



*Nieuwe lobbyist
moet zorgen voor
steviger invloed KNB*

Simpele boodschap op het juiste moment bij de goede persoon

Met de benoeming van lobbyist Tessa Maas wil de Koninklijke Notariële Beroepsorganisatie (KNB) nog nadrukkelijker aan de weg timmeren in politiek Den Haag. 'We zijn er voor Jan publiek, en niet andersom.'

TEKST Peter Louwerse | FOTO'S Truus van Gog

Lobbyen heeft de KNB altijd gedaan. Het hing van het onderwerp af wie het voortouw nam: een bestuurslid of iemand van het KNB-bureau. 'Door de aanstelling van onze nieuwe lobbyist willen we meer proactief bezig zijn met de dingen die van belang zijn voor het notariaat', zegt KNB-voorzitter Franc Wilmink. Hij en Tessa Maas doen de lobby samen. Die werkwijze is een uitvloeisel van de beleidsvisie 'Met recht vooruit' waarvan het verstevigen van de lobby één de pijlers is. Hoewel de KNB met een achterban van 1.360 notarissen geen factor van groot electoraal belang is, vindt de organisatie in Den Haag een gewillig en geduldig oor, heeft Wilmink gemerkt tijdens de driekwart jaar dat hij voorzitter is.

ZORGVULDIG

Peter van Keulen van lobbyadviesbureau Public Matters legt uit hoe dat gaat. 'De kracht van de KNB is dat de organisatie altijd zeer

zorgvuldig lobbyt', meent Van Keulen, die samen met zijn collega Hugo Lantain de vaste adviespartner van de KNB is. 'De KNB lobbyt op inhoud en waakt ervoor om de discussie te laten escaleren.' Nog belangrijker: 'De KNB komt niet alleen met bezwaren, maar ook met alternatieven, waar Kamerleden en ambtenaren hun voorstel op kunnen baseren.' Dat de KNB namens 'slechts' 1.360 beroepsbeoefenaren spreekt, is volgens Van Keulen niet zo belangrijk. 'De effectiviteit van een lobby wordt niet bepaald door de grootte van je organisatie. De ANWB heeft meer leden, maar die lobbyt in een heel ander speelveld, met andere spelers. Belangrijk is dat notarissen veel technisch-juridische informatie hebben, die nuttig is voor de beleidsmakers. Zo bouwt de KNB gezag op. Daarbij is van belang dat de KNB kan spreken namens alle notarissen.' Een lobbyist moet dus intern draagvlak creëren. Dat doet hij door aan de eigen achterban uit te leggen wat hij in Den Haag of Brussel heeft gedaan. Dit om te voorkomen dat groepen

binnen het notariaat met andere standpunten naar buiten komen. Van Keulen: 'Dat ondermijnt de effectiviteit van je lobby.'

GOEDE LOBBY

Wat is dat eigenlijk, een goede lobby? Hoe bereik je de Kamerleden en hun medewerkers die dagelijks honderden e-mails krijgen? 'Breng om te beginnen een simpele boodschap (maximaal één A4'tje) bij de juiste persoon op het juiste moment', betoogt Van Keulen. 'In de boodschap leg je kort uit wat er aan de hand is, wat je vindt en wat je vraagt.' Bij wie je moet zijn, hangt af van de fase waarin de besluitvorming zich bevindt. 'Je begint meestal met een ambtenaar op een ministerie die een onderwerp goed kent. Dat geldt zeker voor de KNB. De organisatie kent de ambtenaren die aan de wetsontwerpen werken, en andersom kennen de ambtenaren de KNB. In een latere fase komt de lobby op het niveau van de bewindspersoon of de Tweede Kamer.'

‘De kracht van de KNB is dat de organisatie altijd zeer zorgvuldig lobbyt’

Een goede lobbyist, vervolgt Van Keulen, informeert zijn tegenpartij compleet, zorgvuldig en snel. En hij moet ook aan het belang van zijn gesprekspartner denken. ‘Je moet niet alleen dingen halen, maar ook brengen. En je moet er zijn in voor- en tegenspoed. Dus ook bereikbaar zijn als het bij je organisatie even wat minder gaat.’

