

# Actie-toolkit

stap

1 2 3 4



## Tips voor succesvol actievoeren

Wil je aan de slag met jouw idee, actie of project? Maar weet je niet goed hoe en waar je moet beginnen? Kijk dan in de actie-toolkit. Daar vind je handige tips, voorbeelden, handleidingen en direct bruikbare informatie om aan de slag te gaan. Van goed idee naar succesvol resultaat.

Ik wil een probleem aanpakken. Hoe begin ik?

Een goed begin is het halve werk. Kijk daarom eerst naar de volgende stappen. Daarin staan waardevolle tips die je helpen om succesvol te zijn. Bij elke stap hebben we documenten gemaakt met uitgebreide tips en tricks.

Dit zijn ze allemaal op een rij:

**Stap 1 – Bereid je voor**

**Stap 2 – Maak een plan**

**Stap 3 – Bouw aan je actieve groep**

**Stap 4 – Kom in actie**



**milieudefensie**  
anders kijken, anders kiezen

## Actie-toolkit stap 1 2 3 4

# 'Kom in actie' – Tips voor succesvol actievoeren

Alleen jouw boodschap communiceren via media en het verzamelen van mensen om je heen zorgt niet direct voor verandering. Hiervoor moet je actie ondernemen. Dit kan variëren van iets kleins als een petitie opstellen tot iets groots zoals landelijke bijeenkomsten organiseren of zelfs een protestactie opzetten. Wanneer je welke actie onderneemt is afhankelijk van de escalatieladder.

## Inhoud

1. Waarom actievoeren?
  - 1.1 Escalatieladder
  - 1.2 Gedragscode
2. Mag ik zomaar overal demonstreren in de openbare ruimte?
  - 2.1 Mag ik demonstreren (of flyers uitdelen of handtekeningen ophalen) in een winkelcentrum of treinstation?
  - 2.2 Wat moet ik doen als een agent mij aanspreekt?
  - 2.3 Acties waarbij je de wet overtreedt
3. Praktische tips voor, tijdens en na een actie
  - 3.1 Voor de actie
  - 3.2 Tijdens de actie
  - 3.3 Na de actie
4. Communicatie rond acties
  - 4.1 Pers
  - 4.2 Foto en film tijdens acties
  - 4.3 Social media
5. Checklist actievoeren
6. Handige links





# 1 Waarom actievoeren?

Door actie te voeren laat je zien dat je iets wilt veranderen. Je gaat samen met mensen de straat op om aandacht te vragen voor een probleem en om te laten horen waar het op staat. Hard als het nodig is, leuk als het kan.

Je wilt een indruk achterlaten bij het publiek, een statement maken en druk uitoefenen op je tegenstander. Maar wel het juiste statement, anders kan dit tegen je gaan werken. Als je met je actie meer tegenstanders mobiliseert dan voorstanders, dan heb je het omgekeerde bereikt van wat je wilde. Het verschil maak je met een goede voorbereiding. Probeer in te schatten hoe anderen je actie zullen ervaren en beoordelen.

Net als andere campagneactiviteiten staan acties nooit op zichzelf. Een actie is één van de middelen van een campagne om druk te creëren en veranderingen in gang te zetten om het grotere doel te bereiken.

Actievoeren is effectief omdat we er verschillende krachten mee kunnen bundelen:

- Druk opbouwen bij de tegenstander (politiek, bedrijf en/of burger)
- Het probleem publiekelijk zichtbaar maken
- Het draagvlak zichtbaar maken
- De oplossing agenderen
- Mensen mobiliseren, verbinden en organiseren
- Aandacht van publiek en pers voor de boodschap
- Verandering teweegbrengen

Een goede actie moet aan een aantal voorwaarden voldoen:

- De actie is onderdeel van een veranderings-theorie/strategie
- De actie is technisch en juridisch goed voorbereid
- De actie verloopt veilig voor alle betrokkenen
- De actie krijgt de benodigde publiciteit
- De actie heeft een heldere, duidelijke boodschap
- Het actiebeeld is helder en simpel en de handeling eenvoudig en duidelijk
- De doelgroep (politici/bedrijf/burgers) is bereikt

Acties hebben vele vormen: demonstraties, aanbiedingsacties, ludieke acties, flashmobs, guerrilla-acties, harde acties etc. Deze scheiding is soms wat willekeurig. Want wat de ene deelnemer ervaart als een harde actie, is voor de doorgewinterde actievoerder kinderspel.

