

Verslag Studiemiddag Gemeentelijke Lobby
VSCD – VNPF
6 april 2009 – Theater De Lampengiet Veenendaal

1. Welkomstwoord Berend Schans (directeur VNPF)

In 2010 zijn er gemeenteraadsverkiezingen. De podiumkunsten verdienen een prominente plaats in de diverse verkiezingsprogramma's. Maar hoe zorgt je ervoor dat je in die verkiezingsprogramma's terecht komt? Tijdens deze studiemiddag worden voorbeelden aangedragen van hoe je een lobbygesprek kan voeren, hoe je een lobby aanpakt en welke acties werken.

Programma van de middag:

- Jurgen Warmerdam zal kort zijn eigen ervaringen delen, waarna hij vervolgens twee cases zal bespreken aan de hand van een tweetal interviews.
- Erik Gerritsen – Hij zal kort toelichten wat het belang van het leggen van relaties is.
- Tot slot worden er drie afzonderlijke cases behandeld door Gerard Lohuis (P60), Marcel Sukel (Bevrijdingspop) en Jan Bartels (Theater de Veste/Delftse Kracht)

2. Jurgen Warmerdam (fiscalist MKB Nederland)

De VSCD en VNPF zijn beide bij het MKB aangesloten.

Jurgen van Warmerdam noemt zichzelf meer lobbyist dan fiscalist. Door schade en schande heeft hij geleerd. Hij is van mening dat lobbyen in het leven van alledag geïntegreerd moet worden.

Hij zal een kort verhaal voordragen over zijn eigen persoonlijke ervaring.

Een goede lobby wordt verdeeld in:

1. Techniek
2. Stijl

Techniek is objectief. Stijl is een persoonlijke aangelegenheid. Een kenmerk van een goede lobby is: geduld moet betrachten in het oneindige.

In de politiek gaan dingen langzaam. Een dergelijk traject heeft een bepaald ritme. Als je dat niet van tevoren aanvoelt, kan het nog wel eens heel lang duren. Culturele aangelegenheden worden niet snel behandeld. Hier moet rekening mee worden gehouden.

Eerste technische detail: Wordt niet ongeduldig, het zal een keer lukken. Een voorbeeld hiervan is de artiestenregeling uit het verdrag krijgen door de VSCD. Dit is uiteindelijk gelukt door vasthoudendheid en geduld.

Tweede technische detail: handel altijd onverwacht. Een lobbyist moet opvallen. Jouw plan moet duidelijk zijn en er boven uit steken. Je moet altijd dat doen wat een ander niet verwacht. Bijvoorbeeld een ondernemer meenemen naar de staatssecretaris. Bepaalde vragen verwacht men dan niet. Het is voor iedereen prettig om verrast te worden.

Derde technische detail: Politici hebben de neiging om de budgettaire neutraliteit te handhaven. Een extra plan mag niets extra kosten. Als lobbyist moet je hier doof voor zijn. Het is een manier van een politicus om te kijken of je het wel echt wilt. Laat het van je afglijden. Het is niet belangrijk.

Vierde technische detail: Wie zijn eigenlijk de belanghebbenden?

Dit is natuurlijk de wethouder. Je moet daarnaast rekening houden met alle belanghebbenden om niet achteraf voor verrassingen te komen staan.

Stijl: Hoe lobby je?

1. Je moet overtuigend zijn. Dit kan je leren, maar het moet ook wel in zitten. Je eigen persoonlijkheid is het belangrijkste. Ga je niet anders voordoen dan dat je bent.
2. Neem iedereen (van hoog tot laag of andersom) serieus. Neem zelfs een lager iemand serieuzer dan een hogere ambtenaar. Aan de onderkant serieuzer opereren dan bovenkant.
3. Als je iets dreigt te bereiken zorg dan dat je bedenkt op welke manier je een tegenstander kunt betrekken in het succes. Blijf met de strategie bezig. Hoe gaat de ander ervan profiteren?
4. Blijf altijd gematigd ontevreden. Als je iets binnen haalt, ook dan is er een volgende dag. Sluit het niet af. Er is altijd een aanleiding om verder te onderhandelen.
5. Mijden van recepties. Bij een receptie verwacht men dat er gelobbyd wordt. Ik wil exclusiviteit en aandacht. Het is veel duidelijker en kernachtiger om een afspraak te maken. Op een receptie moet je maar net iemand treffen en wegtrekken voor een gesprek met jou. Een toevallige ontmoeting, daar moet je gebruik van maken.

Interview Jurgen van Warmerdam- Marjorie van Geenhuizen (Theater Markant) en Marjan van Huijstee (Theater de Franche School)

Theater de Franche School- Marjan van Huijstee

Het plan is om een groter theater met de daarbij behorende arbo-regelgeving. Ze zijn met deze plannen nu onderhand 10 jaar bezig. Er is 4,1 miljoen euro nodig om dit te realiseren.

