



Evaluatie #TK2017
 door: Rico Brouwer
 distributie: bestuur, campagneteam
 locatie bronbestand: campagne wiki
 datum: 22/3/2017



Vooraf:

Dit is een persoonlijk verslag, het bevat punten die in de generieke evaluatie van de Tweede Kamer verkiezingen 2017 kunnen worden overgenomen. Het heeft mij voorkeur als dit verslag als bijlage bij de algemene evaluatie wordt gevoegd.

Het was voor mij een fantastische ervaring om aan deze campagne bij te dragen, het was heel fijn op met zulke bevlogen mensen samen te werken. Het teamen met mensen die allemaal uit overtuiging zonder enige vergoeding dag en nacht tot het uiterste gingen koester ik, net zoals vriendschappen die zijn ontstaan.

We zijn in een jaar tijd door een organisatie verandering gegaan die zijn weerga niet kent. Er staat nu een veel sterkere en meer toegankelijke partij dan een jaar geleden. Die verandering was nodig om tot succes in de verkiezingen te kunnen komen, maar het proces waar we doorheen gingen stond effectief campagne voeren soms in de weg. Dit verslag bevat leermomenten, vooral persoonlijke.

Dank aan en respect voor iedereen die meehielp afgelopen jaar.

Ook en vooral aan hen die om wat voor reden dan ook niet aan boord bleven tot 15 maart.

Gestelde doelen van de campagne (bron: campagne strategie document 8/11/2016):

-
1. we behalen een tot drie zetels in de Tweede Kamer;
 2. we hebben aan het einde van 2016 1000 leden en op verkiezingsdag 2500 leden;
 3. we hebben onze boodschap verspreid en onze naamsbekendheid vergroot, tenminste de helft van Nederland weet op verkiezingsdag wie we zijn en waar we voor staan.
-

We hebben zo'n 1700 leden op de verkiezingsdag en de helft van Nederland kent onderhand onze naam. Of ze ook weten waar we voor staan, ik betwijfel het. Als partij wonnen we aan relevantie tijdens de campagne. Dat uitbouwen is de opdracht die tot de komende verkiezingen voor ons ligt. Mij daar voor inspannen is waar mijn persoonlijke ambitie ligt.

In 2016 was de campagne rondom het Oekraïne referendum de grote inhoudelijke actie die we deden. Hoewel we ons promotiemateriaal voor de verkiezingen op orde hadden begin 2017, maakten we te weinig het verschil met nieuwe acties en content. We bonden in mijn observatie daardoor te weinig nieuwe Piraten en andere sympathisanten aan ons voor een zetel.

Leermoment we zijn niet alleen een politieke organisatie, maar een internationale burgerbeweging. We laten onze relevantie zien als we doorlopend actief zijn en ons gedragen als ware we gekozen in de kamer, niet alleen in aanloop naar een campagne.

Ik schrijf onderstaande chronologie ook omdat ik er naar zocht bij aanvang van deze campagne en haar toen niet kon vinden. Ik kon bijvoorbeeld niemand vinden die nog wist hoeveel flyers en posters er vorige keer waren gekocht en waar. En hoe ze werden gedistribueerd, of hoe dat ging met de handtekeningen en de zendtijd voor politieke partijen. Hopelijk haalt dit verslag de gene die over een paar jaar campagne voeren gaat en helpt het.

Chronologie:

2016 – januari-februari

Er is een grote opschoonactie gedaan in het ledenbestand van de Piratenpartij waardoor voor het eerst in jaren veel niet betalende leden werden geschrapt. Nu wist de partij weer hoeveel leden er waren. Dit zou later leiden tot protest van een enkeling die door bestuur niet opnieuw ingeschreven werd wegens beschadigende uitingen. **Leermoment** je zou doorlopend je ledenbestand moeten bijwerken en wanbetalers jaarlijks na aanmaning uitschrijven.

