

Jazz heeft baat bij microlobby gemeentes en provincie

Folkert Oosting

Bestaat er zoiets als een jazzlobby? Een jazzmuzikant is het misschien om concerten en cd's te doen. Terwijl een podiumdirecteur meteen subsidies en sponsors zal noemen. En het jazzlabel denkt aan betere regelgeving om illegale downloads op internet te lijf te gaan. Om dat alles voor elkaar te krijgen, is het de kunst om bondgenoten te vinden die voor jouw belangen opkomen. Maar waar vind je die? Belangenorganisaties, bestuurders en politici zijn er heel handig in. Op zoek naar medestanders en met veel persaandacht, handelen zij dagelijks in 'argumenten en standpunten'. In lobbytaal heet dat agenderen en coalities sluiten. Weten wat de ander bezighoudt, daarop inspelen en je krachten bundelen.

Maatschappelijk evenwicht

Op landelijk niveau gebeurde dat toen het subsidiebestel door het Ministerie van OCW werd gereorganiseerd. De 'herverekening' van de vierjarige podiumkunstsubsidies kwam vorig jaar snoeihard aan bij festivalpodia en gevestigde jazzgezelschappen. Begrijpelijk, maar tegelijkertijd onvermijdelijk en heel voorspelbaar. Want als je goed kijkt naar sectoren zoals energie, zorg, post en telecom, dan zie je dat de Rijksoverheid zich al ruim tien jaar overal terugtrekt. Zij is er voor basisvoorzieningen, houdt toezicht en laat de rest over aan de markt, de beroepspraktijk of provincies en gemeentes. Nederland is zoekende naar een 'nieuw maatschappelijk evenwicht' en nog lang niet uitgesproken over publiek-private samenwerking.

Microlobby

In de zoektocht naar dat nieuwe maatschappelijk evenwicht is er de natuurlijke neiging om politiek Den Haag met een grootschalige lobby te bestoken en ondertussen gedeputeerden, wethouders, statenleden en gemeenteraadsleden over het hoofd te zien. Terwijl in het nieuwe cultuursysteem juist deze 'microlobby' nieuwe bondgenoten en subsidies oplevert. Het onlangs genomen besluit van gemeente-

lijke- en provinciebestuurders om gezamenlijk een cultuurbeleid te ontwikkelen is illustratief. Nu vraagt u zich vast af of en hoe de jazz op deze agenda van het Interprovinciaal Overleg (IPO) en de Vereniging van Nederlandse Gemeenten (VNG) terecht kan komen. Een goede relatie met een willekeurig provincie- of stadhuis is daarvoor in ieder geval een noodzakelijk begin. Hoe dat werkt bleek vorig jaar in Den Haag. Daar maakte D66-raadslid Jan Brink zich hard voor het noodlijdende Pure Jazz en The Hague Jazz. Met PvdA-raadslid Marieke Bolle in het kielzog, die 200.000 euro in de wacht sleepte bij wethouder Huffnagel. Dat was geen toeval, want deze wethouder citymarketing weet dat jazz bijdraagt aan promotie van de stad.

Jazz als partijpolitiek

Gemeenteraads- en statenverkiezingen zijn een uitgelezen moment voor een 'microlobby'. De eerstvolgende gemeenteraadsverkiezingen vinden op 3 maart 2010 plaats. Politieke partijen werken nu al aan hun verkiezingsprogramma's om straks zo goed mogelijk hun politieke punten te scoren. Ook van jazz is een partijpolitiek punt te maken. Maar hoe? Tien basistips:

pagina 18

Muziekwereld



Illustratie: Jim van der Meulen

1. Formuleer een korte en krachtige pitch over uw ambities, standpunten en 'behoefte'. Zorg dat deze aansluit op belangrijke lokale thema's, van citymarketing, culturele infrastructuur tot educatie.
2. Maak kennismakingsafspraken met alle lijsttrekkers en 'pervoerders'.
3. Ken de spelregels voor politieke besluitvorming binnen politieke partijen.
4. Doe mee aan verkiezingsdebatten en ken de presentatoren.
5. Zoek in deze periode de pers op.
6. Leg na de verkiezingen contact met auteurs van het coalitieprogramma.
7. Leg in deze periode ook contact met de auteurs van het collegeprogramma.
8. Leg contact met de nieuwe fracties.
9. Leg contact met de nieuwe portefeuillehouder Cultuur van B&W.
10. Sluit coalities met andere lokale spelers uit de jazz.

In lobby en public affairs gaat het om inhoud en oog voor verhoudingen. Met vaardigheden zoals samenwerken, argumenteren, debatteren, anticiperen, regisseren en onderhandelen kom je heel ver. Een organisatie die dit structureel aanpakt, telt al snel haar winst uit en bouwt mee aan een duurzame positie van de Nederlandse jazz.

Folkert Oosting is Managing Partner van De Haagse Brug, communicatiebureau voor publiek-private vraagstukken www.haagsebrug.nl