

Addendum op het eerder gestuurde document.

Het eerder gestuurde document is vooral een reeks constatering en aanbevelingen. Dit document is echter meer een persoonlijke zoektocht naar waar het fout ging.

Als je mij de vraag stelt, waar ging het fout, en wie heeft het fout gedaan moet ik helaas antwoorden dat iedereen tekortkomingen heeft gehad deze campagne en fouten heeft gemaakt.

Het moment waarop de campagne begon was eigenlijk met het kiezen van onze lijsttrekker. Waar wij een open organisatie zijn is deze uitslag nooit officieel bekend gemaakt, enkel wie de lijsttrekker is geworden. Hierdoor had deze campagne eigenlijk al een valse start.

Daarnaast is nergens vastgelegd met welk mandaat onze lijsttrekker in de organisatie beslissingen maakt met betrekking tot de campagne wat ervoor gezorgd heeft dat iedereen zijn eigen opvattingen hierover heeft, en onze lijsttrekker nooit het volledige vertrouwen heeft gekregen van de eigen achterban.

Een voorbeeld hiervan is dat het oude bestuur ervan uit ging dat de lijsttrekker naar bestuur zou stappen om samen met hen een campagne te voeren. Realiteit is echter dat er vanuit de organisatie zelf een campagneteam is opgericht, het zogenaamde 'oude campagneteam'. Ook hier lag een valse start tussen het oud bestuur en campagneteam.

Ikzelf ben niet actief geweest voor het oude campagneteam, ik kan hier weinig over zeggen maar links of rechtsom, zorgde deze samenwerking voor spanningen tussen het oud bestuur, het oude campagneteam en onze lijsttrekker, waar deze spanningen dusdanig hoog oplopen dat uiteindelijk het oud bestuur en oud campagneteam opstapten.

In allerijl is er een interim-bestuur opgericht welk een nieuw campagneteam moest opstellen, door interne afwegingen is er gekozen om een 'interim' campagneteam op te zetten, onder de noemer 'kwartiermakers' welk met een beperkt mandaat een schakel zouden vormen tussen het oude campagneteam en de nieuw te voeren campagne.

Voor de overdracht tussen het oude en nieuwe campagneteam waren enkel een aantal theoretische documenten opgeleverd. Deze documenten zijn terug te vinden op <https://wiki.piratenpartij.nl/tk2017> met de namen:

Plan en strategie (21-08-2016)

Externe communicatie strategie (25-10-2016)

Communicatiestrategie (08-11-2016)

Concept visual identity guide (07-09-2016)

Het bleek dat er geen organisatie voor ondersteuning van het campagneteam beschikbaar was, de campagne lag vooral bij een zeer klein groepje mensen welk gesloten werkte waardoor niet duidelijk was wat er was gedaan, wat er nog moest gebeuren. Er kwam een lijstje met wat namen en op herhaalde verzoeken voor meer informatie is ontwijkend of niet gereageerd. In de praktijk was er hierdoor van een echte overdracht sprake is het nieuwe campagneteam vooral opnieuw begonnen vanaf het moment dat deze hun taken oppakten in december.

Naast de beperkte overdracht was het oude 'communicatie werkgroep' niet functionerend en er was nog geen nieuwe organisatie beschikbaar. En de nieuwe infrastructuur was een theoretisch document. Doordat er geen infrastructuur voor een campagneorganisatie beschikbaar was het nieuwe campagneteam vijf voor twaalf vooral bezig met het optuigen van nieuwe infrastructuur. Ook hiervoor

was een document beschikbaar gemaakt waar een aantal groepen samen zouden werken met het campagneteam om zo 'bottom up' een campagne te voeren.

Tijdens de 'kwartiermakers periode' waren de kwartiermakers vooral bezig met het oprichten van deze infrastructuur en uiteindelijk bleek van het eerdere document dat van alle genoemde namen in dit document vrijwel niemand daadwerkelijk actief onderdeel uit te gaan maken van een van de op te starten groepjes. Deze nieuw opgerichte groepjes konden hun draai nog niet vinden en bestonden vooral uit groepen van een persoon.

Inmiddels was het twee voor twaalf, de Tweede Kamer kwam terug van kersteceres en de campagne zou nu echt gaan beginnen, hiervoor is besloten om van de 'kwartiermakers' ook daadwerkelijk het campagneteam te vormen. Om misverstanden te voorkomen zoals met het oud bestuur en lijsttrekker is er besloten een groep te maken waar de lijsttrekker, bestuur en campagneteam samen in een groep zitten.

Ook het zelfsturende karakter van de organisatie, bottom up kwam niet goed van de grond, een goed voorbeeld hiervan is het mislopen van de zogenaamde H4 formulieren/handtekeningen. Vanuit het campagneteam is ervan uit gegaan dat deze decentraal, bottom up, door de lokale coördinatoren zouden worden geregeld, halverwege de eerste week van verzamelen blijkt echter dat de lokale coördinatoren hadden begrepen dat ze eigenlijk enkel de ingevulde formulieren zouden hoeven te verzamelen. Door dit misverstand zaten we direct op een achterstand die we letterlijk het laatste minuut hebben ingehaald.

Door het gebrek aan organisatie lag er een onnatuurlijke druk op het nieuwe campagneteam, het al te kleine bestuur van drie man waar uit praktijk bleek dat er enkel twee man daadwerkelijk taken op zich nemen en een te overbezette lijsttrekker botste het hier ook regelmatig. Te vaak werden taken onderling afgestoten, of niet uitgevoerd en deadlines werden ternauwernood gehaald. Ook was door deze onderbezetting het campagneteam, bestuur en de lijsttrekker vooral bezig met de organisatie, in plaats van een inhoudelijke campagne en strategie. Een poging hiertoe, bijvoorbeeld met een 'focus van de dag' kwam nooit goed en wel van de grond. Daarnaast was deze eigenlijk ook verkeerd ingericht. De focus zou vanuit de organisatie zelf, bottom up komen en dan uitgedragen worden. Dit bleek niet goed te functioneren, maar is nooit veranderd.

Mijn persoonlijke conclusie is dat het bottom up gedeelte, gebrek aan mandaat, gebrek aan leiderschap, gebrek aan organisatie en overwerkte mensen ervoor gezorgd heeft dat deze campagne nooit goed van de grond is gekomen.

Realiteit is dat op dit moment er nog steeds geen goede organisatiestructuur met bezetting aanwezig is. Het is nu aan de partij om ervoor te zorgen dat deze groepen daadwerkelijk van de grond komen, ruim voordat er nieuwe verkiezingen aan komen, onze organisatie moet naar een 'permanente campagne' verplaatsen en er moet een betere ondersteuning komen voor lokale afdelingen. Het is ook verstandig om (lokale) (nieuwe) ledendagen te organiseren met workshops etc en we moeten werken aan het verbeteren en versnellen van het uitbrengen van eigen content en persmomenten.