De Piratenpartij werkt (onder het vorige bestuur) aan nieuwe statuten en huishoudelijk reglement. Op de ALV van 28/2 worden zeer veel moties en amendementen verwerkt, onder rommelig voorzitterschap van toenmalig presidium.

In Nederland speelt dan het referendum over het associatieverdrag tussen de EU en Oekraïne. Ik schreef daarvoor het dossier dat later de Piratenpartij 'informeer jezelf' voorstem.nl en dutchvote.eu campagne werd. Ik benaderde Keiser report wat leidde tot een interview door Ancilla met Max Keiser en daarna Alex Jones. **Leermoment** De beslissing werd genomen dat we geen enkel interview/media moment afzeggen mits we er ons eigen verhaal in kunnen doen, ook al is de interviewer of zijn/haar media kanaal voor sommigen wellicht controversieel.

Tegen het einde van die referendum campagne kwamen Ancilla en ik in gesprek over #tk2017. Op dat moment was nog van niemand duidelijk wie lijsttrekker zou kunnen of willen worden bij de komende kamer verkiezingen.

2016 – maart-april

Bestuur vraagt me te helpen in presidium. We maken alsnog de notulen van de ALV dd 28/2 op basis van audio opnamen, we maken een vergaderreglement.

Er loopt een beroepsprocedure door dat ex lid tegen zijn uitschrijving. Dit kost veel tijd en energie, ook in interne discussies tussen leden.

2016 – mei-juni

Bestuur vraagt me in de kiescommissie voor tk2017. Ik werk mee aan de oprichtingsvergadering, maar trek me er daarna uit terug (ik wil die optie zelf kandidaat te worden open houden). Er is gekozen voor een aanpak waarin eerst de lijsttrekker wordt gekozen en een maand of twee later de kieslijst. Vacaturestelling voor lijsttrekker is op 11 mei.

Op 5 juni ben ik interim voorzitter van de ALV: de nieuwe statuten en het HR worden aangenomen. Ze worden daarna niet geëffectueerd (volgens mij nu nog steeds niet). Lijsttrekker kandidaten maken op de vergadering een video opgenomen 'pitch'. Op het dak worden foto's gemaakt die de daarna volgende maanden gebruikt worden in uitingen over de verkiezingen. (Behalve van Ancilla die haar eigen foto's liet maken, net als ik een tijdje later, zijn dit de enige officiële foto's die we zullen maken tot de echte fotoshoot eind december. Niet alle video pitches worden gebruikt). **Leermoment** organiseer meer foto en video momenten met kandidaten, zelf komen ze er niet mee.

Onderdeel van de selectieprocedure is een 'lijsttrekker on tour' reeks van debatten langs de actieve lokale Piratenpartijen Amsterdam, Delft, Groningen, Utrecht. (Andere lokale afdelingen meldden zich niet om ook debatten te organiseren). Deze debatten waren nuttig en superleuk, ze verliepen in goede sfeer (met uitzondering van 1 kandidaat die er voor koos zich te profileren door zich af te zetten tegen de anderen).

Een van de 'lessons learned' van eerdere verkiezingen was dat Piraten hun programma schrijven vanuit hun eigen ideologie en niet vanuit wat er speelt in het publieke debat. Ik riep op om met elkaar te kijken wat de thema's zullen zijn van de komende verkiezingen in de samenleving en dat als uitgangspunt te nemen. Door de thema's van het publieke debat als uitgangspunt te nemen en die te brengen vanuit onze uitgangspunten hoopte ik meer aansluiting te vinden bij de kiezer.

OP 26 juni kiezen de leden Ancilla als lijsttrekker. Volgens de Schultze methode had ze de helft meer voorkeur stemmen dan Dirk die weer de helft meer had dan ik. Er wordt door de kiescommissie geen gehoor gegeven om inzichtelijk te maken hoe de stemverhoudingen lagen. Pas veel later wordt dit bij de notulen van de vergadering gevoegd. Ancilla leerde pas veel later hoe ruim ze die verkiezingen gewonnen had. **Leermoment**; hierover zou een kiescommissie transparantie moeten laten voorgaan op een verondersteld beschermen van het belang van de andere kandidaten. Het was erg frustrerend niet te mogen weten hoe er was gestemd.

