



If you are not part of the
solution, you are part of the
problem



ISSUEMAKERS

1. Introductie Issuemakers

Ons bureau



ONZE KERNWAARDEN



NIEUWSCIERIG

We willen alles weten, zitten bovenop nieuwe ontwikkelingen, verzamelen nieuwe inzichten en zijn gefocust op het achterliggend verhaal. We blijven vragen stellen, zoeken alles uit, willen snappen hoe het zit.



INVENTIEF EN CREATIEF

We zoeken steeds naar nieuwe, onverwachte invalshoeken, oplossingen en verhalen. We denken out-of-the-box, willen onszelf vernieuwen en pakken graag nieuwe dingen op.



PRAGMATISCHE WERELDVERBETERAARS

We werken graag voor opdrachtgevers die maatschappelijke impact (willen) maken en zo de wereld een beetje beter maken. We snappen daarbij dat veranderingen tijd kosten.



INSPIREREND

We willen opdrachtgevers uitdagen, nieuwe invalshoeken laten zien en hen met andere ogen naar wat er speelt, laten kijken. We delen nieuwe inzichten uit het vak delen en brengen de buitenwereld naar binnen.



GERICHT OP SAMENWERKING

We werken graag samen, met collega's, met opdrachtgevers en met partners. We helpen elkaar als dat nodig is. We stimuleren en vertrouwen elkaar, genieten van de successen van de ander en voelen ons verantwoordelijk voor elkaar. Kortom we maken elkaar sterker.

ISSUEMAKERS
ISSUEMAKERS

Onze expertise



ISSUE-INTELLIGENCE

ANALYSEREN EN DUIDEN

We beschikken over goede voelsprietten voor ontwikkelingen in de samenleving en politiek en brengen omgevingssensitiviteit binnen bij organisaties. Dit doen we onder andere door het monitoren en duiden van wat er intern, in de samenleving en binnen de politiek gebeurt en door het voeren van gesprekken met relevante stakeholders.

ISSUE MANAGEN

IMPACT ONDER CONTROLE

De Issuemakers gelooft dat organisaties met een proactieve issue-aanpak hun reputatie kunnen bevorderen. We zien issues niet alleen als risico's die gemanaged moeten worden, maar ook als kansen voor positieve positionering door het issue te kantelen. Door een gedegen issue-aanpak kunnen de meeste crises worden voorkomen.

ISSUE MAKEN

IMPACT MAKEN

Door onderwerpen die in de samenleving spelen te omarmen, kunnen organisaties zich stevig maatschappelijk profileren. Dat is belangrijk: de moderne consument wil immers weten waar een bedrijf voor staat. Ons doel is dat organisaties uiteindelijk bijdragen aan het oplossen van maatschappelijke issues. Een issue 'maken' kan op talloze manieren.



