

EFFECTIEVE CAMPAGNES



Programma

15.00: Opening

15.15: Deel 1 - Analyse eigen campagnes

16.00: Deel 2 - De voorwaarden bij campagne voeren

16.45: Pauze & eten

17.45 Deel 3 - De kernboodschap en het verhaal

18.30 Deel 4 - Samenwerken met de media

18.50: Afsluiting

19.00 Einde



Wat kenmerkt een campagne

- Duidelijk doel & handelingsperspectief
- Strategische koers
- Specifiek thema
- Voor een groot publiek
- Verschillende campagne-onderdelen en tools
- Is gebonden aan een bepaalde periode

Deel 1 Analyse eigen werk

In groepjes van 5:

- Vertel aan je groepsgenoten welke campagne/activiteit je hebt meegenomen
- Wat maakte dat die campagne succesvol was?
- Wat was het resultaat ervan?

Na alle verhalen: definieer per groepje een aantal factoren voor succes van een campagne.

**F R A M E
V O I C E
R E P O R T !**

LIVE

BBC
WORLD

BHOPAL LEGACY

JUDE FINISTERRA

Dow Chemical spokesman

HEADLINES

SCIENTISTS SAY

ZIMBABWEAN PRESIDENT ROBERT MUGABE



0:26 / 5:29



Reflectie

- Wat heb je gezien?
- Wat vind je ervan?



Deel 2: Elementen van een campagne

- Duidelijk doel & handelingsperspectief
- **Strategische koers**
- Specifiek thema
- Voor een groot publiek
- Verschillende campagne-onderdelen en tools
- Is gebonden aan een bepaalde periode

Strategische koers: over nagedacht?

Aan welke systemische verandering levert jouw activiteit uiteindelijk een bijdrage?

Wat wil jij bereiken?

Welke doelstelling stel je voorop?

Beïnvloeden van:

- Gedrag/meningen van individuele mensen

Of: Beleid & wetgeving

- Politieke agenda
- Handelen van organisaties, publieke sector of bedrijfsleven?

**F R A M E
V O I C E
R E P O R T !**

Uitgangspunten bij campagne voeren

- Identiteit
- Communicatiestijl
- Samenwerken of alleen

Identiteit: wat verwachten mensen van je?



GREENPEACE



Save the Children



Rode Kruis
Vlaanderen

helpt
helpen



11.11.11

VECHT MEE TEGEN ONRECHT

Communicatiestijl en tone of voice



This activity is funded by the European Union

F R A M E
V O I C E
R E P O R T !

Samenwerken of alleen?

WILDE
GANZEN
KLEIN PROJECT GROOT V



fingo

CISU CIVIL SOCIETY IN DEVELOPMENT

WILDE
GANZEN
KLEIN PROJECT GROOT VERSCHIL

lafede CAT
organitzacions
per a la
justícia global

CONSORZIO
ONG
PIEMONESI

11.11.11
VECHT MEE TEGEN ONRECHT

RESACOOOP



FRAME
VOICE
REPORT!



This activity is
funded by the
European Union

Voorbeeld uit de praktijk 11.11.11



**SING
FOR THE
CLIMATE**
**22 & 23
september**

**Zij zingen al voor het klimaat
Hopelijk jij ook in september**

Ga naar www.singfortheclimate.com, zoek op de kaart je stad of gemeente en registreer om mee te zingen. Vraag ook aan je vrienden, familie en kennissen om te komen zingen. ViaKbij, in jouw gemeente of buurgemeente. Zodat iedereen het hoort, van je buurman tot je verste vriend, van Elio tot Obama.

**The Big Ask
Once More**  **11.11.11**

Meer info op www.singfortheclimate.com



**F R A M E
V O I C E
R E P O R T !**



This activity is
funded by the
European Union

Doelstelling 11.11.11

Draagvlak opbouwen om
beleidsmakers aan te zetten tot
structurele veranderingen ten bate
van het Zuiden

Migratiecampagne



This activity is
funded by the
European Union



Klimaatcampagne



**WIJ VERBRUIKEN
ZIJ BETALEN DE REKENING**

STEUN DE KLIMAATACTIE VAN **11.11.11**
VECHT HET TEAM 11111

www.11.11 BE30-0000-0000-1111



**F R A M E
V O I C E
R E P O R T !**



This activity is
funded by the
European Union

Strategische afwegingen klimaatcampagne

Van basisschool tot in het

Parl



F R A M E
V O I C E
R E P O R T !



