruikelijk en je kunt het op z'n minst vragen. Let wel: we hebben in dit land gelukkig persvrijheid. Feitelijke onjuistheden kun je corrigeren, maar de invalshoek of journalistieke opzet van een stuk uiteraard niet.



*“Lokale journalistiek is zo leuk, omdat alles wat er om je heen gebeurt nieuws en lokale politiek is.”*

**Ruben Koops** is als politiek verslaggever bij het Parool vaak in de Stopera te vinden. Lokale politiek is volgens hem veel directer dan de landelijke politiek. Alles wat er in de stad gebeurt zie je uiteindelijk terug in het gemeentehuis. En dat biedt kansen, zeker als je weet hoe je het spelletje speelt. Wat zijn Rubens tips voor burgerlobbyisten?

### Lees de lokale krant

Het is als burgerlobbyist heel belangrijk dat je abonnee bent van een krant, zodat je precies weet wat er allemaal speelt in de stad. Op die manier weet je ook waar lokale politici mee bezig zijn of in geïnteresseerd zijn. Dat is heel belangrijk als je bijvoorbeeld in de raad komt inspreken. Als je de krant leest heb je dus al een voorsprong op andere mensen.

Denk ook niet te snel dat je wel weet wat lokale partijen denken en vinden, omdat je het nationale nieuws volgt. “Er zijn vaak verschillen tussen de standpunten van landelijke politieke partijen en hun Amsterdamse afdeling.”

### Wees op tijd

Ruben ziet als stadsverslaggever vaak groepen die pas in actie komen als er al een voorstel in de raad besproken wordt. Als een voorstel eenmaal bij de gemeenteraadscommissie ligt is het heel moeilijk om het van tafel te krijgen. Het is voor de burgerlobbyist daarom belangrijk om te weten dat de besluitvorming vaak al ruim voor de vergadering plaatsvindt. Het document dat de



wethouder naar de raad stuurt heeft bijna altijd al steun van de meerderheid van de partijen. Je moet daarom zorgen dat je input hebt geleverd vóórdát de brief of nota wordt gemaakt. Dat doe je door raadsadressen te sturen en te vragen of die bij het nieuwe beleid betrokken kunnen worden.

### Gebruik de media in jouw lobby

Je kunt als burgerlobbyist volgens Ruben altijd contact leggen met een journalist. "Op hun Twitteraccount staat vaak een telefoonnummer of een mailadres. Bel ze en leg je probleem heel helder uit. Media zijn vooral geïnteresseerd als je een probleem of onrechtmatigheid wilt aankaarten. We zijn op zoek naar nieuws, problemen of een gebeurtenis die afwijken van het normale. Zoek dus uit welke journalist geïnteresseerd zou kunnen zijn in jouw onderwerp en zorg dat je hem of haar al een paar dagen van tevoren goed inlicht over wat voor nieuwswaardigs er staat te gebeuren."

Als je bijvoorbeeld weet wanneer je gaat inspreken, kan je een paar dagen van tevoren contact opnemen en vragen of het 's ochtends in de krant kan komen. Als het in de krant heeft gestaan, stellen politici vaak ook wat aanvullende vragen omdat ze weten dat er op hen gelet wordt.

Het is hierbij wel belangrijk om te onthouden dat de media geen bondgenoot of partner zijn! De media zijn er niet om jou te steunen, de media zijn er alleen om eventueel - als het klopt - te beschrijven waar de belangen van de gemeente en de inwoners botsen.

### Bedenk welke grotere discussies er spelen in de stad

In de krant en in de gemeenteraad wordt er veel gesproken over grote thema's waar een oplossing voor moet komen, denk bijvoorbeeld aan drukte in de stad. Als je jouw punt kan koppelen aan zo'n grotere discussie is het voor een journalist eerder interessant er iets mee te doen. Mensen die last hebben van festivals in parken koppelen dit altijd aan de discussie over drukte in de stad en de vraag van wie de stad is. Dat maakt het niet alleen voor journalisten, maar ook voor politici interessant.

### Grote acties zijn interessant, maar vergeet de raad niet te informeren.

Als je verwacht dat je veel medestanders hebt, kan je natuurlijk een actie op touw zetten. De kans dat AT5 dan komt is vrij groot. Soms kan dit heel effectief zijn. De demonstratie tegen erfpacht was bijvoorbeeld gigantisch, er waren duizenden mensen bij aanwezig. Daarna zijn de plannen van de gemeente wel aangepast. Bedenk wel dat dit een uitzonderlijke situatie was en dat een actie meestal minder effect heeft.

Zorg dan ook dat je voor zo'n actie al een een-op-een gesprek hebt gehad met relevante raadsleden, zodat zij weten wat jouw plannen en punten zijn. Dan kan je in alle rust je punt maken, dat is vaak effectiever. Daarna kan je voor het grotere publiek je punt herhalen met een actie, demonstratie of door in te spreken

### Die verkiezingsprogramma's: daar gaat het om!

Het duurt nog even, maar het allerbeste is om jouw probleem of onderwerpen in de verkiezingsprogramma's te krijgen. Dan heb je de meeste kans dat jouw onderwerp ook daadwerkelijk in het beleid komt. Wil je bijvoorbeeld iets met schuldhulpverlening, zorg dan dat dit in de programma's van de linkse partijen komt. Als jij op een later moment over schuldhulpverlening begint, dan liggen de plannen er al en is het heel lastig om daar tijdens zo'n periode nog verandering in te krijgen.



## Gebruik sociale media

WhatsApp, Facebook, Snapchat, Twitter, LinkedIn en Instagram zijn niet meer weg te denken uit het dagelijks leven. Sociale media zijn een belangrijke bron van informatie geworden. Ze zijn toegankelijk, laagdrempelig en democratisch. Mensen reageren op nieuws via sociale media. Het aantal reacties of de hevigheid ervan kan politici aanzetten tot het ondernemen van actie. Ben je aan het lobbyen op lokaal niveau, dan is het handig om een strategie te bedenken voor sociale media. Wil je een breed publiek aanspreken? Dan is het handig om Facebook te gebruiken. Zoek je met name de dialoog met politici en journalisten? Dan is Twitter een goed platform. Iets met veel plaatjes en filmpjes dat jongeren aanspreekt? Dan zijn Snapchat en Instagram je domein.

### Sociale media gebruiken voor je lokale lobby

Sociale media kunnen je helpen om goed bij te houden waarover er in de politiek wordt gepraat. Als de gemeenteraad vergadert kun je live meekijken via internet. Ondertussen gebruiken raadsleden vaak hun sociale media-accounts te laten zien wat ze vinden van wat er gebeurt. Vooral Twitter wordt hiervoor veel gebruikt. Bijna alle raadsleden hebben een account.

Als je extra informatie wil over een bepaald onderwerp of wil weten wat mensen vinden van wat er besproken wordt, kun je meelezen via Twitter. Vaak kom je er dan achter of enthousiast gereageerd wordt op een voorstel of dat er juist kritiek is. Ook kan het helpen om de belangrijkste punten uit de vergadering te halen. Waarover bestaat de meeste discussie? En wat wordt gezien als het belangrijkste besluit?

Natuurlijk kan je er zelf ook dingen op plaatsen om invloed te hebben. Zo kun je tweets sturen waarin je politici tagt. Ook kun je reageren op wat politici online plaatsen en jouw ideeën of bezwaren delen. Voor organisaties is het plaatsen van tweets ook een mooie manier om te laten zien dat ze de politiek goed in de gaten houden en dat ze opkomen voor wat voor hen belangrijk is.

Het is ook mogelijk het groter aan te pakken op sociale media. Je kan het goed gebruiken om een campagne op te zetten waarin je steeds je boodschap met anderen deelt. Als mensen je berichten gaan delen, kan dit voor politici een teken zijn dat ze iets met je boodschap moeten doen.

Sociale media bieden veel mogelijkheden, maar dat kan ook voor problemen zorgen. Als je wil kun je er ieder uur van de dag mee bezig zijn, maar dat is juist voor burgerlobbyisten en kleine organisaties geen optie. Gelukkig is het ook niet nodig. Let op dat je goed uitzoekt welke politici zich met jouw onderwerp bezighouden en volg hen.

Het werkt het beste om sociale media te combineren met aanwezigheid bij vergaderingen. Als de raadsleden weten wie je bent zullen ze je berichten sneller serieus nemen. Wie weet nemen ze zelfs nog eens contact met je op om door te vragen over je zorgen of ideeën.

Slechts drie Amsterdamse raadsleden hebben momenteel\* geen Twitteraccount:

- Dorienke de Grave-Verkerk (VVD)
- Hendrik-Jan Biemond (PvdA)
- Anke Bakker (PvdD)

Marieke van Doornick is de enige wethouder zonder Twitteraccount.

Ook burgemeester Halsema is niet op Twitter actief, maar wel op Instagram.

