



GEMEENTERAADS- VERKIEZINGEN 2014

*Het uitoefenen van invloed door de leden
van de Vereniging Federatie Opvang*

Handreiking met praktische Tips



Colofon

Deze publicatie is voor de leden van de Vereniging Federatie Opvang.

Rina Beers, Anneke Heerma (opmaak), Marloes van der Sande,
Tina-Marie Schuurmans en Bernd Timmerman

© 2013, Stichting Federatie Opvang
Bezoekersadres: Regentesselaan 31
3818 HH Amersfoort
www.opvang.nl

Voorwoord

Op 19 maart 2014 vinden de Gemeenteraadsverkiezingen plaats. Meer dan ooit zijn er belangrijke veranderingen op komst. De stelselveranderingen in de Awbz, de gewijzigde Wmo en de decentralisatie van de jeugdzorg vormen een enorme uitdaging voor gemeenten.

Er komen nieuwe taken op gemeenten af en de bezuinigingen gaan nog wel even door. Meer en meer wordt er ook gekeken naar de eigen kracht van mensen, dat wat ze nog zelf kunnen voordat er beroep kan worden gedaan op gemeentelijk gefinancierde hulp. Maar niet iedereen is even zelfredzaam. Altijd zullen er mensen blijven die niet zonder hulp van anderen en de overheid kunnen.

Ieder mens wil kunnen deelnemen aan de samenleving en zich er gewaardeerd, thuis en veilig voelen. Wanneer zijn krachten en kwaliteiten worden aangesproken, is de kans op succesvolle deelname het grootst en zal de behoefte aan ondersteuning het kleinst zijn.

De opvang, zorg en begeleiding van de kwetsbare mensen in de samenleving vallen onder de regie van de gemeenten. We staan aan de vooravond van een nieuw jaar waarin de gemeente nog meer de regisseur wordt van het sociale domein. Dat biedt kansen voor leden van de Federatie Opvang.

Door de gemeentelijke taakverbreding en de decentralisaties is het beter mogelijk om verbindingen te leggen en te zorgen voor integraal afgestemd beleid als het gaat om Wmo, Awbz, jeugdzorg, schuldhulpverlening, participatie, werk en inkomen. Preventie en samenwerking zijn waarschijnlijk de beleidsthema's voor de komende 4 jaar. De maatschappelijke opvang, begeleid & beschermd wonen en vrouwenopvanginstellingen zijn de experts zonder wie de gemeenten het werk niet kunnen doen. Het is ook een thema – opvang voor en hulp aan kwetsbare mensen – dat een ieder aanspreekt en waar voor binnen gemeenten altijd aandacht is. De gemeenteraadsverkiezingen betekenen dan ook – nogmaals nu meer dan in het verleden door de decentralisatie – dat er sprake is van een uniek moment voor de opvang om zich te positioneren en te profileren. Om nog beter op het netvlies van partijen, politici en bestuurders te staan.

Er zijn de komende maanden dan ook volop kansen om beleid te beïnvloeden. Een belangrijk aspect van de gemeentelijke beïnvloeding is namelijk de lobby voorafgaand aan de gemeenteraadsverkiezingen. En ook na de verkiezingen, tijdens de vorming van een college van B & W, is het belangrijk te lobbyen voor een beleid dat cliënten van uw instellingen recht doet en waardoor u als expert dat kan doen waar u het beste in bent. Uw lobby is natuurlijk een onderdeel van het structurele belangenbehartigingsbeleid (public affairs) van uw instelling op lokaal en regionaal niveau.

Met deze publicatie wil de Federatie Opvang u ondersteunen in uw lokale belangenbehartiging.

Mocht u vragen hebben of advies wensen neemt u dan contact op met: Bernd Timmerman, hoofd belangenbehartiging en communicatie (b.timmerman@opvang.nl)



Wij wensen u veel succes bij uw lobby voor, tijdens en na de gemeenteraadsverkiezingen van 2014!

