

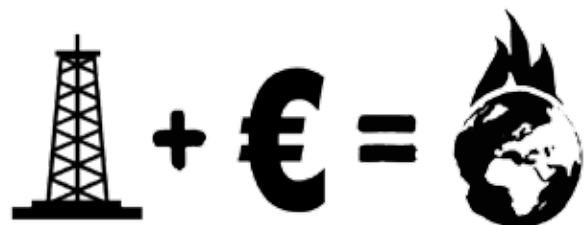


FOSซิล

EEN STAP-VOOR-STAP GIDS VOOR KLIMAATACTIVISTEN

FREE

GO FOSSIL FREE



DIT HANDBOEK IS EEN STAP-VOOR-STAP GIDS OM MET JOUW LOKALE FOSSIL FREE CAMPAGNE HET VERSCHIL TE MAKEN.

DE ADVIEZEN IN DIT HANDBOEK ZIJN TE GEBRUIKEN VOOR CAMPAGNES DIE VERSCHILLENDE SOORTEN INSTITUTEN IN HET VIZIER HEBBEN ZOALS EEN STAD, EEN UNIVERSITEIT, EEN KERK OF ZELFS EEN PENSIOENFONDS.

- 1. ONDERZOEK**
- 2. TEAM**
- 3. STRATEGIE**
- 4. GO PUBLIC**
- 5. VRAAG**
- 6. EIS**

Voordat je begint zijn er een paar dingen die je in gedachten moet houden:

De stappen die hier worden gepresenteerd hoeven niet per se in die volgorde plaats te vinden.

Houd in gedachten waarom dit belangrijk voor je is – desinvesteren is financieel en moreel gezien zinvol en is goed voor het milieu.

Kom samen met vrienden en volg je intuïtie.

Begin en wees niet bang om fouten te maken.

Verlies jezelf niet in allerlei details. Je hoeft geen financiële expert te zijn.

1. ONDERZOEK

De eerste stap is om achter een paar belangrijke feiten te komen van het instituut waar je aan vraagt om te desinvesteren.

Je zou kunnen proberen om hier zelf achter te komen of, nog beter, het te vragen aan mensen die het misschien al weten. Je kan het proberen bij vrienden, familie, collega's, (hoog)leraren, campagne groepen of zelfs met mensen van het instituut zelf.

Als je steun of hulp nodig hebt in het begrijpen van een reactie van een instituut of als je niet zeker weet wat er moet gebeuren kun je het beste contact opnemen met je nationale coördinator.

Voor meer informatie, bronnen, contactgegevens van nationale coördinatoren of als je je campagne wilt registreren kijk je op:

gofossilfree.org/europe

Onderzoek de financiën

- Krijgt het instituut geld van publieke of private bronnen?
- Hoeveel geld investeert het instituut? En welke deel daarvan in fossiele brandstofbedrijven?
- Heeft het instituut een investeringsbeleid met ethische of andere uitgangspunten?
- Subsidieert of ontvangt het instituut geld van fossiele brandstofbedrijven?
- Met welke bank regelt het instituut zijn dagelijkse bankactiviteiten? Waar investeert die bank in?

Onderzoek het instituut

- Wie heeft binnen het instituut de hoogste verantwoordelijkheid voor investeringsbeslissingen?
- Zijn er stakeholders, bestuursleden of senior managers die waarschijnlijk een oproep om te desinvesteren zouden ondersteunen?
- Hoe kunnen wij als studenten / burgers / leden de investeringsbeslissingen van het instituut beïnvloeden?
- Met wie zou je binnen het instituut contact op kunnen nemen om de dialoog op gang te krijgen?
 - In plaats van het instituut te vragen te desinvesteren zou je in je eerste gesprek ook kunnen vragen om hun steun of om zich aan te sluiten bij je campagne.

Onderzoek je mogelijkheden

- Hoe kunnen we het beste communiceren dat dit specifieke instituut zou moeten desinvesteren?
 - Is een petitie de beste manier om te starten? Of misschien een openbaar debat met experts? Hoe zou je met een creatieve stunt je campagne meer onder de aandacht kunnen krijgen? <http://beautifultrouble.org/tactic/prefigurative-intervention/>
- Hoe ziet het (hoofd)kantoor van jouw instituut eruit en hoe zou je die ruimte kunnen gebruiken om je desinvesteer-oproep te communiceren?
- Welke mensen / organisaties zouden er geïnteresseerd kunnen zijn om je te steunen bij je oproep om te desinvesteren?
- Zijn er belangrijke data waarop de mensen in jouw omgeving bij elkaar komen en waarop een 'Fossil Free' event georganiseerd zou kunnen worden? Bijvoorbeeld:
 - Introductieweek of carrièrebeurs op je universiteit, een vergadering of inspraakavond bij een lokale raad.



2. TEAM

Je bent begonnen met je vooronderzoek en je bent klaar om de campagne te lanceren!

Er is veel te doen en dat is veel leuker met een team. Een campagneteam opbouwen is een cruciale stap om jouw campagne succesvol te laten verlopen. Maar welke vaardigheden heb je tot je beschikking en welke heb je nodig voor een succesvolle campagne?

