

Invloed op gemeentelijke verkiezingsprogramma's



Nú is het moment om invloed uit te oefenen op gemeentelijk beleid

De gemeenteraadsverkiezingen. Het klinkt nog ver weg, maar in maart 2026 is het al zover. In alle gemeenten zijn de partijen die meedoen aan de verkiezingen nú bezig met de voorbereidingen op die verkiezingen.

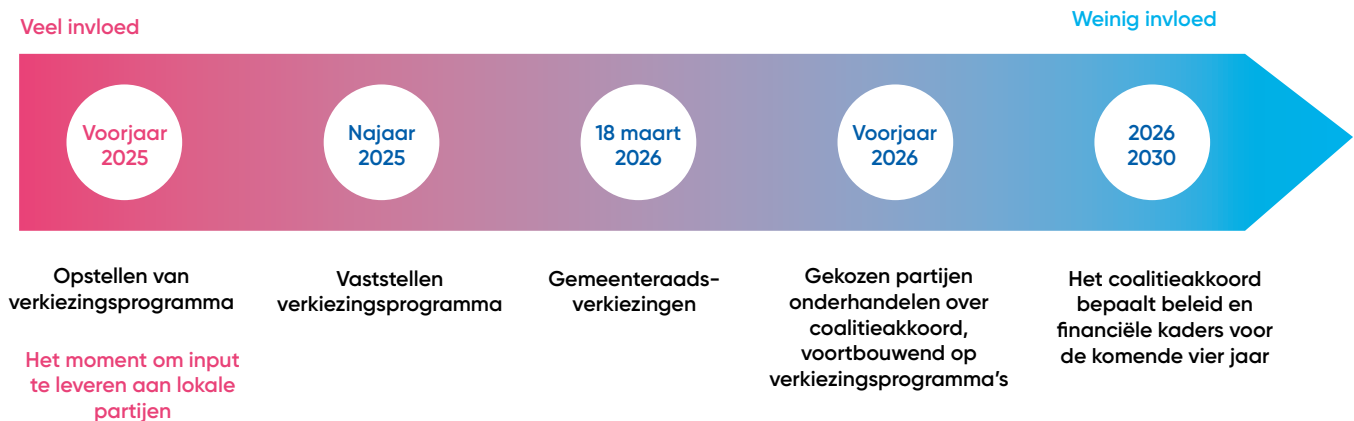
Het opstellen van een verkiezingsprogramma is vaak de eerste stap, gevolgd door het opstellen van de kandidatenlijst. Na de verkiezingen starten de onderhandelingen om tot een nieuw College van Burgmeester & Wethouders te komen, met een nieuw coalitieakkoord, dat richtinggevend is voor het beleid van de komende vier jaar én de financiële kaders.

Voor wie iets wil veranderen in het gemeentelijke beleid, is het coalitieakkoord dus van groot belang. Maar wie zich pas meldt als de gesprekken over dat akkoord plaatsvinden, is vrijwel altijd te laat.

De onderhandelingen vinden plaats op basis van de verkiezingsprogramma's. Een beleidswijziging die door meerdere partijen in hun programma wordt bepleit, maakt (als deze partijen aan tafel zitten

bij de coalitieonderhandelingen) meer kans om in het nieuwe beleid terecht te komen.

Deze handreiking richt zich op het beïnvloeden van de verkiezingsprogramma's in de 'vroege fase', als de verkiezingen nog ver weg lijken... Zo kan je als zorgorganisatie nu impact maken op het gemeentelijk beleid van 2026 tot 2030.



Tijdpad & informatiebronnen

Op 18 maart 2026 zijn er weer gemeenteraadsverkiezingen. In het voorjaar van 2025 hebben de meeste partijafdelingen en lokale partijen de commissie ingesteld die het lokale verkiezingsprogramma gaat schrijven. Zij beginnen nu met het verzamelen van input voor hun programma. In de zomer zal er flink geschreven worden. In het najaar zijn deze programma's gereed en de meeste partijen zullen ze tussen september en december 2025 op een ledenvergadering vaststellen. Snel daarna moet ook de kandidatenlijst vastgesteld worden en het is goed gebruik dat éérst het programma wordt vastgesteld, want daar moeten de kandidaten zich immers aan conformeren.

Het kan per partij verschillen hoe de programmacommissie precies tot standpunten komt, maar grofweg zijn dit de meest voorkomende informatiebronnen:

- De huidige gemeenteraadsfractie: welke grote politieke discussies speelden er, welk standpunt nam de fractie in, welke standpunten zijn onderscheidend?
- Het landelijke voorbeeldprogramma van de betreffende partij: sommige landelijke partijen maken een landelijk voorbeeldprogramma, waar de lokale afdelingen de punten die voor hun gemeente relevant zijn uit kunnen halen.
- Werkgroepen binnen de partij en bijeenkomsten met leden: de aanwezige kennis binnen de partij wordt gebruikt om bestaande standpunten te verrijken of actualiseren.

