

Een blik van buiten op de geotechniek: De kunst van het lobbyen

Door Sonja Karstens en Jurjen van Deen

GeoForum wil ervoor zorgen dat de geotechnische discipline vroeger in het bouwproces wordt ingeschakeld en vervolgens geïntegreerd in het totale bouwproces wordt meegenomen. Eigenlijk zijn we daar aan het lobbyen. Ook op de Slappe Bodemdag in november 2005 in Boskoop stond het onderwerp lobbyen centraal. Daar ging het om het overbruggen van de kloof tussen bestuurders, beleidsmedewerkers en (geo)technici die betrokken zijn bij het beheren van wegen op slappe bodem. Bij die gelegenheid was Marjolijn Vencken, lobbyiste bij Heineken, gevraagd een workshop lobbyen te verzorgen. In deze bijdrage een interview met haar.



“Lobbyen is dansen”

↑ Tango in Rotterdam www.cuartitos.nl
“foto Ronald Schlundt Bodien”

WAT IS LOBBYEN?

“Lobbyen heeft snel een wat negatieve bijklank. Mensen associëren het vaak met op een slinkse wijze proberen je zin te krijgen. Ook wordt lobbyen vaak als een eenmalige ‘hit en run’ actie gezien: even in Den Haag langs om je mening

erdoor te drammen. Lobbyen zou ik willen definiëren als systematisch omgaan met de maatschappelijke en politieke omgeving over thema's die aan de orde zijn. Lobbyen is voor 80% goed je huiswerk doen en voor 20% met mensen praten en zorgen dat je een goede relatie opbouwt. De basis van het lobbyen wordt gelegd door het goed kennen van jezelf en het leren verplaatsen in de ander. Je moet jezelf voortdurend afvragen hoe degene, bij wie je wat voor elkaar probeert te krijgen, denkt. Ik zeg altijd graag: Lobbyen is dansen. Je leidt je partner, maar hij of zij moet zich ook willen laten meevoeren. Bovendien doe je het allebei met plezier.”

WAT IS HET LEUKE AAN LOBBYEN?

“De grote uitdaging van lobbyen vind ik de creativiteit. Lobbyen staat of valt met creativiteit. Elke keer weer verwonder ik me over hoe creatief mensen in het lobbyproces zijn. Je hebt creativiteit vooral nodig bij het zoeken naar een derde punt. Ik leg dit vaak uit aan de hand van een concreet voorbeeld. Als ik naar Italië op vakantie wil en mijn partner wil naar Zweden dan kun je je ingraven in die voorkeuren en proberen met doordrammen je gelijk te krijgen. Wat je ook kunt doen, is aan de ander vragen waarom hij naar Zweden wil. Dat kan bijvoorbeeld zijn vanwege de mooie natuur. Stel dat ik naar Italië wil voor het mooie weer en het lekkere eten. Als je dat van elkaar weet, kun je dus gezamenlijk op zoek gaan naar een land dat die combinatie herbergt, dat is dus in dit geval het derde punt. Je kleurt het derde punt zelf in, maar je geeft de ander de ruimte om dat ook te doen.”

DE VRAAG IS HOE JE EEN LOBBY MOET BEGINNEN, IS DAAR EEN STRATEGIE VOOR?

“Ieder lobbytraject begint met het vaststellen van de geluksagenda van jezelf en van de anderen. Waar is een ieder op dit moment blij mee, wat zijn sterke kanten? Meestal heeft iedereen het over problemen, maar het is juist waardevol om te formuleren waar je op dit moment blij mee bent: dat is namelijk hetgeen je ook vast wilt houden. Tijdens de Slappe Bodemdag is dit gedaan in een discussiesessie met bestuurders, beleidsmedewerkers en (geo)technici, zie tabel 1. Deze drie rollen zijn onderscheiden, omdat zij ieder duidelijk andere doelen en belangen en verschillende beelden van het probleem hebben. Het bleek erg leerzaam om de geluksagenda in de groep te bespreken. Zo vonden de (geo)technici

van zichzelf het oog hebben voor de behoefte van de klant een sterk punt. De beleidsmedewerkers zagen dit juist duidelijk als een zwak punt van de (geo)technici. De vervolgstap is het vaststellen van de probleemagenda. Wat zijn je zwakke punten? De (geo)technici zagen onder meer het probleem dat zij graag objectief willen zijn, maar tegelijkertijd ook bezig zijn hun producten te verkopen. Daardoor kunnen ze hun objectiviteit niet altijd waarborgen.”

WAT KUN JE VERVOLGENS MET DIE VERSCHILLENDE AGENDA'S?

“De volgende vraag die je jezelf moet stellen, is wat het doel is dat partijen verbindt. Op basis van de verschillende geluks- en probleemagenda's kun je de common ground vaststellen: wat hebben we in dit traject nu gemeenschappelijk? De common ground wordt evenals de geluksagenda vaak niet expliciet uitgesproken, omdat het vaak niet helder is dat er überhaupt een common ground is. Tijdens de Slappe Bodemdag werden als gezamenlijke sterke punten genoemd: veel kennis, loyaliteit, voldoening uit het werk en erkenning van het belang van lange termijn oplossingen. Als gezamenlijke zwakke punten werden de hoge kosten, de onderlinge communicatie en de mate waarin op dit moment maatwerk mogelijk was, genoemd. Het gemeenschappelijke doel was in dit geval snel gevonden: een duurzame begroting voor wegonderhoud. Hierbij hanteer ik graag het “mandje van drie” om het concreet te maken: wat willen we dit jaar bereiken, wat over 4 jaar en wat over 10 jaar? Voor dit jaar een plan van aanpak met draagvlak bij alle betrokkenen, over vier jaar het onderhoud structureel geprioriteerd en over tien jaar alle nieuwe wegen duurzaam ontworpen, zo iets.”