Leermoment: We kozen eind juni onze lijsttrekker en pas in oktober onze kieslijst. De periode er tussen was te lang, we gaven onvoldoende belang aan het ontstaan van een team van kandidaten en lijsttrekker samen.

Leermoment kies voortaan niet alleen je lijsttrekker maar kies in die persoon ook je leider en zorg dat je die persoon vanuit bestuur en ledenraad ook als leider mandateert.

In de week nadat Ancilla is gekozen is er veel media aandacht. Samen met Thomas en Jelle geeft Ancilla er zo goed mogelijk gehoor aan. Op 3 juli wordt er vanuit toenmalig bestuur kritiek geuit op die gang van zaken, men had inmiddels een eigen campagne plan geschreven.

2016 juli-augustus

Die vergadering van 3 juli verliep stroef met negativiteit heen en weer. Er wordt door toenmalig bestuur desondanks besloten dat het campagneteam door kon gaan.

Op 10 juli is er een inhoudelijke kick-off vergadering over hoe inhoudelijk tot het verkiezingsprogramma te komen.

Vóór de zomervakantie periode kwam het campagneteam bij elkaar bij Dirk thuis. Daarin wordt besloten dat de keuze voor een aparte campagnewebsite in gegeven omstandigheden het beste lijkt, naast de oude website die zal worden gehandhaafd.

Na de zomervakantie was er een bbq in de tuin van Rico. Dit zorgde maar eventjes voor een verbetering in de gebrekkige samenwerking tussen toenmalig bestuur en het campagneteam. Eind augustus escaleert dit verder.

Op 8 juli wordt de vacature voor de kieslijst opengesteld. De kiescommissie koos ervoor een onderscheid te maken tussen 'profiel 1' (potentiele kamerleden) en 'profiel 2' (wel op de kieslijst maar onverkiesbare plek). Ik stel me kandidaat en schrijf ook een liedje. Dat probeer ik met verschillende muzikanten op te nemen wat eind december leidt tot twee verschillende versies. Ze worden in de campagne nagenoeg niet gebruikt tot er drie dagen voor de verkiezingen een soort video clip voor af is.

We krijgen een aanbod een animatie clip te laten maken voor onze campagne wat leidt tot een erg professionele productie begin februari voor de zendtijd politieke partijen. **Leermoment** de inhoud van deze clip komt voort uit Piratenpartij visie op privacy, maar raakt nauwelijks aan de thema's waar in de samenleving over gepraat wordt deze verkiezingen. Het resultaat is mooi, stijlvol maar zonder ziel.

De aansturing van de programmacommissie lag aanvankelijk bij Henk en Steven die beiden niet in die rol kwamen. Jonathan en ik namen dit over, Jonathan zou later vrijwel de gehele redactie van het programma gaan doen, nadat ik vanuit mijn zomervakantie alle op dat moment beschikbare teksten aan elkaar had geschreven. Daarna begon het schrijven van het programma te leven onder meer leden. De bronteksten van het verkiezingsprogramma kwamen tot stand door aan de ene kant passages uit eerdere programma's te filteren en aan de andere kant aan te vullen met nieuw werk.

Door een klein groepje Piraten werd nieuwe content geschreven voor het verkiezingsprogramma. Ik deed interviews met experts uit de zorg en financiën wat leidde tot die draft hoofdstukken.

2016 september-oktober

Ancilla vraagt om een personal assistant. Ik bied aan te helpen, dat lijkt campagneteam geen goed idee omdat ik ook kandidaat ben voor de kieslijst en in het campagneteam zit. De assistent die wordt gevonden komt niet in haar rol, de samenwerking zal een maand later weer stoppen.

