

Shell Must Fall acties

Principes, doelen en praktische tips



Amsterdam, april 2021

Inhoudsopgave

1. Actieprincipes Shell Must Fall	3
2. Onze eisen en doelen	4
3. Actievoorbereidingen	5
a. Een actie-idee bedenken	5
b. Mensen betrekken en groepsvorming	5
c. Consensusbesluitvorming	6
d. Affiniteitsgroepen maken	6
e. Contact opnemen met Code Rood	7
4. Inclusiviteit, macht en onderdrukking	8
a. Vragen om in je groep te bespreken	8
b. Tips voor vergaderingen	8
c. Tips voor acties	9
d. Verder lezen	9
5. Zorg voor elkaar	11
a. Belangrijk voor actievoerders	11
6. Omgaan met de politie en de autoriteiten	12
a. Politie en politiegeweld	12
b. Tips en tricks voor politiewoordvoerders	12
c. Demonstratierecht	13
d. Melden of niet?	13
e. Legitimatie	13
f. Arrestatie	13
7. Omgaan met de inlichtingendiensten	14
a. Introductie	14
b. Veiligheidscultuur	14
c. Verder lezen over veiligheidscultuur	15
8. Demonstraties en corona	15
9. Media	16
a. Mediateam, mediaplan en media back office	16
b. Huisstijl en visuals	17
c. Sociale media en website	17
d. Pers	17
e. Foto en video	18
10. De Arrestantengroep ("legal")	19
11. Paklijst	19
12. Sfeerbeheer	20
13. Snelle besluitvorming	20
14. Nabespreken en evalueren	20
15. Fondsenwerving	21
a. Een begroting en dekkingsplan maken	21
b. Een subsidie aanvragen	22
c. Rapporteren	22
d. Particuliere donaties en crowdfunding	23

1. Actieprincipes Shell Must Fall

We bevinden ons aan het begin van een snel escalerende klimaatcrisis. Wereldwijd worden nu al miljoenen mensen in hun voortbestaan bedreigd. Ondertussen gaan fossiele multinationals zoals Shell door met hun verwoestende business-as-usual. Daarom komen wij in actie.

Met de Shell Must Fall! campagne bouwen we aan een beweging die de macht en vernietigende activiteiten van fossiele multinationals kan ontmantelen. Wij eisen een einde aan het tijdperk van Shell; een eerlijke transitie voor de werkers in de fossiele industrie; herstel voor getroffen gemeenschappen en ecosystemen en een gesocialiseerde energie democratie voor iedereen!

Wij komen uit verschillende sociale bewegingen en politieke stromingen en zijn onderdeel van een groeiende roep om systeemverandering en klimaatrechtvaardigheid. Iedereen die de ideeën en principes in deze tekst onderschrijft kan zelfstandig acties organiseren onder de vlag van Shell Must Fall.

- Bij onze acties heeft de **veiligheid** van alle betrokkenen (inclusief deelnemers, werkers en omstanders) onze hoogste prioriteit. We delen de verantwoordelijkheid om voor elkaar te zorgen en elkaar te ondersteunen. Voor onze gezondheid en de gezondheid van anderen volgen we bij onze acties de Corona aanbevelingen van gezondheidsdeskundigen.
- We zijn **tegen alle vormen van onderdrukking** en tolereren geen racisme, seksisme, validisme, en andere vormen van discriminatie. We streven ernaar zo inclusief mogelijk te zijn zodat mensen met uiteenlopende achtergronden, ervaringen en capaciteiten zich veilig voelen en in staat zijn mee te doen.
- We organiseren ons op een **horizontale en democratische manier**. We vinden het belangrijk dat iedereen gehoord wordt en een bijdrage kan leveren.
- Wij geloven niet dat de ecologische crisis en de klimaatcrisis kunnen worden opgelost binnen **het kapitalistische systeem**, dat is gebaseerd op uitbuiting en uitputting. We willen onze acties en samenwerkingen vormgeven op een manier die geïnspireerd is door de toekomst waar we voor vechten.
- We erkennen dat sociale verandering altijd het gevolg is van **een combinatie van verschillende vormen van verzet**, waaronder burgerlijke ongehoorzaamheid. De strijd tegen Shell is hierop geen uitzondering. Afhankelijk van de context worden acties publiekelijk aangekondigd of niet.
- **We beschermen onszelf en elkaar** tegen mogelijk geweld en onderdrukking van derden, waaronder de Staat en verbergen daarom - waar nodig - identiteitsgegevens van actievoerders, zoals (achter)namen, telefoonnummers, emails en adresgegevens.
- We zijn **solidair met andere klimaat-, milieu- en sociale rechtvaardigheidsstrijders** in Nederland en wereldwijd. We staan niet toe dat (eco)fascisten, reactionairen of greenwashers onze beweging kapen of infiltreren.

2. Onze eisen en doelen

Shell Must Fall zet zich in voor publieke en politieke acceptatie van het idee dat een toekomst zonder Shell niet alleen noodzakelijk, maar ook mogelijk is.

Onze **eisen** zijn:

- **ONTMANTEL SHELL** met de hulp van ieder wettelijk, economisch of politiek middel dat nodig is
- zorg voor een **EERLIJKE TRANSITIE** voor arbeiders in de fossiele industrie
- garandeer **HERSTEL** voor getroffen gemeenschappen en ecosystemen
- bouw een gedecentraliseerde en gesocialiseerde **ENERGIE DEMOCRATIE** voor iedereen

De **campagnedoelen** van Shell Must Fall zijn:

- Het zichtbaar maken van **het brede scala van misdaden van Shell** voor een groot publiek: Deze misdaden gaan verder dan het veroorzaken van klimaatchaos en de waarheid daarover decennialang bagatelliseren, verdraaien en verdoezelen. Shell is ook schuldig aan mensenrechtenschendingen, corruptie, belastingontduiking en greenwashing. Het plaatsen van winst boven mensen en natuur zit diepgeworteld in alle lagen en facetten van het bedrijf. Shell kan en gaat niet veranderen in bedrijf waarin een duurzame, eerlijke en rechtvaardige toekomst voorop staat.
- Met deze campagne willen we Shell zoveel mogelijk **reputatieschade** toebrengen, waardoor partners en aandeelhouders zich terugtrekken, medewerkers minder trots zijn op hun werkgever en mogelijk zelfs weggaan, politici Shell geen voordeeltjes meer toe zullen spelen of mee laten praten over beleid en consumenten Shell zullen boycotten.
- In samenwerking met partners zullen we **onderzoek** doen naar wat er nodig is om een fossiele multinational als Shell te ontmantelen en hoe een toekomst zonder Shell eruit ziet.
- Daarnaast zullen we met deze campagne **het onderliggende systeem zichtbaar maken** dat klimaatontwrichting, uitbuiting en natuurvernietiging veroorzaakt: kapitalisme en kolonialisme, en de dwarsverbanden met andere onderdrukkende machtssystemen zoals racisme, seksisme en fascisme.
- We dragen bij aan het **politiseren en radicaliseren van de klimaatbeweging** en bouwen aan **een beweging van gelijkgezinde organisaties** en mensen met wie we in gezamenlijkheid – maar vanuit verschillende strategieën – Shell (en bedrijven zoals Shell) ten val te brengen.
- Last but not least, willen we binnen deze campagne de systeemverandering die we voor ogen hebben zo goed mogelijk in praktijk brengen en gezamenlijk **een toekomstvisie ontwikkelen** voor een ander, duurzamer en rechtvaardiger systeem.

3. Actievoorbereidingen

a. Een actie-idee bedenken

Het bedenken van een uitvoerbaar idee waar iedereen enthousiast over is, en wat bijdraagt aan bovenstaande doelen, is misschien wel het lastigste onderdeel van de actieplanning.