OPDRACHTGEVERS

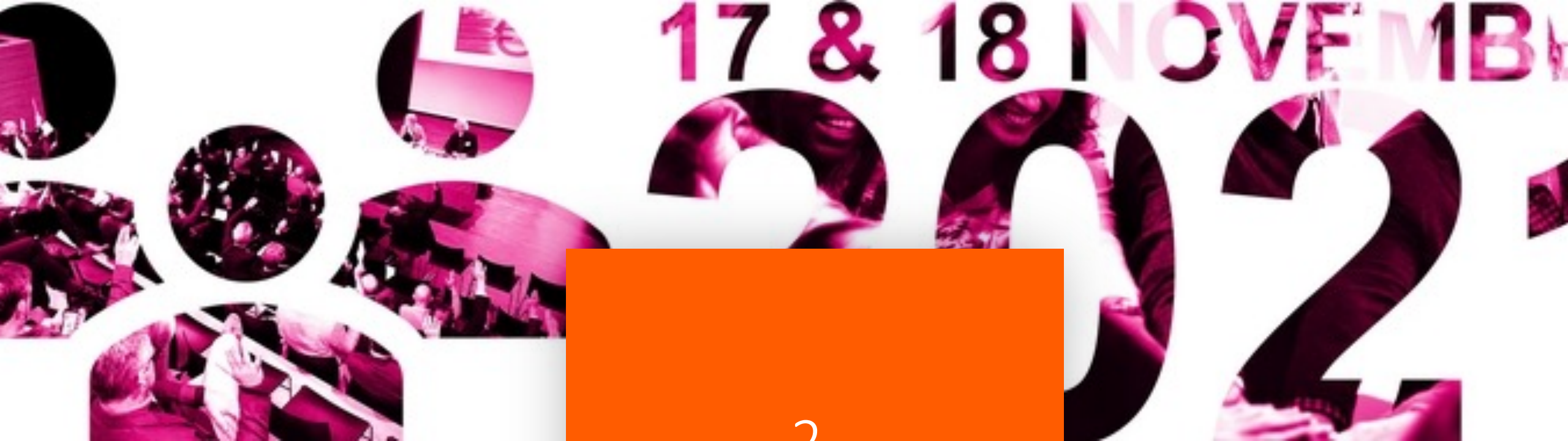


Rijnstate



Ministerie van Volksgezondheid,
Welzijn en Sport





2.

CULTUURCONNECTIE

Cultuurconnectie

- Gemeenteraadsverkiezingen
- Hoe kan de branche een rol spelen?



3.

MAATSCHAPPIJ

Maatschappelijke veranderingen

- Sociaal contract onder druk (sociale ongelijkheid, discriminatie, klimaat)
- Platformeconomie, disruptief
- Kwaliteit van leven
- Aandacht voor impact van ondernemen op leefomgeving en verwachting dat zij daar positief aan bijdragen
- Verantwoordelijkheid nemen en toezicht houden
- Stakeholders i.p.v. aandeelhouders
- Bestuurders aanspreekbaar
- Innovatiekracht inzetten voor maatschappelijke opgaven



DARE TO
BE DIFFERENT

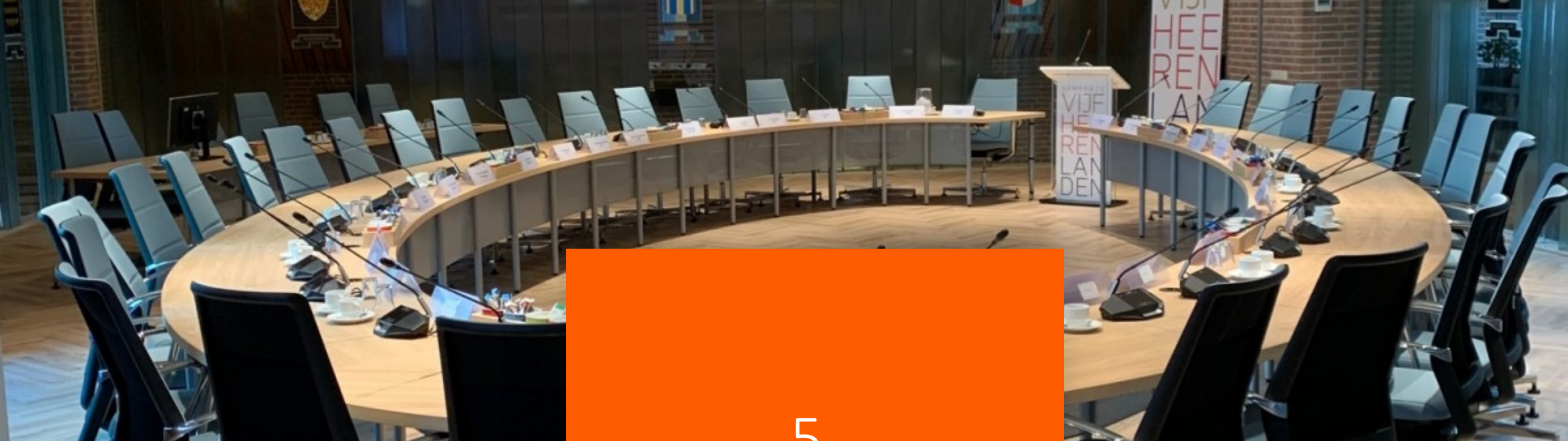
4.