Mijn betaald werk stopt op 1 oktober, ik zet me vanaf dat moment voltijd in voor de verkiezingen. Tussen bestuur en campagneteam, tussen bestuur en lijsttrekker, tussen lijsttrekker en campagneteam volharden spanningen. Naar mij toe leidt dit vanuit een bestuurder tot het verwijt dat ik mijn campagnewerk zou doen uit eigenbelang. Ik schrijf dan veel inhoudelijke blogs die niet meer worden overgenomen op PPNL kanalen omdat dat tot een bevoordeling van mij als kandidaat zou leiden (ik ben de enige kandidaat die zulke stukken schrijft). De sfeer van wantrouwen maakt dat Ancilla beperkt haar werk als lijsttrekker kan doen en het campagneteam vooral intern gericht blijft. Ik kies er voor terug te treden uit het campagneteam. **Leermoment** dit was conflict vermijding. Campagneteam, ik of de ledenraad had stelling moeten nemen en opkomen voor mij en voor het belang van de campagne.

De concept teksten voor het programma werden online op het platform loomio besproken, gewijzigd en gestemd. Er ontstaan veel en veel goeie discussies. Het programma wordt echt crowdsourced! Iedereen kan mee doen wat er wel toe leidt dat kennis en expertise op een onderwerp minder van belang is en dat vasthoudendheid en de langste adem kan betekenen dat je punt in het programma terecht komt. **Leermoment** Er is onvoldoende bewaking op consistentie op een onderwerp en het programma als geheel, de tijd zit vooral in bewaken dat de discussies ordelijk verlopen.

De originele teksten verloren zo soms wel aan inhoud en diepgang. **Leermoment** bewaak dat expertise van subject matter experts niet ondersneeuwt door het vocaal zijn van Piraten met een mening. Mandateer bijvoorbeeld vooraf redactie groepen om kwaliteit te bewaken. In de laatste week voor oplevering van de programmatekst ontstaat er spanning als Matthijs die net terug is van een lange vakantie grote wijzigingen doorvoert in het concept hoofdstuk over financiën.

Leermoment: maak bij een volgens programma een werkgroep op een onderwerp en laat die de tekst uitwerken. Wil je meeschrijven aan een onderwerp, dan ben je daar liever vanaf het begin bij betrokken en niet pas als anderen alle voorwerk hebben gedaan.

Uiteindelijk zal eea leiden tot een programma dat begint met onze kernpunten, daarna uitgewerkt tot thema's zoals die onder ministeries vallen. Op 15 oktober worden nog teksten met amendementen toegevoegd aan het programma op het congres in Utrecht, zonder dat daar een overall redactionele toets op plaats vindt. **Leermoment:** stel vóór je begint met een programma vast wat het zwaartepunt van de komende verkiezingen zal gaan worden en bepaal op grond daarvan het framework waarbinnen de programma teksten gaan vallen. Bewaak de consistentie van het gehele programma, om te voorkomen dat het een lapjesdeken van meningen wordt. Desondanks ontstaat een heel mooi programma, wellicht het beste in de geschiedenis van de Nederlandse Piratenpartij.

Tot aan het congres voelt Ancilla als lijsttrekker zich weinig gesteund door het campagneteam en bestuur. Er was toen ook nog geen kieslijst om samen mee op te trekken. In de periode voorafgaand het congres escaleert de relatie campagneteam/bestuur. Ancilla geeft aan dat het zo niet verder kan, de ledenraad zegt bestuur de wacht aan, aansluitend stappen bestuurders op. Oud bestuurder Floor wenst spreektijd op het congres en zal later een kort geding starten. Doorlopend vergen deze voorbeelden energie en tijd die daardoor niet in campagnewerk kan worden gezet.