Maak van tevoren duidelijk hoeveel tijd er is om te brainstormen over een actie-idee, en wanneer jullie aan de slag moeten met de uitvoering. Zo voorkom je dat je eeuwig blijft hangen in de brainstorm-fase. Hier vind je tips voor het faciliteren van een goede brainstorm sessie:

<https://www.bureauspraakwater.nl/artikelen/effectief-vergaderen/driestappenplan-voor-een-effectieve-brainstormsessie/>

Bespreek in je groep of jullie burgerlijk ongehoorzaam willen zijn of niet. Als je kiest voor een actie met meer risico, realiseer je dan dat er altijd verschillende rollen en taken zijn. Mensen die geen risico kunnen of willen lopen kunnen op een andere manier bijdragen, bijvoorbeeld door te helpen met media vanuit een back-office of zorgen voor een veilige plek om samen te komen na de actie.

Check ook altijd hoeveel mensen tijd en energie hebben om de verschillende ideeën uit te voeren. Niets is meer demotiverend dan om vijf vergaderingen lang allerlei spannende actie ideeën te bespreken en er dan achter te komen dat er niemand in de groep is die het plan wil of kan uitvoeren.

Soms werkt het het beste om met een kleine groep mensen een plan te bedenken en daarna meer mensen erbij te betrekken. Er zijn veel mensen die graag meedoen met een plan, maar die geen zin hebben in eindeloze vergaderingen over hoe en wat. Maar het kan ook heel krachtig zijn om eerst mensen te verzamelen en dan een plan te bedenken waar iedereen enthousiast over is.

Vragen om over na te denken:

- Wat is **het doel** (of de doelen) van je actie?
- Wees duidelijk over **het doelwit** van je actie: infrastructuur, politiek, investeerders, werknemers van Shell, partners van Shell, de hele samenleving?
- Het is belangrijk om een **duidelijke kernboodschap** te hebben: wat wil je dat mensen onthouden (zie ook hoofdstuk 9: Media)? Tips: <https://landslidecreative.com/6-ways-to-make-your-ideas-stick/>
- Wie is **je publiek**? Wie wil je aanspreken? Hoe gaat datgene wat je wilt bereiken via hen gebeuren?

Het helpt om van tevoren duidelijk te hebben wat je wilt bereiken en haalbare doelen te stellen. Het is niet realistisch om te denken dat Shell ontmanteld zal worden door een enkele actie. Haalbare doelen zijn bijvoorbeeld: de kernboodschap in minimaal één artikel in mainstream media; betrokkenheid van mensen en andere groepen op sociale media; een X aantal nieuwe mensen dat zich aansluit bij je groep; de blokkade een X aantal uur laten standhouden, etc. Het doorlezen van de verschillende onderdelen van deze toolkit kan helpen bij het stellen van haalbare doelen.

In deel 3 van deze toolkit vind je inspiratie voor verschillende soorten acties die je kunt organiseren.

b. Mensen betrekken en groepsvorming

Bedenk hoeveel mensen je ongeveer nodig hebt voor je plan. Het werkt het beste om mensen direct te benaderen met een hulpvraag waarin je zo specifiek mogelijk bent over wat je nodig hebt en hoeveel tijd het gaat kosten. Bijvoorbeeld: "We zoeken nog iemand om de media te regelen bij onze actie en jij hebt dat toch al eens eerder gedaan; heb je zin om te helpen? We verwachten dat er de komende maand zo'n vijf a tien uur per week in gaat zitten."

Denk als groep na over hoe je besluiten neemt (*zie tips over consensusbesluitvorming in de sectie hieronder*), hoe vaak je bij elkaar komt en hoe de vergaderingen eruit zien. Het is handig om een standaard agenda voor de vergaderingen te hebben en om de facilitatie te rouleren. Tips over het faciliteren van online vergaderingen vind je in deze handleiding van trainerscollectief Stroomversnellers:

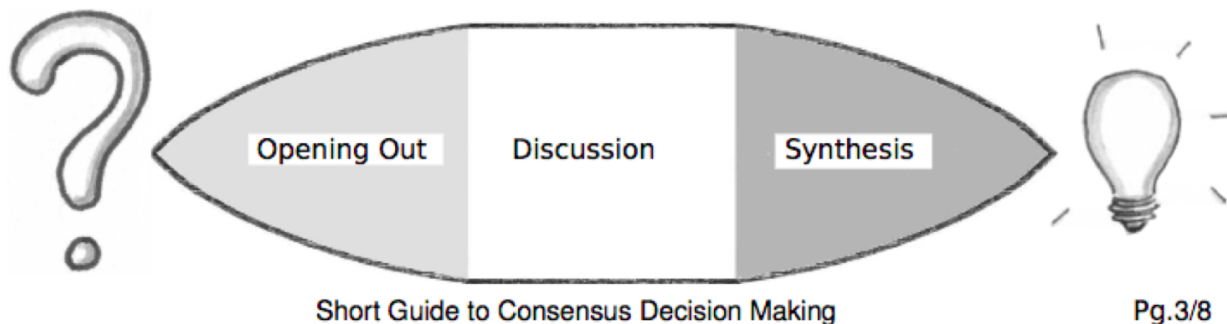
<https://www.stroomversnellers.org/app/uploads/2020/05/Handout-online-faciliteren-juli2020.pdf>

Wees realistisch over de hoeveelheid werk. Plan altijd meer tijd in dan je denkt nodig te hebben. Probeer, indien mogelijk, over het algemeen onder de capaciteit te werken (op individueel en groepsniveau) zodat iedereen de ruimte en energie heeft om meer te doen tijdens piekmomenten. Probeer ervoor te zorgen dat iedereen slechts voor 1 ding verantwoordelijk is.

c. Consensusbesluitvorming

Consensusbesluitvorming is een creatieve en dynamische manier om met alle leden van een groep tot overeenstemming te komen. Het is gebaseerd op het idee dat iedereen de vrijheid heeft om diens weg in het leven te bepalen, en een gelijkwaardige rol kan spelen in het creëren van een gezamenlijke toekomst.

Het diagram hieronder laat zien hoe een discussie zich ontwikkelt tijdens het consensusproces. In het begin spreidt de discussie zich uit omdat mensen verschillende perspectieven en ideeën bijdragen. Dan vormt de groep een voorstel gebaseerd op de raakvlakken/overeenkomsten in de groep, waarbij de beste stukjes van alle ideeën kunnen worden samengevoegd.



Als alles goed gaat, komt de groep met een voorstel dat iedereen actief steunt, of waar ten minste iedereen mee kan leven.

Richtlijnen voor het besluitvormingsproces:

- ★ Wees niet bang het aan te geven als je iets niet snapt.
- ★ Wees bereid naar een oplossing te werken die het beste is voor iedereen, niet alleen wat het beste is voor jou.
- ★ Wees flexibel en bereid iets op te geven om tot een besluit te komen.
- ★ Help mee met het creëren van een respectvolle en veilige sfeer.
- ★ Als je ergens bezorgd over bent, laat het dan vroeg weten, zodat het kan worden meegenomen in de besluitvorming.
- ★ Wees niet bang voor onenigheid. Consensus gaat er niet om dat we allemaal hetzelfde denken. Meningsverschillen zijn te verwachten en kunnen tot een beter besluit leiden. Met veel informatie en verschillende meningen is het waarschijnlijker dat de groep een goede oplossing zal vinden.

Meer lezen:

Starhawk's Short consensus summary (in het Engels):
<https://starhawk.org/short-consensus-summary/>

Stroomversnellers gids over faciliteren:

<https://www.stroomversnellers.org/faciliteren/>

d. Affiniteitsgroepen maken

Als het plan duidelijk is, is het tijd om affiniteitsgroepen te maken. Of misschien zijn jullie samen een affiniteitsgroep. Een affiniteitsgroep is een groepje van 4 tot 8 mensen die elkaar vertrouwen en die samen deelnemen aan directe actie. Deze groeps grootte zorgt ervoor dat iedereen actief mee kan besluiten en gehoord wordt.

