

LOBBYEN = MEER DAN HOBBYEN

-- **"TOEN EN NU"** --

Hartmans studiekring

Hoeven, 2 juni 2006

drs Peter JG van Keulen

Public Matters adviseert organisaties die

- midden in de maatschappelijke-, en/of politieke **arena** staan, en
- geconfronteerd worden met **issues** die "**zijn**" of (moeten) "**worden**", en
- het **publieke** gedachten- en besluitvormingsproces (willen) **mede-bepalen**.

Aanpak

- Directe en indirecte beïnvloeding van public affairs / lobby doelgroepen in Den Haag en Brussel
- Nichespeler met multi-disciplinaire focus
- Proces, strategie en ondersteuning (geen 'gezicht')
- Overheid, bedrijven en brancheorganisaties

Maar wat doe je dan.....

1. Adviseren over te volgen (communicatie/pa) strategie en in te nemen standpunten op bepaalde issues

2. Opbouwen en onderhouden van netwerken bij relevante organisaties

3. Geïnformeerd zijn (vroegtijdig) over (nieuwe) activiteiten van een organisatie

4. Beïnvloeden (resultaatgericht) van “besluitvorming” (direct en indirect)

5. Geïnformeerd zijn (vroegtijdig) over nieuw “omgevingsbeleid” of wijzigingen in het bestaande beleid

Public affairs

*Een public affairs manager is iemand die gevraagd en ongevraagd **doelgericht** relevante **informatie** bijdraagt en ontrekt aan de overheidsinformatie- en besluitvormingsketen en daarmee van **buitenaf strategisch** het agenda- en **besluitvormingsproces** voor zijn organisatie **voordelig** tracht te **beïnvloeden***

Lobbyen

*Een lobbyist is iemand die **politieke** besluitvorming in de voor zijn **organisatie** gewenste richting tracht te beïnvloeden*

Negen PA-vragen

?	HUISWERK	VELDWERK
Wie (participeert)	Interne organisatie	Organisatieverb.
WAAROM	Kansen / bedreig.	Strategiebepaling
WAARVOOR	Opties	Doelontwikkeling
BIJ WIE	Cruciale spelers	Relatie-opbouw
WAAR	Arena's	Coalitievorming
WAAROVER	Dossiers / issues	Onderhandeling
WANNEER	Tijd / agenda	Timing/agendavor.
HOE	Aanpak	Lobbyen
RESULTAAT?	Proces-evaluatie	Leren

Do's en don'ts

- ✓ Huiswerk
- ✓ Maatwerk
- ✓ Aanbodzijde
- ✓ Ambtelijk
- ✓ Voor/na-traject
- ✓ Laag profiel
- ✓ Informeel
- ✓ Indirect
- ✓ Cross-sectoraal
- ✓ Algemeen belang

- ✗ **Veldwerk**
- ✗ **Confectie**
- ✗ **Vraagzijde**
- ✗ **Politiek**
- ✗ **Beslistraject**
- ✗ **Hoog profiel**
- ✗ **Formeel**
- ✗ **Direct**
- ✗ **Sectoraal**
- ✗ **Egobelang**

Lobby-technieken

■ Direct

- Persoonlijk bezoek
- Persoonlijke brief / position paper
- Informeel contact
- E-mail
- Hoorzittingen
- Petities
- Verzoekschriften
- Demonstraties
- Manifestaties
- Advertentie

■ Indirect

- Wetenschap (studies, rapporten)
- Medewerkers van beslissers
- Naaste (top)politici/ ambtenaren
- Politieke makelaars
- Belangengroepen
- Politieke partijen
- Media
- Rechter
- Buitenland
- Weblogs / webcampagnes

Lobbyen via de media (3)

Doelgroepgericht

- Ministers
- Kabinet
- Kamerleden
- Ambtenaren
- Media
- Consument/klant
- Achterban

Tien public affairs management trends

1. Kwaliteit & kwantiteit / jong & oud
2. Professionalisering / verfijnder instrumentarium
3. Nadruk op *advies* in plaats van informatie (“informatieschuiver” wordt “strategie-adviseur”)
4. Netwerker wordt procesadviseur
5. Marktniche = groei
6. Versnippering belangen
7. Provinciaal & gemeentelijk lobbyen
8. Lobbyen ‘van onderop’ (*grass-roots*)
9. De lobbyende en media-managende-overheid