Inhoudsopgave

Gemeenteraadsverkiezingen 2014

Het uitoefenen van invloed door de leden van de Vereniging Federatie Opvang

- 1 Doelen**
 - 1.1 Opvang in verkiezingsprogramma's
 - 1.2 De cliënt en de kiezer centraal
 - 1.3 Opvang in collegeprogramma
 - 1.4 Nieuw college van B & W

- 2 Middelen**
 - 2.1 Flyer Federatie Opvang
 - 2.2 Beeld van de Opvang en de factsheets
 - 2.3 White Paper Opvang
 - 2.4 Werkbezoeken
 - 2.5 Social media

- 3 Tot slot**



1. Doelen

De overheid legt taken terug bij de samenleving. Het is een omslag in de relatie overheid – burger. Er is sprake van een paradigmashift. Misschien is dit wel het einde van de verzorgingsstaat zoals we die kennen en moet de burger – in zijn lokale omgeving - zelfredzaam zijn. Aanspraken op rechten komen te vervallen en er kan een schaarste zijn aan voorzieningen. Van mensen wordt verwacht dat zij de zorg zelf meer en meer organiseren met hulp van de directe omgeving. Alleen diegenen die niet of onvoldoende in staat zijn zich zelf te redden komen in aanmerking voor hulp van de gemeente.

Het is voor de leden belangrijk om het beleid te beïnvloeden, maar juist ook in bovenstaand licht om de zichtbaarheid van de cliënten te vergroten en de oplossingen die u biedt binnen de complexiteit van de problemen goed te laten zien.

Het is belangrijk dat de leden van de Federatie Opvang het initiatief nemen op die terreinen waarop zij de deskundigen zijn. Het gaat om kennis van mensen met ingewikkelde problemen.

De bestuurders bij gemeenten denken vooral in het oplossen van bestaande problemen. U als instelling bent in wezen een oplosser van problemen van de gemeentelijke overheid. De gemeenten zijn dan ook gebaat bij instellingen die meedenken en begrijpen wat de gemeente(n) voor ogen heeft. Instellingen die aangeven wat de omvang van de knelpunten in die gemeente(n) zijn als het gaat om zelfredzaamheid van kwetsbare mensen. Het bieden van de oplossingen van de opvang voor deze cliënten maakt u tot een gesprekspartner waar de gemeente niet omheen kan.

De Federatie Opvang heeft een aantal doelen gesteld voor de politieke beïnvloeding op gemeentelijk niveau. We hebben deze in een flyer samengevat. Het zijn de speerpunten van u als lid van de Vereniging (zie 2.1 Flyer).

Gedurende de zomer van 2013 worden bij de meeste partijen de verkiezingsprogramma's definitief gemaakt. Vanaf november 2013 tot maart 2014 vindt de campagne plaats. Na 19 maart 2014 begint de vorming van het college en wordt het collegeprogramma opgesteld.

In iedere fase van de verkiezingen en na de verkiezingen heeft u optimale kansen om uw organisatie, de cliënten en de issues onder de aandacht te brengen van de beleidsmakers, uw partners, de cliënten en het publiek:

Fase 1: Schrijven van de verkiezingsprogramma's

Fase 2: Campagnetijd

Fase 3: Coalitievorming en vaststellen van de collegeprogramma's

Fase 4: Nieuwe beleidsvorming van het college van B & W

In al deze fases kunt u uw organisatie, de cliënten en uw punten zichtbaar maken.

Tijdens alle fases kunt u invloed uit oefenen op het (toekomstige) gemeentebestuur.



TIP

1. Partijen schrijven het programma (zomer – vroege najaar 2013).
2. Programma's worden besproken met leden
3. Programma's officieel vastgesteld.
4. De campagneperiode (eind 2013 tot verkiezingsdag 19 maart 2014).
6. Collegeonderhandelingen en vaststellen van het collegeprogramma.
7. Structureel Public Affairs beleid naar nieuwe beleidsmakers: u kiest uw speerpunten, kiest een strategie, maakt een plan van aanpak en voert deze zo goed als kan uit.

Kijk s.v.p. naar het huidige collegeprogramma en naar de partijprogramma's van de vorige gemeenteraadsverkiezingen.

1.1 Opvang in verkiezingsprogramma's

Een eerste stap voor u is wanneer de politieke partijen werken aan hun verkiezingsprogramma. Zij nemen standpunten in over beleidsdoelen voor de komende 4 jaar. Wij hopen natuurlijk vooral op veel concrete maatregelen, maar een korte opmerking in partijprogramma's geven vaak al een intentie aan waar later op terug kan worden gekomen bij de coalitiebesprekingen en de ontwikkeling van beleid.