## 1.1 Escalatieladder

Het is belangrijk om goed na te denken over wanneer en waarom je voor een bepaalde actievorm kiest. Een blokkade-actie, een boycot of een andere confronterende actie komt nooit uit de lucht

vallen. Voorafgaand aan zo'n actie is er al van alles gebeurd. Vaak is het de laatste stap in een lange reeks pogingen om je tegenstander tot verandering te bewegen, de zogenaamde escalatieladder.

De escalatieladder van een harde actie kan er bij voorbeeld zo uitzien:

5. Een blokkade voor de poort

4. Een ultimatum stellen en druk opbouwen

3. Een ludieke actie of een video op internet, 'naming and shaming'

2. Handtekeningen verzamelen, een petitie aanbieden

1. Een brief schrijven, de dialoog opzoeken, lobbyen



## 1.2 Gedragscode

Wanneer je actie gaat voeren, is het handig om van tevoren een gedragscode op te stellen. Zo weet iedereen waar hij aan toe is en kunnen er geen misverstanden ontstaan.

### Belangrijke punten om over na te denken:

#### Hoe ver zijn we bereid te gaan?

- Wil je een paar uur handtekeningen ophalen op straat of dagenlang een bedrijf blokkeren?
- Wil je zover gaan dat je aangehouden kan worden door de politie?
- Wil je het risico lopen op een boete of vermelding in je juridisch dossier?

#### Wanneer is de actie klaar?

- Als je bij een bedrijf op de stoep staat, wacht je dan tot de directie je eisen in ontvangst neemt? Of vertrek je als duidelijk wordt dat ze niet naar buiten komen?

#### Wat is je definitie van geweld/geweldloosheid?

- Geweld heeft vrijwel altijd een negatieve uitwerking op de uitstraling van je actie. Wat ons betreft ga je niet in de tegenaanval bij agressie of geweld van anderen. En breng je ook geen schade toe aan het bezit van anderen.
- Is het doorknippen van een hek of forceren van een deur geoorloofd?
- Wat doe je als een omstander fysiek en/of verbaal reageert?
- Hoe verzet je je passief zonder geweld uit te lokken?
- Hoe zorg je ervoor dat je (nagenoeg) geen schade aanricht?
- Heb je sfeerbeheer of ordedienst nodig bij je actie?

#### Geven we onze identiteit prijs of niet?

- Denk na of je je wilt identificeren als bevoegd gezag (politie) daar om vraagt. Als je dit niet doet kan dat gevolgen hebben voor aanhoudingen en tijdsduur van vasthouden op het politiebureau.

## 2

# Mag ik zomaar overal demonstreren in de openbare ruimte?

Je hebt sowieso – ook zonder melding bij de bevoegde instanties – recht op vrijheid van meningsuiting en recht op demonstratie. Maar bijna iedere gemeente heeft in zijn Algemene Plaatselijke Verordening (APV) opgenomen dat acties gemeld moeten worden. Als je dat niet doet, kun je een boete krijgen. Als je de actie wel meldt, is de gemeente verplicht je te faciliteren en kun je niet zomaar weggestuurd worden.

Als je een ludieke actie organiseert, laat dat dan minstens 24 uur van tevoren weten aan de gemeente. De termijnen variëren tussen 24 uur (1 werkdag) en 96 uur (4 werkdagen). Meestal moet een betoging gemeld worden bij de gemeente of de politie. Vaak is er een formulier online te vinden voor het melden van je actie.

Check voor meer informatie op de website van de relevante gemeente met een van de volgende zoektermen: 'betoging', 'manifestatie' of 'demonstratie'. Vaak moet je een meldingsformulier 'Betogingen/Demonstraties' invullen op de website van de gemeente. Je kunt ook bellen met het algemene nummer van de desbetreffende gemeente.

Je mag niet zomaar (zonder melding) overal handtekeningen verzamelen. Op sommige plekken moet je vooraf melden dat je er gaat staan. Check hiervoor de website van je gemeente.

Voor sommige gemeenten staat het plaatsen van een tafel op straat gelijk aan het plaatsen van een kraam. En een kraam moet je soms melden bij de gemeente. Maar zolang je geen commercieel doel hebt, hoeft je in ieder geval geen vergunning aan te vragen. Kijk op de site van jouw gemeente voor de specifieke regels.