De reactie vanuit de politiek is steeds geweest: is het nou wel echt nodig? Vanuit Theater de Franche School hebben zij richting de politiek aangedragen dat het noodzakelijk is omdat ze anders moeten sluiten. Anderzijds is er het belang van een theater voor de stad. Hier spelen economische belangen ook een rol. Ze hebben verschillende vormen gezocht om het belang aan te geven. Waar staan we nu: De raad heeft inmiddels goedkeuring gegeven om te bouwen op de huidige locatie. De beslissing kan nog alle kanten op. Leermoment: Kritische mensen kunnen uiteindelijk je medestanders worden. Dit bereik je door ze persoonlijk te benaderen. Bijvoorbeeld door ze uit te nodigen in theater om ze de situatie zelf te laten ervaren. Door negatieve berichtgeving in de pers, werd deze automatisch overgenomen door de directe omgeving en de politiek.

Marjorie van Geenhuizen – Theater Markant

Theater Markant heeft één zaal met 680 plaatsen. Er is geen kleine zaal. Er was grond beschikbaar achter het gebouw, waarop eventueel een kleine zaal gerealiseerd zou kunnen worden. Dit stuk grond is verkocht aan de gemeente. De sponsor/geldschietter heeft dit stuk grond nu opgekocht voor eventuele uitbreiding van het theater. Marjorie van Geenhuizen wilde hier direct mee aan de slag en heeft hierdoor een aantal stappen overgeslagen in het gehele proces. Hierdoor heeft men een aantal cruciale zaken over het hoofd gezien, waardoor er geen goedkeuring vanuit het gemeentebestuur kwam. Er is nu een nieuwe wethouder. Hierdoor kan er opnieuw worden begonnen met het indienen van deze plannen. Er is nu ook breder ingezet. In 2012 moet er een kleine zaal en een grote evenementenzaal komen.

3. Erik Gerritsen

De kunstlobby

- Wees geworteld in de maatschappij en wordt lid van de Kamer van Koophandel, de VVV en andere bedrijfsverenigingen in de gemeente.
- Wees er snel bij. Vandaag worden de plannen gemaakt voor over drie jaar. Een lobby heeft een aanlooptijd nodig
- Houdt ook rekening met andere sectoren. Wetgeving, regels of plannen voor bijvoorbeeld Ruimtelijk Ordening of Milieu kunnen van invloed zijn op je eigen podium.
- Werk en strijd samen met andere culturele organisaties
- Bedenk goed wanneer je de publiciteit opzoekt en wanneer je iets stil wilt houden. Het afdwingen van een belsuit via de publiciteit is niet wenselijk.
- Publiciteit kan wel een cadeautje zijn voor politici. Geef hen de ruimte om zich zo te profileren.

4. Cases

Gerard Lohuis- P60 - Amstelveen

Marcel Sukel – Bevrijdingspop Haarlem

Jan Bartels- De Kracht van Delft

1. Gerard Lohuis- P60

Case: te weinig ruimte en 2005 was een lastige periode om uitbreiding te verzoeken bij gemeente.

Breng in kaart wie de belangrijke personen zijn:

- de wethouder
- de ambtenaren (deze blijven, politici gaan weg!)
- de eigen organisatie, zorg dat iedereen in de organisatie met een verhaal naar buiten treedt)
- collega instellingen, zorg zo dat je niet tegen elkaar uitgespeeld wordt
- lokale pers, probeer afspraken te maken dat er geen zaken naar buiten komen op de verkeerde momenten.

Wanneer je de politiek benaderd moet je ook zeker de oppositie benaderen, zij kunnen namelijk het volgende jaar in het college zitten. Op deze manier voorkom je dat je na de verkiezingen alles opnieuw moet uitleggen.

Probeer een partij eigendom te maken van je project/probleem.

Nodig iedereen uit voor een concert, lunch of iets anders. Vergeet daarin niet de ambtenaren. Nodig iedereen per partij uit.

Kijk of je de vraag wel op de juiste manier voorlegt. De uitbreiding van P60 ging uiteindelijk door omdat dit een oplossing was voor geluidsoverlast etc. i.p.v. ruimtegebrek voor de organisatie.

Ga niet naar alle recepties, dan denken ze dat je niets te doen hebt. Kies zorgvuldig.

Vraag in een keer een groot bedrag/bijdrage i.p.v. elke keer een klein bedrag. Dit drukt op de begroting. Het kan daarom handig zijn om meerjarige subsidie in een keer af te kopen.

2. Marcel Sukel – Bevrijdingspop

Case: Groot festival heeft meer ruimte nodig (veiligheid) en wil uitbreiden naar het (monumentale) park.

- Praat met iedereen (buurtbewoners, gemeente, bedrijfsleven etc.)
- Bekijk bij elk gesprek wie belangrijk is voor de andere partij en nodig die ook uit bij het gesprek
- Pas op met uitingen in de pers, die kunnen als een boemerang terug komen

3. Jan Bartels – De Kracht van Delft

In Delft overleggen alle culturele instellingen 2 tot 3 keer per jaar incl. ambtenaren.

Ze noemden zichzelf eerst de Bende van Delft maar dit keerde zich tegen de instellingen (werden beschuldigd van al het geld binnenhalen). Denk daarom goed na voordat je jezelf een naam geeft.

Het is erg belangrijk dat je als culturele instellingen gezamenlijk een verhaal naar buiten uitdraagt.

En begin je lobby altijd bij de oppositie.

Er is een boekje gemaakt, 'De Kracht van Delft' waarin de gezamenlijke visie op een kunst en cultuur in delft wordt gegeven. Dit boekje was voor de gemeente aanleiding om een cultuurnota te schrijven waarin de visie van de instellingen goed is terug te lezen.