## Voer campagne!

Heb je de hele raad gesproken, alle ambtenaren en bestuurders geïnformeerd maar wordt er niets met je lobby gedaan? Dan is het misschien tijd om groter te gaan denken en de boel te laten escaleren, op een goede manier dan. Mobiliseer alle belanghebbenden en trek ten strijde. Zorg voor zoveel mogelijk massa: verzamel handtekeningen onder een manifest, ga de straten op, organiseer ludieke acties. Alles voor aandacht! Denk als een politieke partij in campagnetijd: hoe kan ik mensen overtuigen van mijn punt? Probeer ook buiten je comfortzone te treden. Zijn er misschien partijen waarmee je liever niet op één kussen ligt, maar die je wel goed kan gebruiken? Benader ze, want ze zijn hier altijd gevoelig voor. Zo heeft bijvoorbeeld een lobby van zowel een natuur- als een landbouworganisatie meestal een grotere kans van slagen.

\* Eind 2018

## Campagnevoeren als kans voor de burgerlobbyist

Door Eline Peters en Jurjen van den Bergh

**Om je lokale gemeenteraad, wethouder, woningcorporatie of andere beslisser mee te krijgen in jouw plannen kan het helpen om je lobby te versterken met een campagne. Met een campagne kan je publieke steun verzamelen voor jouw standpunt. En meer medestanders betekent vaak dat er sneller en beter naar je geluisterd wordt.**

Bij DeGoedeZaak is lokaal campagnevoeren bijvoorbeeld ingezet bij onze campagne voor een kinderpardon. Het idee van de zogenaamde kinderpardongemeenten is dat de gemeenteraad een motie aanneemt waarmee ze zich uitspreekt voor het kinderpardon en waarmee ze haar burgemeester verplicht om een brief naar de staatssecretaris te schrijven om te pleiten voor een oplossing voor 400 gewortelde kinderen.

Lokale actieleiders hebben via een eigen online actiepagina steun verzameld in hun gemeente. Zo organiseerde Jeroen in Amsterdam een huiskamerbijeenkomst voor de allereerste ondertekenaars van zijn petitie. De aanwezigen werden vervolgens opgeroepen om ook weer een eigen huiskamerbijeenkomst te organiseren. Ook zocht Jeroen steun bij lokale (vluchtelingen)organisaties die zijn actie verder konden verspreiden. Op die manier zijn er honderden handtekeningen verzameld. In Amsterdam werd de motie al snel aangenomen, maar in andere gemeenten hebben actieleiders bijvoorbeeld ook nog de lokale media opgezocht of een grote actie georganiseerd om de handtekeningen aan te bieden aan de gemeenteraad. Zo gaan lobby en campagnevoeren vaak hand in hand om lokale verandering voor elkaar te krijgen!

**DeGoedeZaak** is opgericht als bondgenoot voor iedereen die Nederland eerlijker, duurzamer, inclusiever en rechtvaardiger wil maken. Het platform biedt de mogelijkheid om zelf een campagne te starten of om bij te dragen aan andere bestaande campagnes. Op de website [www.degoedezaak.org](http://www.degoedezaak.org) vind je meer informatie.



## Tour door de stad

**Dat bedrijven Nederland zien als een heus belastingparadijs, is niets nieuws. Maar hoe belastingontwikkelaars precies te werk gaan in Nederland, is voor velen een mysterie.**

**Gijs Verbraak, beleidsadviseur bij ActionAid, zette deze brievenbusfirma's met zijn Amsterdam Tax Tour letterlijk op de kaart. De tour zorgde ervoor dat belastingontwikking in Nederland op een ludieke manier op de politieke en maatschappelijke agenda kwam te staan. Gijs vertelt ons het verhaal achter de Tour en deelt zijn tips en tricks.**

De Amsterdam Tax Tour was onderdeel van een nationale lobby om belastingontwikking in Nederland tegen te gaan. Ondanks dat het politieke debat over wetgeving zich afspeelt in Den Haag, is Amsterdam een van de hotspots als het gaat om belastingontwikking via Nederland. Daarom probeerden wij de stad Amsterdam te wijzen op haar verantwoordelijkheid en zo ook op lokaal niveau beleid te veranderen.

We wilden daarnaast duidelijk maken dat het ook een maatschappelijke discussie is. Belastingontwikking wordt namelijk vaak gezien als een redelijk technisch onderwerp, terwijl dat op hoofdlijnen - het functioneren van het systeem - niet perse zo is. Door op een ludieke en laagdrempelige manier mensen te betrekken werd de tour een groot succes. Tijdens de tour deelden we informatie over waarom Nederland zo'n grote rol speelt in belastingontwikking en waarom de aanpak hiervan nog tekort schiet. Ook maakten we duidelijk welk effect belastingontwikking wereldwijd heeft, met speciale aandacht voor mensen in ontwikkelingslanden.

We hebben twee versies van de tour georganiseerd. Tijdens de eerste keer reden we drie maal met een bus vol geïnteresseerde burgers, politici, academici, journalisten en experts uit het maatschappelijk middenveld langs bedrijven die in het nieuws waren geweest als brievenbusfirma's. De tweede editie fietsten we van de Weteringsschans naar de Zuidoost. Als extraatje hebben we De Coen en Sander Show gevraagd voor muziek te zorgen. Ze draaiden nummers die toepasselijk waren voor de tour.

Naast het delen van kennis, vonden wij het ook belangrijk om mensen te enthousiasmeren en activeren. Daarom organiseerden we naast de tour bijvoorbeeld ook een verkiezing voor de ergste belastingontwikkelaar, waar vooral ook op social media veel aandacht voor was.

## Tips en trucs van Gijs voor de burgerlobbyist

1. Trek veel tijd uit voor de voorbereiding van zo'n evenement, het duurt soms langer dan je van tevoren verwacht.
2. Let er goed op dat je aan de wet- en regelgeving en vergunningen voldoet. Denk bijvoorbeeld aan een vergunning voor demonstraties, maar in ons geval ook verkeersbegeleiding, zodat de deelnemers ook te allen tijde veilig zijn.
3. Zorg ervoor dat je een netwerk opbouwt voordat je zoiets groots organiseert. Leg goede contacten met mensen die belangrijk zijn op het onderwerp waar je een evenement over wil organiseren of waar je impact op wil hebben.
4. Geef tijdens je evenement de tijd en het podium aan mensen die jouw boodschap ondersteunen. Zoek hierbij naar mensen die een vernieuwend geluid hebben en een divers palet aan mensen die een soortgelijke boodschap hebben.
5. Bied deelnemers handelingsperspectief.
6. Schuw niet om op de tenen van mensen te gaan staan bij het bereiken van jouw doelen. Geef zo duidelijk en eerlijk mogelijk aan wat er gebeurt.
7. Laat het een evenement zijn wat samen gedragen wordt door alle partijen. Verandering bereik je niet als een club, maar als een beweging. Probeer daarom ook echt om bijvoorbeeld de jeugd erbij te betrekken.
8. Belangrijk is ook om je evenement niet primair als een enorm marketing-instrument voor je eigen organisatie te zien. Het kan je merk of organisatie wel ten goede komen, maar blijf vooral trouw aan het doel voor de brede beweging.

## Reageer op een internetconsultatie

De gemeente organiseert ook steeds vaker consultaties via haar website. Je krijgt dan de mogelijkheid om te reageren op voorstellen van het college van burgemeester en wethouders, voordat de raad stemt. Heel soms worden suggesties overgenomen in het voorstel. Maar ook als dat niet gebeurt, kan meedoen aan een consultatie zinvol zijn. De wethouder moet namelijk reageren op de argumenten die je inbrengt - en dat is weer een mooi aanknopingspunt voor het vervolg van de lobby.

Burgerparticipatie wordt steeds belangrijker voor gemeenten: op steeds meer manieren organiseren gemeenten inspraak. Met name thema's in de directe leefomgeving, zoals mobiliteit en groen, worden via inspraakplatforms aan de burger voorgelegd. **Aline Muylaert** bouwt met **CitizenLab** dat soort platforms. Ze raadt burgers aan op zoek te gaan naar dat soort manieren van inspraak - al worden de platforms nu nog gebouwd rondom thema's die de gemeente uitkiest. "Volgend jaar willen we per gemeente een platform hebben waarop je een voorstel kan indienen, en vervolgens ook via DigiD ook handtekeningen kunt verzamelen."

## Dien een burgerinitiatief in

In Amsterdam zijn er nog drie manieren om voorstellen of initiatieven op de politieke agenda te krijgen of om bepaalde politieke besluiten tegen te houden. Dit kan door middel van het burgerinitiatief, het volksinitiatief en het referendum. Bij een burgerinitiatief en een volksinitiatief gaat het om het op de politieke agenda krijgen van een nieuw idee. Een referendum gaat niet over het initiëren van een nieuw voorstel van burgers, maar juist om het tegenhouden van een politiek besluit dat de raad wil gaan nemen.