## 2.1 Mag ik demonstreren (of flyers uitdelen of handtekeningen ophalen) in een winkelcentrum of treinstation?

Nee, dat mag niet. Dat komt omdat dit geen openbare ruimtes zijn. Je kunt dan door beveiligingspersoneel weggestuurd worden. Toestemming vragen aan de beheerder of eigenaar kan natuurlijk altijd.

Voor de ingang (op de stoep) mag je natuurlijk wel demonstreren, dit is namelijk openbaar terrein. Meld dit dan wel aan bij je gemeente.

## 2.2 Wat moet ik doen als een agent mij aanspreekt?

Blijf rustig en sta de agent vriendelijk te woord. Zorg ervoor dat je een persoon uit de groep aanwijst om dit te doen. Dan heeft de agent een aanspreekpunt. Vertel wat de reden van de actie is, wat je gaat doen, met hoeveel mensen je bent, hoe lang

de actie duurt en of er pers komt. Leg rustig uit dat je niet van plan bent de openbare orde te verstoren of verkeer te hinderen. Het is immers een ludieke actie.

## 2.3 Acties waarbij je de wet overtreedt

Acties waarbij je (mogelijk) de wet overtreedt, meld je uiteraard niet. Hieronder worden een aantal zaken kort besproken. Wil je meer weten? Neem dan contact op met het [Actieteam van Milieudefensie](#).

Zorg er in elk geval voor dat je:

- de juridische gevolgen van je actie bespreekt met een advocaat
- een risicoanalyse maakt van mogelijke strafrechtelijke gevolgen (boetes, aanhoudingen etc.)
- deze risico's goed bespreekt met je deelnemers en bespreekt wat er gebeurt als je aangehouden en vastgehouden wordt
- de procedure op het politiebureau bespreekt met de deelnemers, hoe lang ze je mogen vasthouden en wat je rechten en plichten zijn

- aangeeft dat je gebruik kan maken van je zwijgrecht en je niets hoeft te ondertekenen
- een achterwacht hebt voor je arrestanten (arrestantengroep) en een advocaat stand-by hebt staan

Let bij de voorbereiding extra op geheimhouding in verband met uitlekken van informatie over je actie. Het zou jammer zijn als de politie je staat op te wachten als de actie van start gaat.

Denk goed na over hoe en met wie je gevoelige informatie deelt. Welke informatie bespreek je over (mobiele) telefoons en wat mail je naar elkaar zonder encryptie? Het veiligst is toch altijd gevoelige zaken 1 op 1 te bespreken.

[nog linken](#)



# 3

## Praktische tips voor, tijdens en na een actie

Een goede voorbereiding is het halve werk, zeker als het om acties gaat. Plan je actie daarom zoveel mogelijk, dan beperk je verrassingen tot een minimum.

### 3.1 Voor de actie

Waar moet je aan denken als je de actie voorbereidt?

#### Strategisch plan: wat en wie wil je bereiken met de actie?

- Aan welk groter doel gaat je actie bijdragen?
- Is het doel om zoveel mogelijk mensen mee te laten doen of is het een spectaculair ludiek plaatje voor de pers?

#### Wat wordt de sfeer/uitstraling?

- Waar zit je in de escalatieladder?
- Doe je een ludieke, symbolische actie of ga je een wat meer confronterende actie uitvoeren?

#### Handeling: wat ga je doen en wat wordt het beeld van de actie?

- Ga eerst kijken op de locatie waar je de actie wilt uitvoeren, maak foto's en probeer zoveel mogelijk informatie te verzamelen (plattegronden e.d.) Dit maakt het brainstormen over de mogelijkheden een stuk makkelijker.
- Probeer het beeld en de handeling zo helder en simpel mogelijk te maken. Zodat bij een foto van de actie iedereen begrijpt waar het over gaat.

#### Wat zijn je eisen en randvoorwaarden?

- Wil je dat een bedrijf ergens mee stopt? Wil je dat gemeentelijk/landelijk beleid gaat veranderen? Probeer dit goed te omschrijven en bedenk een slogan.
- Je bent waarschijnlijk ergens tegen maar waar ben je precies voor?
- Wat is het alternatief?



### Communicatieplan: boodschap/slogan en pers

- Bedenk een slogan en een boodschap (zie hierboven).
- Maak een flyer voor omstanders met korte uitleg en boodschap.
- Maak een communicatieplan voor de media. Je wilt misschien ook een artikel met een foto in de krant. Je actie kan nog zo mooi zijn, zonder media-aandacht is het toch minder effectief. Dus maak een persbericht en bedenk welke media je wanneer gaat benaderen en wie van jullie dit gaat doen.