This activity is
funded by the
European Union

Strategische afwegingen klimaatcampagne

Ga je voor het ‘brede publiek’ werken
of selecteer
je specifieke doelgroepen?



This activity is
funded by the
European Union

F R A M E
V O I C E
R E P O R T !

Kenmerkende 11.11.11. aanpak op 3 niveaus

- Politiek
- Sensibiliserend
- Fondsenwervend



This activity is
funded by the
European Union

F R A M E
V O I C E
R E P O R T !

Samenwerken

Bouw een
partnerschap op met gelijkgezinde
partners

en werk met ambassadeurs
(BV's/BN'ers)

Open brief aan de vier Belgische ministers verantwoordelijk voor klimaat

Ter gelegenheid van autoloze zondag (20 september), lanceerden onze vier Belgische ministers verantwoordelijk voor klimaat – federaal minister Marie Christine Marghem en haar drie regionale collega's Vlaams minister Joke Schauvliege, Brussels minister Céline Frémault en Waals minister Paul Furlan – de campagne 'een klik voor het klimaat'. De campagne nodigt burgers uit om 'ja' te zeggen voor een ambitieus engagement in de strijd tegen klimaatverandering bij de volgende klimaatop van de VN, COP21, die plaatsvindt van 30 november tot 11 december in Parijs.

Op het eerste zicht een mooi initiatief om bewustzijn te creëren rond het klimaatprobleem. Maar de vraag stelt zich waarvoor beleidsmakers verkozen zijn: om concrete beslissingen te nemen of om petitie te lanceren?

Geen burgers aan de onderhandelingstafel

Beste ministers, jullie hebben samen deze actie op touw gezet omdat jullie alle vier verantwoordelijk zijn voor klimaat in onze federale staat. Op die manier willen jullie tonen als één blok klaar te staan om het klimaatprobleem aan te pakken. Maar is

Bogdan Vanden Berghe – Algemeen Directeur, 11.11.11
Arnaud Zacharie – Algemeen Secretaris, CNCD-11.11.11
Danny Jacobs – Algemeen Directeur, Bond Beter Leefmilieu
Christophe Schoune – Algemeen Secretaris, Inter-Environnement Wallonie
Olivier Valentin – Nationaal Secretaris, ACLVB
Michel Sonet – Coördinator, ADG
Benjamin Wilkin – Algemeen Secretaris, APERe
Antoinette Brouyaux – Coördinator, Associations21
Lieve Herijgers – Algemeen Directeur, Broederlijk Delen
Nathalie Eggermont – Voorzitter, Climate Express
Maria Verwimp – Voorzitter, EcoKerk
Angelo Simonazzi – Algemeen Secretaris, Entraide et Fraternité
Wim De Ceukelaire – Algemeen Directeur, Geneeskunde voor de Derde Wereld
Joeri Thijs – Campagneverantwoordelijke klimaat, Greenpeace België
Stefaan Declercq – Algemeen Secretaris, Oxfam-Solidariteit
Marc Despiegelaere – Coördinator Noordwerking, Protos
Olivier Hauglustaine – Algemeen Secretaris, SOS Faim
Antoine Lebrun – Algemeen Directeur, WWF-België

POTJEBUUR



I K A M L
V O I C E
R E P O R T !



This activity is
funded by the
European Union

DEEL 3: Jouw kernboodschap

Opdracht beschrijf in 1 zin:

- Wat is jouw kernboodschap?
- Kun je dat ook in een slogan of pakkende tekst veranderen?

Bespreek met je buurman/buurvrouw. Kom je samen tot een mooie zin? Of ben je al tevreden?



Uitgangspunten campagne boodschappen 11.11.11

Een complex dossier vertalen naar een beknopte,
sterke
boodschap
en een aansprekende
beeld



F R A M E
V O I C E
R E P O R T !



This activity is
funded by the
European Union

Boodschap klimaatcampagne 11.11.11

Ontwikkelingslanden hebben het meeste te verliezen in Parijs



This activity is
funded by the
European Union

F R A M E
V O I C E
R E P O R T !

Boodschap oudere campagnes 11.11.11



F R A M E
V O I C E
R E P O R T !



This activity is
funded by the
European Union

Boodschap arbeidscampagne 11.11.11



F R A M E
V O I C E
R E P O R T !