## Burgerinitiatief

Je kunt een eigen voorstel op de raadsagenda krijgen wanneer je 200 handtekeningen van kiesgerechtigde Amsterdammers hebt verzameld. Er zijn wel enkele voorwaarden gesteld aan burgerinitiatieven. Zo mag het voorstel niet gaan over individuele kwesties of geldzaken als de begrotingen en de hoogte van de tarieven. Ook mag het voorstel niet rechtstreeks ingaan tegen een raadsbesluit dat in de afgelopen vier jaar is genomen. Het verzoek wordt eerst beoordeeld door de ambtenaar die zich bezighoudt met burgerinitiatieven en referenda. Zij kijkt dan of het voorstel 'ontvankelijk verklaard is', dus aan alle gestelde voorwaarden voldoet. Als dit zo is, komt het voorstel op de raadsagenda. Vervolgens beslist de raad wat ze met het voorstel of plan gaan doen.

## Volksinitiatief

Een iets zwaarder instrument voor het agenderen van onderwerpen is het volksinitiatief. Hiervoor heb je 1200 handtekeningen van kiesgerechtigde Amsterdammers nodig. Ook bij een volksinitiatief kun je een concreet voorstel op de agenda plaatsen. Het verschil met een burgerinitiatief is dat als de raad jouw voorstel verwerpt, je een volksstemming kunt eisen. Dan heb je wel tenminste 27.000 handtekeningen nodig. Bovendien is de uitslag van een volksstemming alleen geldig bij een opkomst van tenminste 20%.

## Referendum

Als de raad van plan is om een besluit te nemen waar je het echt niet mee eens bent, dan kun je voor een referendum kiezen. Als dit specifieke agendapunt op de raadsagenda staat, kun je de aankondiging van een referendum doen. Hiervoor zijn 1200 handtekeningen nodig. Je aanvraag wordt vervolgens beoordeeld door een referendumcommissie. Als het referendum gehouden mag worden, kan de raad beslissen of ze het idee van het referendum overneemt of vasthoudt aan haar eerdere plan. Als zij vasthoudt aan haar eigen besluit moet je nog meer handtekeningen verzamelen. Je hebt namelijk 27.000 handtekeningen nodig. De uitslag is vervolgens pas geldig bij een opkomst van tenminste 20 procent. En de gemeenteraad heeft het recht om te besluiten of er zwaarwegende belangen zijn om de uitslag naast zich neer te leggen.



*“Het eerste wat je als burger of ambtenaar moet vragen heeft betrekking op de opdracht, namelijk: wat kan én mag er?”*

**Marike Simons** en **Maud van de Wiel** zijn beiden voormalig politiek assistenten met ervaring in de gemeente Amsterdam. Tegenwoordig runnen zij samen het politiek adviesbureau Simons en Van de Wiel. Eerder vertelden zij al iets over de politieke seizoenen.



### Het burgerinitiatief

Het burgerinitiatief is het recht van burgers om onderwerpen of concrete voorstellen op de agenda van een volksvertegenwoordigend orgaan te plaatsen. Hierover kan het betreffende orgaan vervolgens een standpunt innemen. Een burgerinitiatief is een uitgewerkt voorstel om bijvoorbeeld het milieu, onderwijs of openbaar vervoer te verbeteren. Het kan zelfs een voorstel betreffen ter vereenvoudiging of afschaffing van een regel. Het burgerinitiatief is een vorm van directe democratie en kan worden beschouwd als aanvulling op het stelsel van representatieve democratie. Het belangrijkste doel van het burgerinitiatief is om de band tussen burger en bestuur te versterken.

De politiek staat vaak positief tegenover burgerinitiatieven. Een burgerinitiatief kent echter geen concrete kaders. Het eerste wat je als burger of ambtenaar dan ook moet vragen heeft betrekking op de opdracht, namelijk: wat kan én mag er? De opdracht zoals deze er nu ligt, is 'ga iets doen'. Dit is echter geen heldere of afgebakende opdracht. Hoewel ambtenaren opdrachten geven met de beste bedoelingen, moet deze wel helder zijn om er daadwerkelijk iets mee te kunnen.

### Hoe kunnen ambtenaren hier het beste mee omgaan?

In dit geval is van belang dat er kaders gesteld worden, omdat ambtenaren dan weten wat ze met een burgerinitiatief aanmoeten. Maud van de Wiel adviseert ambtenaren dan ook de raad te vragen deze kaders te schetsen. Een andere mogelijkheid is zelf een aanzet doen tot het stellen van deze kaders en dit vervolgens te toetsen in de gemeenteraad.

### Meer betrokkenheid van inwoners bij gemeentepolitiek

Volgens Marike Simons en Maud van de Wiel is het belangrijk dat het systeem duidelijk is voor zowel de inwoners als degenen die onderdeel zijn van het systeem. Er dienen dus eenduidige antwoorden te zijn op vragen als: welke functies zijn er binnen dit systeem? En, welke relaties zijn er tussen deze functies? Overigens benadrukken de twee dat elke gemeente anders werkt. Het is dan ook niet het doel om overal hetzelfde systeem in te voeren, maar om overal een goed werkend systeem te faciliteren. Wil je nou als inwoner iets veranderen in je eigen gemeente? Dan is het advies van Simons en Van de Wiel helder: neem zelf zitting in de gemeenteraad!

## Acht tips voor een succesvolle lobby richting meerdere gemeenten

De gemeente krijgt steeds meer taken van de regering in Den Haag. Dit noemen we decentraliseren. Denk aan Jeugdzorg, de bijstand en het omgevingsrecht. Voor lobbyisten is dit heel fijn. Er komen meer beslissers, meer ingangen en meer mogelijkheden om invloed uit te oefenen.

Maar lobbyen is ook ingewikkelder geworden. Vroeger was er maar één loket voor de regering in Den Haag. Nu zijn er door de decentralisering heel veel verschillende loketten. Denk aan de twaalf provincies, ruim 300 gemeenten, vele bestuurscommissies (stadsdelen, deelraden en dorpscommissies), de G4, de G32, 25 veiligheidsregio's, bijna veertig ov-concessiegebieden, en ga zo maar door.

Decentralisatie is een regelrechte ramp voor lobbyisten die werken op basis van hun netwerk van contacten. Contact met de Tweede Kamerleden en een enkele beleidsambtenaar op een ministerie kun je nog onderhouden met een regelmatige lunch of koffie-afspraak. Maar probeer zo'n netwerk maar eens te onderhouden in de tien grootste steden in heel Nederland. Ook simpele zaken als de online informatievoorziening zijn lastiger. In 'Den Haag' zijn officiële stukken toch redelijk overzichtelijk te vinden. Gemeenten hanteren allemaal hun eigen systeem – waarvan de toegankelijkheid sterk verschilt. Dan is er ook nog eens sprake van een ander soort gekozen volksvertegenwoordigers. In de Tweede Kamer werken politici fulltime, terwijl leden van de gemeenteraad dit werk parttime doen. Ook de gebrekkige lokale of regionale media vormen soms een handicap, omdat die het opvoeren van externe druk vaak lastig maken.

Geconfronteerd met de versnippering van de lobby-opgave, worstelen organisaties met nieuwe problemen. Hoe vinden we de weg in dit woud? Waar moeten we op welk moment zijn? Hoe kunnen we bijvoorbeeld twaalf gemeenten of zeven regio's tegelijkertijd effectief en efficiënt benaderen? Kort en goed: hoe stellen we de juiste prioriteiten?

Een eenduidig antwoord op deze vraag is niet te geven. In de meeste gevallen is het handwerk. Daarbij kunnen de volgende acht vuistregels behulpzaam zijn:

### 1. Selecteer

Dat iets in alle gemeenten speelt betekent niet automatisch dat het overal even belangrijk is. Daarom kan het helpen om criteria te bedenken waaraan de plaats moet voldoen die het best aansluiten bij de organisatie.

Vaak zullen dit gemeenten zijn in een regio met meer dan honderdduizend inwoners of met een grote specifieke doelgroep van de organisatie.

### 2. Maak gebruik van samenwerkingsverbanden

Nederland telt op dit moment 355 gemeenten. Ze zijn er in alle soorten en maten. Op veel beleidsterreinen werken ze intensief samen. De taken dragen ze dan over aan zogenaamde gemeenschappelijke regelingen.

Van deze samenwerkingsverbanden zijn er ruim vijfhonderd in Nederland. Van veiligheidsregio's tot recreatieschappen, van ov-concessiegebieden tot de muziekschool van de streek. De verschillende samenwerkingsverbanden waar gemeenten deel van uit maken zijn te vinden op [www.regioatlas.nl/indelingen](http://www.regioatlas.nl/indelingen). Het gaat dan om samenwerking op sociaal gebied, veiligheid, bestuurlijke samenwerking en fysieke diensten zoals omgevingsdiensten.

Meestal worden deze gemeenschappelijke regelingen bestuurd door een light-variant van de aangesloten gemeenteraden. Een wethouder coördineert en een dwarsdoorsnede van de raadsleden wordt afgevaardigd om te controleren.

