

ER LIGT EEN NIEUWE OPDRACHT



MAGAZINE MEERJARENSTRATEGIE
2025-2030, DEEL 3

Onze huidige meerjarenstrategie loopt af. De afgelopen tijd hebben we ons beraden op nieuwe plannen. Ook hebben we gekeken naar manieren om bestaande plannen te verbeteren. Want één ding is kraakhelder: onze inspanningen lonen en we zitten op het juiste spoor. Op onze belangrijkste thema's hebben we een autoriteitspositie verworven. Daar mogen we met recht trots op zijn. In de toekomst willen en móéten we nog veel meer impact maken. De komende vijf jaar tillen we onze plannen daarom naar een hoger niveau. We zetten onze strategie vastberaden voort, maar wel door opnieuw scherpe keuzes te maken om onze impact te vergroten en zo goed mogelijk in te spelen op veranderende omstandigheden.

Op deze bladzijdes wekken we het proces van strategievorming tot leven. We geven gezicht aan de actuele thema's en trends en laten de verschillende stemmen horen die onder ons zijn. Het magazine bestaat uit drie delen. Dit is het derde en laatste deel, terwijl we ons opmaken om onze definitieve plannen in juli 2025 voor te leggen aan onze leden.



“

HET IS TIJD OM DE GEWONE MENSEN TE ONTZIEN”

Bram van Liere werkt als campaigner en houdt zich bezig met het beïnvloeden van het publieke debat om klimaatbeleid rechtvaardiger te maken. We vroegen hem waarom het publieke debat zo belangrijk is voor het succes van Milieudefensie.

Een verandertheorie is een model dat laat zien hoe je tot de verandering denkt te gaan komen die je voor ogen hebt: wat is ervoor nodig? Onderdeel van de verandertheorie van Milieudefensie is het concept van het ‘Overton Venster’, dat ooit werd bedacht door de Amerikaanse wetenschapper Joseph Overton toen hij naar een manier zocht om schommelingen in de publieke opinie te verklaren.

Het model beschrijft hoe ideeën in de samenleving continu aan verandering onderhevig zijn en zo de politiek beïnvloeden. Centraal daarin staat de gedachte dat politici in principe alleen beleid steunen dat binnen een bandbreedte van maatschappelijk aanvaardbare ideeën valt, oftewel, het Overton Venster. Ideeën die erbuiten vallen worden gezien als radicaal of onacceptabel. Pas wanneer een idee voldoende geaccepteerd wordt binnen de samenleving, zal de politiek het serieus nemen en overnemen als onderdeel van beleid.



BRAM VAN LIERE
campaigner



BUITENLIGGENDE ISSUES

‘Daarom is het een belangrijk onderdeel van ons werk om het Overton Venster te verschuiven,’ zegt Bram. ‘Dat streven is wat ons onderscheidt van andere grote milieuorganisaties. Zij hebben vaak een lobbystrategie in de richting van grote bedrijven en overheid. Zij zijn dus bezig om binnen het spectrum van ideeën die al maatschappelijk geaccepteerd zijn dingen naar hun hand te zetten.’

Milieudefensie probeert juist om de grenzen stapje voor stapje te verleggen en nieuwe ideeën gangbaar te krijgen. ‘De kern van ons werk is om buitenliggende ideeën, die op dit moment nog niet politiek haalbaar zijn, naar binnen te halen. Zo veranderen we geleidelijk de heersende maatschappelijke normen en waarden,’ zegt hij.

GEMEENGOED

Een goed voorbeeld daarvan is hoe Milieudefensie het in korte tijd voor elkaar kreeg om de verantwoordelijkheid van bedrijven in de aanpak van klimaatverandering te agenderen. ‘Toen we onze rechtszaak tegen Shell aankondigden was de primaire reactie van veel mensen dat ze het *not done* vonden om een bedrijf aan te klagen voor het niet naleven van een afspraak die staten onderling met elkaar gemaakt hebben,’ licht hij toe.

‘Maar tegen de tijd dat we de zaak wonnen was het idee van de eigen verantwoordelijkheid van bedrijven daarin gemeengoed geworden. Natuurlijk mogen bedrijven niet zomaar alles doen, wachtend tot er wetten komen, zeggen veel mensen nu. Het verhaal bleek volledig te zijn gekanteld, gewoon door de zaak Shell te voeren en te laten zien dat het een gerechtvaardigde zaak is,’ vat hij samen hoe wezenlijk Milieudefensie via de zaak Shell de publieke opinie beïnvloed heeft.