Affiniteitsgroepen hebben twee hoofdfuncties:

- 1 Ze zijn de beste manier om het individu te beschermen tijdens een demonstratie, directe actie of soortgelijke gebeurtenis. Affiniteitsgroepen zijn er om op elkaars zorgen en behoeftes te letten. Binnen je affiniteitsgroep zorg je voor elkaar, bespreek je ook hoe ver je wilt gaan, hoe je je voelt, en wat je wilt doen. Meestal probeer je met zijn allen terug te komen van de actie.
- 2 Affiniteitsgroepen vormen een belangrijk onderdeel van de autonome organisatie. Enerzijds kunnen door deze structuur grote groepen effectiever functioneren, bijvoorbeeld wanneer

besluitvormingsstructuren zijn opgebouwd rond een delegatiesysteem (ook wel *spokescouncil*). Ze bieden de deelnemers ook de kans om niet alleen te volgen, maar ook bij te dragen aan de actie met hun eigen ideeën en plannen.

Een affiniteitsgroep verdeelt zich in kleinere eenheden, buddies genaamd: 2 of 3 personen die onder alle omstandigheden bij elkaar blijven. Als er iets met een van jullie gebeurt, – gewond raken, gearresteerd worden, enz. – dan kan diens buddy of buddies deze persoon ondersteunen. De anderen in de affiniteitsgroep kunnen dan beslissen of ze ook achterblijven of met de actie meegaan. Wat belangrijk is, is dat niemand er ooit alleen voor staat!

Vaak zijn affiniteitsgroepen samengesteld uit mensen met vergelijkbare actie-ervaring. Maar dit is niet noodzakelijk. Het is veel belangrijker dat je ideeën over de actie vergelijkbaar zijn. Hoe ver ben je bereid te gaan? Hoe lang willen jullie blijven? Hoe gedraag je je tegenover anderen, bijvoorbeeld de politie? Hoe beter je elkaar als een groep kent, hoe makkelijker het is om beslissingen te maken, hoe prettiger iedereen zich zal voelen in de groep en hoe effectiever je actie kan zijn. Neem voor het begin van de actie vooral de tijd om elkaar te leren kennen en mogelijke scenario's bespreken! Gebruik hiervoor bijvoorbeeld deze vragenlijst:

<https://skillsforaction.files.wordpress.com/2019/01/checklist-affinity-groups.pdf>

e. Contact opnemen met Code Rood

Als wij weten dat er een Shell Must Fall actie gaat plaatsvinden, dan kunnen we de actie delen via onze sociale mediakanalen @ShellMustFall en @Klimatactie. Als we vooraf geïnformeerd worden, dan kunnen we ervoor zorgen dat er iemand paraat staat. Als het niet mogelijk is om ons vooraf te informeren, tag ons dan tijdens de actie op onze sociale media zodat we het verder kunnen verspreiden.

In sommige gevallen kunnen we de actie ook op andere manieren ondersteunen, bijvoorbeeld financieel of met menskracht. Neem contact met ons op om te bespreken wat er mogelijk is! info@code-rood.org

4. Inclusiviteit, macht en onderdrukking

Bij het plannen van een actie is het belangrijk om inclusiviteit, macht en onderdrukking te bespreken en te analyseren. Dit is zowel belangrijk in relatie tot het verhaal, de boodschap en de eisen van je actie, alsook hoe je je actie en je groep intern organiseert.

Wij hebben niet alle antwoorden op het gebied van intersectionaliteit, dekolonisatie, macht en onderdrukking. Sterker nog, binnen onze groep is er ook vaak onenigheid wat de begrippen betekenen, hoe nuttig ze zijn en welke rol ze (zouden moeten) spelen binnen de klimaatbeweging. We zijn geen experts, vandaar dat we je in dit hoofdstuk vooral ook willen uitnodigen onderzoek te doen en discussies aan te gaan. We hebben niet de illusie dat dit hoofdstuk compleet is, en zien het meer als het begin van een discussie dan als de uitkomst.

Wij zijn natuurlijk niet de eerste generatie die zich met deze thema's bezighoudt en kunnen dus veel leren van andere vormen van strijd en bewegingen die ons voorgingen. Daarom geven we leestips van politieke denkers en groepen die ons geïnspireerd hebben op het gebied van intersectionaliteit en dekolonisatie. We geven suggesties voor vragen die je in je groep kunt bespreken, omdat we het belangrijk vinden dat er discussies over intersectionaliteit en dekolonisatie plaatsvinden. En we geven een paar tips die ons hebben geholpen.

a. Vragen om in je groep te bespreken

Ten eerste: het is belangrijk om te praten over macht en verschillende vormen van onderdrukking in je organisatie. Leren over ons eigen racisme, seksisme en klasse-vooroordelen werkt het beste wanneer we samen ervaringen uitwisselen en evalueren, en samen verschillende voorstellen uitproberen. Het is belangrijk een sfeer te creëren waarin we open en eerlijk, zonder angst voor bijvoorbeeld gezichtsverlies en spot, van elkaar kunnen leren, en waarin we onzekerheden, angsten en (zelf)kritiek kunnen uiten.¹

De volgende vragen kunnen als leidraad voor een discussie dienen:

- Op welke manier worden verschillende mensen op verschillende manieren getroffen door de kwestie die we aan de orde stellen (bijvoorbeeld de klimaatcrisis)?
- Wie wordt geraakt door de eisen die we stellen (bijvoorbeeld werknemers en gemeenschappen)?
- Hoe zorgen we ervoor dat onze groep inclusief is?²
- Wiens stemmen worden vaak niet gehoord in onze samenleving en in onze groep? Denk bijvoorbeeld aan mensen van kleur, vrouwen, non-binaire of transpersonen, mensen met een migratieachtergrond, LHBTI'ers, mensen met een lagere sociaaleconomische status of zonder opleiding, mensen met psychische kwetsbaarheden of fysieke beperkingen. Hoe kunnen we ervoor zorgen dat deze stemmen gehoord worden?
- Hoe kunnen we zorgen voor betrokkenheid of vertegenwoordiging van de betrokken gemeenschappen?
- Wat betekent klimaatrechtvaardigheid voor ons? Wat is het verschil tussen klimaatrechtvaardigheid en duurzaamheid?
- Wat betekent solidariteit voor ons?
- Hoe bevorderen en versterken we het leren en delen binnen onze groep?
- Welke risico's zijn er voor activisten die meedoen aan (onze) actie(s), en hoe zijn risico's verschillend voor verschillende mensen? Wat zijn de behoeftes van deze groepen en hoe kunnen we onze voorzorgsmaatregelen daarop aanpassen? Terwijl er vaak het idee heerst dat we binnen Europa relatief veilig actie kunnen voeren (vooral als we het vergelijken met gemeenschappen in het globale Zuiden), is het belangrijk om ons ervan bewust te zijn dat dit ook hier niet altijd geldt voor bijvoorbeeld mensen van kleur, arme mensen, en queer mensen.

b. Tips voor vergaderingen

- Let op machtsverhoudingen in vergaderingen en gesprekken: voor wie is het makkelijk om te praten en ruimte en tijd te nemen, en voor wie is dit moeilijker? Naar wiens meningen wordt geluisterd?
- Investeer in het opstellen van basisregels met de groep om een ruimte te creëren waar geleerd kan

¹Deze zin is geïnspireerd op een sectie uit These 6 van de 11 Thesen: <https://www.globalinfo.nl/Achtergrond/11-thesen-over-organiseren-en-revolutionaire-praktijk-voor-een-fundamentele-herorientatie-van-links-radical-politiek>

² 'Diversiteit' beschrijft één aspect van inclusiviteit: de mate waarin een organisatie mensen met diverse achtergronden of gemeenschappen betrokken zijn als bestuursleden, medewerkers en/of vrijwilligers. Inclusieve organisaties daarentegen hebben niet alleen diverse individuen maar, nog belangrijker, het zijn leergegerichte organisaties die de perspectieven en bijdragen van alle mensen meenemen.

worden.