This activity is
funded by the
European Union

Testfase

Ga met concept versies van je boodschap op pad en probeer ze uit bij het doelpubliek:

- Kijk hoe de boodschap overkomt
- Vraag of en hoe mensen de boodschap begrijpen



Het verhaal



Overwegingen

- Wat is het verhaal?
- Wie is de held/heldin? (hoofdpersoon)
- Wie roep je op waartoe: call to action

Beeldgebruik

In groepjes van 5:

Kies een foto die jouw kernboodschap het beste ondersteunt. Bespreek in jouw groepje:

- **Waarom deze foto?**
- **Wat kun je zeggen over jullie communicatiestijl en identiteit?**
- **Is je groepje het ermee eens?**



Hoe zorg je dat iedereen meedoet?



**SING
FOR THE
CLIMATE**
**22 & 23
september**

**Zij zingen al voor het klimaat
Hopelijk jij ook in september**

Ga naar www.singfortheclimate.com, zoek op de kaart je stad of gemeente en registreer om mee te zingen. Vraag ook aan je vrienden, familie en kennissen om te komen zingen. Viakbij, in jouw gemeente of buurgemeente. Zodat iedereen het hoort, van je buurman tot je verste vriend, van Elio tot Obama.

**The Big Ask
Once
More**

Klimaat
Coalitie
11.11.11

Meer info op www.singfortheclimate.com



**F R A M E
V O I C E
R E P O R T !**



This activity is
funded by the
European Union

Hoe zorg je dat iedereen meedoet?

- Toon 'mensen'
- Vertel 'verhalen'



F R A M E
V O I C E
R E P O R T !

Hoe zorg je dat iedereen meedoet?

- Het is de bedoeling dat zoveel mogelijk mensen mee aan de slag gaan
- Zorg voor een:

ACTIEMODEL, bijvoorbeeld:

- Teken een petitie
- Zing een lied
- Draag een badge
- etc

F R A M E
V O I C E
R E P O R T !

Lied om te zingen

SING
FOR THE
CLIMATE
22 & 23
september

Do it now - Bella Ciao

We need to wake up
We need to wise up
We need to open our eyes
And do it now now now
We need to build a better future
And we need to start right now

We're on a planet
That has a problem
We've got to solve it, get involved
And do it now now now
We need to build a better future
And we need to start right now

Make it greener
Make it cleaner
Make it last, make it fast
and do it now now now
We need to build a better future
And we need to start right now

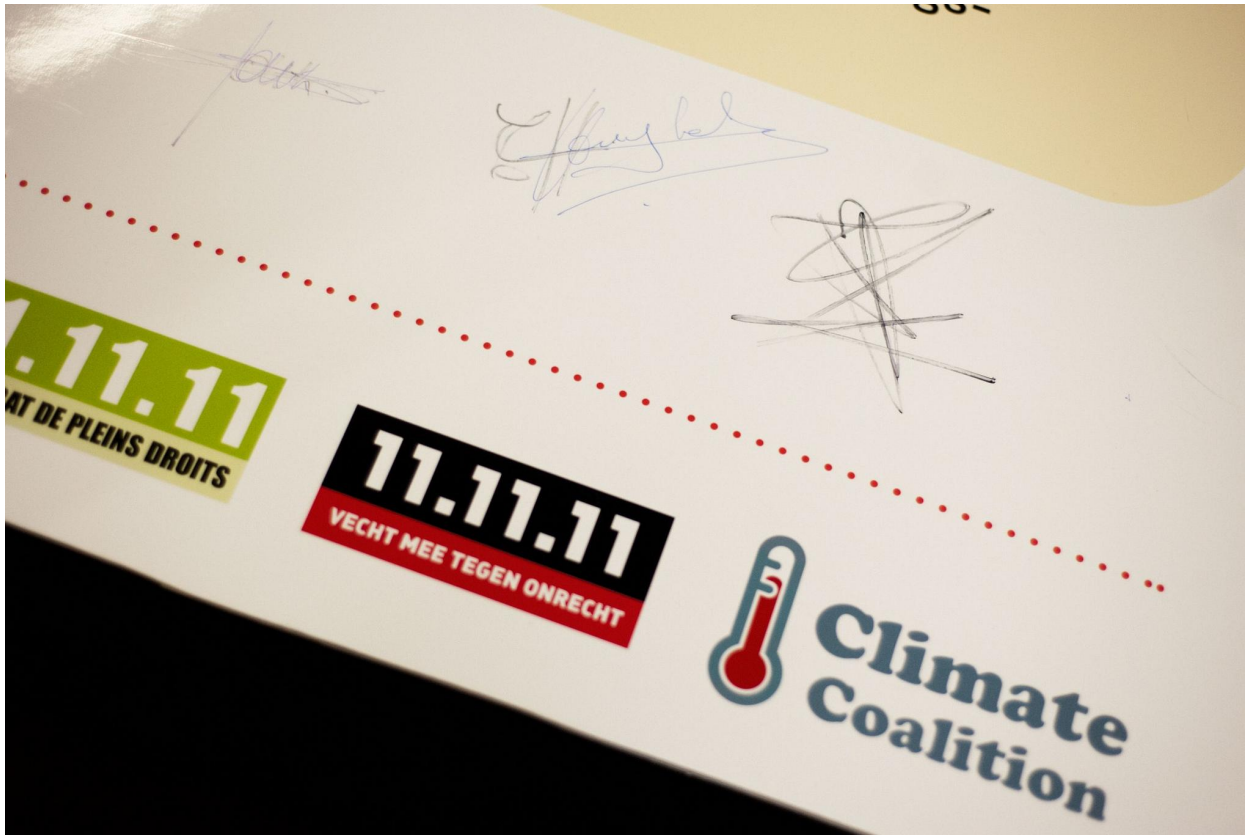
No point in waiting
Or hesitating
We must get wise, take no more lies
And do it now now now
We need to build a better future
And we need to start right now