Een team opbouwen

- Neem contact op met groepen en individuen die al bezig zijn met thema's als klimaat, duurzaamheid, sociale rechtvaardigheid, etc. Organiseer een bijeenkomst om te praten over de campagne en jouw ideeën.
- Organiseer een vertoning van 'Do the Math' om mensen bij elkaar te krijgen die geïnteresseerd zijn in het klimaatprobleem. Praat na de film over het beginnen van een campagne en vraag anderen daar aan mee te doen.

Praat eens met vrienden of familie die in de publieke sector werken; docenten op een universiteit of misschien vrijwilligers bij een lokale geloofsgemeenschap. Insiders kunnen nuttig zijn met onderzoek, de beslissingsmakers aanwijzen en in contact met ze komen.

Maak gebruik van jouw sterke punten

- Zorg dat je weet welke kennis / vaardigheden er in de groep aanwezig zijn en waar de interesses liggen. Wie is waar het beste in en zou de leiding willen nemen bij het onderzoek, het plannen van events, het organiseren van bijeenkomsten en het bijhouden van beslissingen en actiepunten?
- Plan bijeenkomsten van te voren, maak ze bekend en maak ze openbaar zodat anderen ook kunnen komen. Spreek regelmatig af, ongeveer één keer per week, om het momentum te behouden. Houd de stemming erin. Zorg dat je het leuk hebt terwijl je aan de campagne werkt. Spreek niet alleen af tijdens bijeenkomsten maar doe ook andere leuke dingen samen bouw een band en vertrouwen met elkaar op, niet alleen met betrekking tot de campagne.

3. STRATEGIE

Een strategie bedenken is makkelijker dan dat het in het begin lijkt.

Een strategie is je algemene plan, de stappen die je neemt om je doel te bereiken. Je strategie zal uit verschillende tactieken en activiteiten bestaan, de dingen die je gaat doen om je plan tot uitvoer te brengen – dit onderscheid is essentieel om structuur te geven aan een effectieve campagne.

<http://beautifultrouble.org/principle/choose-tactics-that-support-your-strategy/>

De link hierboven is een goede plek om te starten als je over je strategie nadenkt. En het kan ook een goede bron zijn voor tactieksuggesties. Je strategie zou ook het uitvoeren van sommige stappen uit deze gids kunnen zijn!

Individuele stappen

1. Doe onderzoek naar het betreffende instituut.
2. Begin een petitie.
3. Bouw een team.
4. Benader individuen, groepen en netwerken die in jouw campagne geïnteresseerd zouden kunnen zijn.
5. Identificeer de 'drukpunten' van het betreffende instituut, belangrijke beslissingsmakers en mogelijke data om in actie te komen.

Power mapping

Bedenk welke personen er invloed hebben binnen jouw instituut. Kom erachter wie er in de raad van bestuur zitten, of welke afdelingshoofden er voor de fossiele brandstofindustrie werken, of als je geluk hebt, wie jouw campagne zouden kunnen steunen.

Schrijf een campagneplan

Een campagneplan is een document, dat aan regelmatige verandering onderhevig is en dat je kan gebruiken om je gedachten op orde te houden en duidelijke benchmarks te zetten die je zullen helpen om je op het goede spoor te houden.

Je kan een voorbeeldcampagneplan vinden op onze website, maar voel je vrij om een format te gebruiken die voor jouw het beste werkt.

<http://workshops.350.org/toolkit/campaign/#strategy>

Het zal helpen om achterstevoren te werken, denk na over wat je wil bereiken met jouw campagne en denk na over de stappen die jouw de overwinning gaan brengen. Bedenk enkele duidelijke tactieken die jou gaan helpen om je doelen te bereiken, en bedenk hoe deze tactieken in jouw strategie passen. Zorg dat je creatief bent in dit denkproces en wees klaar om je plan aan te passen als de situatie verandert.

Maak een tijdlijn van gebeurtenissen

Een campagnekalender is één van de belangrijkste dingen die er voor zorgt dat er vaart achter je campagne blijft. Pak een kalender en plan en hoe je het enthousiasme en de interesse in de komende weken en maanden op peil kan houden. Nog niks gepland in november? Wat dacht je van het uitnodigen van een spreker of expert om bij jouw team een presentatie te geven.

Probeer altijd van tevoren een idee te hebben over wat je de komende weken gaat doen. Op die manier ben je in staat om de vaart erin te houden en heb je tastbare, concrete zaken om je op te focussen.

Onthoud één ding, goede campagnes zijn als goede verhalen – hoe interessanter je verhaallijn, hoe meer mensen het willen volgen en mee doen.

4. GO PUBLIC

Het is tijd om mensen te laten weten dat jullie er zijn, bewustzijn te vergroten en steun op te bouwen.

