



Handleiding campagnevoeren

voor gezonde lucht
en duurzaam verkeer



Alles wat je nodig hebt
om direct aan de slag te gaan

Handleiding campagnevoeren

voor gezonde lucht en duurzaam verkeer

Inhoudsopgave

Inleiding	3
Inspiratie en successen	5
1 Inhoud	9
2 Lobby	11
3 Actie	13
4 Organizing	16
5 Communicatie	18
Meer informatie	20



Inleiding

Over Milieudefensie

Milieudefensie werkt aan een duurzaam en eerlijk Nederland. Dat doen we al bijna 50 jaar met succes. Met onze campagnes werken we aan het grootste probleem van nu: klimaatverandering. Als onafhankelijke milieuorganisatie zijn we bondgenoot van iedereen die daaraan wil bijdragen. Samen zorgen we dat overheden en bedrijven veranderen.

Klimaatverandering

We gaan niet goed om met de aarde. We vervuilen en verspillen te veel. Klimaatverandering zet de toekomst van onze kinderen op het spel. Gelukkig kunnen we voorkomen dat klimaatverandering uit de hand loopt. Bijvoorbeeld door snel en volop in te zetten op groene energie, duurzaam eten en schoon verkeer. Dat is goed voor mens, dier en milieu.

Eerlijk omschakelen

Duurzame oplossingen en groene alternatieven zijn nu niet altijd voor iedereen bereikbaar. Maar dat kan best. Door vervuilen duurder te maken en de sterkste schouders de zwaarste lasten te laten dragen. Dat betekent bijvoorbeeld dat grote vervuilende bedrijven meer gaan betalen dan ze nu doen. Wij noemen dat eerlijk omschakelen.



Lees meer over de visie van Milieudefensie: bit.ly/Milieudefensie-visie

Duurzaam verkeer en gezonde lucht

Gezonde lucht is een mensenrecht. Toch is er veel te veel luchtvervuiling in Nederland. Dat komt voor een groot deel door vervuilend verkeer, zoals auto's, busjes, vrachtwagens en scooters. De oplossing is eigenlijk simpel: meer ruimte geven aan duurzaam verkeer, zoals de fiets, wandelen en schoon openbaar vervoer.

Over deze handleiding

Met deze handleiding kun je direct aan de slag om het verschil te maken en te zorgen voor gezondere lucht en duurzaam verkeer. Het geeft je handvatten, tips en achtergrondinformatie. Het volgt de manier waarop Milieudefensie ook te werk gaat. Per hoofdstuk valt nog veel meer te vertellen, maar dit is een goed begin. En de linkjes verwijzen je door naar meer informatie.

Tip: Blader of lees de handleiding helemaal door voordat je begint met campagnevoeren. Want alle onderdelen hebben met elkaar te maken. En een goede voorbereiding is het halve werk.

Ongezonde lucht in Nederland

Je verwacht het misschien niet, maar de Nederlandse lucht is behoorlijk ongezond. In de lucht die we inademen zitten giftige stoffen, zoals fijnstof en stikstofdioxide. Elk jaar overlijden hierdoor duizenden mensen. Tienduizenden mensen worden ernstig ziek. Ze zijn bijvoorbeeld kortademig of hebben hartproblemen. Dat moet en kan anders.



Check waar de lucht ongezond is: bit.ly/waar-is-de-lucht-ongezond

Meer ruimte voor duurzaam verkeer

Als we vaker kiezen voor de fiets, openbaar vervoer en elektrische auto's, krijgen we vanzelf meer gezonde lucht. En het is beter voor milieu en klimaat. Meer ruimte geven aan duurzaam verkeer betekent op een andere manier kijken naar de stad. Het gaat erom dat we het probleem bij de bron aanpakken en geen pleisters plakken door tijdelijke oplossingen of het verplaatsen van problemen.



Lees meer over de juiste maatregelen: bit.ly/juiste-maatregelen

Metten van luchtkwaliteit

Milieudefensie werkt al jarenlang op de onderwerpen verkeer en luchtvervuiling. We hebben bijvoorbeeld samen met bewoners op veel plekken de luchtkwaliteit gemeten. Daardoor hebben we inmiddels dubbel en dwars bewezen dat de luchtkwaliteit in Nederland ver onder de maat is. De meetresultaten zijn gebruikt in onze rechtszaak.

Rechtszaak voor gezonde lucht

De overheid doet veel te weinig om de luchtkwaliteit te verbeteren. Terwijl onze gezondheid het belangrijkste is wat we hebben. Daarom stapten we samen met veel bezorgde Nederlanders en dankzij honderden crowdfunders naar de rechter. Onze eis? Veel strengere regels en in ieder geval voldoen aan de Europese wet.



Lees meer over de loop van de campagne: bit.ly/over-de-rechtszaak

We gaan door

Dankzij de rechtszaak heeft de Nederlandse Staat miljoenen geïnvesteerd in extra maatregelen voor gezonde lucht en duurzaam verkeer. Toch moet er nog veel meer gebeuren om onze lucht écht gezond te maken. We blijven het Rijk en gemeenten daarom aanspreken op hun verantwoordelijkheid. En daar kunnen we alle hulp bij gebruiken.

Samen hebben we invloed

Een duurzaam en eerlijk Nederland komt er niet vanzelf. Door het voeren van campagne heb je invloed. Het is essentieel om de wereld te veranderen. Het zorgt voor draagvlak in de samenleving, effecten bij bedrijven en inspraak in de politiek. En als zoveel mogelijk mensen tegelijkertijd staan voor dezelfde boodschap, gaat de verandering sneller.

Verskillende vakgebieden

Een succesvolle campagne bestaat uit verschillende vakgebieden: inhoud, lobby, actie, organizing en communicatie. Het is verleidelijk om alleen 1 van deze dingen te kiezen. Maar juist de combinatie van al deze disciplines zorgt voor een versterkend effect. In deze handleiding wordt per hoofdstuk een vakgebied behandeld. Idealiter voer je niet in je eentje campagne, maar verdeel je de taken onder een groep mensen. Iedereen heeft immers weer andere talenten en ervaringen.