TIP

Het belangrijkste is dat u snel contact zoekt met de schrijvers van het verkiezingsprogramma.

Zoek daarom uit wie de schrijvers zijn binnen de politieke partijen in uw gemeente(n). Vaak is er een werkgroep of commissie die zich hier mee bezig houdt. Veel partijen hebben ook gemeentelijke websites. Het beste is als u telefonisch of face to face contact heeft. Lukt dit niet, schrijf de werkgroep of commissie dan een brief en stuur de flyer mee.

U wilt natuurlijk weten wat u kunt vragen en wat u gaat bieden. Het mooiste is als u tijd ziet om door middel van een quick scan de afgelopen vier jaar te analyseren.

TIP

Maak voor u zelf een analyse. Wat vindt u dat er goed en minder goed is gegaan bij het gemeentelijk beleid voor kwetsbare mensen? Welke knelpunten spelen er op dit moment? Welke trends en ontwikkelingen ziet u? Wat zou het beleid moeten zijn? Wat is uw rol bij het oplossen van de gemeentelijke knelpunten en welke innovaties zijn er in uw werkveld?

Dan is het tijd om te gaan lobbyen. U wilt uw standpunten in het verkiezingsprogramma van de diverse partijen terugvinden. Hoe kunt u dit het beste doen?

TIP

U kunt het beste naar de diverse procedures informeren bij de afdelingen van politieke partijen in uw gemeente(n):

1. Wie schrijven het verkiezingsprogramma? Is er een coördinator en wat is zijn email?
2. Hoe verloopt de fasering van het schrijven van het programma?
3. Hoe wordt het programma vastgesteld?
4. Is er een ledenbijeenkomst?

Let op: Ook als de programma's geschreven zijn kunt u nog invloed uitoefenen. Bent u zelf lid van een partij, ga naar de bijeenkomst waar het programma wordt besproken en vastgesteld. Er is altijd een procedure om amendementen op het programma in te dienen. Deze verschillen per partij.

Bent u geen lid, maar kent u leden, benader deze dan en verzoek hen aandacht te vragen voor uw onderwerpen en zo nodig amendementen in te dienen.

Bij alle zeven fases (zie eerder genoemd schema) kunt u zelf ook coalities vormen.

Kunt u samenwerken met gelijkgestemden, dan heeft dat een meerwaarde. Welke ketenpartners, cliëntenorganisaties en belangenorganisaties zijn er? En met welke organisaties kunt u gezamenlijk optrekken? Neem contact met hen op en bespreek de mogelijkheden voor gezamenlijke activiteiten.

Let u ook op dat partijen vaak in een eigen stijl schrijven. Ze kiezen voor bepaalde speerpunten en verschillen ook in taal en stijl. Het is handig om u te verplaatsen in de partij die u wilt benaderen. Maak gebruik van de speerpunten van die partij, van hun taal en stijl. Dat vergroot de kans van opname van uw ideeën in de partijprogramma's.



1.2 De cliënt centraal en kiezer centraal

U kunt als opvanginstelling de kiezer goed informeren over de standpunten die verschillende partijen innemen ten aanzien van kwetsbare mensen. De kiezer is uiteindelijk degene die het beleid gaat bepalen omdat zij de partijen kiezen die de coalitie vormen. Wanneer politieke partijen weten dat u helpt de kiezers te informeren over hun plannen met betrekking tot kwetsbare mensen, en het is zichtbaar dat u dit doet, maakt u een buzz van het onderwerp. Hoe meer er over opvang gesproken en geschreven wordt hoe groter de kans is dat politici het hoger op de politieke agenda zetten. Zeker met schaarste aan middelen is er voortdurende concurrentie van onderwerpen en aandacht. Informeren van kiezers kan bijvoorbeeld heel goed door gebruik te maken van uw website en van middel van (social) media.

