



CASTROCOMMUNICATIE

# Lobby met resultaat

Hoe zet je een effectieve lobby op?




met  
stappen-  
plan!



Wat is het beleid van de overheid op een bepaald terrein, hoe beïnvloed je dat beleid, met welke ambtenaren, politici of bestuurders dien je daarvoor te spreken en wat moet je ze vertellen? Dat zijn vragen waar vrijwel alle bedrijven en organisaties regelmatig tegenaan lopen. Dit Castro paper heet 'Lobby met resultaat' en gaat over hoe je een succesvolle lobby opzet. Wij houden niet van dikke (en dure!) lobbystrategieën en geouwehoer. We houden wel van aanpakken en actie. Dit Castro paper laat je met vijf concrete acties echt aan de slag gaan.



### **Actie 1: Weet wat er speelt**



Voor veel bedrijven en organisaties geldt dat de overheid 'een andere taal' spreekt. De meeste ondernemers en bestuurders hebben het in hun dagelijks werk niet over moties en amendementen, wetswijzigingen, concept-bestemmingsplannen, subsidieverordeningen en vergunningprocedures. Een kleine minderheid volgt frequent besluitvorming bij de lokale, provinciale en nationale overheid. Dat is logisch. Meestal heb je het al druk genoeg met andere zaken en wat er in 'de politiek' wordt besloten is lang niet altijd interessant en relevant voor jouw bedrijf of organisatie. Voordat je echter goed kunt bepalen of de door jou gewenste beleidswijziging, subsidie of vergunning realistisch is en bij wie je met welke boodschap aan de bel moet trekken, is het belangrijk om te weten wat er speelt bij de verschillende overheden. Wat is nu het beleid, is dit net veranderd of gaat dit juist binnenkort veranderen en wie besluit daarover? Zijn er afspraken over jouw onderwerp in het coalitieakkoord gemaakt? Of moet een onderwerp zelfs nog helemaal op de agenda worden gezet? Het is belangrijk de antwoorden op deze vragen goed op een rijtje te hebben.

## CHECKLIST

- Weet je bij welke overheid (lokaal, provinciaal, nationaal, Europees) je moet zijn?
- Weet je wat nu het beleid is?
- Zijn er over jouw onderwerp afspraken in het coalitieakkoord gemaakt?
- Is er onlangs al een besluit genomen? Of wordt dit juist (binnenkort) verwacht? Of moet een onderwerp nog worden geagendeerd?
- Wat zijn de standpunten van de verschillende bestuurders en politieke partijen?
- Hoeveel tijd heb je nog om je lobby op te zetten en uit voeren?

## Actie 2: Weet wat je wilt

Bedrijven en organisaties weten vaak welk lobbydoel ze (het liefst) willen bereiken bij de overheid. Dat is een mooi begin. Maar het is niet voldoende en het is vaak ook maar de vraag hoe realistisch die wens is. Bij een succesvolle lobby gaat het er om dat je precies weet welk besluit nodig is. Gaat het om een totaal nieuwe wet, een subsidiebesluit, een aanpassing in een verordening, een wijziging van een bestemmingsplan? Of dient er juist een motie of amendement aangenomen te worden? Meestal zijn er verschillende manieren om tot je resultaat te komen. Bij actie 2 breng je in kaart welk besluit op welke plek nodig is om tot je gewenste resultaat te komen.

## CHECKLIST

- Weet je welk lobbydoel je wilt bereiken?
- Weet je hoe realistisch het bereiken van dit lobbydoel is?
- Weet je wie er welk soort besluit moeten nemen om dit lobbydoel te realiseren?