Succes en veel plezier!

Inspiratie en successen

Laat je voordat je aan de slag gaat met deze handleiding inspireren door de Luchtwachters en onze eerdere successen.

Onze rechtszaak voor gezonde lucht

Hoe het begon

In 2016 begon Milieudefensie samen met bezorgde bewoners een rechtszaak tegen de Nederlandse Staat. Onze eis? Dat Nederland zich minimaal aan de Europese wet voor luchtkwaliteit houdt. Daarnaast wilden we dat Nederland gaat zorgen voor écht gezonde lucht. Door strengere regels te maken, zoals de Wereldgezondheidsorganisatie adviseert.

De laatste uitspraak

Een aantal jaren en procedures verder, besloot de rechter op 7 mei 2019 dat Nederland inderdaad niet goed genoeg voor gezonde lucht zorgt. Maar de rechter besloot ook dat de overheid inmiddels



al genoeg maatregelen heeft gepland om de luchtkwaliteit te verbeteren. Dit laatste is het directe gevolg van onze eerdere gewonnen rechtszaak en de druk die wij daarmee hebben opgevoerd. De rechtszaak heeft dus een hoop in gang gezet!



Bekijk de tijdlijn en lees meer over de rechtszaak: bit.ly/over-de-rechtszaak

Jelle Hatzenboer, Rotterdam

"Ik ga vaak naar commissievergaderingen die gaan over luchtkwaliteit en mobiliteit. Dat doe ik om te lobbyen voor strengere normen voor de luchtkwaliteit. Toen ik net begon, merkte ik dat op zo'n belangrijk onderwerp nog zo weinig gebeurde en nog niemand lobbyde voor een strenge luchtkwaliteitsnormen zoals de Wereldgezondheidsorganisatie adviseert.

Ik hoop met mijn inzet een gezicht te geven aan de 'bezorgde burger'. Volgens mij heb ik succes, want Rotterdamse gemeenteraadsleden kennen de Luchtwachters nu bij voornaam en weten ook voor welke doelen wij ons inzetten."



Tip van Jelle: Lees je goed in. Als je goed op de hoogte bent van de feiten, laatste ontwikkelingen en politieke processen sta je veel sterker in lobbygesprekken.

Lisa van der Geer, Eindhoven

“Ik ben 15 jaar en de jongste Luchtwachter. Door het geven van speeches wil ik kinderen en jongeren bewust maken van luchtvervuiling. Het was bijvoorbeeld heel gaaf (en ook best spannend) om mee te werken aan een item voor het Jeugdjournaal. Na de uitzending werd ik al gauw uitgenodigd voor een gesprek met de wethouder in Eindhoven. Mijn speech had dus impact.”

Het praten met politici heb ik wel moeten leren. De eerste keer ging niet zo goed en stond ik zo weer buiten. De keer daarna had ik me beter voorbereid. Ik wist beter welke toon ik moest aanslaan. Inmiddels heb ik veel gesprekken gevoerd met ambtenaren en politici. Telkens wil ik duidelijk maken wat de gemeente op korte termijn al kan doen om de luchtkwaliteit te verbeteren.”



Tip van Lisa: Geef niet op en zet door. Campagnevoeren kost veel tijd en politici houden vaak lang vast aan hun eigen verhaal. Maar uiteindelijk weet je waarvoor je het allemaal doet.

Luchtwachters

Tijdens de rechtszaak werden we enorm geholpen door Luchtwachters. Luchtwachters zijn mensen uit heel Nederland die samen met ons gemeenten aansporen om de juiste maatregelen te nemen. Ze gaan ook in gesprek met lokale en landelijke politici en vragen aandacht voor de campagne door het organiseren van bijeenkomsten en acties. Hun verhalen vind je in dit hoofdstuk. Inspirerend!



Laat je inspireren door de Luchtwachters en kijk de video's: bit.ly/inspiratie-Luchtwachters

Successen

We voeren al lange tijd campagne voor gezonde lucht en duurzaam verkeer. Daarmee hebben we een hoop bereikt. In 1999 organiseerden we bijvoorbeeld de eerste autovrije zondag van Nederland. In 2006 kwamen we met succes in verzet tegen een nieuwe snelweg in Eindhoven, die dwars door de natuur liep. En in 2013 ging de snelheidsverhoging van 100 naar 80 kilometer in Amsterdam (A10 West) en Rotterdam (A13 Overschie). Hieronder staan twee recente successen.

Verbetering plan voor luchtkwaliteit (2019)

De rechter besloot in onze rechtszaak (kort geding) dat Nederland zo snel mogelijk aan de Europese wet moet voldoen en voor een beter plan voor luchtkwaliteit moet zorgen. Hierna heeft staatssecretaris Stientje van Veldhoven het NSL (Nationaal Samenwerkingsprogramma Luchtkwaliteit) aangepast. Dat was een verbetering.



Lees meer over het plan van de overheid voor luchtkwaliteit: bit.ly/luchtplan-overheid

Miljoenen euro's gaan naar extra maatregelen in gemeenten. Denk aan milieuzones, elektrische taxi's en een 30 km zone. Dit is een stap in de goede richting voor gezondere lucht, maar lang niet goed genoeg om te zorgen voor echt gezonde

lucht. Met dit plan zal de luchtkwaliteit dus nog niet écht verbeteren. Daarvoor is een beter plan nodig, op landelijk niveau, maar ook bij gemeenten en provincies.

Scooters naar de rijbaan (2019)

Op 14 december 2017 voerden we actie met de Eerlijke Scooter. De Eerlijke Scooter is een scooter waarvan de uitlaatpijp is verlengd en uitkomt in het gezicht van de bestuurder. Degene die de vervuiling veroorzaakt, heeft er hierdoor dus ook zélf last van. Wij vinden dat wel zo eerlijk, want normaal gesproken krijgen vooral fietsers alle uitlaatgassen in hun gezicht. Op de Hofplaats in Den Haag nodigden we Tweede Kamerleden uit om een ritje te maken.



