



# 1 1 BELANGEN BEHARTIGEN

De opkomst van de burgerlobby past in een trend: de eindgebruiker krijgt meer macht. Tijd om lobby bottom-up te organiseren.

 Erik van Venetië

# LAAT EINDGEBRUIKERS MEELOBBYEN

Niemand heeft ze ooit geteld: maar er zijn vele honderden burgerlobbygroepen in Nederland actief. En hun aantal groeit. Tijd voor een uitgebreid menu met mogelijkheden om deze lobbykracht optimaal te benutten.



De burgerlobby is in opkomst. Burgerlobbyisten voeren actie tegen windmolens in hun buurt, tegen gasboringen in Groningen, tegen het vliegen rond Lelystad, voor het behoud van Zwarte Piet, tegen de ellende rond de persoonsgebonden budgetten (pgb's) en tegen de opvang van vluchtelingen. Ze zijn lang niet allemaal ergens tégen. Er zijn ook voorbeelden van constructieve burgerlobby's. Rolstoelers zetten een Twitteractie op voor betere toegankelijkheid van gebouwen. Omwonenden ontwerpen zelf een wijkpark en lobbyen daarvoor bij de gemeente.

**Keukentafel** | Burgerlobbyisten, ook wel 'grassroots' genoemd, zijn vrijwilligers die een specifiek issue willen beïnvloeden waar zij zelf sterk bij betrokken zijn. Hun kenmerken zijn spontaan, authentiek, met een menselijk smoel. Vaak hebben ze een aansprekende woordvoerder die uit eigen ervaring spreekt. Hun stijl is niet te gelikt, het is alsof ze vanaf

de keukentafel werken. In het begin werken burgerlobbyisten vaak spontaan en ongeorganiseerd. De succesvolle voorbeelden werken na een tijdje professioneler en planmatiger, maar ze blijven vrijwilligers. Ze opereren lokaal, landelijk of internationaal. Sommige doven uit als het issue voorbij is. Andere groeien stap voor stap uit tot een gevestigde organisatie. Bedenk maar dat de vakbonden in de 19<sup>e</sup> eeuw als burgerlobby zijn begonnen. En wat te denken van de milieubeweging en de vrouwenbeweging?

**Emotie en herkenning** | Een ingewikkeld beleidsprobleem vertalen in een verhaal van gewone mensen. Daarmee hebben burgerlobbyisten invloed. Ze voegen emotie, herkenbaarheid en menselijke relevantie toe aan een technisch en bestuurlijk ingewikkeld onderwerp. Het issue wordt toegankelijker gemaakt en relevant voor de media. Hun invloed kan groot worden als ze professioneler opereren of als het onderwerp mediagevoeliger is. De actie voor betere uitbetaling van de persoonsgebonden budgetten (pgb's) begon met een tweet van een gedupeerde moeder op een vrijdagavond, maar het issue bleek zo gevoelig te liggen dat die actie binnen een paar dagen uitgroeide tot een landelijke affaire.

**Mediaversnellers** | Media zijn onmisbaar voor een succesvolle burgerlobby. Met Facebook, YouTube en andere sociale media mobiliseren burgerlobbyisten snel veel steun. En als de papieren media, de radio en de tv de actie daarna oppikken, reageren de politici doorgaans meteen en staat het onderwerp binnen de kortste keren op de agenda van de gemeenteraad of de Tweede Kamer.

**Burgerlobby door beroepsgroep** | De laatste jaren krijgt de burgerlobby er een andere verschijningsvorm bij. Een mooi voorbeeld is PO in Actie, de acties van onderwijzers voor meer salaris en minder werkdruk. Het was een actie door enkele leraren, los van de vakbonden. Later bundelden ze de krachten met politieagenten, mensen in de zorg en bij defensie tot Publieke Sector in Actie. Het zijn burgerlobby's door

**MEELOBBYEN  
DOOR LEDEN OF  
EINDGEBRUIKERS IS  
MOGELIJK OVER  
VRIJWEL ELK LOBBYISSUE.  
HET HOEFT NIET PER SE  
EEN SEXY ONDERWERP  
TE ZIJN**

# Menukaart met mogelijke reacties op burgerlobby

## Afwachten

- In de gaten houden. Niets doen is óók een reactie. Kan voortkomen uit ontkenning of het bewust negeren van het probleem.

## Afkopen

- Financiële compensatie bieden. Komt vaak voor in reactie op burgergroepen in de Nimby-categorie (not in my backyard).

## Negeren

- En ondertussen gewoon je gang gaan.

## Praten

- In persoonlijke gesprekken met gedupeerden het wantrouwen proberen weg te nemen.
- Overtuigen van jouw gelijk. Bijvoorbeeld door de kloof te overbruggen tussen het emotionele verhaal van de burgerlobbyist en het eigen rationele verhaal.
- Inkapselen in overleg en daarin het issue kleiner maken of het issue juist verbreden of compliceren.