Hoe vaak soms ook, deze organen vergaderen, produceren stukken en nemen besluiten. Je kunt ze dus beïnvloeden. Het voordeel is dat je niet alle gemeenten in de regio hoeft te benaderen.

### 3. Richt je op een deel voor het geheel

Soms kan een sterke, zichtbare actie richting een enkele stad grote uitstraling hebben richting andere gemeenten. Een succesvol experiment dat plaatselijk uitgevoerd is of een lokale zaak die de gemoeieren in de media bezighoudt kunnen bijvoorbeeld opgepikt worden door andere gemeenten.



In die gevallen kan het zinnig zijn om je volledig te focussen op die ene gemeente. Deel de informatie vervolgens proactief met gemeenten waarvan je kunt verwachten dat ze met vergelijkbare problematiek te maken krijgen. Een kleine moeite die zich dubbel en dwars terugbetaalt als de kwestie in één van die andere steden opduikt.

#### 4. Nationaliseer

Decentralisatie betekent niet dat het landelijk loket definitief gesloten is. Het Binnenhof blijft altijd een wakend oog hebben voor lokale kwesties. Dit geldt ook voor kwesties waar ze eigenlijk niet meer over mogen beslissen. Zo kunnen plaatselijke beslissers 'van bovenaf' onder druk gezet worden.

Het beste voorbeeld van deze benadering is het stellen van schriftelijke of mondelinge vragen door de Tweede Kamer. Wie dagelijks de nieuw ingediende vragen bekijkt, zal al snel zien dat bijna alle vragen over lokale incidenten gaan – vaak over kwesties waarover de Kamer niet gaat. Aandacht voor de kwestie in een landelijke krant of uitzending is vaak de aanleiding.

Overigens hoeft het nationaliseren van de lokale lobby niet per se op een incident gericht te zijn. Het is ook mogelijk om ministeries in beweging te krijgen. De decentralisatie van het beleid is de laatste jaren hand in hand gegaan met het afsluiten van allerlei 'deals' door de Rijksoverheid: zogenaamde green deals en city deals bijvoorbeeld. Daarbij worden rond thema's gelegenheidscoalities gesloten.

#### 5. Rangschik

Feiten en cijfers hebben de neiging gerelativeerd te worden door bestuurders en politici. Rankings daarentegen maken iedereen nerveus. Het kan daarom goed werken een ranglijst te presenteren die aanzet tot actie: de gemeenten met het minste groen per vierkante meter, het hoogste aantal kinderen zonder zwemdiploma of het laagste aantal muzikleren per hoofd van de bevolking.

Het maken van dit soort vergelijkend onderzoek kost vaak tijd en geld. Maar heel veel informatie is vrij beschikbaar. Bijvoorbeeld in de database Statline van het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS). Hier kan iedereen per thema feiten en cijfers per gemeente opzoeken.

#### 6. Benut de partijlijn

In landelijke politieke partijen bestaan vaak actieve netwerken van lokale politici. Soms gaat dat via een actieve bestuurdersvereniging, soms zijn er thematische werkgroepen die regelmatig bijeenkomen, nieuwsbrieven verspreiden of congressen voorbereiden. Het kan nuttig zijn deze netwerken in kaart te brengen en te benaderen.

Vaak is de bevoegdheid van deze netwerken beperkt. Hun procedures zijn vrijwel altijd weinig vast omrand. Maar er zijn situaties waarin ze van grote invloed kunnen zijn, bijvoorbeeld als lokale en provinciale afdelingen hun verkiezingsprogramma's gaan opstellen. Dit is een uitgelezen moment voor het thematische netwerk om de programmacommissies te benaderen met suggesties.

#### 7. Digitaliseer

Een geslaagde lobby is een transparante lobby. Het lijkt vanzelfsprekend, maar zet alle publicaties, brieven en position papers online. Want als een organisatie niet iedereen kan bereiken, zorg dan dat iedereen de organisatie kan bereiken.

#### 8. Kopieer (als het kan)

'Bij ons is alles anders,' is een uitspraak die je vaak zult horen van de klassieke netwerklobbyist. Zij is immers gebaat bij een gesloten systeem met mysterieuze ongeschreven regels en onnavolgbare onderlinge relaties.

Toch verschillen de manieren waarop het bestuur is ingericht in de praktijk niet zo sterk van elkaar. De processen komen aardig overeen. Organisaties die verschillende besturen moeten beïnvloeden, kunnen hier op inspelen. Een lobbybrief kan redelijk gestandaardiseerd worden: drie alinea's algemene informatie voor alle gemeenten – en de vierde aanpassen voor de specifieke context.

NOC\*NSF heeft voor de gemeenteraadsverkiezingen van 2014 en 2018 een standaard E-zine uitgebracht met ideeën voor verkiezingsprogrammacommissies, aangepast op de kenmerken die voor alle gemeenten hetzelfde zijn. De lokale sportcampagneteams kunnen zich dan concentreren op de plaatselijke context.

# Maak je eigen lobbyplan



4.

Lobbyplannen zijn er in vele soorten en maten. Op pagina 81 vind je een voorbeeld. We lopen de belangrijkste stappen even door.

## Wat is je vraag?

Voordat je gaat beginnen: sta nog eens stil bij de vraag die je hebt. Waarvoor wil je precies lobbyen? Wat is het probleem dat je wil oplossen? Welk doel wil je bereiken? Welke oplossingen zijn er volgens jou mogelijk voor dit probleem? Probeer je vraag, het probleem dat je wilt oplossen en het doel van je lobby goed op te schrijven. Dat stelt je in staat om snel en duidelijk je punt te maken en je lobby af te bakenen. Voor mensen en organisaties die jouw lobby moeten steunen is het belangrijk om precies te weten wat jouw belang is.

## Identiteit

Nu je je vraag helder hebt, kunnen we echt aan de slag. Wie je bent en wat voor soort organisatie je hebt, bepaalt jouw strategie. Wat voor de één goed werkt, kan voor de ander juist nadelig uitpakken. Zo kan het bijvoorbeeld uitmaken of je een vrijwilliger bent of een zelfstandig ondernemer. Ook de structuur van jouw organisatie is van invloed op de strategie: is jouw organisatie een vereniging of een beursgenoteerd bedrijf?

Om te bepalen wat je identiteit is, is het belangrijk dat je je missie en visie kan omschrijven. Missie en visie worden vaak door elkaar gebruikt, maar ze betekenen iets anders. In de missie omschrijf je waar je voor staat, in de visie waar je voor gaat. De missie zegt vaak iets over je verleden. Een vraag die je jezelf zou kunnen stellen: waar komen mijn overtuigingen vandaan? De visie gaat juist over de toekomst: hoe ziet mijn ideale toekomst eruit?

Denk ook eens na welke kernwaarden bij jouw organisatie of initiatief passen. Een kernwaarde is een waarde die jou en jouw idealen omschrijft. Formuleer maximaal drie kernwaarden die jou onderscheiden van anderen. 'Deskundig' is bijvoorbeeld een mooie, maar waarschijnlijk zou iedereen dat zeggen. Gecombineerd met 'bevlogen', 'klantvriendelijk' en 'transparant' word je al veel aantrekkelijker om te steunen.

Als je het heel professioneel aanpakt kan je ook nog een SWOT-analyse maken. Een SWOT is een overzicht met sterktes (strengths), zwaktes (weaknesses), kansen (opportunities) en bedreigingen (threats). Sterktes en zwaktes zeggen iets over jezelf, kansen en bedreigingen iets over de omgeving waarin je opereert. Deze informatie kun je gebruiken om je lobby vorm te geven. Probeer je sterke kanten te laten zien en pak de kansen aan, maar wees je ook bewust van je zwaktes en bedreigingen.

## Speelveld

Genoeg over jezelf, het is hoog tijd om naar de buitenwereld te kijken. Voor een goede lobby is het belangrijk ook te kijken welke actuele publieke discussies voor jou van belang zijn. Dit is makkelijker gezegd dan gedaan - want hoe bepaal je welke externe ontwikkelingen voor jou belangrijk zijn en welke niet?

De onderwerpen waarover debat gevoerd wordt, noemen wij issues. Een voorbeeld: de wachtlijsten in de zorg zijn een issue. Over de omvang van het probleem of de aanpak ervan kun je verschillend denken. De zorg is op zichzelf geen issue, maar een onderwerp. Issues kun je altijd vertalen in een vraag: hoe, wie, wat en/of waar? Dus: hoe lossen we de wachtlijsten in de zorg op? Waarschijnlijk weet je zelf al een paar issues die belangrijk zijn. Vraag mensen in jouw omgeving ook eens wat zij voor jou en jouw organisatie belangrijke issues vinden. Niet alleen aan je medestanders, maar juist ook aan mensen met een andere visie. Wellicht noemen zij dezelfde issues, maar de kans is ook groot dat je toch een paar nieuwe issues te horen krijgt. Grote kans dat je daar iets mee moet gaan doen.