- Publieke bijeenkomsten of werkbezoeken: soms organiseren partijen activiteiten om 'de stad' of specifieke stakeholders mee te laten denken en input te geven voor het verkiezingsprogramma.
- Brieven, puntenplannen en pamfletten: steeds meer organisaties leveren actief input aan voor de verkiezingsprogramma's, van lokale organisaties die zich specifiek op partijen in één of enkele gemeenten richten tot landelijke koepelorganisaties en kenniscentra die input voor alle gemeenten en partijen leveren.

Formele en informele kanalen om input te leveren

Deze handreiking gaat in op de manier waarop een organisatie langs formele kanalen input aan partijen kan meegeven voor de verkiezingsprogramma's. Daarnaast zijn er natuurlijk ook allerlei informele lijntjes. Wellicht bent u zelf lid van een politieke partij of is een collega lid van de gemeenteraad, een programmacommissie, het afdelingsbestuur van een politieke partij of actief in een inhoudelijke werkgroep van een partij. Of heeft u eerder intensief contact gehad met een wethouder of raadslid, rond een politiek heikel dossier en is dit hét moment om dat nog onopgeloste vraagstuk opnieuw persoonlijk bij hem/haar te agenderen. Dergelijke contacten zijn zeer waardevol en bruikbaar bij het beïnvloeden van de verkiezingsprogramma's.

De mate waarin deze contacten er zijn zal per organisatie zeer verschillen, het zijn daarnaast contacten die al bestaan en niet nu snel nog opgedaan kunnen worden. Daarom richt deze handreiking zich vooral op acties die iedere organisatie zou kunnen inzetten, los van persoonlijke contacten.

Brief aan politieke partijen

Een brief aan de verkiezingsprogramma-commissies is een goed en vaak gekozen instrument. Varianten hierop zijn een puntenplan of pamflet, met een begeleidende mail. Voor deze brief of soortgelijk document gelden de volgende tips:

- Introduceer uw organisatie, geef een korte schets van het werkterrein, missie en rol, om zo de maatschappelijke relevantie van uw input te verduidelijken. Deze brief is een visitekaartje, niet alleen gericht op concrete aandachtspunten voor het verkiezingsprogramma, maar ook op toekomstig contact.
- Leid een onderwerp in op basis van visie/ambitie/doelstelling en werk dit vervolgens uit in een zo concreet mogelijke beschrijving van het gewenste beleidsstandpunt.
- Voorkom dat de brief alleen bestaat uit financiële claims, vaak zijn er

ook maatregelen die geen geld kosten en toch een hele verbetering zijn. Beschrijf vooral ook wat het gewenste resultaat is en waarom en voor wie dat goed is.

- Spits de inhoud zoveel mogelijk toe op de situatie in de betreffende gemeente of regio. Als u iets bepleit als nieuw beleid, dat in deze gemeente al jaren staand beleid is, dan zal uw hele brief minder serieus genomen worden.
- Redeneer niet te zeer vanuit de eigen organisatie, maar meer vanuit de samenleving, de doelgroep en medewerkers. Wat is het belang van de politieke partijen en hoe sluit uw input daarop aan?
- Eindig uw brief met een aanbod: bijvoorbeeld 'Uiteraard zijn we van harte bereid om met u in gesprek te gaan over ...', 'Als u of de toekomstige raadsleden van uw partij interesse hebben om ... tijdens een werkbezoek zelf te ervaren, dan organiseren we dat graag voor u', of 'Wij zijn zeer bereid om mee te lezen met uw conceptteksten en deze vanuit onze expertise en ervaring van feedback te voorzien.' Het moet een aanbod zijn dat bij u en uw organisatie past en dat u ook waar kunt maken.

De Vereniging Gehandicaptenzorg Nederland maakte een pamflet met input voor de lokale verkiezingsprogramma's voor het hele land. Het sociaal beleid is in hoge mate gedecentraliseerd. Dit betekent dat er grote verschillen tussen gemeenten zijn. Voor uw gemeente(n) zijn bepaalde punten uit het VGN-pamflet zeer relevant en andere punten veel minder. Voor een organisatie in een andere regio kan dat weer heel anders liggen. Gebruik het pamflet van de VGN bij voorkeur als inspiratiebron om de voor uw organisatie en uw gemeente(n) best passende speerpunten eruit te halen. En vul deze vooral ook aan met uw eigen wensen en aandachtspunten.

Praktische bezwaren en oplossingen

'Mijn organisatie is actief in 80 gemeenten, hoe kan ik al die verkiezingsprogramma-commissies überhaupt vinden?', 'we willen wel iets doen, maar hebben maar weinig capaciteit beschikbaar om dit te doen', en zo zijn er tal van beren op de weg te vinden. Hieronder enkele praktische overwegingen bij de meest voorkomende knelpunten:

Iets is beter dan niets.