Desinvesterings campagnes kunnen vaak vastlopen omdat er alleen nog maar wordt onderhandeld in een achterkamertje met een investeringscomité, in plaats van een publiekgerichte campagne met zichtbare steun van de lokale gemeenschap. Als je klaar bent om in het publiek aandacht te vragen met je campagne zijn er verschillende makkelijke eerste stappen die je kan zetten:

- **Begin een petitie.**
- **Schrijf open brieven** of opinieartikelen naar kranten en andere media.
- **Wees aanwezig bij events.**
- **Organiseer je eigen evenementen:** bijvoorbeeld filmvertoningen, feestjes of publieke acties.
- **Verspreid je boodschap** met posters, stickers en flyers.
- **Wees actief online** – gebruik de sociale mediakanalen van jouw nationale campagne.
- Als je een desinvesteringsevenement plant **laat het dan weten aan de media** en neem contact met ze op. Schrijftips voor persberichten etc. vind je hier: <http://workshops.350.org/toolkit/media>

5. VRAAG

Het is belangrijk om aan het begin van je campagne, en regelmatig tijdens de campagne, contact op te nemen met het instituut en aan ze te vragen om zich bij je campagne aan te sluiten. Immers, nee heb je, ja kun je krijgen.

BE SURE TO ASK

Het klinkt misschien stom maar voordat je je campagne start moet je niet vergeten om aan het betreffende instituut te vragen om te desinvesteren. Misschien zeggen ze wel ja en in dat geval heb je een nieuwe bondgenoot om mee te werken. En als ze nee zeggen, ja dan is het tijd om aan de slag te gaan.

- Neem telefonisch contact op, organiseer vergaderingen, etc. met het instituut. Laat het ze weten dat hier een groep aan werkt en dat er een actieve campagne wordt opgebouwd die aan hun verzoekt om te desinvesteren.
- Stuur ze informatie over hoe ze mogelijke obstakels kunnen tackelen die hun tegenhouden om zich aan te sluiten bij de campagne.
- Vraag ze om de Fossil Free belofte te ondertekenen.
- Zodra je petitie het gewenste niveau heeft bereikt geef deze dan aan de vertegenwoordigers, en als je in een creatieve bui bent plan je er een event omheen.
- Praat met experts uit de lokale gemeenschap en vraag ze om publiekelijk jullie campagne te steunen.

Als je een reactie krijgt van je instituut en je weet niet zeker wat je nu moet gaan doen vergeet dan niet contact op te nemen met je nationale coördinator.

6. EIS

Het College van Bestuur heeft je laten vallen, het hoofd van het College van B&W negeert je, of je zit vast in de onderhandelingen met één of ander comité dat nergens toe leidt en het voelt alsof de campagne tot stilstand is gekomen.

We gaan allemaal momenten meemaken waarbij het voelt alsof dingen maar langzaam vooruit gaan. De truc is om dan vol te houden – dan is het tijd om je campagne te laten escaleren en nieuwe tactieken uit te proberen.

Organiseer een sit-in

In 2008 in het Verenigd Koninkrijk, gebruikte een spontane campagnegroep genaamd UK Uncut, sit-in tactieken om aandacht te vragen voor belastingontwijking door het bedrijfsleven en om te laten zien hoe het innen van de miljarden ontweken belasting, van bijvoorbeeld Vodafone, een makkelijke manier zou kunnen zijn om de onderwijs- zorg- en andere ideologische bezuinigingen van de Britse regering niet te hoeven uitvoeren.

Het toestaan van investeringen in fossiele brandstofbedrijven en belastingontwijking door het bedrijfsleven hebben één ding in gemeen, ze zijn beide bijzonder immoreel en gebaseerd op een ideologie die de private winst van een kleine groep boven de welvaart van de massa stelt. Het bezetten van een publieke ruimte stelt je in staat om de morele basis van jouw campagne kracht bij te zetten, en wanneer degenen op invloedrijke posities niet luisteren is kracht bijzetten precies wat je nodig hebt.

<http://beautifultrouble.org/tactic/occupation>

Blokkeer het gebouw

Net als een sit-in is een blokkade een simpele tactiek waarbij het niet nodig is om een gebouw binnen te gaan.

Je zou dit bijvoorbeeld creatief kunnen aanpakken door buiten de hoofdingang een tafel en wat vouwstoelen neer te zetten en een desinvesteringsdiscussie te houden. Houd één plek vrij en nodig de voorzitter van de raad van bestuur uit daar plaats te nemen. Als hij of zij op komt dagen zal je smoesjes gaan horen over waarom deze desinvesting niet mogelijk is op dit moment.

Het maakt helemaal niet uit als je geen ervaring hebt met dit soort tactieken. Neem contact op en laat ons weten wat je van plan bent en we zullen je zo goed mogelijk ondersteunen. Wat je ook zou kunnen doen is toenadering zoeken met lokale actie-groepen zoals Friends of the Earth of Greenpeace en ze om advies vragen over het toepassen van dit soort tactieken.



FOSSIL

*ALS HET VERKEERD IS OM HET KLIMAAT TE VERNIETIGEN IS
HET VERKEERD OM VAN DIE VERNIETIGING TE PROFITEREN.*

FREE

VOOR MEER INFORMATIE, BRONNEN EN HET REGISTREREN VAN JE CAMPAGNE GA JE NAAR:

GOFOSSILFREE.ORG/EUROPE