

the good wave

NETWERK
VOOR
EFFECTIEVE
KLIMAATACTIE

IEDEREEN MEE

10 TIPS

om iedereen mee te
krijgen in je klimaatactie

An aerial photograph showing a vast number of people participating in a water activity, likely a kayaking or surfing event. The water is a vibrant turquoise color, and the participants are scattered across the frame, each on their own colorful board or kayak. The perspective is from directly above, looking down on the sea.

WAAROM DEZE TIPS?

We moeten iedereen meekrijgen in de klimaattransitie. Oog hebben voor verschillen tussen mensen is daarbij essentieel. Woonomgeving, leeftijd, culturele achtergrond, financiële situatie, politieke overtuiging, waarden, taalgebruik, ... bepalen mee hoe mensen naar de klimaatuitdagingen én -oplossingen kijken. Hoe kan je omgaan met deze grote diversiteit? Via deze 10 wetenschappelijk onderbouwde tips kom je meer te weten hoe betrokkenheid en participatie je kunnen helpen om klimaatactie te stimuleren.

1 ZORG VOOR EEN RECHT- VAARDIGE KOSTENVERDELING VAN JE KLIMAATACTIE

De klimaattransitie kost geld en moeite, of het nu gaat om betere isolatie, minder autorijden of plantaardig koken. Voor een breed draagvlak moet de verdeling van de kosten als rechtvaardig worden ervaren. Er zijn verschillende manieren om te kijken naar rechtvaardigheid. Bijvoorbeeld: de vervuiler betaalt, de verduurzamer verdient, mensen met meer vermogen dragen een groter deel van de kosten, mensen in de meest kwetsbare posities gaan er niet op achteruit, ...

Dé meest rechtvaardige verdeling bestaat niet. Daarom is het belangrijk om alle betrokkenen de kans te geven hun perspectief in te brengen. Gebeurt dit op een transparante en zorgvuldige manier, dan is de kans groter dat de verdeling van de klimaatkosten als rechtvaardig ervaren wordt. Rechtvaardigheid én betrokkenheid van alle belanghebbenden moeten dus expliciet van bij de start een onderdeel zijn van jouw klimaatactie.

*Meer weten over rechtvaardigheid in klimaatbeleid en -actie?
Lees dan [hier](#) het rapport van de Nederlandse "Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid".*



2 BETROKKENHEID DOOR PARTICIPATIE = MEER DAN ENKEL INSPRAAK

Creëer betrokkenheid door mensen mee te laten participeren in de ontwikkeling van je klimaatactie. Participatie kent verschillende gradaties: informeren, raadplegen, adviseren, coproduceren en meebeslissen. Wil je echte betrokkenheid creëren, dan moet je echter meer doen dan vragen naar meningen en inspraak bieden. Laat mensen mee nadenken over het grotere beeld en mogelijke oplossingen.

Stimuleer een open proces waarbij je meningen uitwisselt maar ook mag verschillen van waarden en wereldbeelden. Ga op zoek naar een gedeeld verhaal, laat mensen mee je klimaatactie ontwikkelen en geef hen de mogelijkheid om actief engagementen op te nemen bij het uitvoeren van de klimaatactie. Participatie wordt betrokkenheid als alle partijen hun belangen verbinden in gemeenschappelijke doelstellingen en acties.



3 SMEER GENOEG NIVEA

NIVEA betekent Niet Invullen Voor Een Ander. Participatie draait niet om overtuigen of oplossingen 'verkopen'. Het fundament voor succesvolle participatie is respectvol luisteren en begripvol doorvragen, om zo de redenen achter verschillende denkwijzen te ontdekken.

Wees oprecht nieuwsgierig naar je deelnemers. Wat drijft hen? Wat zijn hun emoties en motivaties? Waarom vinden ze het lastig om minder te vliegen of vaker vegetarisch te eten? Doorvragen zonder eigen invullingen aan te dragen, bevordert een verbindende dialoog en identificeert echte behoeften. Op deze manier ontstaan haalbare oplossingen die aansluiten bij de identiteit en waarden van je doelgroep.

4 CREËER EEN GEDEELDE IDENTITEIT

Laat mensen zichzelf zien als deel van een groep die samen actie onderneemt voor een positieve verandering. Bijvoorbeeld een groepsaankoop van zonnepanelen in de buurt versterkt het idee dat ieders bijdrage een groter verschil maakt in de energietransitie.

Door dialoog en samenwerking bouw je een gedeelde identiteit op, wat leidt tot meer acceptatie, steun en vertrouwen. Gezamenlijke acties versterken onderlinge steun en sympathie. Betrek ook degenen die niet direct deelnemen, creëer een 'wij'-gevoel en benadruk de overeenkomsten met de groep die al meedoet.