- Gebruik het step-up, step-down principe: vraag mensen die de neiging hebben veel te praten om minder te praten en meer te luisteren; vraag mensen die vaak stil zijn om te spreken. Dit gebeurt vaak niet automatisch, een goede facilitator zal merken wiens stemmen het luidst zijn in de ruimte en actief zoeken naar een beter evenwicht.

c. Tips voor acties

Een goed voorbereide affiniteitsgroep die je kunt vertrouwen is van cruciaal belang! In aanvulling op de lijst in hoofdstuk 3.d. kun je de volgende vragen met je affiniteitsgroep bespreken:

- Wat zijn jullie verwachtingen en angsten voor deze actie?
- Wat maakt dat je je veilig/vertrouwd voelt bij een actie?
- Voorkom aannames over wat mensen willen en kunnen, en moedig elkaar aan tot het wisselen van rollen.

Bespreek in je affiniteitsgroep:

- Heb je al eerder aan een actie als deze meegedaan?
- Zo ja, wat voor soort rollen neem je meestal op je en met wat voor soort rollen zou je graag ervaring opdoen?
- Zo nee, wat voor soort rol zou je graag op je willen nemen?

Informeer jezelf over politiegeweld en over hoe verschillende groepen in de samenleving meer of minder risico lopen slachtoffer te worden van (politie)geweld. Zie bijvoorbeeld hoofdstuk 6 in deze toolkit.

Ter inspiratie: Queer-feministisch organiseren

Eén van onze doelen voor onze actie in 2020 was om op zoveel mogelijke vlakken ervoor te zorgen dat queer-feminisme, en daarmee ook anti-racisme, centraal zou staan. Met name als het ging om actieplannen maken en uitvoeren zagen we vaak dat vooral witte mannen deze rol op zich namen. Dit weerspiegelde zich in de vorm van de actie, maar natuurlijk ook in de toegankelijkheid.

Om hier verandering in te brengen stelden we de volgende waarden op:

- Versterk het leiderschap van vrouwen, trans en non-binaire mensen (en voornamelijk van mensen van kleur) door te investeren in het delen van vaardigheden en het doorbreken van traditionele rolverdelingen;
- Wees expliciet over antiracisme en dekolonisatie in de actie;
- Creëer een ruimte waar er geleerd kan worden en leer ook om elkaar verantwoording af te leggen;
- Zorg ervoor dat het werk niet bij een klein groepje komt te liggen;
- Zorg voor goede en transparante besluitvormingsprocessen en dat informatie voor iedereen toegankelijk is;
- En zorg vooral ook goed voor elkaar!

d. Verder lezen

In deze toolkit hebben we niet de ruimte om een uitgebreid overzicht te geven van perspectieven rond inclusiviteit, dekolonisatie en intersectionaliteit, dus presenteren we een lijst met leestips (die lang niet compleet is) als input voor verdere gesprekken binnen je groep. We moedigen iedereen aan om (interne) discussies over het onderwerp te organiseren en van elkaar te blijven leren en gezamenlijk vorm te geven aan gedeelde idealen.

Institutioneel racisme in Nederland: wat het is, waar het zit, en wat jij eraan kunt doen:

<https://decorrespondent.nl/11317/institutioneel-racisme-in-nederland-wat-het-is-waar-het-zit-en-wat-jij-eraan-kunt-doen/815691855462-f160ab8e>

Wit huiswerk: een onvolledig naslagwerk voor mensen die zich in hun strijd tegen racisme willen verdiepen:

<https://www.withuiswerk.nl/>

Een kritisch stuk van Miriyam Aouragh waarin ze pleit voor de herontdekking van de zwart-radical traditie:

De beperkingen van Wit Privilege: Shortcuts in de antiracisme strijd
<https://socialisme.nu/de-beperkingen-van-wit-privilege-shortcuts-in-de-antiracisme-strijd/>

Een kritisch artikel over identiteit van Kenan Malik: Het is solidariteit, niet identiteit <https://www.vrij-links.nl/artikelen/het-is-solidariteit-niet-identiteit/?fbclid=IwAR1a-3q7ktJvJX7oLkE80O4QOW3C0VScIVhoikkV7CAsXL1uni2a84NYf2Y>

Een artikel van de anti-racisme werkgroep van actiegroep Ende Gelände (in het Engels): Notes for an anti-racist approach in the Ende Gelände Action 2020 in Rhineland
<https://www.ende-gelaende.org/en/news/notes-from-antira-wg-for-the-mass-action-2020/>

Bell hooks: Where we stand – Class matters (in het Engels):
http://www.carbonfarm.us/amap/hooks_class.pdf

De Combahee River Collective was een Zwarte feministische socialistische organisatie, actief in Boston van 1974 tot 1980. Ze zijn vernoemd naar de overval op Combahee Ferry, waarin Harriet Tubman een expeditie van 150 Afrikaans-Amerikaanse soldaten leidde die 750 voormalige tot-slaaf-gemaakten redde. Het collectief is vooral beroemd geworden vanwege hun Combahee River Collective Statement, een belangrijk document in de geschiedenis van hedendaags Zwart feminisme. Uit het statement:

“Wij realiseren ons dat de bevrijding van alle onderdrukte volkeren de vernietiging van de politiek-economische systemen van kapitalisme en imperialisme en het patriarchaat betekenen. Wij zijn socialisten omdat wij geloven dat werk georganiseerd moet worden voor het collectieve welzijn van hen die het werk doen en de producten maken, en niet voor de winst van de bazen. Materiële middelen moeten eerlijk verdeeld worden onder degenen die deze middelen creëren. Wij zijn er echter niet van overtuigd dat een socialistische revolutie die niet ook een feministische en antiracistische revolutie is onze bevrijding zal garanderen.”

https://americanstudies.yale.edu/sites/default/files/files/Keyword%20Coalition_Readings.pdf

De 11 Thesen zijn geschreven door kollektiv uit Bremen (Duitsland). Kollektiv is een kleine groep mensen met verschillende ideologische tradities (marxistisch, marxistisch-leninistisch, autonoom, anarchistisch en libertair-communistisch) en geografische achtergronden (Duitsland, Turkije, Iran, Koerdistan). In elf standpunten gaan ze in op de vraag hoe maatschappijverandering in de huidige samenleving er uit zou kunnen zien en welke concrete stappen hiervoor nodig zijn. These 6 gaat over hoe we als linkse beweging de subcultuur uit kunnen stappen om een veel bredere beweging te worden:

“De socialisering binnen linksradicale structuren schept de illusie dat linkse plekken vrij zijn van maatschappelijke invloeden als bijvoorbeeld toenemende kapitalistische, seksistische, racistische, nationalistische en fascistische tendensen. Dit zelfbeeld bevordert de scheiding tussen de linksradicale scene en de samenleving en draagt een elitair bewustzijn in zich. Daarin wordt de eigen scene gestileerd tot een toevluchtsoord van verlichting en emancipatie terwijl de maatschappij “daarbuiten” wordt gezien als de belichaming van reactionaire achteruitgang.”

<https://www.globalinfo.nl/Achtergrond/11-thesen-over-organiseren-en-revolutionaire-praktijk-voor-een-fundamentele-herorientatie-van-links-radical-politiek>

De Black Panther Party for Self-Defense was de meest invloedrijke militante black power organisatie van de jaren 60 in de Verenigde Staten. Black Panthers confronteerden politici, daagden de politie uit, en beschermden zwarte burgers tegen gewelddadigheden. De programma's van de partij zorgden voor voedsel, kleding en vervoer voor arme mensen. In plaats van de Amerikaanse samenleving te hervormen, wilden de leden deze fundamenteel veranderen.