Lees meer over onze actie met de Eerlijke Scooter en kijk de video: bit.ly/eerlijke-scooter

Jan Willem Bloemkolk, Utrecht

“Ik heb samen met andere Luchtwachters uit Utrecht meegeholpen met het organiseren van informatieavonden over de verbredingen van de snelweg A27 bij Amelisweerd. Hierdoor weten honderden inwoners van 3 Utrechtse wijken dat de uitbreiding van snelwegen niet alleen ten koste gaat van natuur, maar ook slecht is voor hun gezondheid.

In Utrecht worden de Luchtwachters inmiddels gezien als een sparring-partner voor de gemeente en de lokale politiek. We weten steeds ingang te krijgen in de lokale politiek; van raadsleden tot de wethouder. Dit komt doordat we partij-onafhankelijk het gesprek ingaan. We worden betrokken bij belangrijke besluiten. Zoals de scooter naar de rijbaan en de doelstelling van Utrecht om in 2030 emissieloos vervoer te realiseren.”

De actie was een succes! Die middag werd besloten dat een helmplicht ingevoerd kan worden. Daardoor is de situatie veilig genoeg voor scooterrijders op de autoweg. In Amsterdam is dit beleid op 8 april 2019 daadwerkelijk ingevoerd: scooters moeten van het fietspad af en naar de rijbaan. Uiteindelijk willen we natuurlijk een algemeen verbod op scooters die op fossiele brandstoffen rijden, want er zijn inmiddels meer dan genoeg goede en uitstootvrije alternatieven. Maar dit is een mooie stap in de goede richting.



Tip van Jan Willem: Bouw een netwerk op met politici. Raadsleden zijn heel toegankelijk en bereid om met je te praten. Ze willen jouw ideeën graag horen. Maar, luisteren is het belangrijkste.

Marvin Tjon, Delft

“Ik maak zelf proefjes waarmee je de luchtkwaliteit kunt meten. Dat vinden mensen leuk en interessant. Het trekt de aandacht. Laatst kwam een mevrouw naar me toe op een beurs en we raakten in gesprek. Ze vertelde me dat ze niet veel geld had en haar oude vervuilende auto helaas niet kon vervangen, maar dat ze haar auto wel echt nodig heeft om op haar werk te kunnen komen.

Ik vertelde haar vervolgens dat wij met de Luchtwachters campagne voeren voor meer, beter, betaalbaar en schoon ov. Dat vond ze een goede oplossing! Door aandacht te trekken en in gesprek te gaan, zorgen we met de Luchtwachters dus voor meer bewustwording en voor meer draagvlak voor duurzame oplossingen. En daarmee vergroten we de kans op verandering.”

Tip van Marvin: Gebruik sociale media. Zo worden je acties en activiteiten veel zichtbaarder. Ook is Twitter bijvoorbeeld een goed middel om direct te communiceren met politici.



1 Inhoud

In dit hoofdstuk leer je hoe je inhoudelijk goed op de hoogte wordt en blijft van al het beleid en nieuws rond luchtkwaliteit en duurzaam verkeer.



Inleiding en doel

Een campagne opzetten begint bij een goede kennis van zaken. Pas als je inhoudelijk op de hoogte bent van de problemen, kun je gaan denken over de juiste oplossingen. Op welke manier speelt het probleem precies bij jou in de buurt? Aan welke oplossingen wordt al wel of nog niet gewerkt? Welke belanghebbenden spelen een rol? Onderzoek doen loont!

Meer weten over luchtkwaliteit en duurzaam verkeer

Kennis is macht. Hoe meer je weet, hoe effectiever je campagne zal zijn. Je weet dat luchtvervuiling slecht voor je is. Maar welke stofjes zitten nou eigenlijk in de lucht en wat kan je daarvan krijgen? En welke regels en wetten gelden er? Je hoeft geen wetenschappelijk expert te worden, maar het is goed om iets meer te weten over de belangrijkste vervuilende stoffen in de lucht, zoals fijnstof, stikstofdioxide, ozon en roet.



Lees meer over luchtkwaliteit:
bit.ly/info-lucht



Lees meer over duurzaam verkeer:
bit.ly/info-verkeer



Lees meer over
klimaatverandering:
bit.ly/info-klimaat

Beleidsdossiers bijhouden

Het Rijk, provincies en gemeenten maken veel documenten, zoals beleidsstukken, meerjarenplannen, agenda's, brieven, notulen, moties en beslissingen openbaar. Meestal online, anders kun je ze opvragen. Beleidsstukken zijn soms geschreven in moeilijke taal en vakjargon. Een behoorlijke klui. Gelukkig wordt steeds vaker gedacht aan publiekshandige teksten en een overzichtelijke opmaak. Meestal worden vergaderingen zelfs gefilmd.

Wat betreft duurzaam verkeer en luchtkwaliteit zijn de volgende dossiers nuttig om bij te houden:

- Openbaar vervoer
- Fietsenstallingen
- (Snel)fietsroutes
- Milieuzones
- Parkeergarages en parkeertarieven
- Maximumsnelheden
- Autoweguitbreidingen
- Rekeningrijden
- Ruimtelijke ordening
- Klimaatbeleid



Handige linkjes:

- Rijk: bit.ly/Tweede-Kamer
- Voorbeeld gemeente Amsterdam:
bit.ly/gemeente-Amsterdam
- Voorbeeld provincie Noord-Holland:
bit.ly/provincie-Noord-Holland

Nieuws volgen

Naast de officiële documenten, kun je ook veel te weten komen over het beleid via het nieuws. Politici komen vaak op radio, televisie en in kranten om verantwoording af te leggen over gemaakt keuzes, nieuwe wetten en manier van uitvoeren. Houd hierbij in gedachte dat politici altijd hun eigen verhaal vertellen, waarbij ze sommige zaken juist wel en andere juist niet onder de aandacht brengen. Ze voeren eigenlijk continu campagne. Ook via sociale media. Wees dus alert op het politieke spel en kijk altijd goed naar de feiten.