5 BOUW VERTROUWEN

Onzekerheid en angst kunnen mensen afschrikken van participatie. Bekijk de situatie vanuit het perspectief van de deelnemers: wie vertrouwen ze, wie zien ze als autoriteit en welke informatie hebben ze nodig om zelfvertrouwen te krijgen? Kies een boodschapper met vergelijkbare waarden voor meer geloofwaardigheid en vertrouwen.

Transparante communicatie, luisteren naar verwachtingen en samen het proces vormgeven zorgen ervoor dat mensen gemakkelijker participeren.

6 BETREK AMBASSADEURS DIE HET GEDRAG AL STELLEN

Mensen zijn sociale wezens. We laten ons sterk leiden door anderen uit onze directe omgeving. We stemmen ons gedrag af op gelijkgestemden zoals familie, vrienden, buren, collega's. Als deze invloedrijke mensen zich achter het gewenste gedrag scharen tijdens een participatieproces, geeft dit een krachtige steun.

Identificeer wie al het gewenste gedrag steunt. Betrek hen bij besluitvorming, ondersteun met deelbare verhalen en bouw zo een krachtig netwerk van ambassadeurs op.

7 VORM VOLGT FUNCTIE

Er zijn diverse werkvormen zoals focusgroepen, 'deep democracy', loting bij burgerberaad, online burgerpanels, buurtbudgetten, bevragingen, adviesraden ... Ongeacht de werkvorm is het principe: de vorm volgt de functie. Wat zijn je doelen? Hoe complex of controversieel is het onderwerp? Hoeveel deelnemers, middelen en tijd zijn beschikbaar? Al deze factoren beïnvloeden de keuze van de meest geschikte methode. Op pagina 27 van [deze publicatie](#) vind je een handige overzichts- en vergelijkingstabel.

8 BETREK KERNSTAKEHOLDERS IN JE PROCES

Om de vinger aan de pols te houden, is het belangrijk om kernstakeholders uit te nodigen in je besluitvormingsstructuur. Vooral als het onderwerp voor hen relevant en dringend is, en ze invloed kunnen uitoefenen. Identificeer hen met een goede stakeholdermapping en -analyse.

Door hen te betrekken bij het ontwerpen van het proces ontdek je op voorhand blinde vlekken. Hun kennis over hun achterban helpt om inclusiever te communiceren. Ze bieden direct inzicht in de uitdagingen van hun achterban en helpen je beter aan te sluiten bij hun leefwereld, zowel in taal- als beeldgebruik. Vaak zijn ze ook bereid actief deel te nemen en betrokkenheid te stimuleren.

9 VERHOOG BETROKKENHEID MET CONTEXT EN TIMING

Hoe goed je mensen kan betrekken bij klimaatparticipatie hangt af van persoon tot persoon. Sommigen willen hun stem laten horen bij een ontwerpworkshop voor een autoluwe straat, anderen willen concrete acties ondernemen, zoals het opzetten van een autodeelsysteem. Dit verschilt op basis van motivatie, zelfvertrouwen en beschikbare tijd.

Het is essentieel om het hen zo gemakkelijk mogelijk te maken, omdat de context een grote rol speelt bij het vormen en beïnvloeden van ons gedrag. Denk aan factoren zoals gemak, kostprijs, beschikbaarheid, zichtbaarheid van opties, sociale normen en netwerken.

10 GEBRUIK DE KRACHT VAN COMMITMENT

Wie meedenkt over acties, is doorgaans meer bereid om ze uit te voeren. Wil je dat deelnemers van 'meedenken' naar 'meedoen' gaan, stuur dan aan op het maken van beloften. Openbare commitments, vooral aan iemand die we respecteren, vergroten de kans dat we ons eraan houden. De timing van het vragen van commitment is cruciaal. Maak het engagement expliciet door aan te geven waar en wanneer de actie plaatsvindt.



MEER WETEN?

Ontdek ook de tips rond andere thema's:

[storytelling](#)

[polarisatie](#)

[contextcreatie](#)

[klimaatemotie](#)

[fake news](#)

[impact](#)

www.thegoodwave.be

**the
good
wave**

Wil jij écht het verschil maken met klimaatactie? Dan ben je niet alleen. The Good Wave - een initiatief van de Koning Boudewijnstichting - is een netwerk van professionals die allemaal één ding gemeen hebben: ze willen op een positieve manier mensen in beweging zetten. The Good Wave inspireert en verbindt, zodat we voluit van elkaar kunnen leren. Doe je mee?