TIP

- 1: Maak een analyse van de diverse verkiezingsprogramma's en zet dit op uw website.
- 2: Twitter gedurende de campagne (een maand voor december verkiezingen) over .ontwikkelingen in de opvang, Twitter ook uitspraken van politici over uw onderwerpen.
- 3: Stel een beperkt aantal vragen aan politici en publiceer deze op uw website en Twitter hierover.
- 4: Schrijf een paar blogs op uw site waarin u aangeeft wat de komende 4 jaar van belang is bij het gemeentelijke beleid.
- 5: Misschien kunt u met partijen binnen uw keten wel een lokaal verkiezingsdebat organiseren met woordvoerders van partijen over beleid voor kwetsbare mensen. Nodig de pers uit en herinner politici later aan de goede uitspraken die zij deden tijdens dit debat.
- 6: Is er een mogelijkheid om gedurende de eerste drie maanden van 2014 extra publiciteit voor uw cliënten en uw instelling te behalen? Het zal zeker helpen om beleid voor kwetsbare mensen extra onder de aandacht te krijgen.

Let op: u wilt vrienden maken bij de gemeenten, geen vijanden. Dus kruip in het hoofd van de politicus en denk aan wat hij/zij belangrijk vindt en hoe u verbinding kan leggen met uw deskundigheid. Het is daarbij ook heel belangrijk om cliënten en experts aan het woord te laten over de toekomst van het beleid voor de opvang.



Wat zijn de beste tips voor een goede lobby bij de gemeenteraadsverkiezingen?

TIPS

1. Samen sta je sterk. Kijk naar samenwerking met andere organisaties.
2. Maak een overzicht van politieke partijen en hun contactpersonen.
3. Verzamel hun standpunten.
4. Informeer naar hun planning.
5. Maak een analyse van de huidige situatie voor kwetsbare mensen, het beleid van de gemeenten en uw kracht om knelpunten van de gemeenten op te lossen.
6. Bepaal uw standpunten en speerpunten voor de lobby. Formuleer ze positief en constructief.
7. Praat over het belang van mensen, niet van organisaties.
8. Zorg dat uw doelen SMART zijn: Specifiek, Meetbaar, Actiegericht, Realistisch en Tijdgebonden.
9. Zijn er krachtige mensen die lid zijn van een partij en uw ideeën steunen? Neem contact met ze op en bespreek samen de mogelijkheden voor het beïnvloeden van de programma's en het gemeentelijk beleid.
10. Zoek naar en gebruik invloedrijke personen.
11. Besteed de meeste aandacht aan de grote politieke partijen, maar vergeet de kleintjes niet.
12. Houd rekening met ervaringen die u al hebt met wethouders, raadsleden en ambtenaren.
13. Geef altijd juiste informatie.
14. Politici willen altijd scoren. Geef ze informatie en ideeën die ze in hun verkiezingsprogramma's kunnen opnemen.
15. Wees flexibel in uw doelen en strategie. Bijstellen is beter dan vasthouden aan iets dat niet werkt.
16. Publiciteit kan u helpen. Maak naast een Public Affairs plan ook een communicatieplan.

1.3 Opvang in collegeprogramma

Nadat de verkiezingen zijn geweest op 19 maart 2014 begint de coalitievorming. worden collegeprogramma's opgesteld. Voor u is het van belang dat uw onderwerpen hierin goed terecht komt, net zoals in de verkiezingsprogramma's.

Lobby is dus ten einde nadat de verkiezingen hebben plaatsgevonden, in deze fase is het ook van belang om zichtbaar te zijn, binnen de mogelijkheden die er zijn. Op dit moment wordt immers het beleid voor de komende vier jaar gemaakt. U kunt het beste de gemeente helpen om beleid te maken:

TIP

Waarom maakt u geen White Paper over kwetsbare mensen in uw regio? Biedt deze **voor** de verkiezingen aan. Een White Paper behandelt een onderwerp dat organisaties helpt met de besluitvorming bij een specifiek probleem. De paper is geschreven vanuit de oplossing van de gemeente en laat uw kracht, kennis en expertise zien. In 10 bladzijden kunt u agendasetter zijn voor de komende vier jaar. Laat hierbij de innovaties zien waar de gemeente iets aan heeft.

Schrijf in ieder geval een brief – ook al krijgen de partijen er veel – waarin u de partijen die onderhandelen concrete punten geeft om op te nemen in het coalitieakkoord voor het college van B & W. Probeer dit advies te beperken tot 2 A4tjes.