In het ideale geval schrijft u een eigen brief, toegespitst op uw organisatie en de gemeenten waar u actief bent. Maar als dat door tijd- of capaciteitsgebrek niet lukt, kunt u nog steeds iets doen. U kunt het pamflet van VGN met een kort begeleidend briefje doorsturen aan de verkiezingsprogramma-commissies in uw gemeenten. Dan krijgen ze in ieder geval input die helpt

om inclusie en de zorg voor mensen met een beperking een goede plek in de verkiezingsprogramma's te geven.

Prioriteren binnen uw mogelijkheden.

U kunt zich richten tot alle partijen, in alle gemeenten waar u actief bent. Maar als dat echt teveel is, kunt u natuurlijk ook keuzes maken. Welke gemeenten zijn het belangrijkste? Het hangt van de specifieke context af hoe u die vraag beantwoordt. Het kan de gemeente zijn waar het beleid nu het 'slechtst' is, of de gemeente die de toon zet in het regionale samenwerkingsverband, of de gemeente waar u financieel het meest van afhankelijk bent, of de gemeente waar u de grootste bouwopgave tegemoet gaat, etc. En hetzelfde geldt voor de politieke partijen: het liefst benadert u ze allemaal, maar als dat niet lukt, kunt u ook kiezen voor de grootste partijen of de partijen die de afgelopen periode het meest oog hadden voor uw doelen, enzovoorts.

Verzending: van hagel tot scherpschutter.

De algemene e-mailadressen van gemeenten zijn relatief eenvoudig te vinden. U kunt uw brief naar dit adres sturen, met het verzoek deze brief door te sturen naar de politieke fracties in de gemeenteraad, opdat zij het door kunnen zetten naar hun eigen partij.

Met iets meer zoekwerk vindt u op de gemeentelijke website ook het mailadres van de griffie. De griffie ondersteunt de gemeenteraadsfracties en zit dus dichterbij de lokale politiek dan de beheerder van het algemene gemeentelijke mailadres. Een mail aan de griffie met het verzoek dit door te sturen naar de partijen geeft dus een grotere kans op succes. Met nog enkele muisklikken meer, treft u ook een overzicht van de fracties in de gemeenteraad, inclusief contactgegevens. Hiermee kunt u de partijen zelf veel gerichter benaderen.

Soms publiceren partijen op hun lokale website over de samenstelling van de programmacommissie en kunt u hier informatie vinden om bijvoorbeeld de voorzitter of secretaris van de commissie direct te mailen. Hoe gerichter de benadering, hoe groter de attentiewaarde. Ook het mailen naar de griffie of het algemene adres van de gemeente zal over het algemeen een groot bereik geven.

Extra aandacht genereren

Uw brief zal over het algemeen serieus bekeken worden door de programmacommissies. Zij ontvangen allerlei input, maar worden nog niet zo overspoeld als de landelijke programmacommissies. Daar is de kans dat een brief ongelezen terzijde wordt gelegd vele malen groter.

Desondanks kan het natuurlijk geen kwaad om extra aandacht te genereren voor de boodschap uit de brief. Enkele suggesties hiervoor:

Een brede informatiebijeenkomst voor de programmacommissies

Het kan interessant zijn om een bijeenkomst te organiseren voor de verkiezingsprogramma-commissies in uw gemeente/regio, waar u uw input nader toelicht en er vragen over gesteld kunnen worden. Maar als u zo'n bijeenkomst alléén organiseert, is er een groot risico op een lage opkomst. Een bijeenkomst samen met andere aanbieders in de gehandicaptenzorg of zelfs nog breder in het sociaal domein, of met andere samenwerkingspartners (bijvoorbeeld organisaties waar uw cliënten een werkplek hebben gevonden), en/of met cliëntenraden en ervaringsdeskundigen, heeft een grotere aantrekkingskracht. Zowel omdat er een breder beeld gegeven wordt, als omdat de politici een groter aantal potentiële kiezers kunnen ontmoeten.

Een opinieartikel in de lokale media

Als u dan toch op een rijtje heeft gezet wat er volgens u belangrijk is voor het toekomstige beleid van de gemeente, kunt u dit ook uitwerken tot een opiniestuk. Op deze manier roept u de politieke partijen publiekelijk op om bepaalde maatregelen in hun programma op te nemen. Dit levert ook zichtbaarheid op voor uw organisatie, het kan medestanders mobiliseren en wellicht neemt de krant uw onderwerp dan ook sneller mee in het lijsttrekkersdebat dat de redactie in verkiezingstijd organiseert.

Een werkbezoek organiseren

U kunt een werkbezoek organiseren voor gemeenteraadsleden en hen vragen ook iemand uit hun lokale programmacommissie mee te nemen. Dit werkt vooral goed als uw centrale inhoudelijke boodschap goed 'zichtbaar' te maken is in de praktijk (mediageniek) en door een werkbezoek meer gaat leven voor de betrokken raadsleden.

Meer informatie?

Wilt u aan de slag met de lokale lobby, maar heeft u nog vragen? Neem dan contact op met Stijn Verbruggen, coördinator public affairs bij de VGN: sverbruggen@vgn.nl. Of kijk op www.lobbybijgemeente.nl voor voorbeelden uit andere sectoren.