JE HOORT OOK VAAK OVER RUILMIDDELEN. KUN JE DAAR IETS MEER OVER VERTELLEN?

“De volgende stap is uitzoeken waar we voor elkaar iets kunnen betekenen. Daar komen ruilmiddelen om de hoek kijken. Wat heb ik de ander te bieden in dit traject? Dat kan letterlijk van alles zijn: van kennis tot een vergunning. Dit kwam in de discussie tijdens de workshop ook heel aardig naar voren. (Geo)technici gaven aan pilotprojecten nodig te hebben om innovaties te bewijzen. Daarvoor is vertrouwen, lef en geld nodig. Beleidsmedewerkers hebben geld nodig en argumenten om bestuurders te overtuigen. De bestuurders op hun beurt hebben argumenten



↑ Marjolijn Vencken: "Lobbyen bestaat voor 80% uit het doen van je huiswerk"

nodig om de gemeenteraad te overtuigen. Daarmee was de cirkel dus rond, aangezien kennisleveranciers overtuigende argumenten kunnen leveren. Dit maakt ook de afhankelijkheid van elkaar duidelijk en het belang van het vinden van een evenwicht daarin. Het grappige is dat dit altijd gebeurt in een dergelijk proces. In het begin zitten mensen heel erg vanuit henzelf te discussiëren, maar gaandeweg de discussie lijkt ineens dan de knop om te gaan en zijn ze uitstekend in staat de afhankelijkheden van elkaar te onderkennen."

WAT DOE JE NU UITEINDELIJK MET DEZE BERG INFORMATIE?

"De laatste stap is het creëren van een heldere boodschap en die verpakken in een slagzin die aanspreekt en gemakkelijk te onthouden is, zoals 'Bob jij of bob ik?' In geval van het beheer van wegen op slappe bodem is de pakkende kreet 'Slappe Bodem? Samen Sterk!' gelanceerd. Hier komt de creativiteit ook weer om de hoek kijken. Het leuke hiervan is dat iedereen meteen werd uitgedaagd samen iets neer te zetten. Vervolgens is het natuurlijk zaak met de infor-

matie echt aan de slag te gaan om je doelen te realiseren."

WAT KUNNEN GEOTECHNICI NU IN MEER ALGEMENE ZIN MET DIT VERHAAL?

"Geotechnici zijn van nature niet zo klantgericht, want ze vinden de techniek het belangrijkste. Ze denken dat de techniek voor alles een oplossing biedt. Bovendien vinden ze het logisch om als de beste technische oplossing gevonden is, die ook te gaan uitvoeren. Maar soms wordt die technisch beste oplossing door mensen heel anders gewaardeerd. Ik kan me voorstellen dat dat best eens frustrerend kan zijn. In een ideale wereld is één plus één altijd twee, maar die ideale wereld is er nu eenmaal nooit, omdat er veel randvoorwaarden en veel mensen een rol spelen. Dat moet je als geotechnicus beseffen, want dan kun je maatwerk leveren in die specifieke situatie met die betrokkenen."

LOBBYEN VOOR GEOTECHNIEK?

"Ik hoor nog wel eens dat technici vinden dat ze te laat in beslissingsprocessen betrokken worden. Je kunt niet afdwingen dat je eerder in het beslis-

proces betrokken wordt, dat moet je verdienen. Je moet laten zien wat precies de meerwaarde is van vroege betrokkenheid van de techniek in het proces. Dit kun je doen door je tijdens projecten waar je wel bij betrokken bent meer in te leven in wat de anderen willen. Door meer mee te denken met anderen krijg je vanzelf meer invloed. Even uit het vakgebied stappen, over de grens kijken is, denk ik, ook meteen de grootste uitdaging voor geotechnici. Dan wordt van je gevraagd nog meer te doen met je kennis en kunde. De stappen van het lobbytraject kunnen een hulpmiddel vormen om het belang van je vakgebied beter neer te zetten. En de succesfactoren voor een lobbytraject? Heb een goed plan, heb een lange adem en wees pro-actief!"

Op 20 juni 2006 wordt een eendaagse cursus over het omgaan met het spanningsveld tussen techniek en bestuur georganiseerd waarbij elementen uit het lobbyproces aan de orde komen. Zie daarvoor de rubriek Actueel.

	Sterke punten	Zwakke punten
Bestuurders	Alle partijen om de tafel krijgen Luisteren naar de burgers Raad overtuigen van belang van zaken	Te weinig geld Te weinig kennis Processen duren lang, omdat burgers mogen meepraten
Beleidsmedewerkers	Technische kennis (intern: ervaring en locatie) Netwerk (intern en extern) techniek Loyaliteit (willen dat gemeente er goed uit ziet)	Weinig oog voor politieke afwegingen Schotten tussen sectoren (beleid/ financiën/ beheer/ uitvoering) Plankenkoorts Soms slechte opdrachtgever aangezien uitvraag niet op orde is
(Geo)technici	Innovatief Duurzaam Kosteneffectief Behoeften klant in oog	Taal (teveel technisch jargon) Objectiviteit (wil ook iets verkopen) Ongeduldig

↑ tabel 1 Zelfanalyses