## Anticiperen

- In een vroeg stadium in gesprek gaan met de burgerlobbygroep-in-wording, vóórdat die actief wordt en vóórdat die in de media komt. Onder het motto: 'Find them before they find you'.

## Nieuw speelveld creëren

- De burgerlobby dwingen samen te werken met gelijkgestemden, het centraliseren van de gedecentraliseerde burgerlobby's.
- Omgekeerd: het opknippen van een landelijke actie in themagroepen: het decentraliseren van een centrale actie.
- Burgerparticipatie opzetten. Een platform voor actiegroepen creëren waarin ze hun ideeën en alternatieve oplossingen kunnen aandragen.
- Formele consultatie opzetten. Bijvoorbeeld inspraakprocedures om het verzet te kanaliseren.
- De eigen reactie overlaten aan lokale managers, regionale afdelingen, individuele leden of (vanuit de rijksoverheid gezien) aan gemeenten. Daarmee dwing je een landelijke actiegroep tot decentraal overleg.

## Bestrijden

- Het tegenoffensief inzetten, bij voorkeur in de media. Daarin zet je jouw waarheid tegenover die van de ander. Of het issue anders framen.
- Jouw medestanders mobiliseren. Door partners te vragen je openlijk te steunen.
- Een bekende Nederlander of 'influencer' je verhaal laten vertellen.
- De rechter inschakelen om acties te voorkomen of te beëindigen.

## Samenwerken

- Omarmen en meegaan. De wensen van de burgerlobbygroep overnemen en de leden als bondgenoten betrekken in je lobby.
- Samen een nieuwe oplossing bedenken en daarvoor samen lobbyen.
- Een bestaande actiegroep helpen of subsidiëren zonder zelf actief te lobbyen.

## Imiteren

- Zelf een nieuwe actiegroep oprichten en die een oplossing laten bedenken.
- Lobbytechnieken van de burgerlobbygroep imiteren. Bijvoorbeeld door een Facebookcampagne te beginnen. Of je boodschap over een technisch en bestuurlijk issue vertalen naar de beleavingswereld van gewone mensen.
- Zelf in het geheim een 'vermomde' actiegroep oprichten. Dat heet 'astroturfing'.

# Adviezen voor omgaan met burgerlobby

- Meelobbyen door de leden of eindgebruikers is mogelijk over vrijwel elk lobbyissue. Het hoeft niet per se een sexy onderwerp te zijn.
- Zet je antennes uit in je vereniging op zoek naar zwakke signalen die duiden op actie onder de leden.
- Richt je interne besluitvorming zo in dat je snel kunt reageren als dat nodig is. Burgerlobbyisten winnen vaak door hun snelheid.
- Organiseer de lobby samenwerking met de leden flexibel. Werk liever met WhatsAppgroepen en incidentele ontmoetingen dan met vaste overlegstructuren.
- Door een groep leden als verrassende bondgenoot te profileren in je lobbyactiviteiten of samen te werken met ongebruikelijke andere organisaties, breek je uit het kringetje van 'usual suspects'. Mijn onderzoek onder Kamerleden en topambtenaren laat zien dat heterogene bondgenootschappen makkelijker binnenkomen dan homogene.
- Bekwaam je in het gebruik van social media. Die worden als zelfstandig of ondersteunend lobbykanaal belangrijker. Dat wil niet zeggen dat de digitale lobby altijd en overal onmisbaar is. 'Stil' lobbyen in samenwerking met de eindgebruiker is in specifieke issues ook mogelijk.
- Een waarschuwing: blijf open en eerlijk lobbyen. Als je je eindgebruikers heimelijk voor jou laat lobbyen, ga je over de schreef. Een paar jaar geleden pleitte een patiënte van een spierziekte voor toelating van een duur medicijn. Ze vertelde een tranentrekkend verhaal op tv. Later kwam uit dat ze werd betaald door een farmaceutisch bedrijf.
- Benut de ervaring van de gewone klant, consument, burger of patiënt om te lobbyen voor innovaties. Zie de eindgebruiker als co-creator.

professionals buiten de gevestigde kanalen om, ook buiten de organisaties om waar ze al jaren lid van zijn.

Een ander voorbeeld dat voor verenigingsbestuurders interessant is. Een paar jaar geleden kwamen artsen en andere zorgverleners in actie tegen de administratieve rompslomp. Elke dag waren ze uren bezig met formulieren invullen en hun werkzaamheden registreren, waardoor ze minder tijd overhielden voor hun patiënten. Vanuit de medici zelf ontstond de actie [Ont]Regel de Zorg. Later kreeg die steun van een gevestigde speler in de zorgsector, VvAA, de financiële dienstverlener voor medici. Die deed onderzoek en kwam samen met de beroepsgroep met voorstellen om regels te

schrappen. Het ministerie van VWS heeft de actie inmiddels 'overgenomen' en werkt nu zelf aan de vermindering van de regeldruk. Uit de voorbeelden blijkt hoe invloedrijk de professionele burgerlobby kan zijn, maar ook hoe verschillend de gevestigde orde kan reageren.