Lees hier meer over de Black Panthers: <https://nmaahc.si.edu/blog-post/black-panther-party-challenging-police-and-promoting-social-change>

5. Zorg voor elkaar

Onafhankelijk van het soort van actie dat je kiest: zorg voor elkaar is belangrijk! De strijd voor sociale en klimaatrechtvaardigheid is langer dan één actie. Als je zelf iets organiseert, denk dan na over wat voor soort steun de mensen in de actie elkaar kunnen bieden. Geef informatie hierover effectief door.

Hier is een lijstje met verschillende dingen waar je aan kunt denken:

- Een safe(r) space – een fysieke plek na de actie waar mensen naartoe kunnen komen om uit te rusten en/of om over hun ervaringen te praten;
- Een online plek na de actie (bijvoorbeeld een jitsi call), waar mensen over hun ervaringen kunnen praten;
- Flyers of online posts met informatie over psychologische eerste hulp.
<https://supportrecoveryteam.wordpress.com/> is een heel goede bron hiervoor;
- Informatie over hoe je support en recovery kunt bereiken.

a. *Belangrijk voor actievoerders*

Praat met je vrienden, buddies en affiniteitsgroep voor de actie. Voor belangrijke vragen die je in je affiniteitsgroep kunt bespreken, zie hoofdstuk 3.d.

Luister goed! Mensen hebben verschillende manieren om met enge situaties om te gaan. Luister, en check of mensen in je groep je steun nodig hebben.

Debrief: sommige mensen hebben het nodig om ook dagen of weken na de actie nog met hun groep of buddy over hun ervaringen te praten. Ook als jij dit niet nodig hebt, kan het wel belangrijk voor andere mensen in jouw groep zijn om het beter te verwerken.

Ga niet meteen na de actie al je heftige ervaringen in een groep delen. Dit kan heel stressvol zijn voor andere mensen in de groep. Deel je ervaringen liever met je buddy of een kleine groep mensen.

En ieder geval kan Support en Recovery hulp bieden. Dit is een groep mensen die je ook weken of maanden na jouw actie kunt benaderen. Bij S&R kun je over jouw ervaringen praten en hulp vragen. Support en Recovery is te bereiken via dit mailadres:
s-r@riseup.net

Last but not least: vier het succes! Je hoeft geen groot feest te organiseren als dat niet je ding is. Misschien wil je gewoon met je buddy of affiniteitsgroep afspreken om samen iets leuks te doen. Vier dat je het gewoon hebt gedaan, ongeacht de uitkomst van de actie!

6. Omgaan met de politie en de autoriteiten

a. Politie en politiegeweld

Bij onze acties zien we de politie als een te overwinnen hindernis, en niet als doelwit. Afhankelijk van de actie wordt er met de politie gecommuniceerd, maar nooit samengewerkt. Tips en tricks voor politiewoordvoerders vind je in hoofdstuk 6.b hieronder.

Een van de risico's bij acties, met name burgerlijk ongehoorzame acties, is echter dat we geweld van politie of beveiliging kunnen tegen komen. Het is belangrijk om hierbij stil te staan en je erop voor te bereiden.

Het doel van politierepressie is om verzet tegen de status quo te onderdrukken en om activisten bang te maken. Daarom is het belangrijk om open met repressie om te gaan, om over je angsten te spreken en je niet te laten isoleren of intimideren. Om te zorgen dat niemand alleen staat tegenover politierepressie zijn er affiniteitsgroepen, arrestantengroepen, advocaten en support & recovery. Politierepressie trotseren we samen!

Niet iedereen heeft dezelfde ervaring met (politie)geweld. Sommige mensen kunnen er niet voor kiezen om politiegeweld tegen te komen. Denk aan mensen zonder papieren of mensen waarvan de politie vindt dat ze er gevaarlijk uit zien. Bij mensen die ervaringen hebben met (huiselijk) geweld of seksueel geweld, kunnen geweldservaringen met de politie bij acties extra impact hebben.

Meer lezen/luisteren/kijken over de politie:

Over politiegeweld en etnisch profileren: <https://controlealtdelete.nl>

Over de invoering van het stroomstootwapen (taser) in Nederland en de politielobby en het verdraaien van cijfers dat daarmee gepaard gaat: https://www.npostart.nl/medialogica/09-06-2020/VPWON_1310567

De geschiedenis van traangas in Amerika: <https://www.washingtonpost.com/podcasts/post-reports/a-brief-history-of-tear-gas-in-america/>

De politie is opgericht om de arme werkende klasse in bedwang te houden:

<http://www.lawcha.org/2014/12/29/stop-kidding-police-created-control-working-class-poor-people/>

b. Tips en tricks voor politiewoordvoerders

Bedenk van tevoren: welk doel heeft de politiewoordvoering bij deze actie? Wat hebben we te winnen? En te verliezen? Realiseer je dat je tegenover de politie altijd in de zwakkere positie bent!

Als politiewoordvoerder ben je het aanspreekpunt voor de politie en eventuele beveiliging. Je neemt zelf niet actief deel aan de actie zodat je je op deze taak kunt focussen. Het is handig om op de politie af te stappen als je ze ziet aankomen. Informeer de rest van de groep dat jij de politiewoordvoerder bent en dat alle communicatie met de politie via jou loopt. Zo voorkom je dat mensen zelf met de politie gaan praten en de politie meer te weten komt dan je eigenlijk had gewild.

Is er geen politie of beveiliging op locatie aan het begin van de actie en heb je je actie niet gemeld? Je kunt dan het regionale nummer van de politie bellen om hen mee te delen dat er een demonstratie is. Dit geldt dan de melding. Dit kan verschil maken in hoe de politie (als ze eenmaal ter plaatse zijn) het gesprek met je aangaat. De politie vraagt over het algemeen wat jullie aan het doen zijn en hoe lang het gaat duren. Hoeveel je hiervan wilt vertellen is aan jou. Denk hier van te voren goed over na!

Vertel de politie en beveiliging (kort en krachtig):

- je naam en namens welke organisatie je spreekt
- dat het gaat om een demonstratie/protest
- dat je aanspreekpunt bent voor het verloop van de actie
- met hoeveel mensen je bent
- wat je doet en waarom (korte inhoudelijke aanleiding)
- eventueel: hoe lang jullie van plan zijn te blijven
- dat jullie actie niet het doel heeft vernielingen aan te richten

Soms is het mogelijk te onderhandelen met de politie. De onderhandelingen verlopen dan via jou als politiewoordvoerder. Denk er van tevoren over na of je dit wilt en hoe ver je hierin wilt gaan en bespreek ook de mogelijke scenario's van te voren met de deelnemers van de actie.

Als de politie weet dat jullie bijvoorbeeld niet de hele dag de ingang willen blokkeren kan het zijn dat ze wat relaxter met jullie omgaan. Andersom, als je dingen vertelt die later niet blijken te kloppen, kun je ervan uitgaan dat ze je minder goed zullen behandelen. Het kan dan handig zijn om duidelijk te maken dat je geen beslissingsbevoegdheid hebt en dat je de opties die aangeboden worden moet terugkoppelen aan de groep om te overleggen. Spreek van tevoren af met wie je dit overlegt. Probeer uiteraard niet afgeluisterd te worden als je aan het overleggen bent.

c. Demonstratierecht

Je hebt in Nederland recht op protest. Jij en jouw groep zijn tijdens je actie bezig gebruik te maken van dat recht. De politie mag dat niet zomaar inperken, en de burgemeester heeft daar een goede reden voor nodig. Dat kan zijn op basis van: a) gezondheid, b) kans op wanordelijkheden en c) bescherming van het belang van het verkeer.