## Belangenanalyse

Kies vervolgens je belangrijkste issue om verder te werken aan je plan. Dit issue is een maatschappelijk vraagstuk waarbinnen jouw vraag, probleem of oplossing uit de eerste stap het best past. Bedenk eerst wie je allemaal moet overtuigen van je oplossing. Wie is de zogenoemde 'besliser'? Is dat de wethouder? Of is dat iemand anders? Zijn het misschien meerdere mensen?

Vervolgens willen we weten welke andere organisaties en mensen invloed hebben op het debat. Je zult zien, in ieder speelveld bevinden zich veel spelers en nog meer standpunten. Het is vaak een helse klus om een goed overzicht te krijgen van alle betrokkenen. De kans is groot dat je een paar partijen over het hoofd ziet. En dan hebben we het nog niet eens over alle meningen en belangen. De lokale ondernemersvereniging, de medewerkers van een buurthuis, een sportclub een kilometer verderop - allemaal kunnen ze andere meningen en belangen hebben bij het issue.

Maak hierbij onderscheid tussen belangen en standpunten. Standpunten kun je beïnvloeden, belangen niet. Probeer per speler op te schrijven welk belang diegene heeft. Zijn er spelers met belangen die onverenigbaar zijn met jouw belang? Die zijn nauwelijks te overtuigen, je kunt ze slechts in de gaten houden. Spelers met belangen die passen bij jouw belang, maar een ander standpunt hebben zijn interessant. Die kun je wellicht overtuigen.

## Lobbystrategie

Je hebt nu een goed beeld van jouw lobbydoel, je eigen organisatie, het publieke debat, de beslissers, de belangen die spelen en de spelers die een rol kunnen vervullen in jouw lobby. Hoog tijd voor een lobbystrategie. In deze fase bedenk je hoe je de besliser uiteindelijk kan overtuigen van jouw idee. Je bepaalt of je alleen gaat lobbyen of dat je partners gaat benaderen. Je bepaalt of je alleen op bestuurders, op de politiek of op het grotere publiek gaat richten. Daarbij kun je kiezen voor het gebruiken van de traditionele media en sociale media of bijvoorbeeld publieke demonstraties of acties.

## Boodschap

Je bent nu bijna klaar om naar buiten te gaan en je lobby te beginnen. Maar sta eerst nog één keer stil bij wat je dan naar buiten gaat brengen: je kernboodschap. Omschrijf allereerst het maatschappelijke probleem: wat gaat er mis? Het probleem ligt in lijn met dat belangrijke issue dat je hebt ontdekt, maar is gekleurd door jouw blik. Laat zien dat het een urgent probleem is. Vertel waarom het probleem nú opgelost moet worden. Schets vervolgens de oplossing die jij voor ogen hebt. Doe dit zo concreet mogelijk, zodat mensen meteen begrijpen dat jouw oplossing dé oplossing is voor dit urgente probleem.

Deze kernboodschap is ongeveer 70 woorden en de basis van alles dat je naar buiten brengt. Schrijf je een tweet, doe dat dan in de lijn van je kernboodschap. Schrijf je een lobbybrief, gebruik de kernboodschap dan als basis en voeg mooie voorbeelden en waar nodig wat extra informatie toe.

## Agenda

Hoewel je in je lobby flexibel moet zijn, kun je veel van tevoren plannen.

Pak allereerst de politieke agenda erbij. Kijk eens op de website van de gemeente voor de agenda's van de komende commissie- en raadsvergaderingen. Er zijn altijd belangrijke momenten die eens in de zoveel tijd terugkomen, zoals je in het hoofdstuk over seizoenen op de Stopera hebt gezien. Denk daarbij aan de behandeling van de begroting of aan de gemeenteraadsverkiezingen.

Als voorbereiding op een debat zijn raadsleden altijd op zoek naar informatie. Tijdens verkiezingscampagnes willen partijen vooral goed zichtbaar zijn. Bedenk dus op welke momenten je actie onderneemt en of deze actie ook aansluit bij de wens en het speelveld van degene bij wie je gaat lobbyen.

Om een beetje efficiënt te werk te gaan is het handig je eigen agenda eens naast de politieke agenda te leggen: welke vergaderingen staan er gepland? Je kan deze momenten ongetwijfeld benutten voor je lobby. Denk na over welke dingen je zou kunnen organiseren of wat voor onderzoek je zou kunnen uitbrengen vlak voor een vergadering. Wees niet terughoudend om af en toe mee te liften met een hype. Alles voor het lobbydoel.

Al deze stappen goed doorlopen? Dan ben je helemaal klaar voor je carrière als burgerlobbyist!

## Je eigen lobbyplan in zeven stappen:

### 1. Wat is je vraag?

Wat is het probleem dat je wilt oplossen?

### 2. Identiteit

Wat is typisch voor jouw organisatie? Wat is je missie?

### 3. Speelveld

Over welke dingen worden vaak discussies gevoerd en door wie?

### 4. Belangenanalyse

Wat is belangrijk voor de betrokken mensen en organisaties?

### 5. Lobbystrategie

Op basis van 1 t/m 4, hoe zou jij je vraag nu willen oplossen?

### 6. Lobbyboodschap

Met welke boodschap treed je naar buiten?

### 7. Maak een agenda

Welke acties ga je wanneer nemen om je lobbyplan uit te voeren?

## Het succes van de scheidsrechterslobby

Door **Tino Wallaart**, scheidsrechter bij AFC IJburg

**Als scheidsrechter doe ik altijd een toss voor wedstrijden van AFC IJburg. De wind kan namelijk ongenadig hard waaien op Sportpark Diemerpark, waar deze jongste club van Amsterdam haar thuisbasis heeft. Keuze van speelhelpt kan daarom echt invloed hebben op het wedstrijdverloop - en regelmatig kiezen de ploegen strategisch rugwind of tegenwind voor de eerste helft.**



Rugwind en tegenwind - zo heeft de voetbalclub in de eerste tien jaar van haar bestaan ook de politieke steun van de gemeente Amsterdam ervaren. In de kinderrijke Vinexwijk moest de vereniging vanaf de bodem worden opgebouwd. De aanleg van velden bleek technisch en financieel ingewikkeld. Maar ze zijn er gekomen, drie kunstgrasvelden. Voor de kleedkamers en de kantine verrezen twee houten noodgebouwen - spartaans maar wel sfeervol. Zo staat er inmiddels, tien jaar na de oprichting, een bloeiende vereniging met meer dan duizend (voornamelijk jonge) leden.

Maar onder de accommodatie tikt een bestuurlijke tijdbom. De houten keten zijn voor maximaal 5 jaar neergezet, in de veronderstelling dat de vereniging nadien haar intrek kon nemen in een echt clubhuis. Daarvoor heeft de gemeente Amsterdam de zogenaamde "een-derde-regeling". Die houdt in dat sportclubs een derde van hun accommodatie gefinancierd kunnen krijgen in drie gelijke delen: als subsidie, als lening van de gemeente en als eigen investering.

Met deze regeling in het achterhoofd heeft het bestuur van de vereniging al enkele jaren geleden besloten om fanatiek te sparen. Probleem is echter dat de huizenmarkt in Amsterdam *booming* is. Bouwkosten rijzen daarom de pan uit. In 2017 stegen ze met meer dan 10 procent. In een paar jaar tijd is de financieringsbehoefte voor de accommodatie gestegen van 1 naar anderhalf miljoen euro. Op een bierviltje valt daarom uit te rekenen dat de spaardrift van AFC IJburg nauwelijks volstaat om de prijsstijging bij te benen. Ondertussen tikt de tijd weg voor het knusse tijdelijke gebouwtje.

De gemeenteraadsverkiezingen van maart 2018 boden echter een nieuwe kans. Vier partijen (GroenLinks, D66, PvdA en SP) begonnen daags na de stembusgang enthousiast met collegebesprekingen. Daarbij werd iets nieuws bedacht. Burgers mochten iets meegeven aan de onderhandelaars. Iedereen die zich bijtijds meldde, kreeg drie minuten om z'n zegje te doen.

Zo belandde ik met meer dan vijftig Amsterdammers op een mooie voorjaarsavond in de aula van de Open Schoolgemeenschap Bijlmer. De net verkozen raadsleden Blom, Flentge, Moorman en Vroege zaten in het panel. Het ene na het andere voorstel werd met passie bepleit door de mensen in de zaal.



Hoe kon de inbreng van AFC IJburg in deze setting indruk maken? Diezelfde week waren er immers nog drie van zulke bijeenkomsten in andere delen van de stad. Het college-in-woording kon onmogelijk alle ingebrachte voorstellen honoreren.

Van tevoren hadden we een aantal stappen genomen, die belangrijk zijn voor iedere succesvolle lobby op gemeentelijk niveau. De belangrijkste vraag vooraf was: kunnen de onderhandelaars er wat mee?

Om die vraag te beantwoorden, hebben we met een timmermansoog naar het onderhandelingsproces gekeken. Een (linksige) signatuur van het nieuwe college tekende zich af. Al de onderhandelende partijen stonden positief tegenover investeringen in sport, jongeren en sociale cohesie. Allemaal pluspunten voor de club. Daarnaast ging het financieel en economisch goed met de stad. De tijd was dus echt rijp.