### Maak een risicoanalyse

- Is er gevaar voor omstanders of je eigen deelnemers en wat doe je daaraan?
- Wat doe je bij slecht weer?
- Wat doe je bij vervelende opmerkingen van omstanders?
- Hoe reageer je op aanwezigheid van politie of beveiligers?

### Maak een uitgebreid draaiboek met tijdsplanning, taken- en materialenlijst

- In een draaiboek staan de taken van de verschillende actievoerders en de materialen die zij nodig hebben om de taak uit te voeren. Zo vergeet je niets en blijf je overzicht houden.

### Maak spandoeken, actiematerialen en props

- Test je materialen zodat je niet staat te stuntelen tijdens de uitvoering.

### Doe melding bij gemeente en/of politie van een actie op straat

## 3.2 Tijdens de actie

### Briefing bij het begin van de actie

- Het is goed om voor de start van de actie bij elkaar te komen om alles te bespreken.
- Hoe ga je het precies uitvoeren en wie heeft welke taak?
- Wie hanteert welke materialen (spandoek enz.)
- Hoe spreek je de omstanders aan?
- Wat doe je bij calamiteiten (slecht weer, vervelende reacties etc.)

### Woordvoerders

- Zorg ervoor dat er specifieke deelnemers zijn die de pers en politie te woord staan.
- Eventueel zet je ook een paar mensen in die letten op veiligheid van je deelnemers en omstanders.
- Indien nodig (grote manifestaties, demonstraties) is er ook een aparte EHBO'er (of EHBO-ploeg) aanwezig.

### Geen eten, drinken en roken in beeld.

- Voor het actiebeeld is het erg rommelig als er veel deelnemers staan te eten en drinken. Dit kan er ongeïnteresseerd uitzien, zeker op persfoto's, en het doet afbreuk aan je actie.
- Zorg ervoor dat je elkaar aflost en dat je ergens afzijdig van de actie kan eten en drinken.
- Roken is een absolute no-go tijdens een milieuactie.

### Is het beeld zoals afgesproken?

- Het is goed voor het actiebeeld als er iemand is die oplet dat de actie er uitziet zoals je met elkaar hebt afgesproken. Diegene kan dan de deelnemers daarop aanspreken.
- Is je eigen fotograaf goed bezig en is er iemand die de sociale media (Twitter, Facebook, website etc.) gebruikt tijdens de actie?

### 3.3 Na de actie

#### Debriefing na de actie

- Het is goed om na de actie even bij elkaar te gaan zitten om te bespreken wat er goed ging en wat beter kan. Zo wordt de actie de volgende keer nog beter.
- Actievoerders bedanken en eventuele links met foto's naar de pers doorsturen
- Materialen opruimen en schoonmaken



# 4

## Communicatie rond acties

Je actie is eigenlijk pas geslaagd te noemen als meer mensen dan alleen de deelnemers ervan weten en de boodschap hebben meegemaakt. Daarom is de communicatie van de actie heel belangrijk. Dat kan natuurlijk via je eigen social media-kanalen maar ook via de pers. Waar moet je op letten?

### 4.1 Pers

#### Waarom is het belangrijk om (lokale) pers bij je actie te betrekken?

Hoe meer landelijke of regionale pers betrokken is bij jouw actie, hoe meer kans op aandacht en sympathie voor je actie en doel. Zo weten mensen dat je hiermee bezig bent en waarom je dit doet. Voor de lokale/regionale pers is het interessant aandacht te besteden aan een ludieke actie. Acties zijn aantrekkelijker voor pers als het origineel en visueel duidelijk is, dus als er echt iets te zien is. Dan kunnen ze er een mooie foto of video van maken of een beeldend verslag schrijven.

#### Perswoordvoerder

Het is belangrijk dat een van de actievoerders het verhaal bondig kan vertellen en de boodschap duidelijk kan overbrengen. Wijs dus een woordvoerder aan die niet afgeschrikt wordt door microfoons en draaiende camera's. Je persoonlijke verhaal, waarom jij deze actie voert, is vaak interessant, ook voor de mensen die je op straat spreekt.