1.4 Nieuw college van B & W

Na de verkiezingen stuurt u felicitatiebrieven naar de gekozen raadsleden. Als de verdeling van het woordvoerderschap binnen iedere partij gereed is maakt u snel kennismakingsgesprekken met de nieuwe woordvoerders, maar ook met de raadsleden die woordvoerder zijn gebleven op uw thema's. Partijen die na de verkiezingen samen het college vormen, spreken een collegeprogramma af met daarin doelstellingen en speerpunten voor de komende vier jaar. Iedere partij probeert in dit collegeprogramma zoveel mogelijk onderdelen van het eigen verkiezingsprogramma opgenomen te krijgen.

2 Middelen

Er zijn diverse middelen die u helpen bij het behalen van de doelen bij de gemeenteraadsverkiezingen 2014. We noemen de belangrijkste.

2.1 Flyer

De Federatie Opvang maakt een flyer met de 5 wensen van de Federatie Opvang. Die 5 wensen zijn vertaald in concrete aandachtspunten voor de gemeenten.

De flyer kan worden verspreid onder lokale politieke partijen of raadsleden om er voor te zorgen dat partijen een of meerdere thema's opnemen in hun verkiezingsprogramma voor de gemeenteraadsverkiezingen 2014.



Belangrijk is de flyers tijdig te verspreiden zodat de speerpunten kunnen worden betrokken bij het schrijven van verkiezingsprogramma's. Het advies is de flyer in juli te verspreiden. Daarna kan de flyer natuurlijk ook nog ingezet worden tijdens de campagne of de coalitievorming.

Voorafgaand aan het verspreiden is het van belang een overzicht te hebben van partijen die meedoen aan de verkiezingen met de bijbehorende contactgegevens. Het directe contact met mensen van een partij is belangrijk voor verdere lobby tijdens de verkiezingen en ook daarna.

We geven hier de 5 hoofdpunten weer. In de flyer vindt u steeds bij ieder speerpunt een begeleidende tekst en concrete beleidsvragen aan de gemeenten. De flyer komt snel naar u toe.

“Een krachtig gemeentelijk beleid voor kwetsbare mensen”

De speerpunten van de Federatie Opvang zijn:

- **Gezinnen in een betaalbaar huis**
- **Veiligheid in huiselijke kring**
- **Toegankelijke opvang en zorg**
- **Goede toekomst voor kinderen en jongeren**
- **Meedoen aan de samenleving**

2.2 Beeld van de Opvang en de factsheets

In september ontvangt u “Beeld van de Opvang 2013”. Het Beeld van de Opvang is een jaarlijkse uitgave van de Federatie Opvang. Beeld van de opvang laat op een toegankelijke wijze zien wat de trends en ontwikkelingen zijn binnen de opvangbranche. We maken een boekje met inhoud én inspireren omdat we cliënten en andere endorsers aan bod laten komen door middel van interviews, columns en achtergrondartikelen. Door middel van fotografie en de vormgeving creëren we een werkelijk beeld van de opvang

We zoomen in op 1 specifiek thema. Voor 2013 stellen we voor dat het thema “decentralisatie” is. Dat thema maken we natuurlijk spannender. De Federatie Opvang presenteert decentralisatie als een unieke kans om opvang, hulp en begeleiding anders, beter te organiseren. U kunt dit Beeld van de Opvang gebruiken in uw belangenbehartigingsactiviteiten (Public Affairs).

Naast het boekje *Beeld van de Opvang* maken we een uitgave *Beeld van de Opvang: feiten en cijfers*. We maken factsheets die samen een geheel vormen maar ook los hun waarde hebben. Het is het beeld van de opvang in thema's. We laten de kerncijfers zien van de opvang: hoeveel mensen zijn geholpen door de opvang, wat waren de leeftijdscategorieën en andere uitkomsten. We zoomen echter ook in op inhoudelijke thema's en doelgroepen. U ontvangt deze factsheets in oktober 2013 en kunt deze ook gebruiken bij uw lobbyactiviteiten. Tijdens de verkiezingscampagne zullen kandidaten de kans krijgen om zich over thema's uit te spreken. Zij hebben daarbij kennis en informatie nodig die u ze door onder meer de factsheets kunt geven. In de winter van 2013 / 2014 organiseert de Federatie Opvang tevens een aantal themabijeenkomsten die over de decentralisatie, de verkiezingen en trends en ontwikkelingen gaan. Daarnaast verschijnt er kort voor de gemeenteraadsverkiezingen een speciale verkiezingsbrochure of krant die breed wordt verspreid.