Hiernaast komt nieuw wetenschappelijk onderzoek soms in het nieuws. Het is goed om op de hoogte te blijven van belangrijke nieuwe studies. Die geven ook meteen een haakje om je onderwerp weer bij de politiek onder de aandacht te brengen.

Juiste oplossingen kiezen

Niet alle maatregelen zijn de juiste maatregelen om de problemen rond luchtvervuiling en vervuילend verkeer op te lossen. Het is altijd belangrijk om de context van beleid te bestuderen. Sommige wegversmallingen lijken op het eerste gezicht bijvoorbeeld goed nieuws, maar hebben wellicht een waterbedeffect: andere straten worden veel drukker en veroorzaken daardoor juist méér luchtvervuiling. Dat is probleemverplaatsing.



Lees meer over de juiste maatregelen:
bit.ly/juiste-maatregelen



Meer vliegen in 1 klap

De beste maatregelen zijn maatregelen die meerdere vliegen vangen in 1 klap, zoals beter klimaat, betere gezondheid, meer ruimte, meer veiligheid en betere bereikbaarheid.

Bekijk ook eens dit beoordelingskader:
bit.ly/beoordelingskader

Bij de bron aanpakken

Kijk ook altijd kritisch naar technologische oplossingen. Elke benzineauto vervangen voor een elektrische is bijvoorbeeld niet per se een oplossing voor de ruimteverdeling in de stad. Bovendien zorgen de banden van elektrische vervoersmiddelen nog altijd voor een hoop fijnstof in de lucht. Technische snufjes zoals luchtzuiveringsapparaten werken ook niet. Dat is symptoombestrijding. Het is veel effectiever om het probleem bij de bron aan te pakken.



City trees

In Amsterdam zijn peperdure 'city trees' geplaatst, waarvan de werking niet is bewezen. Lees hier hoe ze wél zouden werken (1 april): bit.ly/City-Trees

Speelveld in kaart brengen

Nu je inhoudelijk op de hoogte bent van het beleid, kun je kijken welke politici betrokken zijn bij de relevante dossiers. Ook belanghebbende organisatie en bedrijven zijn nuttig om in kaart te brengen. Dit heet ook wel een krachtenveld-analyse. Door de analyse weet je precies bij wie je waarvoor moet zijn. Sommige spelers zijn het met je eens, sommigen juist niet. Sommige spelers hebben veel invloed en andere weer niet.



Lees meer over een krachtenveldanalyse op de website van de Veranderfabriek:
bit.ly/Veranderfabriek



of in de actie-toolkit:
bit.ly/actie-toolkit

Van inhoud naar lobby

Nu je inhoudelijk op de hoogte bent, weet welke maatregelen wel en niet werken en in kaart hebt gebracht bij wie je moet zijn om die maatregelen voor elkaar te krijgen, kun je hiervoor gaan lobbyen. Daarover gaat hoofdstuk 2.

2 Lobby

In dit hoofdstuk leer je hoe je effectief en prettig kunt lobbyen voor de doelen die je wilt bereiken.

Inleiding en doel

Politici en ambtenaren maken regels en wetten. Zij zijn dus de meest directe ingang naar beter beleid voor duurzaam verkeer en gezonde lucht. Je kunt op verschillende manieren invloed uitoefenen op besluiten. Denk aan brieven schrijven, in gesprek gaan of officieel reageren op voorstellen. Dit kan zowel op landelijk, provinciaal als gemeentelijk niveau.



Strategie bepalen

Voordat je begint is het belangrijk om een strategie en planning te maken. Daarbij heb je in ieder geval nodig: een duidelijk einddoel en goed doordachte en onderbouwde stappen om dat doel te bereiken. Lees meer in deze toolkit: bit.ly/toolkit-strategie

Kies een aantal maatregelen

Bepaal op welke doelen en gewenste maatregelen je de focus legt. Kies er ongeveer 3, dat is overzichtelijk. Voor jezelf, maar ook voor de beleidsmakers.

Je kunt kiezen voor laaghangend fruit (maatregelen die op korte termijn kansrijk zijn, waarvan je de inschatting maakt dat er een meerderheid voor te vinden is, en die niet eerder al zijn afgesloten), maar ook juist grotere kluiven aanpakken (die hebben langere adem nodig).

Bepaal het niveau en de timing

Daarnaast onderzoek je op welk niveau de problemen kunnen worden aangepakt: landelijk, provinciaal of gemeentelijk. Ook de timing is belangrijk. Het meest effectieve moment om jezelf te introduceren is net na de verkiezingen, en voor de vorming van nieuwe colleges (in gemeenten of provincies). Op dat moment ben jij een van de eersten die aandacht vraagt. Dat valt op. Ook vlak voordat een belangrijk beleidsstuk geschreven wordt kun je nog invloed uitoefenen.

Onderzoek wie je nodig hebt

Vervolgens kies je wie je denkt dat je nodig hebt om de maatregel uitgevoerd te krijgen. Je hebt al een krachtenveldanalyse gemaakt (zie vorig hoofdstuk) dus je weet bij welke mensen je moet zijn die zich bezighouden met luchtkwaliteit en verkeer. Het lijkt logisch om aan te kloppen bij partijen met dezelfde standpunten, maar misschien kan je beter juist bij een middenpartij aankloppen, die meer zetels in de gemeenteraad



heeft. Bedenk dan, afhankelijk van de partij, welke argumenten het beste zullen werken om je punt te maken. Een mooiere stad? Een betere bereikbaarheid voor armere mensen? Kansen op de markt voor duurzame bedrijven?

Tip: Vorm een groep met andere partijen, bedrijven of organisaties die dezelfde doelen nastreven. Samen sta je sterker.