Op 15/16 oktober wordt door campagneteam een congres georganiseerd in Nutrecht (Utrecht). Ondanks de moeilijke verstandhouding met bestuur lukt het campagneteam hier budget voor te krijgen. De uitnodiging ervoor wordt echter laat verstuurd. De organiserende Piraten wilden graag alles goed organiseren maar 'vergeten' het publiek? Desondanks is de opkomst redelijk, de organisatie goed en de sfeer fantastisch. **Leermoment:** het congres is op dagen dat er op het naastgelegen trein station geen treinen rijden.

Op 15 oktober wordt het programma vastgesteld en op 16 oktober de kieslijst. Kandidaten Dirk en Matthijs op resp. plek twee en drie, Rico op vier. De kiescommissie heeft geen enkele kandidaat af laten vallen en geeft op het congres nauwelijks richting aan hun inschatting van de kwaliteit van kandidaten. **Leermoment** een selectiecommissie zou doortastender moeten optreden. Je moet heldere eisen stellen aan kandidaten.

Het bestuur is inmiddels vervangen door een interim bestuur en ik kan weer een beetje gaan mee helpen in de campagne, als kandidaat op plek vier ervaar ik minder mandaat dan Dirk en Matthijs, maar die doen weer niks voor de campagne organisatie. De campagne leiding komt na alle gedoe vooral defensief over. Het wordt steeds moeilijker te zien wat er gebeurt en mee te helpen.

Het campagneteam heeft dan wel de extra campagnewebsite af, de ledenraad werft interim bestuurders die echter geen rol nemen in het verbeteren van het campagneteam, ze 'passen op de winkel'. Er wordt dan nauwelijks nog extern gecommuniceerd en campagnewerk ligt nagenoeg stil.

2016 november-december

Ancilla geeft aan dat een nieuwe PA nodig is en geeft in die tijd een aantal seminars/masterclasses, ik help bij de organisatie ervan en met PowerPoints. Op de daarna volgende ALV wordt het bestuur officieel aangevuld met nieuw gekozen bestuurders Michiel en Vincent.

De kandidaten op de kieslijst worden gevraagd foto's en een bio van zichzelf te maken. Dit komt moeizaam tot stand. Het zal nog ettelijke weken duren voordat de top kandidaten hun bio hebben bijgewerkt. **Leermoment** als je kandidaat bent moet je je PR op orde hebben. Stel eisen aan het kandidaat zijn en spreek foto/video momenten af als campagneorganisatie. Ik ben de eerste die op 7 december een kandidaat filmpje maakt, dat wordt heel goed ontvangen. Het duurt dan nog maanden tot Maarten een tweede filmpje maakt dat ook heel goed wordt ontvangen, meer kandidaat filmpjes komen er niet.

De top 8 kandidaten worden gevraagd een fractie te vormen die dagelijks op de actualiteit in kan gaan spelen en ons zo op de kaart zetten. Er komt weinig respons en dit initiatief loopt dood.

Alle kandidaten worden gevraagd opiniestukken te schrijven, er komen er een paar. Ze komen op de campagnesite, maar door WordPress instellingen verdwijnen de oude artikelen ook weer. We promoten onze artikelen nagenoeg niet in externe media, totdat kandidaat Bas dat met zijn eigen artikel wel doet. Ancilla zal er later in de campagne voor kiezen haar stukken extern te publiceren, waarna PPNL ze reactief overneemt. **Leermoment** de PPNL campagne site moet leidend zijn in je publicaties, we hadden het meer in kunnen zetten als uithangbord/vitrine.

Begin november is duidelijk dat het oude campagneteam niet meer functioneert, het dan aangestelde interim bestuur stelt echter dat ze geen mandaat zou hebben hierin op te treden. De dan volgende maand is voor de campagne een van stilstand. Ancilla escaleert begin december bij het nieuwe bestuur dat het campagneteam niet in haar rolt komt. **Leermoment** het nieuwe bestuur pakt dit signaal op en maakt aanpassingen door Wiel, Jonathan en Rico als campagneteam kwartiermakers te benoemen. Rico gaat ook agendabeheer en chauffeur doen voor Ancilla. In december worden door Ancilla erg veel interviews gegeven en kieslijst kandidaten worden actief benaderd om bij te dragen aan de campagne uitingen.