#### Hoe betrek ik de lokale pers bij de actie?

Het is slim om een paar dagen voordat de actie plaatsvindt, de pers op de hoogte te brengen. Dit doe je met een persaankondiging. Dit is een korte versie van een persbericht met alle informatie over wie, wat, waar, waarom, wanneer en hoe. Vermeld ook duidelijk bij wie journalisten zich kunnen melden. Voeg een e-mailadres en telefoonnummer toe van de contactpersoon. Dit is nuttig bij eventuele vragen van de pers of belangstellenden. Bel een dag na de aankondiging de journalisten om te checken of ze het hebben gelezen en of ze er iets mee gaan doen.

Na afloop van de actie is aan te raden om (opnieuw) een persbericht uit te doen met een boeiende foto, kort verslag en het vervolg. Deze moet zo snel mogelijk na de actie verstuurd worden. Slim is om al van tevoren een opzet voor het "achteraf-persbericht" te maken, zodat je slechts een paar regels hoeft toe te voegen. Dit kunnen kranten en nieuws-sites dan gebruiken om een artikel te schrijven en jouw foto te plaatsen.



## 4.2 Foto en video tijdens acties

Goede actiebeelden zijn erg belangrijk. Bij publicaties worden foto's gebruikt om de boodschap kracht bij te zetten. Foto's maken een publicatie levendiger en geven veel informatie. Als je budget hebt, kan je ervoor kiezen om tijdens een actie een professionele fotograaf in te huren. Anders is er misschien wel een deelnemer die goed kan fotograferen.

### Hieronder een aantal tips voor beeld tijdens acties:

- Bedenk van tevoren welke elementen je op de foto wilt en loop samen het draaiboek van de actie door om aan te geven op welke momenten de fotograaf alert moet zijn.
- Bedenk vooraf hoe je je materialen en mensen opstelt zodat de juiste foto genomen kan worden. Te veel leuke elementen/boodschappen geeft een rommelig beeld en maakt het onduidelijk. Bedenk bijvoorbeeld bij het overhandigen van een prijs o.i.d. op welke plaats je met de persoon in kwestie gaat staan ten opzichte van de actievoerders/het spandoek enz. Denk ook aan de zon. Tegen de zon in kun je geen goede foto's en video's maken. Moedig de fotograaf aan om

zo nodig de juiste setting te regisseren.

- Bespreek tijdens de briefing met de actievoerders wat de sfeer en uitstraling van de actie moet zijn en hoe dat op de foto's en video's moet terugkomen. Dan kunnen ze daar rekening mee houden.
- Vraag de actievoerders of zij hun jasjes dicht willen doen zodat de logo's goed zichtbaar zijn.
- Neem een grote lamp mee als je bij schemering of in het donker actie voert (of vraag dit aan de fotograaf).
- Soms, bijvoorbeeld bij grote groepen mensen, is het nodig een groothoeklens te gebruiken.

### Een goede actiefoto voldoet aan de volgende criteria (naast de fototechnische criteria):

- Je logo moet duidelijk zichtbaar zijn.
- Het spandoek met de hoofdboodschap moet strak staan en goed leesbaar zijn.
- De boodschap van de actie moet duidelijk op de foto's naar voren komen.
- De deelnemers staan geïnteresseerd op de foto en hun emotie past bij de situatie en de boodschap die je wilt uitdragen.

## 4.3 Social media

### Bedenk van tevoren welke boodschap je wilt verspreiden via social media:

- Wil je mensen oproepen om mee te helpen aan de actie?
- Wil je dat mensen online een petitie gaan tekenen?
- Wil je dat mensen je bericht gaan delen?

### Deze stappen helpen je:

1. Ga naar het social media-kanaal (bijvoorbeeld Facebook of Twitter) en typ een bericht.
  - Kies daarbij één duidelijke boodschap.
  - Houd het kort.
  - Denk aan de toon. Die is altijd inspirerend. Idealiter stip je zowel het probleem als de oplossing aan. Zo creëer je verontwaardiging en deel je de
2. Voeg altijd een foto of video toe. Het werkt ook goed als je zelf een foto of video maakt.
3. Gebruik een of meerdere hashtags. Als een bepaalde hashtag binnen korte tijd veel wordt gebruikt, kan die trending worden op Twitter. Dit leidt tot meer zichtbaarheid.
4. Tag mensen en organisaties die je benoemt. Dat doe je door de gebruikersnaam toe te voegen met een @ ervoor.
5. Voeg een CTA (Call To Action) toe. Dit betekent dat je de lezer oproept om iets te doen. Bijvoorbeeld teken de petitie, kijk de video, deel/like dit bericht of lees dit artikel. Voeg dan dus een link

urgentie. Maar je biedt ook hoop en je toont een positieve toekomst.