MEER MASSA

Dat is geweldig, maar we zijn er nog niet, voegt hij daaraan toe: 'We hebben nog niet gewonnen, we hebben echt nog meer massa nodig. Daarom is het goed dat we ons de komende tijd volledig gaan richten op het aanpakken van de grote vervuilers. Je kunt je middelen en mensen maar één keer inzetten. Als je uiteenlopende doelen nastreeft, dan maakt dat je minder effectief en efficiënt. Simpel gezegd, we hebben al onze middelen nodig om onze missie voor elkaar te krijgen.'

'Het is nu aan ons om te laten zien wat er nodig is, dat het tijd is om de gewone mensen te ontzien in plaats van de grote vervuilende bedrijven. Het is jammer voor de politiek dat ze dat nog niet helemaal omarmen, want wij denken wel dat er draagvlak voor is in de samenleving en dat gaan we laten zien,' aldus Bram.



“ WE WILLEN BUITENLIGGENDE IDEEËN, DIE OP DIT MOMENT NOG NIET POLITIEK HAALBAAR ZIJN, NAAR BINNEN HALEN. ”

Bram van Liere (1980) studeerde biologie, filosofie en psychologie en rolde daarna de politiek in. Hij was onder anderen acht jaar lang fractievoorzitter van de Partij voor de Dieren in de Provinciale Staten van Noord-Holland. Inmiddels werkt hij alweer negen jaar bij Milieudefensie als campaigner.



“

**NIEUWS LANDT PAS ALS NAAST HOOFD
OOK HART WORDT GERAAKT. WOORDEN
ZIJN WAPENS, DAT WETEN WIJ ALS
PERSVOORLICHTERS GOED. HET MOOIE
VAN ONS VAK IS OM MOEILIJKE MATERIE
VIA JOURNALISTEN TE VERTALEN VOOR
EEN BREED PUBLIEK. ONS BLOED GAAT
SNELLER STROMEN ALS WE MET ONZE
'WAPENS' UITEINDELIJK MENSEN IN
BEWEGING KRIJGEN.”**

– Jasperine Schupp, persvoorlichter bij Milieudefensie



“

WE MOETEN AL ONZE SUB-DOELGROEPEN NOG VEEL BETER GAAN BEGRIJPEN”

Saif Ahmed is als organizer aan boord sinds september 2023. Die richt zich volledig op ledenparticipatie met als doel om in de toekomst nóg veel meer leden te gaan activeren om mee te doen. We bevroegen Saif op hoe die kijkt naar de veelzijdigheid van onze achterban en de mogelijkheden om de komende tijd een nóg veel bredere doelgroep te gaan bereiken.



SAIF AHMED
organizer



Met ruim 80.000 leden heeft Milieudefensie een enorme achterban. Dat is een gigantische groep, die vanzelfsprekend heel divers is qua achtergrond en expertise. 'Al die mensen hebben natuurlijk niet dezelfde wensen over op welke manieren ze betrokken willen zijn bij ons werk,' zegt Saif. 'Om de kracht van die enorme en heterogene groep leden zo goed mogelijk te benutten brengen we de komende tijd het potentieel in kaart, nog veel preciezer dan we dat eerder deden.'

Saif wil ervoor zorgen dat een grotere diversiteit aan leden zich aangesproken gaat voelen door onze campagnes. In dat licht wil die erop toezien dat er in de toekomst nog veel meer aanknopingspunten zijn voor leden om binnen de kaders van onze strategie eigen ideeën aan te dragen. Want op die manier blijven leden duurzaam aangehaakt: 'Enerzijds zien we dat het lukt om in het hele land mensen te vinden die graag aan ons overkoepelende campagnedoel – het aanpakken van de grote vervuilers – willen bijdragen. Dat is mooi. Tegelijkertijd moeten we goed in contact blijven over hoe mensen dit lokaal willen aanpakken,' aldus Saif.