Werk interdisciplinair

Denk ook goed na over een interdisciplinaire aanpak. Een spandoekenactie (zie hoofdstuk 3: Actie) is bijvoorbeeld het meest succesvol als er ook een goed onderbouwde lijst aan maatregelen bij zit (zie hoofdstuk 1: Inhoud) en er een journalist op af komt (zie hoofdstuk 5: Communicatie). De kans dat jouw maatregel wordt uitgevoerd is veel groter als je daarna met politici gaat praten en kan laten zien dat veel mensen zich zorgen maken (zie hoofdstuk 4: Organizing).

Jezelf voorstellen

Nadat je de strategie hebt bepaald, stel je jezelf voor. Je doet dit via een brief (per post of e-mail). Je vertelt wie je bent en waar je voor staat: wat zijn je doelen, gewenste maatregelen en waarom is dat zo belangrijk. Ook kondig je aan dat je binnenkort contact opneemt met de woordvoerders van de dossiers die te maken hebben met luchtkwaliteit en verkeer om een afspraak te maken. Omdat je graag je ideeën verder toelicht en je graag meer wilt horen over de plannen. Zo toon je aan dat je er serieus werk van maakt.

Tip: Gebruik het logo van de Luchtwacht en vertel dat je onderdeel bent van een grote groep mensen die zich zorgen maakt over luchtvervuiling, dit komt nog professioneler over. Let op: Gebruik echter nooit het logo van Milieudefensie, je spreekt niet vanuit Milieudefensie en je moet daar ook eerst toestemming voor krijgen



Bekijk een aantal voorbeeldbrieven:
bit.ly/voorbeeldbrieven-lobby

Gesprekken voeren

Je hebt een afspraak met een woordvoerder. Mooi! Politici en ambtenaren krijgen graag input vanuit de gemeenschap. Dus jouw mening doet er werkelijk toe. Maar effectief lobbyen is zeker geen eenrichtingsverkeer. Sterker, het heeft veel meer effect als je niet alleen maar vertelt wat jij wilt, maar vooral ook goed en begripvol luistert. Persoonlijk contact is belangrijk. Daardoor zijn ze veel sneller geneigd om in actie te komen voor jouw ideeën. Bovendien hoor je wat een politicus zelf belangrijk vindt en daar kan je dan op aanhaken; dan ben je al meteen een paar stappen verder.

Tip: In de politiek gelden een hoop ongeschreven regels. De toon is bijvoorbeeld formeel. Je draagt nette kleding. Ook blijf je ten alle tijden vriendelijk. Speel op de bal, niet op de man.

Inspreken en reageren

Behalve persoonlijk contact (wat vaak de duurzaamste methode is), kun je ook invloed uitoefenen op een meer officiële manier. In de Nederlandse democratie heb je gelukkig instrumenten in handen om te laten zien wat je van nieuwe beleidsvoorstellen vindt. Je kunt bijvoorbeeld 'inspreken' tijdens vergaderingen. Je krijgt dan een bepaalde tijd om je mening te uiten en dus via die manier politici en ambtenaren te beïnvloeden en overtuigen.

Je kunt ook altijd via sociale media (Twitter is hiervoor het meest geschikt) reageren op uitspraken of nieuw beleid.



Geef je op voor een gratis lobbytraining:
bit.ly/volg-een-training



Lees meer over effectief lobbyen:
bit.ly/lobbyhandleiding

Van lobby naar actie

Als jouw lobbyactiviteiten onvoldoende effect blijken te hebben, en er wordt beleid gemaakt waar je het niet mee eens bent, kun je in actie komen. Daarover gaat hoofdstuk 3.

3 Actie

In dit hoofdstuk leer je hoe je op verschillende manieren kunt actievoeren om jouw doelen te bereiken.

Inleiding en doel

Actievoeren is een middel om druk te creëren en veranderingen in gang te zetten. Samen met mensen kun je met een actie aandacht vragen voor een probleem en laten horen waar het op staat. Acties hebben vele vormen, zoals: petitie, demonstraties of spandoeken. Het is aan jou om te bepalen met welke soort actie het beste resultaat wordt geboekt.

Met actievoeren kun je krachten bundelen en daarmee:

- Druk opbouwen bij de tegenstander (politiek en/of bedrijf);
- Het probleem zichtbaar maken voor publiek;
- Het draagvlak zichtbaar maken (laten zien hoeveel mensen het eens zijn);
- De oplossing agenderen;
- Mensen mobiliseren, verbinden en organiseren;
- Aandacht vragen van publiek en pers voor jouw verhaal.

Petitie starten

Om invloed uit te oefenen op een beleidsmaker is het belangrijk aan te tonen dat er draagvlak is voor jouw verhaal. Een redelijk eenvoudig middel daarvoor is een petitie. Je maakt hiermee duidelijk hoe belangrijk de verandering voor veel mensen is. Daarnaast is de petitie een goed middel om het gesprek over gezonde lucht en duurzaam verkeer te beginnen.

Om jouw eisen kracht bij te zetten is het belangrijk dat zoveel mogelijk mensen de petitie tekenen. Bedenk van tevoren hoeveel handtekeningen je nodig hebt om voldoende indruk te maken bij de politiek. Kijk vervolgens of dat een haalbaar doel is.



Je kunt gemakkelijk een eigen petitie starten op www.petities.nl

Evenementen organiseren

Een evenement organiseren is leuk en kan verschillende doelen dienen. Afhankelijk van het doel kun je bijvoorbeeld kiezen voor een debat, een lezing of een festival. Je kunt nieuwe mensen enthousiast maken om samen met jou campagne te voeren. Of je kunt mensen informeren, verschillende standpunten van partijen en organisaties naar voren brengen of politici onder druk zetten. Met een grote opkomst kun je bovendien laten zien dat veel mensen gezonde lucht en duurzaam verkeer willen.