# 5

## Checklist actievoeren

### Vorbereiding

#### Strategie:

Wanneer	Wat	Wie	Check
	Inhoudelijk verhaal: waarom deze actie?		
	Waar zit je in de escalatieladder?		
	Hoofdboodschap en doel bepalen (wat en wie wil je bereiken?)		
	Slogan op spandoek/borden vaststellen		
	Beeld en handeling actie (wat ga je precies doen?) bepalen		
	Communicatie- en persstrategie bepalen		
	Juridische consequenties van de actie uitzoeken		
	Veiligheid & risico's inventariseren en oplossingen bedenken (is het bijvoorbeeld nodig om sfeerbeheerteam te vormen?)		
	Politiestrategie bepalen		
	Risico-analyse maken		

#### Tijden en locaties:

Wanneer	Wat	Wie	Check
	Datum, locatie, starttijd en eindtijd bepalen		
	Tijdstip en locatie verzamelen actievoerders		
	Tijdstip en locatie verzamelen pers		

#### Praktische voorbereiding:

Wanneer	Wat	Wie	Check
	Taken verdelen: woordvoerder, perscontact, politiecontact		
	Locatie verkennen		
	Draaiboek maken		
	Aantal actievoerders bepalen en vrijwilligers benaderen		
	Indien nodig mensen voor sfeerbeheer en EHBO regelen		
	Actie (wel of niet) melden bij gemeente/politie		
	Onderzoeken juridische en andere risico's/gevaren		
	Actiematerialen testen (indien nodig)		
	Fotograaf en eventueel filmer regelen		
	Eventuele live social media (Twitter Facebook etc.) verslaglegging regelen		

Wanneer	Wat	Wie	Check
	Eventuele catering regelen		
	Toilet mogelijkheden uitzoeken		
	Vervoer regelen		
	Indien nodig: parkeergelegenheid uitzoeken		
	De-escalatie bepalen (zoals bv. hoe omgaan met boze omstanders?)		
	Briefing van vrijwilligers voor de actie voorbereiden		

#### Materiaal:

Wanneer	Wat	Wie	Check
	Actiematerialen maken/kopen: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Spandoek</li> <li>• Eventuele verdere aankleding/decorstukken</li> <li>• Kleding actievoerders</li> </ul>		
	Flyers maken		
	Persbericht maken		

#### Tijdens de actie

Wanneer	Wat	Wie	Check
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verzamelen en briefing deelnemers:</li> <li>• Inhoudelijk verhaal: waarom deze actie?</li> <li>• Wat gaan we doen? Beeld, handeling en sfeer (uitstraling)</li> <li>• Taakverdeling doorlopen en eventueel nog taken verdelen</li> <li>• Gedragsregels doornemen</li> <li>• Draaiboek doornemen</li> <li>• De-escalatie bespreken (zoals bv. hoe omgaan met boze omstanders?)</li> </ul>		
	Uitvoeren actie		
	Napraten en opruimen		

#### Nazorg

Wanneer	Wat	Wie	Check
	Debriefing: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bedanken vrijwilligers</li> <li>• Media aandacht doorlopen</li> <li>• Terugkoppeling: wat ging goed, wat niet?</li> </ul>		
	Als nieuwsitems later online of in de kranten/radio/tv verschijnen: een mailtje met links naar de nieuwsitems sturen naar de vrijwilligers		
	Opruimen actiemateriaal		

## 6 Handige links

Op de website van de Nationale Ombudsman vind je het document 'Demonstreren staat vrij'. Het bevat veel gestelde vragen van demonstranten en de antwoorden daarop, uiteengezet in een uitgebreid onderzoek

Beautiful trouble is een Engelse website met een toolbox en een internationaal netwerk van kunstenaars, activisten en trainers die grassroots bewegingen meer creatief en effectief willen maken.





Actie-toolkit stap 1 2 3 4

# Planning van het project

Deze publicatie hoort bij stap 4 uit onze actie-toolkit om succesvol actie te voeren.

Je vindt alle stappen op

**[milieudefensie.nl/doe-mee/actie-toolkit](https://milieudefensie.nl/doe-mee/actie-toolkit)**

Milieudefensie  
Friends of the Earth Netherlands  
Postbus 19199, 1000 GD Amsterdam  
[service@milieudefensie.nl](mailto:service@milieudefensie.nl)  
[www.milieudefensie.nl](http://www.milieudefensie.nl)

© Milieudefensie, juli 2018