Maar vervolgens is het de kunst om een voorstel te formuleren dat tegelijkertijd tastbaar, hanteerbaar, algemeen en abstract was. Dat klinkt als veel tegenstrijdige vereisten - en zo is het ook. Tastbaar wil zeggen dat het een duidelijk probleem is waarvoor de gemeente evident iets kan betekenen. Dat was in ons geval geen probleem: de gemeente gaat nu eenmaal zelf over sportaccommodaties en de een-derde-regeling is staand beleid dat gewijzigd kan worden.

Hanteerbaar betekent dat de gemeentebestuurders zich meteen een voorstelling kunnen maken bij beleidswijzigingen die tot een oplossing leiden.

Hier gold de wet van Goudlokje: maak een maatregel niet te groot en niet te klein, maar net daar tussenin. De aanpassing van de regels voor financiering van nieuwe sportaccommodaties is zeker geen kattenpis voor een gemeente. Maar de stad hoeft er niet meteen failliet aan te gaan.

Algemeen wil zeggen dat de voorgestelde maatregel geen uitzonderingsregeling betreft voor je individuele belang. "Wij zijn AFC IJburg - geef ons geld" zou geen aantrekkelijk aanbod zijn voor de raadsleden. Voor het in de bres schieten voor specifieke organisaties of personen hebben Amsterdamse politici zelfs

binnenskamers een schamperende term: zeehondjes redden - en dat willen de meeste partijen graag vermijden. Door in te zetten op aanpassing van de een-derde-regeling, verbreedden we het individueel belang van een nieuw clubhuis naar het algemeen belang van alle sportieve huisvesting in de stad.

Abstract wil zeggen dat je Rome en Parijs niet op een dag moet willen bouwen. Een coalitieakkoord is er om algemene afspraken vast te leggen. Wethouders en raadsleden hebben vier jaar de tijd om die uit te werken tot maatregelen en beleid. Voor sommige dossiers geldt dat ze zo beladen zijn dat er gedetailleerde plannen opgetekend worden in het collegeakkoord. De een-derde-regeling behoorde zeker niet tot die categorie. Het verzoek van de inbreng was dan ook: onderzoek of deze regeling aangepast kan worden in het licht van de oplopende bouwprijzen.

Tot zover de boodschap. Nu de vraag: hoe die over te brengen? De setting van de inspraakavond bood een kans, maar had ook beperkingen. De vier raadsleden in de zaal zouden hoe dan ook overladen worden met informatie, plannen rijp en groen door elkaar. Hoe konden we ons onderscheiden? En hoe konden we bewerkstelligen dat ons pleidooi zou beklijven tussen die vele tientallen pitches?

We kozen ervoor om het pleidooi te laten komen uit een opvallende hoek: vanuit de scheidsrechterscommissie van AFC IJburg. Dat was verrassend. Niet het bestuur dat tot de nek in onderhandelingen zit met gemeente, ontwerpers en aannemers. De scheidsrechter, als symbool van sportiviteit en respect, die vanuit zijn of haar perspectief het belang van een goede accommodatie onderstreept voor de sociale cohesie en sfeer op een club: dat was op z'n minst verrassend.

Daarnaast is het een illusie om te denken dat een praatje genoeg is om de luisteraars 'om' te krijgen. Daarom hadden we de situatie van AFC IJburg kort op schrift gesteld. Dit hebben we ter plekke gedeeld. Vervolgens hebben we de aanwezige raadsleden via de mail bedankt voor hun aandacht en nogmaals staccato de problematiek van de een-derde-regeling onder de aandacht gebracht.

En zo brak er een mooie dag aan in mei 2018 waarop we het plots terug konden lezen, onderaan bladzijde 63 van *Een nieuwe lente en een nieuw geluid; coalitieakkoord GroenLinks / D66 / PvdA / SP*. Citaat: “we onderzoeken hoe de 1/3e regeling kan worden verbeterd zodat verenigingen minder hoeven voor te financieren”.

Een prachtig resultaat natuurlijk! Maar nog lang geen eindpunt voor de lobby. Want nu moet het college van burgemeester en wethouders met dit voorne- men aan de slag. Daarvoor moet AFC IJburg zich blijven inspannen. De tekst in het coalitieakkoord is namelijk niet meer dan een haakje. Je kunt erop terugko- men, contact zoeken met de wethouder voor een gesprek over de uitwerking van dit voornemen of raadsleden vragen te informeren hoe het ervoor staat. En daarvoor gelden steeds weer bovenstaande regels. Hoe is het speelveld van de lokale politiek zich aan het ontwikkelen? Kunnen we nieuwe informatie bieden? Kunnen we de juiste balans aanbrengen tussen tastbaar, hanteerbaar, algemeen en abstract? Kunnen we stapsgewijs concreter worden?

Met lobbyen is het eigenlijk net als met scheidsrechter zijn. Het is een mooie hobby, maar het kost altijd meer tijd dan je van tevoren bedenkt. Als ik komend weekend voor de rust fluit op Sportpark Diemerpark, de wind striemend in de gezichten, begeef ik me nog steeds richting het knusse tijdelijke schrootjes- paleis tussen veld 2 en 3. Maar de goed geïsoleerde, tochtvrije en met beton gefundeerde permanente accommodatie is wel een stap dichterbij gekomen.



## Tien tips van een lokale burgerlobbyist.

**Paul Busker** is deel van de bewonersgroep Valkenburgerstraat. De groep merkte in 2014 een sterke toename van verkeer in de buurt. “We hebben toen samenwerking gezocht met Milieudefensie en de luchtkwaliteit gemeten,” vertelt Paul. “Die cijfers bewezen dat in dit gebied de luchtkwa- liteit ver boven de Europese norm ligt. We hebben onszelf de vraag gesteld: wat willen we eigenlijk wel in deze buurt en wat kunnen wij als bewoners hier aan doen? Zo kwamen we op het idee van het Amstel-IJpark. Dit is een lintpark tussen het Stadhuis en Stopera aan de Amstel en de Prins Hendrik- kade, het Oosterdok en het IJ. Met dit park kan het gebied transformeren tot een aangenaam en uitnodigend stuk stad waar mensen graag doorheen lopen, fietsen, spelen en wonen.”

Als ervaren burgerlobbyist heeft Paul tien tips die hij mee kan geven:

### Lees je in in het onderwerp

“Toen we merkten dat er steeds meer verkeer kwam en de lucht steeds vuiler werd, hebben we eerst buurtbewoners gevraagd of ze dat ook ervoeren. Daarna hebben we via internet uitgezocht wat het probleem precies kon zijn en wat voor oplossingen er op andere plekken al gevonden waren.”

### Vergeet de nuances niet te benoemen in je verhaal

“Alle partijen hebben een ‘eigen’ waarheid. Ook wij. Bij communicatie is het van belang daarmee rekening te houden. Bij inspreken, direct contact met politici/ bewoners en ook op onze website [www.amstel-ijpark.amsterdam](http://www.amstel-ijpark.amsterdam) kan je zien op welke manier.”

### Onderzoek de belangen van verschillende partijen

“Wij hebben niet alleen gesproken met voorstanders van ons plan. Inzicht in andere belangen maakt dat je je verdiept in andere oplossingen. Het is goed om rekening te houden met verschillende belangen.”

## Zoek hulp van een expert op jouw gebied

“Wij hebben bijvoorbeeld landschapsarchitecten, planologen, Milieudefensie etc benaderd. Zij bezitten kennis en contacten en helpen je graag op weg om zo’n idee te realiseren.”

## Samen sta je sterk, dus verenig je!

“De belangrijkste stap is geweest niet alleen als bewoners, maar ook samen met ondernemers in de straat op te treden.”

## Communiceer, bijvoorbeeld via je eigen website of Facebook.

“We hebben ondertussen een eigen website gemaakt waar je informatie kan vinden over het park.”

## Zorg voor geld voor posters en flyers.

“Je kan iets zelf betalen, maar je kunt ook zorgen voor geld. Haal geld op bij ondernemers, regel iets met hen over gebruik van hun ruimte voor vergadering en koffie thee, of meer. Of ga naar de site van de gemeente voor subsidie. In Amsterdam bestaat er een buurtbudget van vijfhonderd euro om iets voor je buurt te doen. Dat kan dus gebruikt worden voor flyers, een website, acties en bijeenkomsten.”

## Organiseer acties en wees origineel

“We organiseren steeds wisselende acties. Zoals een presentatie van het park bij het 750-jarig bestaan van Amsterdam, bij de bewonersraad of de gemeenteraad. Of doe mee met een filmpje, dat brengt je idee ook onder de aandacht van een nieuw publiek.”

## Bedenk: lobbyen kost veel tijd

“Tijd moet je hebben. Ben je met meer mensen, dan kun je de taken verdelen.”