### Actie 3: Kies de juiste mensen

Bij de Europese Commissie werken zo'n 32.000 ambtenaren, bij de Gemeente Amsterdam zo'n 13.000. De Tweede Kamer heeft 150 leden en Provinciale Staten van bijvoorbeeld Zuid-Holland bestaat uit 55 leden. Voor al deze 'overheidsorganen' geldt dat er dus ontzettend veel personen zijn die mogelijk een rol spelen bij besluitvorming over het onderwerp dat voor jou van belang is. Als je helder in kaart hebt gebracht wat er nu speelt en wat je zelf wilt bereiken, is een logische volgende stap om op een rij te zetten wie er betrokken zijn bij dat besluit. Wiens steun heb je in elk geval nodig? Welke ambtenaren zijn verantwoordelijk voor jouw dossier? Wie is de bestuurder, minister, gedeputeerde, wethouder etc.? Welke partijen zitten in de coalitie en oppositie? Wie zijn de woordvoerders namens de fracties en wat is hun achtergrond? Bij een succesvolle lobby is het belangrijk dat je helder in kaart hebt bij wie je moet en wilt zijn.

#### CHECKLIST

- Weet je welke ambtenaren verantwoordelijk en betrokken zijn bij jouw onderwerp?
- Weet je welke bestuurder verantwoordelijk is voor jouw onderwerp?
- Weet je welke politieke partijen bij de besluitvorming zijn betrokken en wie hun woordvoerders zijn?



### Actie 4: Kies het juiste moment

Bij een succesvolle lobby is timing erg belangrijk. Als over een onderwerp vorige maand een besluit is genomen ben je spijtig genoeg over het algemeen te laat. Wordt volgende week een besluit verwacht dan is de kans ook erg groot dat je te laat bent. Idealiter ben je er in een vroegtijdig stadium bij als betrokkenen (ambtenaren, bestuurders, politici) hun definitieve mening nog moeten vormen. Probeer dan ook tijdig om met hen in contact te komen en doe dit voorbereid, doordacht en (dus) niet overhaast.

#### CHECKLIST

- Weet je of ambtenaren, bestuurders en politici hun standpunt al hebben bepaald?
- Weet je hoe de planning voor jouw onderwerp eruit ziet en wanneer je het beste contact kunt opnemen met ambtenaren, bestuurder(s) en politici?

## Actie 5: Kies de juiste boodschap

Zeker in de politiek is er een belangrijk verschil tussen gelijk hebben en gelijk krijgen. Hoe overtuigd je ook bent van je eigen standpunt, boodschap of plan, het gaat er in ambtelijke en politieke besluitvorming om dat de juiste personen het met je eens zijn. Denk daarom goed na over wat je boodschap is. Zorg ervoor dit zo goed mogelijk aansluit bij wat 'de politiek' belangrijk vindt. Let daarbij goed op de (politieke) achtergrond van bestuurders en politici. Het is bijvoorbeeld kansrijker om bij een politicus van GroenLinks te pleiten voor een grotere rol van de overheid en meer subsidie dan bij een VVD'er. Denk goed na over waarom jouw plan ook voor een bestuurder en politieke fracties interessant kan zijn.

### CHECKLIST

- Weet je waarom het voor een bestuur en de verschillende politieke fracties interessant kan zijn om je plan te steunen?
- Kun je duidelijk uitleggen waarom een ambtenaar, bestuurder en/of politieke fractie je plan zou moeten steunen?
- Is je boodschap gericht op je eigen gelijk of juist op het overtuigen van de ontvanger(s)?



Als je deze acties en stappen goed hebt doorlopen ben je klaar om aan de slag te gaan met je lobby. Heb je hulp nodig of wil je advies over jouw lobby? Castro Communicatie staat voor je klaar.

### Over Castro Communicatie

Castro Communicatie is een onafhankelijk, helder en vrolijk communicatiebureau en lobbykantoor. Wij zijn aantoonbaar succesvol in het helpen van bedrijven, organisaties en overheden met hun communicatie, lobby en citymarketing. Wij adviseren grote én kleine bedrijven en organisaties: van startups tot multinationals en van goede doelen tot brancheorganisaties. Benieuwd naar wat wij voor jouw bedrijf of organisatie kunnen betekenen? We gaan graag met je in gesprek. Neem gerust contact met ons op via [castro@castrocommunicatie.nl](mailto:castro@castrocommunicatie.nl) of 06 - 104 66 828. Veel succes gewenst!

Vrolijke groeten,  
Stefan de Bruijn, Jolien van Delft en Frits Huffnagel