**Een groepje idioten?** | Wat kun je als bestuur of directie van een vereniging of brancheorganisatie met het opkomende fenomeen doen? In gesprekken die ik de laatste jaren voer met managers en directies hoor ik nog veel angst en afwerende geluiden. Herken je deze uitspraken?

- 'Dat is een groepje van een paar idioten, daar luistert toch niemand naar?'
- 'Allemaal emotie. Ze weten niet waar ze het over hebben.'
- 'Ach, dat waait wel over. Wij gaan gewoon door.'

Het zijn ouderwetse reacties van gevestigde instituties op de uitdagers: wegwuiven, ontkennen, kleineren. Waarom zie ik nog zo weinig bedrijven en organisaties die groepen uit hun achterban of eindgebruikers inzetten in de lobby? Waarschijnlijk uit angst om de controle te verliezen. Maar als je je eindgebruikers vanaf het begin betreft en je samen een podium bouwt waarop zij meelobbyen, dan houd je greep. Trouwens, wie heeft er tegenwoordig nog controle op zijn omgeving?

**Samenwerken aan de basis** | Er zijn ook directies en besturen die wel het offensief kiezen. Het zijn organisaties die samenwerken met hun actievoerende achterban en de acties van onderop benutten. [Ont]Regel de Zorg is een mooi voorbeeld. FNV zette een jongerenclub op, Young & United, die op het oog los van de vakcentrale opereert in hun pleidooi voor meer vaste banen. Ondernemersvereniging VNO-NCW Brabant Zeeland geeft ondernemers zelf het podium in de regionale lobby en die mogen daarin gerust hun eigen accenten leggen.

Steeds staan de eindgebruikers, de leden, de achterban centraal. Ze lobbyen mee als woordvoerders of als bondgenoten. Een voorbeeld vanuit de overheid, over de opslag van CO<sub>2</sub> onder Barendrecht. De gemeente Barendrecht verzette zich daartegen door de bewoners van actiegroep CO<sub>2</sub>nee te steunen. De gevestigde orde werkte samen met de ongeruste burgers.

**Menukaart van reacties** | Ze zijn boos, gedupeerd of juist welwillend. Burgers verenigen zich en richten hun acties op jou. Of leden gaan zelf lobbyen, buiten de vereniging of organisatie om. Uit gesprekken met betrokkenen van vele tientallen organisaties heb ik een overzicht gemaakt van mogelijke reacties op burgerlobby. Daaruit blijkt dat de gevestigde verenigingen, brancheorganisaties, bedrijven en overheden meer mogelijkheden in handen hebben dan de vaak voor-

komende reacties: wachten, negeren, bestrijden, in gesprek gaan. Het zijn allemaal reacties die in de praktijk voorkomen. Samen vormen ze een menukaart (zie *kader*).

**Gevoelig voor gewone mensen** | Samenwerken in de lobby en het imiteren van de burgerlobby: het zijn mogelijke acties die ik nog weinig om me heen zie. Toch zijn de ontvangers van de lobby, zeker politici, gevoelig voor de ervaringen van gewone mensen. Als we zien dat de invloed van de eindgebruiker groeit, betrek de eindgebruikers dan actief in de lobby. Om meer op te vallen bij beslissers en om de eigen lobbyboodschap nieuwe invalshoeken te geven. Technische verhalen verteld door formele leiders van de gevestigde organisaties werken niet meer automatisch in de lobby. Afwachten en negeren? Dat kan ook. Maar dan is de kans groot dat jouw lobbyrol gauw is uitgespeeld. ←

TEKST

Erik van Venetië

BEELD

Jean Carcallas

## verzorgt een learning lab CONGRES 2019



*Erik van Venetië adviseert en traint bedrijven, verenigingen, brancheorganisaties en overheden over public affairs en lobby. Hij is auteur van diverse boeken over lobby, zoals 'Public affairs in maatschappelijk perspectief' dat later dit jaar verschijnt.*



## Op zoek naar teambuilding met inhoud?



Onderbreek uw vergader- of trainingssessie voor een activiteit midden in de natuur.

Woudschoten Hotel & Conferentiecentrum heeft een eigen landgoed van maar liefst 45 hectare en is dé perfecte locatie om inspanning te combineren met ontspanning.

Kijk voor meer informatie & actieve mogelijkheden op [woudschoten.nl/teambuilding](http://woudschoten.nl/teambuilding)

evenementen | congressen | vergaderen | overnachten

het is  
onze  
natuur