In de daaropvolgende maand december wordt er een campagnebudget opgesteld en goedgekeurd ter hoogte van 33.000€ waarin begrepen de borg van 11.500€. Campagne subteams/expertiseteams worden gevormd, er wordt expliciet en met iedereen gecommuniceerd en iedereen wordt bij de campagne uitgenodigd. Er komt een campagne organisatie wiki website (<https://wiki.piratenpartij.nl/tk2017>) en een projectmanagement tool (Trello) zodat voor iedereen zichtbaar wordt wie wat aan het doen is.

We starten met wekelijkse plenaire campagne overleg en proberen de expertise teams wekelijks hun eigen interne overleggen te laten voeren. De bedoeling is dat die expertiseteams in ieder geval één lid laten deelnemen aan de plenaire campagne overleggen.

Dirk treedt vanwege zijn gezondheid terug van zijn tweede plek op de kieslijst. **Leermoment** tussen het moment van zijn eerste hartaanval en zijn terugtreden zat een maand tijd waarin geen campagne

op de kieslijst gevoerd kon worden. Op geen moment heeft het bestuur hier ingegrepen, dit heeft ons twee weken cruciale voorbereidingstijd gekost. Als er iemand hoog op de kieslijst staat met evidente gezondheidsklachten dan zou je daar doortastend op moeten handelen met respect voor betrokkene en voor de voortgang van de campagne.

Een professionele fotograaf maakt op 29 december foto's van de nieuwe top3 voor de posters en campagnesite. Op 6 januari was de deadline voor digitaal aanleveren van posters. We haalden hem op een dag.

Leermoment subteams en een campagnebegroting hadden we een half jaar eerder af moeten hebben. In december ontstaat de situatie dat er een campagne organisatie moet worden opgetuigd terwijl er eigenlijk campagne gevoerd zou moeten worden. Nieuwe bestuurders, campagneteam en Ancilla werken keihard, te hard, om alle deadlines toch nog te halen. Het wordt en blijft tot 15 maart een race tegen de klok.

Lijstduwers benaderen en werven krijgt mede hierdoor weinig prioriteit. Eind december begint de campagneorganisatie steeds beter te draaien. Het verkiezingsprogramma wordt gedrukt (door een fout bij de drukker krijgen we ze full color voor een lage prijs). We sturen ze aan lijstduwers, maar het is te laat om daar nog gericht op te werven.

Piratenpartij Amsterdam, bij vorige verkiezingen de grootste actiefste lijkt deze verkiezingen nauwelijks nog te bestaan maar wil wel net als Delft en Groningen een 'nieuwjaarsborrel' organiseren. Op deze drie events wordt in januari de eerste poster distributie gedaan.

Leermoment zorg dat je twee maanden voor je verkiezingen alle promotie materiaal af hebt en dat je op meerdere plekken in het land kick-off meetings hebt. Distribueer vandaar uit je promotiemateriaal. Dat heeft goed uitgepakt en veel portokosten en vertraging gescheeld.

2017 januari-februari

Bestuur kiest er voor de campagne aansturing te handhaven. Rico blijft dus ook campagneleiding, maar het kan niet zo doorgaan; te veel taken bij 1 persoon. **Leermoment** ik had het gevoel dat ik klem zat. Ancilla was te druk, ik ook. Jonathan en Wiel ook. Ik wist wel dat ik dit niet zo ging volhouden maar zag geen alternatief (misschien lukt het wel tot 15 maart?). De campagne expertiseteams zijn niet groot en nog niet op elkaar ingewerkt. De campagneleiding, Ancilla en bestuur werken boven hun kunnen. Nu beginnen vrijwilligers zich te melden, de plek voor ze om te landen is nog niet voldoende klaar. Soms vallen teams door interne spanning weer uit elkaar, zoals het videoteam. **Leermoment** als er mensen weggaan uit een team omdat de samenwerking niet lukt, laat ze dan niet weggaan maar begin gewoon een tweede team, rondom de 'vertrekkende' Piraat. Dat is beter dan blijven zitten met een leeggelopen groepje van één dat niet prettig functioneert.