Tips voor het organiseren van een evenement:

- Besteed veel aandacht aan de werving (zie ook hoofdstuk 5);
- Laat het plaatsvinden op een algemeen bekende en centrale plek;
- Zoek een goede gespreksleider of presentator;
- Maak sprekers en gasten duidelijk wat je van hen verwacht en hoe het programma in elkaar zit;
- Zorg voor voldoende tijd voor interactie en discussie;
- Geef sprekers en gasten na afloop een presentje;
- Zorg voor een ontspannen sfeer met muziek en drankjes en hapjes.

Spandoeken ophangen

Met spandoeken kun je laten zien en horen dat mensen duurzaam verkeer en gezonde lucht eisen. En je creëert weer een goed moment om mensen te betrekken. Luchtwachters hingen bijvoorbeeld op dezelfde dag in verschillende steden spandoeken op langs drukke straten en knelpunten. Zo maakten ze voor pers, publiek en politiek zichtbaar dat mensen echt gezonde lucht willen.

Let op: In de openbare ruimte mag niet zomaar alles. Iedere gemeente heeft een APV (Algemene Plaatselijke Verordening). Bespreek je actie altijd goed met de autoriteiten. Anders heb je kans op een boete of wordt je weggestuurd.

Ludiek denken

Ook met een ludieke actie kun je je argumenten kracht bij zetten. Je vraagt op een originele manier aandacht van media of politiek door net even wat anders dan anders te doen, verrassend of speels. Denk bijvoorbeeld aan de kerstkaartenactie van de Luchtwaacht. Ruim 400 Luchtwachters wisten lokale politici een gelukkig 2019 met gezonde lucht en duurzaam verkeer.



Kijk de video over de kerstkaartenactie:
bit.ly/kerstkaarten-actie

Demonstraties houden

Je bent al een tijd bezig om aandacht te vragen voor gezonde lucht en duurzaam verkeer, maar je vindt dat er onvoldoende gebeurt. Dan kun je de volgende stap zetten: samen met een groep mensen in de publieke ruimte (op straat) luid en duidelijk laten zien en horen wat je wilt. Zo laat je een sterke indruk achter, je maakt een statement.

Let wel op dat je het juiste statement maakt, anders kan dit tegen je werken. Als je met de actie meer tegenstanders in beweging brengt dan voorstanders overtuigt, dan heb je het omgekeerde bereikt van wat je wilde. Dit geldt ook voor als je iets doet wat niet mag en/of veel hinder oplevert. Hierna ben je misschien niet meer welkom om mee te denken met het beleid. Een goede voorbereiding maakt het verschil.

Een goede demonstratie:

- Is onderdeel van een strategie;
- Is technisch en juridisch goed voorbereid;
- Verloopt veilig voor alle betrokkenen;
- Krijgt de nodige publiciteit (zie ook hoofdstuk 5);
- Heeft een heldere, duidelijke boodschap;
- Heeft een helder en simpel actiebeeld en de handeling is eenvoudig en duidelijk;
- Bereikt de doelgroep (politici, bedrijf en/of bepaald publiek).



Lees meer over succesvol actievoeren:
bit.ly/toolkit-actievoeren



Juridische stappen zetten

Zienswijze indienen

Mocht al het bovenstaande niet helpen, kun je juridische stappen ondernemen. Denk bijvoorbeeld aan het indienen van een zienswijze (bestuursrecht). Na elk besluit kun je als belanghebbende voor een bepaalde periode, vaak 6 weken, reageren op een ontwerpbesluit. De bestuurders zijn verplicht inhoudelijk te reageren op jouw zienswijze.

Bezwaar maken en in beroep gaan

Als de beleidsmakers jouw zienswijze vervolgens niet overnemen in het uiteindelijke besluit, kun je in sommige gevallen bezwaar maken (bij het bestuursorgaan zelf) of in beroep gaan (bij de bestuursrechter). Zonder eerst een zienswijze in te dienen kun je dit laatste niet doen. Houd de procedure en alle belangrijke deadlines dus goed in de gaten.

Let op: Juridische procedures zijn vaak complex en kosten geld. Waarschijnlijk heb je bijvoorbeeld een advocaat nodig. Het is ook niet altijd meteen duidelijk bij welke rechter je moet zijn.



Lees meer over
juridische procedures:
bit.ly/juridische-procedures

Geen actie zonder organisatie

Om effectief actie te voeren heb je veel mensen nodig die meedoen. Het organiseren van groepen mensen heet organiseren. Daarover gaat hoofdstuk 4.

4 Organizing

In dit hoofdstuk leer je hoe je mensen betrekt bij de campagne en hoe je samen kunt werken om je doelen te bereiken.

Inleiding en doel

Organizing is het betrekken van zoveel mogelijk mensen en hen een rol geven in de campagne. Het organiseren van mensen is een cruciaal onderdeel van actievoeren. Zonder achterban sta je alleen en bereik je weinig. Het is dus belangrijk te organiseren en mensen te motiveren om in actie te komen, mensen te betrekken en samen te werken. Want samen sta je sterk.

Als je organized:

- Zet je mensen aan tot actie door meer te leren over wie ze zijn, wat ze willen en waarom. Zo betrek je mensen bij je verhaal.
- Betrek je mensen bij het beschrijven waarom ze in actie moeten komen vanuit gezamenlijke problemen, waarom ze die moeten weerstaan en waar de hoop en de oplossing ligt.
- Help je mensen bedenken hoe ze kunnen handelen vanuit bestaande omstandigheden, door nieuwe kansen te identificeren en door creatief en inventief te zijn.
- Daag je uit om niet alleen je situatie te begrijpen, maar ook verantwoordelijkheid te nemen en kracht te verzamelen om in actie te komen.

Doelgroepen bepalen

Bedenk goed wie je wilt betrekken. Dat zijn vaak de mensen die rechtstreeks of indirect geraakt worden door gevolgen van luchtvervuiling en vervuilend verkeer. Zoals omwonenden van drukke wegen en knelpunten, mensen met longproblemen, sporters (hardlopers) of mensen met jonge kinderen die dagelijks door de drukke straten fietsen.