Zorg ervoor dat de autoriteiten niet op basis van deze redenen je demonstratie kunnen ontbinden. Je kunt hier bijvoorbeeld rekening mee houden door vluchtwegen open te laten. Obstructie is inherent aan elke demonstratie. Zelfs bij de liefste demonstratie is er in zeker mate sprake van obstructie, want als je op de stoep staat moet ten slotte iemand omlopen. Toon aan dat je aan veiligheid hebt gedacht. Als de politie moeilijk gaat doen, verwijst dan naar je demonstratierecht. Laat ze zien dat je op de hoogte bent van je rechten en plichten.

Lees hier meer: <https://www.stroomversnellers.org/over-demonstreren-over-het-recht-op-demonstratie-verdedigen-en-over-je-rechten-als-demonstrant/>

d. Melden of niet?

Volgens het Europese hof hoeft je demonstraties niet aan te kondigen, maar volgens Nederlandse regels moet dit wel. De Nederlandse wet houdt zich dus niet aan Europese regelgeving. De politie en de Gemeente willen graag weten wat je van plan bent, naar eigen zeggen zodat ze het protest beter kunnen faciliteren en veilig kunnen laten verlopen. De meeste gemeentes hebben in hun Algemene Plaatselijke Verordening (APV) vastgelegd hoe en of je betogingen moet aanmelden. Voldoe je hier niet aan, dan kan de burgemeester in uitzonderlijke omstandigheden de betoging verbieden. In praktijk betekent het niet melden van je betoging helaas vaak dat de driehoek (burgemeester, politie en justitie) eerder geneigd is de betoging te beëindigen met als reden gevaar voor de Openbare Veiligheid of vanwege het niet aanmelden. In verschillende gemeentes, waaronder Den Haag, kan je zelfs een boete krijgen voor het niet melden van een betoging.

e. Legitimatie

De politie vraagt je soms om je te legitimeren. Dat mag als ze daar reden voor hebben. Vraag dus altijd naar de reden zonder te escaleren. Het is vervelend en intimiderend, maar vaak nemen ze je legitimatiebewijs even mee. Vraag hen waarom ze dat doen. Ze mogen dit eigenlijk alleen doen als ze vinden dat daar een noodzaak voor is. Je weet ook niet of er dan al een dossier van je wordt aangelegd. Eventueel kun je op een ander tijdstip navragen of er een dossier over je bestaat en een klacht indienen als ze onterecht je ID hebben gevraagd en meegenomen.

f. Arrestatie

Het kan altijd zijn dat je, of iemand in jouw groep, bij een actie gearresteerd wordt. Bereid je hier goed op voor! In deze arrestantenhandleiding lees je meer over wat de politie wel en niet mag doen in het geval van arrestatie, en nog veel meer nuttige informatie: <https://burojansen.nl/pdf/arrestantenhandleiding.pdf>

Lees ook hoofdstuk 10 De arrestantengroep ('legal').

7. Omgaan met de inlichtingendiensten

a. Introductie

Sociale bewegingen worden goed in de gaten gehouden door de politie en inlichtingendiensten. Er zijn veel voorbeelden van bewegingen die kapot zijn gegaan door inmenging van de politie en inlichtingendiensten. Infiltrant William O'Neal leverde de FBI bijvoorbeeld een plattegrond van het appartement in Chicago waar Black Panther Fred Hampton in 1969 werd vermoord.

Ook in Nederland worden we in de gaten gehouden. Uit onderzoek van Buro Jansen en Jansen uit 2017 blijkt bijvoorbeeld dat de Nederlandse politie aan sociale media surveillance doet, en hiervoor samenwerkt met verschillende private sociale media monitoring bedrijven.³

De afgelopen jaren zijn in de klimaatbeweging verschillende mensen benaderd met de vraag informant voor de politie te worden. Het beste middel om ons als beweging te weren tegen dit soort repressie is het bespreekbaar te maken binnen de beweging en mensen die benaderd zijn bij te staan. Mensen die benaderd worden door de politie of inlichtingendiensten zijn hier over het algemeen niet op voorbereid en ervaren dit vaak als heel intimiderend. Het is dus belangrijk om het in je groep te bespreken voordat er een voorval plaatsvindt. Praat in principe niet met de politie, alle informatie die je deelt kan tegen jou of tegen de groep gebruikt worden. Hier lees je onze reactie op verschillende toenaderingspogingen vanuit de inlichtingendienst van de politie, inclusief tips voor als je benaderd bent: <https://code-rood.org/nl/2019/06/05/een-open-brief-aan-de-inlichtingendienst-van-de-politie/>

b. Veiligheidscultuur

Een veiligheidscultuur is een reeks gewoonten binnen een groep die ontworpen zijn om de risico's van repressie tot een minimum te beperken. Met behulp van een veiligheidscultuur hoeven we niet steeds opnieuw veiligheidsmaatregelen uit te werken, en kunnen we paranoia en paniek in stressvolle situaties tegengaan. Het kan je ook uit de gevangenis houden. Als je de gewoonte hebt om geen gevoelige informatie over jezelf prijs te geven, kun je met vreemden samenwerken zonder je af te vragen of het al dan niet informanten zijn; als iedereen weet waarover je wel of niet over de telefoon kan praten, kunnen je vijanden de lijn aftappen zoveel ze willen en het zal ze nergens brengen.

Het belangrijkste principe van een veiligheidscultuur is dat we geen informatie delen die anderen niet nodig hebben, en we ook niet vissen naar dingen die we niet hoeven te weten.

Deel ook geen informatie over andere mensen die misschien helemaal niet willen dat die informatie bekend wordt ("Ik kwam laatst Jan tegen bij een actie in een kolenmijn..."). Schep niet op over illegale dingen die jij of andere mensen gedaan hebben en speculeer niet over dingen die wel of niet gaan gebeuren.

Als je gearresteerd wordt, praat dan niet met de politie. Alle informatie die je deelt kan tegen jou of je kameraden gebruikt worden!

- Gebruik op internet altijd betrouwbare apps/software met 'end-to-end-encryptie' wanneer je met je kameraden communiceert, zoals Signal (<https://signal.org>), Briar (<https://briarproject.org>) of XMPP (met Omemo) (<https://conversations.im>).
- Gebruik e-mail niet voor vertrouwelijke informatie, behalve wanneer je zeker weet dat jij en de ontvanger allebei dezelfde beveiligde e-maildienst gebruiken, zoals Protonmail (<https://protonmail.com>) of Tutanota (<https://tutanota.com>). OpenPGP (<https://riseup.net/en/security/message-security/openpgp>) is ook een optie, maar niet echt gebruiksvriendelijk.
- Zorg ervoor dat je telefoon met een goed wachtwoord is beveiligd, wanneer je de straat op gaat. Een patroon is bijvoorbeeld door de politie eenvoudig te achterhalen.
- Zorg ervoor dat je telefoon is beveiligd met een encryptie. Dit kun je eventueel samen met een kundig en betrouwbaar persoon nakijken.
- Wanneer anonimiteit op het internet voor jou maximale prioriteit heeft, dan kun je een VPN (<https://riseup.net/en/vpn>) of zelfs Tor (<https://www.torproject.org>) gebruiken.
- Praat met anderen over welke security culture principes voor jou belangrijk zijn.

³<https://www.burojansen.nl/observant/social-media-surveillance-in-nederland/>

c. Verder lezen over veiligheidscultuur

What is security culture van CrimethInc (in het Engels): <https://theanarchistlibrary.org/library/crimethinc-what-is-security-culture#toc1>

Bristol Anarchist Federation (in het Engels): <https://bristolaf.wordpress.com/2017/05/31/essential-online-security-an-anarchists-guide-for-everyone/>

Veiligheidstips van Riseup (in het Engels): <https://riseup.net/en/security>

8. Demonstraties en corona

Betogingen zijn in Nederland gelukkig (nog) niet verboden vanwege corona, maar we zien wel dat gemeentes demonstraties vaak (en soms verregaand) beperken. Als je vindt dat jouw protest onredelijk wordt ingeperkt kun je bezwaar maken of advies van een advocaat inwinnen (bv via PILP <https://pilpnjcm.nl>). Omdat wij veiligheid van activisten belangrijk vinden, leven we bij de acties de coronamaatregelen na. Zorg ervoor dat iedereen 1,5 meter afstand houdt en dat iedereen een mondkapje draagt.

