

7. Actievoeren met de achterban

1. Wat is het?

Een effectieve methode om iets te agenderen is het voeren van acties samen met je achterban. Zo kun je aan de politiek laten zien dat een grote groep mensen jouw onderwerp zo belangrijk vinden, dat ze bereid zijn om actie te ondernemen. Door een groep mensen te activeren, media aandacht te trekken en een duidelijk standpunt te verkondigen kan er een politiek momentum ontstaan dat nodig is om een verandering teweeg te brengen. Het kan een raadslid of wethouder zomaar inspireren om een standpunt in te nemen of actie te ondernemen.

Er zijn verschillende manieren waarop je als organisatie actie kunt voeren, zo kun je bijvoorbeeld een petitie starten, een actie bij het gemeentehuis organiseren of inspreken in de raad. Ook kun je social media of de media inzetten om je actie nog verder te verspreiden

2. In welke fase?

Een nieuw begin.



3. Stappenplan voor het organiseren voor een actie

1. Bepaal het doel van de actie. Wat wil je bereiken? Bijvoorbeeld beleidsverandering, bewustwording, fondsenwerving. Zorg dat de oproep voor je achterban duidelijk en begrijpbaar is, maar ook voor de raadsleden of wethouders die uiteindelijk aan de slag moeten. Houd je basis lobbystrategie voor ogen: gaat deze actie de partijen die jij nodig hebt overtuigen?
2. Analyseer je achterban en doelgroep. Wie zijn jouw mensen? Wat zou hen motiveren om mee te doen? En hoe kun je ze bereiken? Denk aan communicatiekanalen.
3. Kies het type actie. Let op: Kies een actievorm die past bij het doel, de tijd, je capaciteit en je doelgroep. Denk bijvoorbeeld aan een petitie of emailactie, een demonstratie of manifestatie, een social media campagne, een flashmob of andere creatieve actie, of een lobby-actie zoals een actie bij het gemeentehuis of inspreken in de raad.

4. Betrek je achterban op tijd. Laat ze meedenken en mee organiseren en zet ambassadeurs in om de juiste mensen te bereiken.
5. Maak een concreet actieplan. Denk aan datum & locatie, vergunningen en veiligheid, de middelen die je nodig hebt (spandoeken, banners, budget, flyers, techniek), rolverdeling en de communicatiestrategie (vooraf, tijdens en na afloop).
6. Een motiverende communicatiestrategie. Zorg dat zoveel mogelijk mensen op de hoogte zijn van jouw actie. Nodig de raadsleden of wethouders ruim op tijd uit. Bijvoorbeeld via een nieuwsbrief, socials, de website, pers. Geef duidelijke instructies: wat, waar, wanneer, waarom. Zorg voor visuele materialen (infographics, video's, visuals). Creëer een *sense of urgency*: waarom is het belangrijk dat mensen nú actie ondernemen?
7. Voer de actie uit. Zorg voor coördinatie ter plaatse of online en dat iedereen die meedoet goed voorbereid is. Houd contact met de pers indien van toepassing. Documenteer (foto's, video's, quotes van deelnemers)!
8. Volg op. Deel de resultaten van de actie met de achterban en andere belangstellende. Bedank deelnemers en vrijwilligers. Gebruik het momentum voor vervolgstappen: bijvoorbeeld door aanwezige politici nog een mailtje na te sturen met de actie die ze kunnen ondernemen.
9. Evaluer en leer. Wat ging goed? Wat kan beter? Vraag feedback aan je achterban. Documenteer lessen voor de volgende keer.

4. Tips

1. Koppel elke actie aan een actie. Vraag bij elke interactie die je met mensen maakt, zowel fysiek als online, om actie: onderteken een petitie, vul een kieswijzer in, kom naar een debatavond, deel een post. Actie zonder vervolg is verloren momentum.
2. Vier successen, ook kleine. Erken en vier behaalde mijlpalen, hoe klein ook — zoals het halen van 1.000 handtekeningen, een vermelding in de media of een geslaagde actie met vrijwilligers. Dit motiveert je achterban, bouwt vertrouwen op en versterkt het gemeenschapsgevoel.
3. Werk samen met andere organisaties of lokale initiatieven. Samen sta je sterker. Door krachten te bundelen met andere groepen vergroot je je bereik, deel je middelen en kennis, en laat je zien dat de actie breed gedragen wordt. Dit kan ook helpen om nieuwe doelgroepen aan te spreken of lokaal draagvlak te versterken.
4. Gebruik storytelling (verhalen van mensen uit je achterban). Verhalen raken mensen. Door persoonlijke ervaringen en motivaties van supporters of direct

getroffenen te delen, maak je je boodschap menselijk en tastbaar. Dit vergroot betrokkenheid en maakt je actie herkenbaar voor een breder publiek.