F R A M E
V O I C E
R E P O R T !



This activity is
funded by the
European Union

Petitie om te tekenen



This activity is
funded by the
European Union

F R A M E
V O I C E
R E P O R T !

Plaatje om mee rond te fietsen



F R A M E
V O I C E
R E P O R T !



This activity is
funded by the
European Union

Affiche om op te hangen



F R A M E
V O I C E
R E P O R T !



This activity is
funded by the
European Union



<https://www.facebook.com/www11be/videos/10159435818080532/?v=1015943581808053>

2

Bijna 100.000 handtekeningen voor Waardig Werk

11.11.11 hamert erop in het Parlement

De campagne Waardig Werk is succesvol: 99.253 mensen tekenden de petitie van ngo's en vakbonden. Vandaag had de coalitie Waardig Werk een ontmoeting met kamervoorzitter Patrick Dewael en andere geïnteresseerde parlementairen. Want werknemers zijn geen gereedschap, daar blijven we op hameren.

Met de slogan 'werknemers zijn geen gereedschap' voert de coalitie voor Waardig Werk voor het tweede jaar actie. De inzet is meer regulering die de arbeidsrechten in Noord en Zuid waarborgt. De campagne richt zich op overheid en bedrijven. Door sensibilisering en actie hebben we ondertussen een brede achterban voor Waardig Werk, zoals onze petitie laat zien.



Samenvattend

- Wat vraag je van de mensen?
- Hoe kunnen ze meedoen?
 - Financieel steunen
 - Zelf fondsenwerven
 - Petitie
 - Een symbolische daad
 - Een actie organiseren
- Van laagdrempelige tot meer veeleisende modellen

F R A M E
V O I C E
R E P O R T !

Publiek en team

- Vermijd ‘preken voor eigen parochie’
- Maak van je sympathisanten je beste ambassadeurs

Campagne structuur

- Plannen, faseren en stapsgewijs opbouwen (spanningsboog)
- Maar ook improviseren en inspelen op opportuniteiten

De kracht van het getal

- Meet je resultaten
- Toon je draagvlak
- Communiceer je resultaten

Deel 4: Samenwerken met de media

- Journalist
- Waarde
- Landschap
- Toegang
- Haakjes & Quotes

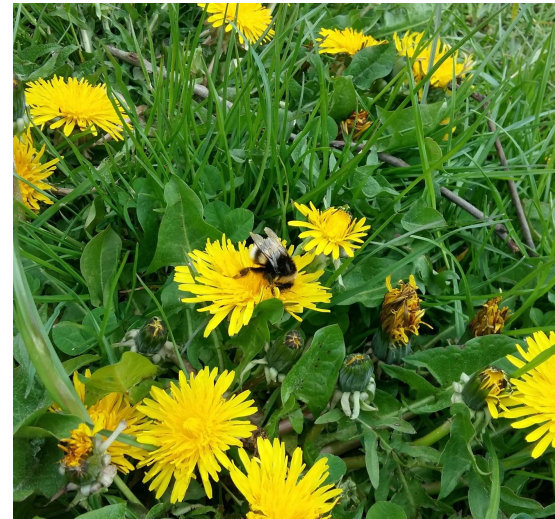


F R A M E
V O I C E
R E P O R T !

Journalisten benaderen 3 regels



Weet wie je benadert
met welk thema



Praat met hem/haar over
specialisme

Investeer in de relatie
(lange termijn samenwerking)



F R A M E
V O I C E
R E P O R T !