Deze mensen zullen het meest bereid zijn zich in te zetten voor de campagne. Daarnaast zijn er ook altijd een hoop mensen die problemen rond klimaat en milieu in het algemeen aan het hart gaan.

Je vindt mensen die mee willen doen bijvoorbeeld via:

- Weekbladen
- Flyers in buurthuizen, bibliotheken en supermarkten
- Sociale media
- E-mail

In je oproep kun je het volgende noemen:

- Wie jullie zijn
- Wat jullie doen
- Waarom jullie campagnevoeren
- Wat jullie doel is
- Wat iemand kan doen om bij te dragen
- Noem een heldere 'call to action' in je oproep. Dit betekent dat je ze vraagt om in actie te komen. Bijvoorbeeld:
Doe je mee? Kom op 21 april om 11:00 uur naar het Plein.
Of: meld je aan voor de informatiebijeenkomst bij jouw in de buurt.
- Contactinformatie (met logo)
- Voeg een leuke foto van jullie groep toe, bijvoorbeeld van een actie of bijeenkomst

Samenwerken met andere groepen

Ook het samenwerken met andere groepen kan je verhaal over gezonde lucht en duurzaam verkeer versterken. Je kunt elkaars netwerk benutten en nieuwe mensen bereiken. Het is wel belangrijk om te bedenken waarom je samenwerkt en welke rollen jij en coalitiegenoten hebben. Maak hier duidelijke afspraken over. En maak direct helder welke doelen je wel én niet hebt. Zo voorkom je verwarring, frustratie en tijdverspilling.

Een-op-eengesprekken voeren

Al bij het eerste contact met mensen begint het bouwen van een relatie. Persoonlijke verhalen helpen hierbij. Hiermee laat je een stuk van jezelf zien, waardoor de kans groot is dat degene die je ontmoet hetzelfde zal doen. Hierdoor krijg je belangrijke informatie over de persoon die je ontmoet: iemands beroep, netwerk, hobby's, gegevens die je kan benutten voor de campagne. Dit soort dingen kom je eerder te weten in een gesprek dan over e-mail. Maak dus een persoonlijke afspraak of bel met mensen.



Lees meer over organisatie:
bit.ly/over-organiseren

Binden van mensen

Als je mensen hebt geraakt met je verhaal is het belangrijk om mensen betrokken en enthousiast te houden. Het is daarom goed om contact te houden en hen snel uit te nodigen om mee te doen met een actie, of uit te nodigen voor een overleg. Door regelmatig te overleggen waar je mee bezig bent of plannen verder uitwerken creëer je een band met elkaar. Hierbij mag ook best gelachen worden. Bij de meeste succesvolle groepen is het ook het gezellig. Gezelligheid geeft je extra motivatie om bij elkaar te komen.

Bijeenkomsten organiseren

Een andere leuke manier om je omgeving te vertellen over luchtkwaliteit en duurzaam verkeer is het organiseren van een bijeenkomst of informatieavond. Hiermee kun je mensen informeren en, niet onbelangrijk, enthousiast maken om ook mee te doen. Voor je begint met de organisatie van bijeenkomst is het belangrijk na te denken over je doelen. Je programma, de locatie en de catering hangen hier namelijk mee samen.

Trainingen en workshops organiseren

Heeft een onderwerp extra aandacht en input nodig? Lukt het niet om gezamenlijk een knoop door te hakken? Dan is een training of workshop misschien wat je nodig hebt. Een workshop biedt ruimte voor inbreng van eigen ideeën in een informele setting. Het is een productieve manier van samenwerken en kennis delen. Het is een gezamenlijk leerproces waarbij de deelnemers elkaar inspireren.



Lees meer over het geven van een goede workshop:
bit.ly/over-workshops

Geen campagne zonder communicatie
Geen goede campagne zonder goede communicatie. Je wilt immers zoveel mogelijk mensen bereiken. Dit kan door gebruik van verschillende media. Daarover gaat hoofdstuk 5.



5 Communicatie

In dit hoofdstuk leer je hoe je overtuigend kunt communiceren over de campagne en hoe je veel mensen kunt bereiken.

Inleiding en doel

Met een heldere en overtuigende communicatie bereik en verbindt je veel meer mensen en haal je dus ook sneller de campagnedoelen. Of het nu gaat om een lobbybrief die je mooi en professioneel wilt vormgeven, een petitiepagina die je online zet of een flyer die je laat drukken om je evenement te promoten. Communicatie is bij elk onderdeel van de campagne belangrijk.

Naast de ondersteuning van de andere vakgebieden, is communicatie op zichzelf ook een vakgebied. Doel is om zoveel mogelijk mensen te bereiken. Hoe zichtbaarder de campagne, hoe meer succes.

Online en offline zichtbaar worden

Zowel offline als online kun je het publiek, de politiek en bedrijven bereiken. Offline kun je denken aan posters, abri's, flyers, visitekaartjes of spandoeken. Online gaat het om sociale media, websites en e-mail. Daarnaast heb je nog de pers, radio en televisie. Die zijn tegenwoordig zowel offline als online te vinden. Juist de combinatie is belangrijk. Hoe vaker mensen de campagne tegenkomen op verschillende plekken hoe beter. Dat heeft een versterkend effect.

Website bouwen

Geen campagne kan zonder een website. De website is je centrale communicatiemiddel waarmee je zowel achtergrondinformatie als actuele en actiegerichte informatie gelijktijdig naar een breed publiek kan communiceren. Een toegankelijke website heeft een aantrekkelijke uitstraling en een duidelijke structuur die bezoekers snel naar de gezochte informatie leidt.



De Luchtwachters hebben al een website: www.luchtwacht.nl

Tip: Een website maken is tegenwoordig makkelijk en redelijk goedkoop. Je hebt alleen een domeinnaam (url), webhost en webbouwer nodig. Voor dit laatste kun je gebruik maken van gratis software zoals Wordpress.