5. Voorbeeld

Stichting Steenbreek zet zich in om verstening tegen te gaan en de leefomgeving in Nederland te vergroenen. Tijdens de gemeenteraadsverkiezingen in 2018 werkten ze samen met soortgelijke organisaties aan de campagne 'hoe groener, hoe beter'. Het doel van de coalitie was om het 'belang van groen' te verankeren in de collegeakkoorden van zoveel mogelijk gemeenten in Nederland. Daartoe organiseerden ze een gezamenlijk verkiezingsdebat en een landelijke actiedag op 17 maart. Voor deze actiedag mobiliseerden ze hun achterban om zo veel mogelijk organisaties en mensen te betrekken. Op hun website publiceerden ze daarvoor een concept draaiboek, een concept uitnodigingsmail om lijsttrekkers uit te nodigen en suggesties voor ludieke acties, zoals excursies langs groene projecten/parken, groene wijkinitiatieven in de gemeente;aanbiedingen van tuincentra; acties in de wijk waarbij je op het trottoir kunt uittekenen waar tegels groen hadden kunnen zijn; en acties voor groene parkeerplaatsen.

Dit is een goed voorbeeld van een actie omdat de alliantie hun achterban inzet om het bereik van de campagne te vergroten: ze sporen hun achterban aan om ook hun netwerk in te zetten en vergroten daarmee het bereik. Daarnaast heeft de alliantie de achterban voorzien van handige middelen om hun eigen acties te ontplooiën. Dit verlaagt de drempel voor de achterban om actief te worden.

Meer weten? Zie ook <https://steenbreek.nl/gemeenteraadsverkiezingen/> .

6. Beoordeling

Beoordelingskader:

★ : Geen tot weinig

★ ★ : Weinig

★ ★ ★ : Voldoende

★ ★ ★ ★ : Zeer voldoende

★ ★ ★ ★ ★ : Fantastisch

Zichtbaarheid <i>In hoeverre is de actie geschikt om de partijen meer zichtbaarheid te bieden tegenover de kiezer?</i>	★ ★ ★ ★ ★
Verbetering netwerk <i>In hoeverre is de actie geschikt om jouw relatie met de partijen te verbeteren?</i>	★ ★ ★ ★
Inhoudelijke voortgang <i>In hoeverre is de actie geschikt om inhoudelijke voortgang te boeken op de voor jou relevante beleidsonderwerpen?</i>	★ ★
Betrekken achterban <i>In hoeverre is de actie geschikt om jouw achterban te betrekken?</i>	★ ★ ★ ★ ★
Moeilijkheidsgraad <i>Hoe ingewikkeld is het om de actie uit te voeren? Kost het veel tijd, geld en/of capaciteit?</i>	★ ★ ★ ★
Geschikt voor 2 in 1 <i>In hoeverre kun je deze actie ook inzetten bij eventuele Tweede Kamerverkiezingen?</i>	★ ★ ★

7.

Alliantie Schooltuinen model draaiboek ludieke actie

Gebruik dit draaiboek als voorbeeld om jouw ludieke actie vorm te geven. Pas het voorbeeld aan op jouw situatie, doelgroep en locatie.

Draaiboek Schooltuinen Actie

Datum	11 februari 2026
Locatie	Schoolplein Schooltuin Nabijgelegen park
Doel van de actie	Aandacht vragen voor het belang van schooltuinen Ouders, buurtbewoners en/of lokale pers betrekken Kinderen op een leuke manier betrekken bij natuur en tuinieren Eventueel: geld of materialen inzamelen voor uitbreiding schooltuin
Kernboodschap	Groen doet goed! Help onze tuin groeien Een vruchtbare bodem voor onze schooltuin
Tijdschema	08:30 Opbouw terrein en versiering, laatste afstemming betrokkenen 09:00 Opening: Korte speech door directeur of wethouder 09:15 Bijdrage door leerlingen, leerkracht en/of vrijwilligers 09:30 Start ludieke actie (zie ideeën hieronder). Denk aan een fotomoment! 10:30 Gezamenlijke afsluiting en (gezonde) traktatie, afspraken over vervolgstappen 11:00 Opruimen en evaluatie
Benodigdheden	Geluidsinstallatie (voor muziek of speeches)

	Tafels / stoelen Aankleding: vlaggetjes, ballonnen, slingers, posters, flyers, banners Fotomateriaal (camera of smartphone) Versnaperingen (koffie en thee, groente en fruit uit de moestuin)
Betrokkenen	Leerlingen Leerkrachten Ouderraad Vrijwilligers / buurtbewoners Lokale (groen)organisaties of gemeente
Fotomoment & pers	Nodig lokale pers uit Zet een "fotobooth" op in tuinthema Deel foto's via schoolwebsite en sociale media
Communicatie vooraf	Ouders informeren via nieuwsbrief / mail Aankondiging op schoolbord / website Eventueel lokale krant of buurtwebsite inschakelen Uitnodiging politici Social media plan
Evaluatie achteraf	Wat ging goed? Wat kan beter? Reacties van derden Foto's verzamelen en delen Bedankje sturen naar helpers en sponsors
Actie ideeën	Groente-kostuumparade • Kinderen verkleden zich als hun

	favoriete groente of fruit • Jury (ouders/leerkrachten) kiest de origineelste creatie. Plant-estafette • Teams planten in estafettevorm jonge plantjes of zaadjes • Snelheid én zorgvuldigheid telt Tuinposter-campagne • Kinderen maken posters met slogans over natuur, milieu en tuinieren • Posters worden opgehangen rond de school of in de buurt Schooltuinlied • Kinderen zingen samen een liedje over de schooltuin • Eventueel in samenwerking met de muzikleraar
--	---