9. Media

Bewegingen zijn er voor mensen, en de media is één manier waarop je je boodschap kunt laten horen. Hoe gezond een beweging is en hoeveel media-aandacht er is zijn lang niet altijd hetzelfde. Toch is media-aandacht een belangrijk doel bij de meeste acties. Als je actie niet zichtbaar is (bijvoorbeeld op sociale media of via reguliere media-kanalen) is de kans dat je actie bijdraagt aan verandering klein. Het maken van een goed mediaplan en media-boodschappen is dus essentieel. Helaas zien we dat het mediaplan niet altijd de aandacht krijgt die het verdient. Dat is jammer, want media aandacht kan jouw actie een grotere impact geven. En dat is waar we het voor doen!

In dit hoofdstuk beschrijven we kort waar je aan moet denken bij het maken en uitvoeren van een mediaplan.

a. Mediateam, mediaplan en media back office

Bij de ontwikkeling van acties of langere campagnes is het belangrijk een mediateam samen te stellen. Bij een hele kleine actie is wellicht één persoon genoeg, maar idealiter bestaat dit team uit meerdere personen, waardoor je taken en rollen kunt verdelen. Het mediateam is verantwoordelijk voor het uitwerken van de centrale boodschap en onderliggende subboodschappen, in samenspraak met alle betrokkenen bij de actie.

Tips:

- Zorg ervoor dat de inhoud van de centrale boodschap en de vorm van de actie goed bij elkaar aansluiten.
- Er is altijd veel te vertellen over Shell en de problemen rondom Shell, maar focus is essentieel om je boodschap goed over te brengen. Kies dus één centrale boodschap. Je kunt in een paar subboodschappen aanvullende informatie geven, maar hou het beperkt en maak het simpel voor de ontvanger van je boodschap. Als je nog meer wilt vertellen, kun je ervoor kiezen om achtergrondstukken op je website te publiceren.

Voorbeeld

Centrale boodschap: Shell gaat nog steeds door met het verergeren van de klimaatcrisis

Subboodschappen:

- Slechts 2% van Shell's investeringen gaat naar hernieuwbare energiebronnen
- Shell blijft nog tot 2070 inzetten op fossiele brandstoffen
- Shell weet al decennia dat fossiele brandstoffen gevaarlijke klimaatverandering veroorzaken. Ipv het probleem aan te pakken, heeft het bedrijf geïnvesteerd in het verspreiden van leugens en het zaaien van twijfel
- Shell heeft geen rol aan de klimaattafel

Werk voor de actie je mediaplan uit:

- Schrijf een persbericht: Welke kop zou je graag in de krant zien?
- Denk na over hoe je je actie zichtbaar gaat maken op sociale media, besluit welke # (hashtags) je wilt gebruiken.
- Denk na over gewenst foto- en videomateriaal. Als je de actie wilt livestreamen, oefen dat dan van tevoren zodat je zeker weet dat alles werkt.
- Betrek en informeer andere, solidaire groepen en organisaties die kunnen helpen de actie en de boodschap te verspreiden. Als je je actie het liefst zo lang mogelijk geheim houdt, kun je er ook voor kiezen om mensen die je vertrouwt enkel te laten weten dat er op een bepaalde datum iets gaat gebeuren. Zij kunnen dan zelf sociale media in de gaten houden en berichten verder delen.

Maak een heldere taakverdeling. Bij voorkeur verdeel je de taken over zoveel mogelijk mensen. Wat een kleine taak lijkt, is vaak in praktijk toch meer werk dan je denkt. Taken:

- Persbericht verzenden
- Woordvoering voor journalisten
- Sociale media bijhouden – liefst één persoon per kanaal
- Optioneel: Website bijhouden
- Foto's maken
- Optioneel: Video's maken
- Optioneel: Livestream

Zorg altijd voor een media backoffice. Een media backoffice bestaat uit mensen die op afstand de actie ondersteunen, bij voorkeur vanaf een onbekende locatie om arrestatierisico te voorkomen.

Bij een grote actie en/of acties waarbij politieoptreden en arrestaties verwacht worden, is het belangrijk om een planning te maken waarin mensen in het mediateam ook af en toe pauze kunnen nemen. Idealiter heb je op de dag na de actie nieuwe mensen beschikbaar voor mediataken. De dag na de actie is er eigenlijk altijd nog veel te doen – vooral als er nog mensen vastzitten – en is het nodig om mensen te hebben met frisse energie.

b. Huisstijl en visuals

Bij een Shell Must Fall actie kun je gebruik maken van de Shell Must Fall huisstijl, presentaties en visuals, zoals memes, foto's en logo's.

Al deze informatie en voorbeelden kun je vinden in de Cloud van Code Rood via deze link:

<https://cloud.code-rood.org/index.php/s/HASaiN8rns9M6F6>

Foto's van eerdere acties zijn te vinden op Flickr: <https://www.flickr.com/photos/code-rood/albums>

c. Sociale media en website

Sociale media zijn een steeds belangrijker medium geworden voor actiegroepen. Dit is de plek waar we onze eigen boodschap naar buiten kunnen brengen en veel aandacht kunnen genereren voor ons verhaal. Denk daarom in je mediaplan na over welke boodschappen en beelden je via sociale media wilt verspreiden. Het helpt om vooraf zoveel mogelijk teksten (inclusief je #) en beelden klaar te hebben staan.

Facebook tips

- Indien mogelijk kun je je actie vooraf aankondigen in een post of event
- Post niet teveel op een dag en niet te dicht op elkaar
- Zorg voor een afsluitende post aan het eind van je actie, waarin je ook partners bedankt
- Voor video's is het handig om vooraf 'crossposting' aan te zetten bij partners zodat je video direct op meerdere kanalen wordt verspreid

Twitter tips

- Voor Twitter zijn de # belangrijk, zorg daarom ook dat partners jouw # gebruiken.
- Op Twitter kun je vaak posten en relevante organisaties en personen taggen om extra aandacht te genereren, zoals media, journalisten en politici. Zoek vooraf de twitteraccounts van relevante personen op en begin hen vast te volgen.
- Goed beeld helpt! Zorg dus voor mooie plaatjes en korte scherpe teksten.
- Deel zelf je persbericht op Twitter (bv vanaf je website) enige tijd nadat je het hebt verzonden. Tag media.

Instagram tips

- Zorg dat er iemand vanaf de actie direct op Instagram post. Het is handig om twee mensen bij de actie te hebben die hier verantwoordelijk voor zijn.
- Door een slim gebruik van hashtags kan je veel meer 'views' genereren voor je posts. Er zijn namelijk mensen die niet jouw account volgen, maar wel bepaalde hashtags. Per post mag je 30 hashtags plaatsen, gebruik deze ook. Voor de meeste views, gebruik deze 'trap':
 - Plaats 10 hashtags die tussen de 300.000 en een miljoen berichten hebben (check dit via de app, als je een hashtag in de zoekbar intypt zie je het aantal berichten).
 - Plaats 10 hashtags die tussen de 80.000 en 300.000 berichten hebben.
 - De laatste 10 hashtags gebruik je voor 'niche' hashtags onder de 80.000 berichten.