2.3 White Paper Opvang

Steeds meer organisaties beginnen zien de kracht van white papers. Het is een uitstekend public affairsmiddel om de organisatie als een professionele partner voor de gemeente te profileren.

Het belangrijkste is dat een white paper niet vanuit de organisatie wordt geschreven maar vanuit de oplossingen voor de problemen van de doelgroep en voor de gemeenten die de problemen willen aanpakken.

U kunt met de kennis in uw organisatie een white paper schrijven over de opvang en hulp aan kwetsbare mensen of onderdelen ervan.

TIP

Een white paper bestaat uit de volgende onderdelen:

- Inleiding
- Doel
- Omgevingsbeschrijving
- Probleemstelling
- Oplossing voor het probleem
- Voordelen
- Belangrijke overwegingen
- Call to action (wat moet er gebeuren en door wie)

Hou het kort en krachtig: de goede white paper bestaat uit 6 tot 12 pagina's



Het begrip white paper komt van de overheid. Het begrip is in de VS en de UK heel normaal. Een white paper is een nota waarmee een organisatie of bedrijf zijn kennis en ervaring laat zien en zo beleidsmakers en partners helpt om de juiste beslissingen te nemen. Door het aanbieden van een white paper wordt publiciteit, issues op de politieke en maatschappelijke agenda gezet en toont het bedrijf zijn expertise op een specifiek vakgebied.

Een white paper heeft een objectief karakter, zoomt in op een specifiek probleem en biedt altijd oplossing. Het is dus geen zwart boek of klaagzang. De oplossing sluit natuurlijk altijd naadloos aan op de dienst of het product dat de organisatie levert.

2.4 Werkbezoeken

Voor, tijdens en na de campagnetijd raden we aan werkbezoeken te organiseren voor kandidaat-raadsleden. Op deze manier betreft u kandidaten bij uw werk voor kwetsbare mensen en hoort u wat hij/zij op de agenda heeft staan. U maakt gelijk contact. Tijdens de werkbezoeken kunnen kandidaten zich profileren en vaak doen ze ook al toezeggingen. De lokale media betrekken bij de werkbezoeken is een aanrader omdat kandidaat raadsleden natuurlijk zeer graag in de publiciteit komen. Naast werkbezoeken kunt u mogelijk een klein verkiezingsdebat organiseren in een gemeente. Dit kunt u eventueel samen met andere organisaties.

2.5 Social media

Het gebruik van social media raden wij u aan. Het is een uitstekende manier om uw boodschappen tijdens de verkiezingsstrijd te verspreiden. En reageert u ook alstublieft op tweets en blogs van anderen. Het is ook een goed middel om contacten te onderhouden met (toekomstige) raadsleden en partijen binnen de gemeente.

3. Tot slot

De gemeenteraadsverkiezingen van 2014 zijn belangrijker dan ooit voor u als instelling omdat de gemeenten de komende jaren grotere verantwoordelijkheden krijgen. De stelselveranderingen in de Awbz, de gewijzigde Wmo en de decentralisatie van de jeugdzorg vormen een enorme uitdaging voor gemeenten.

De grote veranderingen in verantwoordelijkheden die de transities met zich mee brengen, gaan leiden tot kansen voor u. Het gaat niet alleen om bedreigingen in budget. In de nieuwe periode van verantwoordelijkheden die aanbreekt is het leveren van kwaliteit meer dan ooit een voorwaarde.

Kwaliteit die u levert aan cliënten en waarmee u zorgt voor oplossingen van knelpunten bij gemeenten. Dit is het moment om nog actiever gebruik te maken van uw inhoudelijke, innovatieve, public affairs, netwerk en communicatiekennis om de lokale agenda mede te bepalen en beleidsmakers te beïnvloeden. Het bureau van de Federatie Opvang helpt u daar graag bij.