KANT-EN-KLAAR

We moeten dus doorgaan met het aanreiken van kant-en-klare campagnes, want daar is duidelijk behoefte aan. Tegelijkertijd moeten we ons blijven afvragen hoe we onze expertise nog veel beter kunnen laten aansluiten op de behoeftes van lokale groepen. 'Als we die twee elkaar kunnen laten versterken dan wordt er nog veel meer mogelijk,' zegt Saif.

In die zin blijkt het waardevol om lokale groepen te trainen en campagne expertise uit het verleden te delen. Saif: 'Dat stelt lokale groepen in staat om met die kennis en ervaring lokaal gerichte variaties op onze campagnes vorm te geven. Zo kunnen groepen zich ook lokaal heel effectief inzetten en onze agenda meebepalen.'

En dat is niet zomaar een idee, het blijkt zelfs voorwaarde voor leden om duurzaam aangehaakt te blijven bij onze overkoepelende thema's. 'Logisch,' zegt Saif, 'mensen geloven echt wel in het aanpakken van de grote vervuilers, maar moeten de urgentie daarvan ook dicht genoeg bij huis blijven voelen en er invulling aan kunnen geven.'



WELKOM

Door verschillende dingen te proberen hebben we veel geleerd over wat goed gaat en wat nog beter kan. De ruimte voor verbetering zit 'm volgens Saif vooral in het versterken van inclusie. 'Hoe kunnen we ervoor zorgen dat leden, die we niet zien of horen, zich wel betrokken voelen en zich welkom voelen om mee te doen?' onderstreept die.

Saif: 'In die zin vraagt regionale spreiding onze aandacht. Maar we missen soms ook nog de jongeren. Jongeren voeren veel actie en zijn in de campagne heel sterk betrokken, maar hoe kunnen we jongeren ook meer over inhoudelijke thema's laten meepraten? Kortom, we moeten al onze sub-doelgroepen nog veel beter gaan begrijpen, zodat we ze op basis daarvan beter kunnen betrekken bij ons werk.'

Want, als puntje bij paaltje komt, wil Milieudefensie een brede doelgroep bereiken. De kracht van een beweging als die van Milieudefensie ligt in de diversiteit van de leden die betrokken zijn: 'Ik hoop dat we daar heel goed werk van kunnen gaan maken met alles dat we de afgelopen jaren geleerd hebben'.

“

**LEDEN MOETEN DE URGENTIE VAN
ONZE CAMPAGNES OOK DICHT BIJ
HUIS VOELEN.**

”

Saif Ahmed (1996) studeerde geneeskunde én bestuurskunde. Al diens hele volwassen leven is die maatschappelijk geëngageerd en op allerlei manieren bezig met jongerenparticipatie op belangrijke thema's. Sinds 2023 zet die al diens kennis en expertise in als organizer bij Milieudefensie.



“

**MENSEN HEBBEN VERTROUWEN IN DE
AMBITIES VAN MILIEUDEFENSIE, OOK
OP DE LANGE TERMIJN.
NALATENSCHAPPEN ZIJN HIERVAN HET
ONOMSTOTELIJKE BEWIJS. JE MAAKT
JE TESTAMENT NIET VOOR NU, MAAR
VOOR DE TOEKOMST. DUS JE MOET
ZEKER WETEN DAT DIT DE ORGANISATIE
IS WAAR JE AAN WILT NALATEN. ”**

– Esther Martens, relatiemanager bij Milieudefensie



“

HET IS GOED OM GROOT TE DENKEN”

Peer de Rijk werkte in de jaren negentig lange tijd voor Milieudefensie en keerde vijf jaar geleden terug op het nest. Hij was onderdeel van het team dat de rechtszaak tegen Shell aanvankelijk won. Met die uitspraak op zak werkte hij daarna mee aan de campagne tegen andere grote vervuilers. Met zijn lange staat van dienst in het achterhoofd vroegen we hem om als campaigner te reflecteren op waar Milieudefensie nu staat.

Als het aan Peer ligt zijn we niet bescheiden, maar denken we groot als we naar de toekomst kijken: 'Ik houd er wel van om de pretentie te hebben dat wij in principe de organisatie zijn die het voor elkaar kan krijgen. Dat geeft ook een perspectief op waar je naartoe wilt. Het biedt een kader en een leidraad, het geeft energie.'