Wat de lobbyist zeker niet moet doen: jokken, want dan hoeft hij de eerste vijf jaar niet terug te komen. Het is sowieso superbelangrijk om goed met je netwerk om te gaan. Van Keulen heeft als assistent in de Tweede Kamer gewerkt en kent politici en hun medewerkers persoonlijk. ‘Het is niet effectief om mensen uit je netwerk ’s avonds te bellen. Je moet als lobbyist niet te dicht zitten op de mensen die je wilt informeren. De tijden van de Nieuwspoort-lobbyist oude stijl (het zit aan de bar en het hikt) zijn echt passé. ‘Verstand van zaken en kennis over het beleidsproces zijn belangrijker geworden.’ Ook timing en een goede informatie zijn cruciaal. Lobbyisten halen hun informatie uit verschillende bronnen: ze houden de

Kameragenda bij, weten wanneer er mondiale vragen worden gesteld die van belang zijn, houden social media in de gaten en weten ook dankzij persoonlijke relaties wat er speelt in de besluitvormingscircuits van Den Haag en Brussel.

SUCCESS

Zolang de politieke molen draait, draaien de lobbyisten mee. Of het nu gaat om verkiezingstijd, de reguliere Kamerperiode of de kabinetsformatie, er kunnen altijd actuele ontwikkelingen zijn waarop de lobbyist moet inspelen. ‘Regeren is vooruitzien’, meent Van Keulen. Hij noemt het verzet van de KNB tegen het verplichte energielabel voor woningen een voorbeeld van een geslaagde lobby. Daar viel alles op zijn plek: timing, inschatting van de politieke situatie, sterke argumentatie, gebruik van het netwerk, en een beetje geluk. Dat succes kan wellicht de inspiratie vormen voor de dossiers waar de beroepsorganisatie de komende tijd voor wil vechten.

Wilmink zal er vooral op wijzen dat het publieke belang en het belang van de notaris vaak parallel lopen. Alleen opkomen voor je eigen business maakt immers geen sterke indruk. ‘We zijn er voor Jan publiek, en niet andersom.’ Voorzitter Wilmink denkt daarbij in de eerste plaats aan de plannen voor een centraal aandeelhoudersregister. Het lijkt er nu op dat de Kamers van Koophandel deze registers gaan beheren. ‘Wij denken echter dat de notaris de aangewezen persoon is om dat te doen’, stelt Wilmink. ‘Wij moeten het register tenslotte zelf invullen. We hebben de benodigde automatisering al in huis. Op dit onderwerp blijven we focussen.’

Een tweede punt van zorg zijn de kosten van het Bureau Financieel Toezicht. Ook de verweerde protocollen baren de KNB zorgen. Dat dossier gaat over de vraag wie de protocollen overneemt van een notaris die stopt. ‘De KNB veegt nu de brokstukken bij elkaar, als een soort liefdewerk oud papier. We zijn in overleg met het ministerie om tot een structurele oplossing te komen.’ ■



Bij elke fractie een ingang

Ze ziet zichzelf als ‘de ogen en oren van de KNB’. **Tessa Maas** is op 1 september begonnen als lobbyist voor het Nederlandse notariaat. Haar belangrijkste taak: op de hoogte blijven van alle relevante veranderingen op het gebied van wetgeving en daar snel en zorgvuldig op inspelen. Dat betekent dat ze constant alert moet zijn. ‘Inderdaad, je moet 24/7 aanwezig

zijn. Een Kamerlid kan ook in het weekend een vraag stellen en daarover twitteren. Als ik ergens een hekel aan heb, is te laat geïnformeerd zijn. Snel schakelen is juist cruciaal als je iets wilt bereiken.’ Dat ze notariële dossiers alleen op hoofdlijnen kent, vindt ze een pre. ‘Binnen de KNB is genoeg expertise. Mijn taak is contact te leggen tussen de organisatie en de politiek, en aan politici ingewikkelde dossiers in jip-en-janneketaal uitleggen. Dus: waar gaat het wetsvoorstel over, wat zijn de implicaties voor het notariaat en wat wil de KNB graag? Een belangrijke stelregel daarbij is: kom niet te vroeg en ook niet te laat. In het eerste geval vraagt de tegenpartij zich af wat je komt doen, in het tweede geval sta je voor aap.’

Tessa Maas was in het verleden onder meer persvoorlichter van D66 in het Europees Parlement, fractiemedewerker in de Eerste Kamer en lobbyist voor de Kamer van Koophandel. In haar laatste functie bij communicatiebureau Marlot deed ze lobbytrajecten voor verschillende opdrachtgevers. ‘Ik durf wel te zeggen dat ik bij elke fractie een ingang heb.’ Daarbij focust ze meer op de politiek assistenten en beleidsmedewerkers, dan op de Kamerleden zelf. Ook wil Maas intern draagvlak creëren: ‘Je kunt extern niets bereiken als intern de neuzen niet dezelfde kant op staan.’