Rico regelt de posters en flyers bestellen en distributie. Er komen in totaal:

1500 A1 ooglapje posters

3500 A2 ooglapje posters

2500 A3 ooglapje posters

2000 A2 landscape driekop posters

Distributie van de posters doe ik naar de nieuwjaarsborrels, naar lokale PP's en kroegmeets waar ik heen ga. Later ook via de campagnebus en via de webshop.

PP Groningen maakt met Rico een eerste ontwerp flyer (Groningen doet dit vooral uit eigenwijsheid omdat campagne het niet afheeft doen we het zelf wel. Dit initiatief is fijn en versnelt het ontwikkelen van de flyers). Er wordt gekozen voor een A6 formaat full color dubbelzijdig. Rico verwerkt feedback tbv tweede ontwerp, op een campagne-teamdag wordt dit ontwerp afgerond waarna de flyers besteld worden. Rico werkt nog aan 'booklets' met meer info dan die flyer. Jonathan vertaalt eigenhandig het verkiezingsprogramma naar laaggeletterden en naar 5 pagina's. **Leermoment:** het schrijven van teksten voor flyers en het terugbrengen van ons programma tot 5 pagina's en tot bulletpoints deden Jonathan en Rico in de nacht. Er was overdag geen tijd meer voor. Het was heel veel werk dat liever aansluitend op opleveren programma 15 oktober gedaan was.

De flyers zijn helaas niet op tijd af om te gebruiken bij de handtekeningen acties. De ondersteuningsverklaringen/handtekeningen is de volgende grote drempel die wordt genomen en gehaald en zijn tol eist. We voeren de druk om handtekeningen te verzamelen pas in de tweede week op, wat tot gevolg heeft dat veel Piraten de straat op moesten in de laatste dagen.

Er komen daarna in totaal:
 70000 A6 enkelvoudig flyers
 5000 A5 enkelvoudig flyers
 10000 A6 booklet gevouwen van A5
 10000 A5 booklet gevouwen van A4

Leermoment: A6 formaat enkelvoudig bedrukte flyer werkt erg fijn, A5 formaat booklet werkt voor een praatje erg fijn.

Distributie van dit materiaal door Rico naar lokale PP's waar hij heen gaan, via de campagnebus en via de webshop.

De webshop werd veel te laat bevoorrad en de te kopen producten waren beperkt. Er was nagenoeg geen kleding beschikbaar. Er waren geen jasjes, totdat Groningen op eigen initiatief zipped hoodies ging regelen. **Leermoment** ruim voor de verkiezingen is een volledig bevoorradde webshop nodig. Webshop had het erg druk met versturen van spullen, de laatste maand ging ik er wekelijks langs om nieuwe folders/posters te brengen.

Leermoment: de begrote kosten voor flyers en Posters was zo'n 100% te laag, ik had er meer kunnen bestellen in de eerste batch bestellingen. Ik bestelde veel te weinig omdat er zo weinig respons van vrijwilligers was toen ik moest bestellen. Het animo om te plakken en flyeren bleek uiteindelijk fantastisch, maar was er niet toen ik de afweging maakte hoeveel ik moest aanschaffen. Desondanks is de distributie zodanig geweest dat er geen tekorten ontstonden en geen grote voorraden resteerden.

We komen in veel stemwijzers niet voor. Follow-up naar stemwijzers deden we onvoldoende doortastend. **Leermoment** richt een team in dat actief stemwijzers naspeurt en ons er in stopt. Manage actief prodemos opdat die ons meeneemt in hun poster distributie. Achter deze dingen kwamen we te laat.