Sociale media gebruiken

Heel veel mensen maken gebruik van sociale media. Dus eigenlijk kan een campagne niet zonder deze online platformen. Ze hebben enorm veel invloed op de publieke opinie. De belangrijkste zijn: Facebook, Twitter, Instagram en YouTube. Ieder heeft eigen doelgroepen en mogelijkheden. Op facebook zit bijna iedereen, Twitter wordt vooral gebruikt door politici en journalisten, Instagram is voor een jonger publiek en YouTube is alleen voor video. Bedenk dus goed van te voren wie je wilt bereiken en met welke soort content (bijvoorbeeld tekst, foto of video).



Volg dit stappenplan voor het perfecte sociale media bericht: bit.ly/sociale-media-bericht

Tip: Behalve zelf posten op sociale media, is het heel belangrijk om in gesprek te gaan. Gebruik de verschillende kanalen dus vooral ook om op andere berichten te reageren. Hou daarnaast goed in de gaten of mensen op jouw berichten reageren. Ze stellen misschien een vraag. Beantwoord die vooral! Zo ontstaat er mooie interactie.



E-mails sturen

Een nog directere manier van communiceren is e-mail. Deze komen direct aan bij de juiste persoon. Daardoor heeft e-mail vaak het grootste effect. Als je bijvoorbeeld een petitie of crowdfunding hebt lopen, zullen de mensen die daar een e-mail over ontvangen het meest geneigd zijn om een bijdrage te leveren. Maak dus vooral een e-maillijst en houdt die up-to-date.

Let op: Zet alle ontvangers altijd in BCC. Nog beter is om elke mail te personaliseren, maar dat is wel tijdrovend.

Tip: Gebruik gratis software zoals MailChimp. Daarmee personaliseer je de aanhef makkelijk en ziet de mail er netjes en professioneel uit.

Pers inzetten

Media-aandacht krijg je alleen als de campagne actueel en urgent is. Je kunt kiezen voor lokaal, regionaal of landelijk niveau. Bedenk van te voren goed welke het meest effectief zal zijn. Wie wil je bereiken en waarvoor precies? Lokale pers heeft meer bereik dan je denkt. En juist lokale en regionale verhalen zijn vaak erg interessant voor lokale en regionale media.

Het is vaak lastiger om een plekje te krijgen in de landelijke pers. Hierbij is het van belang dat het onderwerp ook een landelijk 'haakje' heeft. Maak een overzicht van geschikte kranten en zoek uit

wie de contactpersoon is voor duurzaam verkeer en gezonde lucht. Bel deze persoon van te voren om te vragen wat de mogelijkheden en eventuele deadlines zijn. Dit geeft je ook de kans om een enthousiast verhaal te vertellen en mogelijke vragen te beantwoorden.

Televisie en radio inzetten

Naast kranten kun je ook inzetten op televisie en radio (zowel landelijke als regionaal). ook zij haken sterk in op de actualiteit. Op de radio krijg je meestal wat langer de tijd om te vertellen over de campagne. Programma's als Vroege Vogels en BNR maken vaak items over klimaat, milieu en duurzaamheid. Op televisie kun je proberen om toelichting te geven tijdens nieuwsprogramma's zoals het journaal, Nieuwsuur of EenVandaag. Een plek in een talkshow is vaak heel lastig om te krijgen, maar natuurlijk geweldig als het lukt.



Lees meer over het schrijven van een goed persbericht en het geven van interviews:
bit.ly/persberichten-interviews

Dit was het!

Geweldig, Je hebt de hele handleiding doorgenomen. Geef jezelf een schouderklopje en begin aan het echte werk. Op de volgende pagina's vind je nog wat meer informatie en contactgegevens.

Meer informatie

Contact

Websites

www.luchtwacht.nl
www.milieudedefensie.nl

Contactpersoon

Bram van Liere
(inhoudelijk medewerker)

E-mailadressen

service@milieudedefensie.nl
teamverkeer@milieudedefensie.nl

Telefoonnummer

020 6262 620
(ma - do, 9.30 - 16.30)

Adres

Nieuwe Looiersstraat 31
1017 VA Amsterdam
Postbus 19199
1000 GD Amsterdam

Andere campagnes van Milieudedefensie

Milieudedefensie werkt aan een hoop verschillende onderwerpen. Die hebben allemaal te maken met het zo snel mogelijk realiseren van een klimaatrechtvaardige samenleving. Duurzaam verkeer en gezonde lucht zijn daar onderdeel van. Maar ook bijvoorbeeld duurzaam wonen, duurzaam voedsel en duurzame energie.

Kijk op de website voor alle lopende campagnes en ontdek hoe je meer kunt doen: www.milieudedefensie.nl.



Facebook

Word lid van de Facebookgroep voor Luchtwachters.

Luchtwachters zetten zich in heel Nederland in voor gezondere lucht en duurzaam verkeer. Je kunt elkaar vragen stellen, tips uitwisselen en nieuwtjes delen. Natuurlijk kun je via deze weg ook vragen wie bij jou in de buurt actief is en met elkaar afspreken. Dit is de pagina: bit.ly/Facebook-Luchtwacht

Blijf op de hoogte

Meld je dan aan voor de maandelijkse nieuwsbrief

Wil je op de hoogte blijven van de activiteiten en nieuws rond de campagnes van Milieudedefensie? Wil je duurzame tips en meedoen aan exclusieve trainingen en workshops? Meld je dan hier aan: bit.ly/nieuwsbrief-Milieudedefensie

Belangrijke data

- *Eerste donderdag van april:* Wandel naar je Werkdag
- *22 april:* Dag van de Aarde
- *Laatste of een na laatste donderdag van mei:* Fiets naar de Werkdag
- *Derde dinsdag van september:* Prinsjesdag
- *Derde zondag van september:* Autoloze zondag
- *10 oktober:* Dag van de Duurzaamheid
- *Oktober:* gemeenten stellen hun begroting vast
- *Oktober en november:* ministeries stellen hun begroting vast

Bedankt!

Samen zorgen we voor gezonde lucht en duurzaam verkeer



Luchtwacht