## Zet door en geef niet op!

“Zoals alles gaan zaken via berg en dal. Wanneer je in een dal zit; laat je niet ontmoedigen en bedenk een nieuwe actie.”

## Goed doen wat je goed kan: succes als lobbystrategie

De Boerderij op IJburg is een buurtinitiatief, ontstaan vanuit de wens om een kinderen buurtboerderij in de kinderrijke nieuwbouwwijk IJburg te krijgen. In 2014 kreeg de stichting een tijdelijke vergunning voor twee jaar om de Boerderij op te zetten. Zita Pels is directeur van stichting de Boerderij en tegenwoordig lijsttrekker van de GroenLinks-Statensfractie van Noord-Holland. “We zijn begonnen met een schuur, een paddock en vier pony’s,” vertelt ze. “Inmiddels wonen er dertien pony’s, twee konijnen, twee varkens, vier kippen, vijf cavia’s, twee geiten, twee bijenvolken en een grote bak vol compostwormen op de Boerderij. Daarnaast zijn er faciliteiten gemaakt voor paardrijlessen en speelvoorzieningen.”

## Een boerderij in een nieuwbouwwijk

Sinds de start is niet alleen het aantal dieren gegroeid, maar is ook het programma van de Boerderij steeds verder ontwikkeld en zorgen de medewerkers er samen met vrijwilligers, personeel en de dieren dagelijks voor dat kinderen kunnen genieten van buiten spelen, kennis kunnen maken met dieren, paardrijlessen kunnen volgen en mee kunnen doen aan vakantiecampen. Zita legt uit: “Voor kinderen met een zorgvraag hebben wij speciale activiteiten, waaronder speelochtenden voor kinderen met autisme en bezoeken door kinderen met een meervoudige beperking. Ook voor volwassenen met een zorgvraag hebben we mogelijkheden, zoals dagbesteding.”

Inmiddels is het zo dat jaarlijks 50.000 mensen de Boerderij bezoeken, wekelijks 250 kinderen deelnemen aan de lessen en in de afgelopen twee jaar al meer dan duizend kinderen deelgenomen hebben aan de lessen - waaronder tweehonderd kinderen via de Stadspas en het Jeugdspoortfonds. De organisatie achter de Boerderij op IJburg is een stichting. “We ontvangen geen structurele subsidie en zijn dus afhankelijk van eigen inkomsten, voornamelijk van deelnemers aan de lessen,” legt Zita uit.

## Van tijdelijk project naar onmisbaar onderdeel van de wijk

De Boerderij begon als een breed gedragen buurtinitiatief. Vele buurtbewoners hebben meegeholpen met het plaatsen van het hekwerk voor de dierverblijven en aan de bouw van de schuur waarin bij slecht weer gescholen kan worden. “Waar we startten met enkele



lessen, groeiden we binnen twee maanden uit naar een lesaanbod op zes dagen per week,” herinnert Zita zich. En daar hield de groei niet op. Er was zoveel vraag naar de activiteiten van de Boerderij dat na een half jaar werd uitgebreid zodat andere dieren konden worden gehuisvest en er paardrijles kon worden aangeboden. Ook daar bleek veel vraag naar.

De buurt steunt de Boerderij niet alleen als leuk buurtinitiatief, maar werd ook de belangrijkste afnemer van het aanbod, wat de Boerderij verder versterkt heeft. Dat maakte de Boerderij onafhankelijk van subsidies, en daarmee onafhankelijk van de gemeente. “Die steun uit de buurt bleek van groot belang: slechts een jaar na onze start hoorden we via dat eerdere plannen voor een vrije aanbesteding van de kavel waar wij tijdelijk mochten zitten van tafel was en er op ‘onze’ kavel een tennishal gebouwd zou worden. Dit was strijdig met de eerdere toezegging van een gelijke kans in een aanbesteding.”

“Wij als medewerkers van de Boerderij, maar ook de buurt, begrepen niet hoe dit kon nadat de Boerderij zo’n succesvolle start had gekend en zo’n breed draagvlak had opgebouwd. We zijn vervolgens een petitie gestart die door meer dan 3500 mensen werd ondertekend.”

Naast de lokale pers heeft ook de landelijke pers daar aandacht voor. Al snel volgt een gesprek met de wethouder én een toezegging om te onderzoeken wat de mogelijkheden zijn om de Boerderij op een andere locatie voort te zetten. “De steun uit de buurt, de brieven die bewoners naar de gemeenteraad stuurden en de grote hoeveelheid handtekeningen zorgden ervoor dat wij ruggensteun hadden,” vertelt Zita. “Tegelijkertijd hoefden we niet afhankelijk te zijn van subsidie van dezelfde gemeente die ons op dat moment het liefst zag verdwijnen ten behoeve van de te bouwen tennishal.”

Een lang proces met veel overleg met de gemeente volgt. Na anderhalf jaar lijkt de uitkomst echter negatief te zijn: in de wijk is geen plek en de gemeente wil niet bijdragen aan de vestiging van de Boerderij op een locatie net buiten de stadsgrens.

### Succes als strategie

Tijdens het proces en de onderhandelingen met de gemeente groeit de Boerderij door. De organisatie professionaliseert, het aanbod wordt volledig beschikbaar gemaakt voor kinderen in armoede en in de woorden van Zita: “we maakten vliegrepen in wat we goed kunnen: mensen met elkaar verbinden via dieren en natuur.” Niet alleen de impact op de wijk wordt daardoor groter, maar op de gehele stad. Het verhaal van de Boerderij reikt steeds verder de andere buurten in, waardoor het verzorgingsgebied - maar ook het belang van het behoud van de Boerderij! - toeneemt. De positie van de Boerderij ten opzichte van de politiek versterkt.

“Toen de onderhandelingen op een negatieve uitkomst afstevenden en de tijd tot het einde van de lopende vergunning steeds dichterbij kwam, hebben we besloten in te spreken bij verschillende commissies van de gemeenteraad. Bij die inspraak brachten we vooral de successen van de Boerderij naar voren deden we met humor een oproep aan de commissieleden aan de wethouder om ons te helpen en voor de Boerderij te strijden.”

Het resultaat daarvan mag er wezen: in de commissies ontstaat unaniem steun, waarbij verschillende partijen die steun toelichten en het belang van de Boerderij benadrukken. Dat schept ook een positief klimaat voor de wethouder om aan een toekomst voor de Boerderij te werken: er volgt al snel een nieuw gesprek waarin er met de wethouder een akkoord wordt gesloten over de plek en een bijdrage aan de nieuwe locatie.



# Wie is wie? in het college van B&W



Burgemeester  
**Femke Halsema**



**Touria Meliani**  
Wethouder Kunst & Cultuur,  
Personeel & Organisatie en Vastgoed



**Udo Kock**  
Wethouder Financiën en  
Economische Zaken



**Rutger Groot Wassink**  
Wethouder Sociale Zaken,  
Diversiteit en Democratisering





**Sharon Dijksma**  
Wethouder Verkeer & Vervoer,  
Water en Luchtkwaliteit



**Marjolein Moorman**  
Wethouder Onderwijs,  
Armoede en Inburgering



**Laurens Ivens**  
Wethouder Wonen, Bouwen,  
Openbare Ruimte en Groen



**Marieke van Doorninck**  
Wethouder Ruimtelijke Ontwikkeling  
en Duurzaamheid



**Simone Kukenheim**  
Wethouder Zorg, Jeugd(zorg),  
Beroepsonderwijs en Sport

# Wie is wie?

in de Amsterdamse gemeenteraad

## GroenLinks



Lene Grooten  
[l.grooten@raad.amsterdam.nl](mailto:l.grooten@raad.amsterdam.nl)



Jasper Groen  
[j.groen@raad.amsterdam.nl](mailto:j.groen@raad.amsterdam.nl)

Femke Roosma  
[froosma@raad.amsterdam.nl](mailto:froosma@raad.amsterdam.nl)  
Fractievoorzitter



Imane Nadif  
[I.Nadif@raad.amsterdam.nl](mailto:I.Nadif@raad.amsterdam.nl)



Deniz Karaman  
[d.karaman@raad.amsterdam.nl](mailto:d.karaman@raad.amsterdam.nl)



Zeeger Ernsting  
[zernsting@raad.amsterdam.nl](mailto:zernsting@raad.amsterdam.nl)



Simion Blom  
[s.blom@raad.amsterdam.nl](mailto:s.blom@raad.amsterdam.nl)

Dorrit de Jong  
[d.de.jong@raad.amsterdam.nl](mailto:d.de.jong@raad.amsterdam.nl)



Nienke van Rensen  
[n.van.rensen@raad.amsterdam.nl](mailto:n.van.rensen@raad.amsterdam.nl)



Tirza de Fockert  
[t.de.fockert@raad.amsterdam.nl](mailto:t.de.fockert@raad.amsterdam.nl)





## D66



Reinier van Dantzig

[r.van.dantzig@raad.amsterdam.nl](mailto:r.van.dantzig@raad.amsterdam.nl)