PEER DE RIJK
campaigner



Daarnaast denkt hij dat Milieudefensie de organisatie is die klimaatrechtvaardigheid het meest wezenlijk te pakken heeft. Peer: 'Wij benoemen de verantwoordelijkheid van grote bedrijven om in actie te komen, terwijl ze doorgaans machtiger zijn dan grote regeringen en daarmee de regels aan hun laars kunnen lappen. Dat is de crux van wat er moet veranderen en die blik is vernieuwend en spot-on.'

ZICHTBAARHEID

Ondertussen beraadt Milieudefensie zich op hoe we dat nóg beter doen, nationaal en internationaal. Peer is ervan overtuigd dat we alleen succes hebben als we serieuze steun verwerven en de mensen die ons steunen ook daadwerkelijk in beweging krijgen. 'Het is nodig dat mensen zich uitspreken, dat de steun zichtbaar wordt. Ik vind het heel goed dat we op die manier werken,' zegt hij.

'In die zin is het goed om ons steeds te blijven realiseren dat de kern van ons werk én onze kracht aan de campagnematige kant zit. We hebben in het verleden laten zien dat we er goed in zijn om grote groepen mensen aan ons te binden, zich uit te laten spreken en dat draagvlak zichtbaar te maken door bijvoorbeeld de straat op te gaan. Dat moeten we op waarde schatten en belangrijk blijven maken. Het is de hoeksteen van ons werk,' benadrukt hij.

VOORBEELDFUNCTIE

De zaak Shell helpt ons om ook internationaal slagkracht te hebben, zegt hij: 'Met het aanvankelijke vonnis in de hand hebben we gezien: dit kunnen we heel goed gebruiken om ook bij andere bedrijven de druk op te voeren. In het hoger beroep hebben we gezien dat ook de rechter niet ongevoelig is voor de discussies die in de samenleving worden gevoerd. Dat zichtbare maatschappelijke debat doet ertoe, want rechters houden altijd rekening met wat er leeft in de samenleving.'



Peer: 'Die zichtbaarheid en de opgedane inzichten kunnen wij, en anderen, ook internationaal inzetten. Met de nationale beweging die wij hier in Nederland op gang brengen kunnen we vervolgens ook weer overkoepelende internationale druk uitoefenen. Uiteindelijk heeft dat impact op de effectiviteit van rechtszaken elders in de wereld – en de effectiviteit daarvan weer op rechtszaken hier, enzovoorts. Zo bouwen we aan een nieuwe internationale status quo.'

'Uiteindelijk willen we natuurlijk dat er in de internationale klimaatonderhandelingen iets vastgelegd wordt over de verantwoordelijkheid van niet-statelijke actoren, zoals bedrijven,' zegt Peer. 'Dat moet veel steviger geregeld worden in het Klimaatakkoord van Parijs. Als Milieudefensie zijn we er perfect toe uitgerust om daar internationale campagnes op te bouwen en dit de realiteit te gaan maken.'

“

ZO BOUWEN WE AAN EEN NIEUWE INTERNATIONALE STATUS QUO.

”

Peer de Rijk (1966) was vanaf zijn vroege tienerjaren betrokken bij het werk van allerlei organisaties op het gebied van duurzaamheid. Zijn eerste betaalde baan vond hij bij Milieudefensie. Daarna werkte hij ruim twintig jaar voor antikernenergie-organisatie WISE, eerst als campaigner en daarna als directeur. Sinds 2019 is hij terug bij Milieudefensie als campaigner



“

DAT BEDRIJVEN HET KUNNEN MAKEN OM HET MILIEU TE VERPESTEN DOOR BIJVOORBEELD AFVAL TE LOZEN, GROTE HOEVEELHEDEN CO₂ UIT TE STOTEN EN ZICHZELF EN AANDEELHOUDERS TE VERRIJKEN TEN KOSTE VAN ARBEIDERS EN CONSUMENTEN, DAT IS ONRECHTVAARDIG. HET IS DAAROM HEEL KRACHTIG OM OP DEZE TERREINEN ACTIEF TE ZIJN.

”

– René Sureveen, lid van Milieudefensie



COLOFON

Hoofdredactie: Steffie Verstappen

Redactie: Ivanna van den Broek, Kirsten Sleven

Vormgeving: Multitude Creative Agency

Fotografie: Rick Keus, Edo Landwehr, Esther Meijer