This activity is
funded by the
European Union

Nieuswaarde

- Actueel
- Urgent
- Relevant
- Bijzonder
- Conflict

Media landschap

- Social media
- Online media
- Kranten
- Bladen
- Radio
- TV

Haakjes & Quotes



**VERSCHIL MOET
ER NIET ZIJN**

**DAT MOET
JE MAKEN**

Loesje

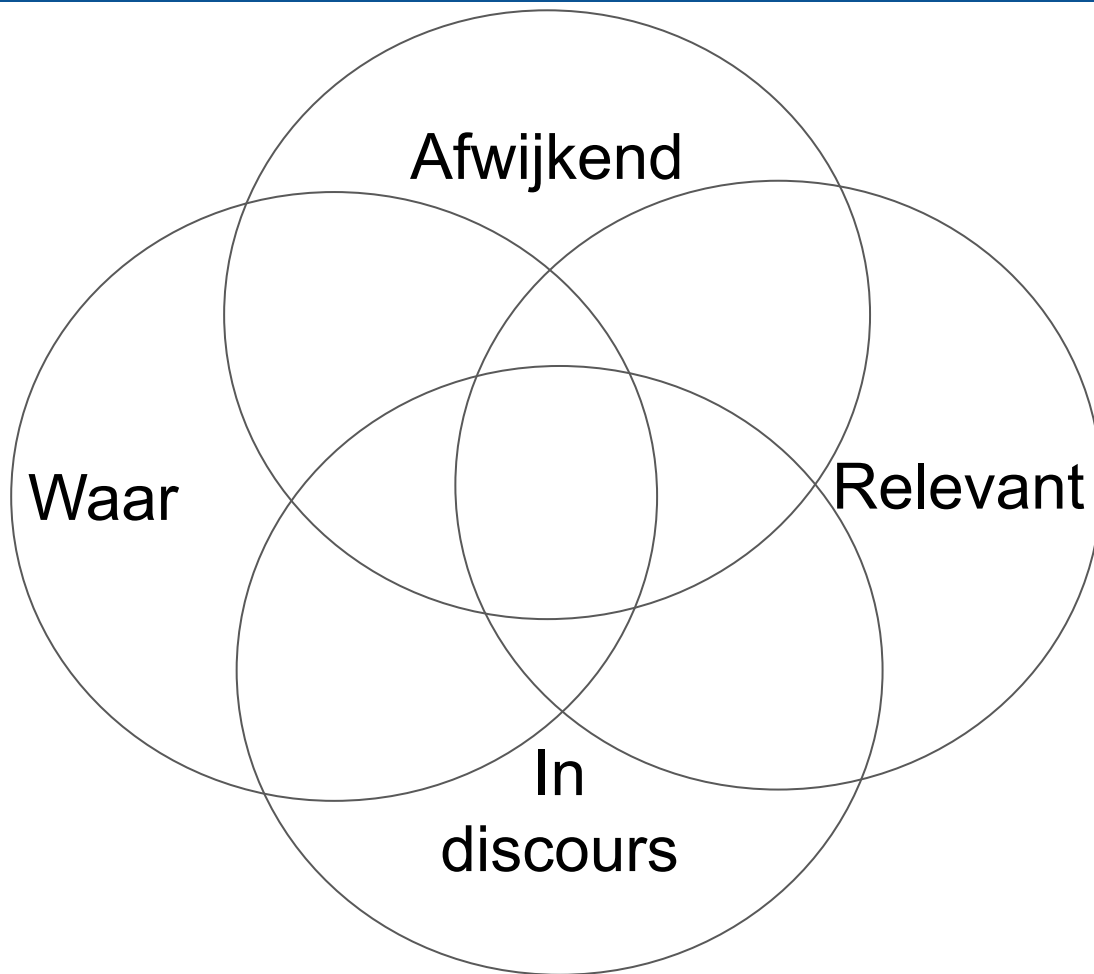
Postbus 1045
6801 BA Arnhem · www.loesje.nl

**F R A M E
V O I C E
R E P O R T !**



This activity is
funded by the
European Union

Toegang



I: Aan welke discours doe je mee?
(wees specifiek)

R: Wat geeft jou het recht om mee te doen aan dit discours? Wat is jouw visie op het discours?

W: Waar vindt het discours plaats? Waar komt het tot leven?
(Naam van de platforms online en offline)

Uitdaging

A: Vindt creatieve manieren om jouw plek in het debat in te nemen
(producten, diensten, video's, events, etc)