Fractievoorzitter

Marijn Bosman  
[m.bosman@raad.amsterdam.nl](mailto:m.bosman@raad.amsterdam.nl)



Dehlia Timman  
[d.timman@raad.amsterdam.nl](mailto:d.timman@raad.amsterdam.nl)



Alexander Hammelburg

[a.hammelburg@raad.amsterdam.nl](mailto:a.hammelburg@raad.amsterdam.nl)



Yassmine el Ksaihi  
[y.el.ksaihi@raad.amsterdam.nl](mailto:y.el.ksaihi@raad.amsterdam.nl)



Jan-Bert Vroege

[j.vroege@raad.amsterdam.nl](mailto:j.vroege@raad.amsterdam.nl)



Ilana Rooderkerk

[i.rooderkerk@raad.amsterdam.nl](mailto:i.rooderkerk@raad.amsterdam.nl)

Hülya Kat  
[h.kat@raad.amsterdam.nl](mailto:h.kat@raad.amsterdam.nl)



## VVD



Eric van der Burg

[e.vanderburg@vvdamsterdam.nl](mailto:e.vanderburg@vvdamsterdam.nl)

Fractievoorzitter

Dorienke de Grave-Verkerk

[d.degrave@vvdamsterdam.nl](mailto:d.degrave@vvdamsterdam.nl)



Marianne Poot

[m.poot@vvdamsterdam.nl](mailto:m.poot@vvdamsterdam.nl)

Rik Torn  
[r.torn@vvdamsterdam.nl](mailto:r.torn@vvdamsterdam.nl)





Hala Naoum Néhmé  
[h.naoumnehme@vvdamsterdam.nl](mailto:h.naoumnehme@vvdamsterdam.nl)



Anne Marttin  
[a.marttin@vvdamsterdam.nl](mailto:a.marttin@vvdamsterdam.nl)



**PvdA**  
Sofyan Mbarki  
[s.mbarki@raad.amsterdam.nl](mailto:s.mbarki@raad.amsterdam.nl)  
Fractievoorzitter



Nenita La Rose  
[n.la.rose@raad.amsterdam.nl](mailto:n.la.rose@raad.amsterdam.nl)



**SP**  
Erik Flentge  
[e.flentge@raad.amsterdam.nl](mailto:e.flentge@raad.amsterdam.nl)  
Fractievoorzitter



Hendrik-Jan Biemond  
[h.biemond@raad.amsterdam.nl](mailto:h.biemond@raad.amsterdam.nl)



Carolien de Heer  
[c.de.heer@raad.amsterdam.nl](mailto:c.de.heer@raad.amsterdam.nl)



Nicole Temmink  
[n.temmink@raad.amsterdam.nl](mailto:n.temmink@raad.amsterdam.nl)



Tiers Bakker  
[tbakker@raad.amsterdam.nl](mailto:tbakker@raad.amsterdam.nl)



Dennis Boutkan  
[d.boutkan@raad.amsterdam.nl](mailto:d.boutkan@raad.amsterdam.nl)



## Partij voor de Dieren

Johnas van Lammeren

[j.vanlammeren@partijvoordedieren.nl](mailto:j.vanlammeren@partijvoordedieren.nl)

Fractievoorzitter



Anke Bakker

[abakker@raad.amsterdam.nl](mailto:abakker@raad.amsterdam.nl)



Jennifer Bloemberg-Issa

[j.bloemberg@raad.amsterdam.nl](mailto:j.bloemberg@raad.amsterdam.nl)



## DENK

Mourad Taimounti

[m.taimounti@raad.amsterdam.nl](mailto:m.taimounti@raad.amsterdam.nl)

Fractievoorzitter



Numan Yilmaz

[n.yilmaz@raad.amsterdam.nl](mailto:n.yilmaz@raad.amsterdam.nl)



Ayşegül Kiliç

[a.kilic@raad.amsterdam.nl](mailto:a.kilic@raad.amsterdam.nl)



## CDA

Diederik Boomsma

[dboomsma@raad.amsterdam.nl](mailto:dboomsma@raad.amsterdam.nl)

Fractievoorzitter



## Bij1

Sylvana Simons

[sylvana.simons@raad.amsterdam.nl](mailto:sylvana.simons@raad.amsterdam.nl)

Fractievoorzitter





## Forum voor Democratie

Annabel Nanninga

[a.nanninga@raad.amsterdam.nl](mailto:a.nanninga@raad.amsterdam.nl)

Fractievoorzitter



Anton van Schijndel

[anton.van.schijndel@raad.amsterdam.nl](mailto:anton.van.schijndel@raad.amsterdam.nl)



Kevin Kreuger

[k.kreuger@raad.amsterdam.nl](mailto:k.kreuger@raad.amsterdam.nl)



## Partij van de Ouderen

Wil van Soest

[w.van.soest@raad.amsterdam.nl](mailto:w.van.soest@raad.amsterdam.nl)

Fractievoorzitter



## ChristenUnie

Don Ceder

[d.ceder@raad.amsterdam.nl](mailto:d.ceder@raad.amsterdam.nl)

Fractievoorzitter

## Stichting Lobby Lokaal

Lobby Lokaal zet zich in om lobbyen toegankelijk te maken voor lokale initiatieven met weinig (sociaal) kapitaal die zich inzetten voor groen, cultuur, jeugd, gezondheid en sociale cohesie op gemeentelijk niveau.

Stichting Lobby Lokaal is een initiatief van WKPA.

Emmy Andriessestraat 280

1087 ML Amsterdam

+31 (0)6 5763 9538

» [lobby@stichtinglobbylokaal.nl](mailto:lobby@stichtinglobbylokaal.nl)

» [www.stichtinglobbylokaal.nl](http://www.stichtinglobbylokaal.nl)

# lobby, lokaal

## Wallaart & Kusse Public Affairs

De wereld van politiek en bestuur is dynamisch en verandert continu.

Het Amsterdamse adviesbureau WKPA helpt organisaties, bedrijven en individuen bij het ontwikkelen van een winnende public affairs-strategie in het moderne informatietijdperk.

Emmy Andriessestraat 280

1087 ML Amsterdam

+31 (0)20 3346620

» [info@wkpa.nl](mailto:info@wkpa.nl)

» [www.wkpa.nl](http://www.wkpa.nl)

» [@WallaartKussePA](https://twitter.com/WallaartKussePA)

# Wallaart & Kusse

public affairs

Dit boekje is een initiatief van Stichting Lobby Lokaal en Wallaart & Kusse Public Affairs (WKPA). Wij zijn van mening dat iedereen invloed moet kunnen uitoefenen op zijn of haar omgeving en moet kunnen lobbyen op lokaal niveau. Niet iedereen heeft echter de tijd, middelen en de expertise om een lobby te starten. Door het delen van kennis, ervaringen en tips omtrent lokale belangenbehartiging hopen we anderen te helpen en te motiveren een lokale lobby te starten. Wij geloven namelijk dat de wereld een stukje mooier wordt als iedereen de kans krijgt zijn of haar belang te behartigen.

### Initiatief

Stichting Lobby Lokaal

Wallaart & Kusse Public Affairs

### Tekst

Vanuit WKPA en Lobby Lokaal is dit boek geschreven door Bob van Eenennaam, Eefje Appel, Joram Schollaardt, Mara van Waveren, Mette Vreeken, Meinte Kingma, Myrthe Kusse, Rutger van der Veen, Tino Wallaart en Wietse Jelles. De gastschrijvers worden vermeld per hoofdstuk.

### Vormgeving

Kim Lewis

### Fotografie

Anna Lakmaker, tenzij anders vermeld.

### Drukwerk

53 Graden Noord

We willen iedereen bedanken die we het hemd van het lijf mochten vragen over lokale belangenbehartiging in Amsterdam. Wij weten zeker dat jullie ervaringen als inspiratiebron dienen voor alle lezers die op het punt staan een lokale lobby te starten.

In het bijzonder danken wij: Aline Muylaert, Annet Zondervan, Carolien de Heer, Cas Bool, Eline Peters, Eric van der Burg, Ernestine Comvalius, Gijs Verbraak, Job Cohen, Josien Pieterse, Jurjen van den Bergh, Marije Willems, Marike Simons, Marlous Willemsen, Maud van de Wiel, Nick Knoester, Paul Busker, Pier Hornstra, Pieter Veldhuizen, Rick Vermin, Ruben Koops, Sylvana Simons, Sywert van Lienden, Tino Wallaart en Zita Pels.

Help ons dit boekje nog beter te maken en het bij de tijd te houden. Zie je iets wat beter of anders kan? Laat het gerust weten via [lobby@stichtinglobbylokaal.nl](mailto:lobby@stichtinglobbylokaal.nl).

[stichtinglobbylokaal.nl](https://stichtinglobbylokaal.nl)



Begin met lokaal lobbyen  
en word burgerlobbyist  
voor jouw idee of project.

een initiatief van  
**Stichting Lobby Lokaal** en  
**Wallaart & Kusse Public Affairs**