We worden nauwelijks benaderd door de grote media. **Leermoment** werk ruim voor je campagne begint aan het opbouwen van perscontacten. Een persteam is heel belangrijk.

De knoop wordt doorgehakt een campagne bus te kopen, paars rollen en daarmee het land door te gaan. Wiel regelt alles rondom de bus, deze is klaar op een donderdag, rijdt naar Rico toe op de aansluitende vrijdag, daar zijn dan net de eerste flyers bezorgd. Ze gaan in de bus, op de

aansluitende zaterdag wordt de bus op de weg gefilmd, aansluitend gaat deze door naar het eerste geplande event in Maastricht. Zo krap lagen de deadlines.

Het lukt me allemaal niet meer tegelijkertijd. Ik treed terug uit agendabeheer/PA Ancilla/campagneleiding en ga de laatste weken vooral als kandidaat campagne voeren. Er worden ook aanpassingen gemaakt in de werkplanning van Ancilla. Matthijs en Rico gaan de spreekbeurten/debatten meer doen, zodat Ancilla meer ruimte krijgt om online zichtbaar te zijn. **Leermoment** we namen debatten en media momenten aan op naam van lijsttrekker, en daarna vervangen we lijsttrekker door nr 2 en 3. Dat wat niet zo gepland, maar kan je ook planmatig doen. Zorg dat je op grote events je lijsttrekker inplant én een back-up spreker zodat je zonder agenda gedoe eenvoudig kunt vervangen.

Leermoment: neem naar debatten altijd Piraten met camera's, jasjes met logo en flyers mee. Own de venue, film het debat, gebruik dat materiaal als online uiting.

Zodra je officieel geregistreerd bent als deelnemende partij krijg je een uitnodiging voor de zendtijd politieke partijen. De eisen aan je films en audio zijn divers. Hier tijdig aan voldoen lukte nog maar net op tijd. Tot diep in de nacht werd er gewerkt aan een audio clip die de volgende dag kon worden uitgezonden.

Een eindexamen in café Millers wordt georganiseerd op 15 maart. **Leermoment** er was geen team dat dedicated de focus had op voorwerk en nazorg van het feest. Hierdoor ontstond er gedoe rondom de planning en betaling van een band en werd verzuimd correct af te ruimen na afloop.

2017 maart

Het project planboard van Trello wordt nauwelijks nog gebruikt. Wie precies wat doen wordt tegen het einde minder zichtbaar. Waar de campagnebus is of Ancilla is wordt minder zichtbaar. We zijn allemaal op volle snelheid, maar nauwelijks met centrale aansturing.

Ancilla organiseert ondertussen een tweede videoclip, een met meer gevoel 'ik ben een nerd' deze is net op tijd klaar voor de laatste uitzending voor politieke partijen en wordt op online kanalen sterk gepusht met het resterende budget. De campagne begroting is dan tot op de laatste euro opgebruikt.

PPNL staat in steeds meer peilingen op een zetel. De verkiezingen 15 maart leiden niet tot de gewenste zetel. Het feest in Millers is gezellig, er is ook een bandje, maar eindigt zonder speech en door de prognose van de uitslag een beetje somber.

Nazorg:

Alle bronbestanden moeten nog worden opgeslagen op systemen van PPNL en in backups. Ze stonden en staan nog steeds voornamelijk op computers bij Piraten thuis.

17/3 We hebben eergisteren geen zetel gehaald, dat is een grote teleurstelling voor iedereen. Meer dan teleurstelling voel ik een groot respect voor iedereen die zo hard heeft gewerkt op de toppen van hun kunnen en die zich daarmee kwetsbaar durfden maken. Het was fantastisch daar deel van uit te maken, ik heb in een jaar meer geleerd dan ooit. Ook over mijn eigen kunnen en onkunde. Het was een prachtig jaar.