MAATSCHAPPELIJKE POSITIONERING

Reden om te verbinden met een maatschappelijk thema

Enkel richten op eigen – primaire – doelstelling kan niet meer

- Persoonlijke drive van directie / medewerkers
- Medewerkers en consumenten willen weten waar organisatie voor staat (willen werken bij c.q. producten kopen van een organisatie die ergens voor staat)
- Versterken bestaansrecht en relevantie van organisatie (zeker als overheid zich terugtrekt)
- Positieve publiciteit als stootkussen voor negatieve issues
- Onderscheiden van concurrenten
- Verbreden van netwerk (andere stakeholders)



5. POLITIEKE ARENA

Gemeentelijke kenmerken

- Kracht zit in de samenleving, overheid moet dat versterken
- Verhoudingen landelijk – regionaal – Europa – gemeenschappelijke regelingen verandert
- Versplintering en veel lokale partijen
- Meer financiële druk bij de gemeenten: bezuinigingen in reeks van jaren
- Ambtelijk alles in systemen gezet: geen ruimte voor specifieke aandacht
- Integraal beleid is lastig: schotten tussen verschillende domeinen
- Risicomijdend gedrag, gericht op overeind houden minister / wethouder
- ‘Wicked’ problemen: oplossing van een probleem levert volgend probleem op
- Meervoudige kennis en ervaring nodig
- Maar samenwerking is als een bierfiets

Issues bij gemeenten, onder andere

- Ruimte / wonen / leefbaarheid
- Klimaat, RES, warmtetransitie
- Mobiliteit: bereikbaarheid, milieu
- Economie: gevolgen corona
- Kansengelijkheid, sociaal vangnet
- Participatie
- Jeugdzorg en WMO
- Ouderen - jongerenbeleid
- Positieve en preventieve gezondheid

Verkiezingen en verder

- 16 maart verkiezingen
- 17 maart start coalitievorming
- Coalitieprogramma vormt uitgangspunt voor gemeentelijk beleid komende 4 jaar
- Opstellen beleid in eerste twee jaar



6. CULTURELE SECTOR

Culturele sector in gemeenteland

Inzichten:

- Kunst en cultuur zorgen voor leefbare en dynamische gemeente / vestigingsklimaat
- Aanbod creatieve sector in de stad
- Culturele sector (grotendeels) afhankelijk van gemeentelijke financiering
- Financiering vanuit gemeenten wanneer het voor kinderen is
- Kostenpost, in het verleden al op bezuinigd op sport en cultuur
- (Financiële) meerwaarde en mogelijkheden niet bekend: nice to have
- Is de culturele sector ook bereid / in staat meerwaarde te leveren? Waarom zou de gemeente uw werkzaamheden omarmen?
 - Kostbaar
 - Klein publiek

Samenwerken aan maatschappelijke opgaven

- Naast eigen vraag om financiering / locatie / toegang etc.:
- Ook: oplossen maatschappelijke problemen is mogelijkheid en verantwoordelijkheid alle bedrijven / organisaties / personen
- Enkele gemeenten werken al samen met culturele sector
- Samenwerking gaat niet altijd vanzelf
- Concreet aanbod moet vanuit culturele sector komen

Mogelijke inhoudelijke invalshoeken

- Onderwijs, cultuur en sport
- Kansengelijkheid / participatie / betrokkenheid / ontmoeten / diversiteit
- Jeugdbeleid / preventie / gezondheid
- Digitalisering

Hoe doen we dat?

- Show and tell
- Aangepast aanvullend aanbod
- Bestuurlijke afspraken / cultuurcommissie
- Gemeenschappelijk netwerk / verbinding met andere domeinen
- 'Aanbod aan de stad'
- Inspreken / brieven
- Factsheets / infographic
- Denktank
- Meedoen aan verkiezingen
- Pilot
- Betrekken bij eigen activiteiten
- Activiteit organiseren / oploopje / thema-avond
- Mediabenedering: lokale media / rtv / social media
- Petitie
- Paragraaf in raadsvoorstel