Website tips

Plaats je persbericht met een goede foto op je website en deel het verder via Twitter en eventueel facebook. Zorg na afloop van je actie voor een afsluitend overzicht met je beste foto's en wellicht een verwijzing naar vervolgacties.

d. Pers

Deel van je mediaplan is het maken van een persplan. In welke media wil je jouw actie terugzien? Denk hier vooraf over na. Investeer in het maken en bijhouden van een goede perslijst. In je perslijst staan emailadressen, telefoonnummers (indien beschikbaar) en Twitter accounts van redacties en specifieke journalisten. Als journalisten bellen, noteer dan altijd naam en nummer en houd dit bij in de perslijst. Op Twitter kun je vaak ook specifieke interessegebieden vinden; ook dat is handig om bij te houden.

De pers wel of niet vooraf inlichten: voor- en nadelen

Bij een aangekondigde actie is het slim om voor de actie al een persaankondiging (persbericht) uit te sturen

om de media te informeren over wat er gaat gebeuren. Stuur de aankondiging minimaal één dag van te voren uit. Voor grote acties kun je pers al langer van te voren informeren. Houd er rekening mee dat de meeste nieuwsmedia heel kort van te voren plannen waar ze aandacht aan besteden.

Een onaangekondigde actie kun je 'onder embargo' onder de aandacht van specifieke media of journalisten brengen voordat de actie plaatsvindt. Het voordeel is dat je dan grotere kans hebt dat er een journalist of persfotograaf aanwezig is. Het nadeel is dat er een grotere kans is dat je actie uitlekt. Media zullen vertrouwelijk met jouw informatie omgaan, maar we weten helaas dat telefoons veelvuldig worden afgeluisterd, dus wees daar voorzichtig mee. Stuur een 'onder embargo' aankondiging gericht naar specifieke media en journalisten waarvan je de kans het grootst acht dat ze interesse hebben.

!Belangrijk! Bij een onaangekondigde actie is het belangrijk dat eventuele pers niet rondhangen op de plek van de actie voordat de actie van start gaat. Aanwezige pers kan een waarschuwing zijn voor beveiligers en politie.

Persbericht

Tips voor een goed persbericht:

- Zorg voor een goeie kop, die de aandacht trekt, en waar liefst al een deel van je kernboodschap in terugkomt.
- De eerste alinea (vetgedrukt) vertelt: Wie, Wat, Waar, Waarom in een paar zinnen (samenvatting)
- De volgende alinea's gaan dieper in op de actie en je boodschappen. Quotes zijn een hele goeie manier om je mening in het persbericht te verwerken. De hoofdtekst kan dan neutraal/feitelijk blijven, terwijl je in een quote meer emotie kunt laten zien. Het maakt het ook interessanter om te lezen.
- In de 'Noot voor de redactie': links naar social media en naam (kan alleen voornaam zijn) en telefoonnummer perswoordvoerder
- Zet je persbericht op je website en zorg dat het nummer van de perswoordvoerder ook op de site staat.

Woordvoerders

Zorg er bij iedere actie voor dat er minimaal één woordvoerder beschikbaar is ter plaatse en één woordvoerder in de back office. Bij grote acties heb je vaak meer woordvoerders nodig om pers te woord te kunnen staan.

Denk goed na over wie de woordvoering doet: deze personen zijn de stem en het gezicht van je actie. Het is niet alleen belangrijk dat ze het verhaal goed kunnen vertellen, maar ook dat ze betrouwbaar overkomen en sympathie van een groter publiek krijgen. Afhankelijk van je actie kun je gericht de juiste woordvoerders zoeken. Bijvoorbeeld iemand met een Nigeriaanse achtergrond bij een actie over Nigeria. Daarnaast laten we graag mensen aan het woord waar historisch in de samenleving vaak niet of minder naar geluisterd wordt, zoals vrouwen, mensen van kleur, jongeren etc.

Oefenen!

Goede woordvoering is een kwestie van veel oefenen. Hoe vaker je het doet, hoe beter je wordt. Je kunt vooraf al veel oefenen met woordvoering. Basisvragen die journalisten stellen zijn onder andere:

- Waarom voeren jullie actie?
- Wat willen jullie bereiken?
- Waarom ben jij hier? Wat drijft jou? (persoonlijk aspect)
- Heeft jullie actie wel zin?

Oefenen met video-interviews is handig omdat je dan jezelf kunt terugkijken.

e. Foto en video

Goed foto- en videomateriaal is belangrijk voor je (sociale) mediawerk. Het heeft dus altijd de voorkeur om getrainde fotografen en videomakers bij je actie aanwezig te hebben. Dit levert vaak materiaal op dat je ook later nog kunt gebruiken. Van sommige acties komen zelfs jaren later nog foto's in de media.

Als je geen getrainde fotograaf of videomaker kunt vinden, vraag dan of de mensen die foto's en video's maken wat tijd investeren om zichzelf bij te scholen in het maken van goede foto's of video's. Online zijn veel tips te vinden. En ook hier geldt: oefening baart kunst!

Denk vooraf na over wat voor soort beelden je graag wilt hebben, zodat je videomakers en fotografen goed kunt instrueren. Bespreek ook hoe je omgaat met eventueel politiegeweld. Het filmen van geweld kan slim zijn omdat het activisten kan beschermen. Tegelijkertijd leidt het tonen van politiegeweld op sociale media af

van je kernboodschap. Hierin moet je dus een goede afweging maken.

10. De Arrestantengroep ("legal")

De arrestantengroep levert praktische ondersteuning bij acties waarbij mensen gearresteerd (kunnen) worden. Bij decentrale acties is het soms mogelijk om een landelijke arrestantengroep te hebben die lokale groepen kan ondersteunen. Bij voorgaande actiedagen bleek dat het voor sommige (grotere) actiegroepen handiger is om hun eigen arrestantengroep op te zetten. Voor contact met de arrestantengroep van Code Rood: neem contact op via info@code-rood.org

Om het opzetten van een arrestanten groep te vereenvoudigen vatten we de stappen samen in een draaiboek. Natuurlijk is niet bij iedere actie het arrestatierisico even groot. Sommige stappen die genoemd worden zullen daarom niet altijd nodig zijn. Maak er wel een gewoonte van om ook bij acties die onschuldig lijken toch de richtlijnen voor een effectieve veiligheidscultuur (hoofdstuk 7.b) strikt te handhaven. Noem bijvoorbeeld nooit echte namen. Je mede-organisatoren kunnen ook bij andere acties betrokken zijn waar het beschermen van hun identiteit belangrijker is.

Het werk in de arrestantengroep kent drie fasen: de voorbereiding, de actie zelf en nazorg en evaluatie. De voorbereiding begint zeker een maand voor de actie, en de nazorg zeker tot de laatste arrestant vrij is. Daarna komt er vaak nog de afhandeling van verzet tegen boetes of klachten over disproportioneel of onwettig handelen van de politie. Daarvoor is ook ondersteuning van o.a. PILP mogelijk. We vatten de hele organisatie samen in een draaiboek.

Het uitgewerkte draaiboek, inclusief een voorbeeld logboek, voorbeeld arrestantenbriefje, voorbeeld ondersteuningsovereenkomst en voorbeeld flyer kun je vinden op de cloud van Code Rood via deze link: <https://cloud.code-rood.org/index.php/s/aR5CZHcNzKZS9wZ>

11. Paklijst

Wat neem je mee naar je actie en wat kun je beter thuislaten? Hier hebben we een kleine checklist samengesteld.

Algemeen

- Ga niet alleen, maar met vrienden, bij voorkeur in een affiniteitsgroep, hoofdstuk 3.b.;
- Informeer jezelf van tevoren over de inhoud en vooral het karakter van de demonstratie, zodat je kunt inschatten wat er kan gebeuren;
- Zorg dat je goed uitgerust en lichamelijk fit bent;
- Kies je kleding op basis van praktische overwegingen. Lange kleren kunnen je huid beschermen tegen de zon, maar ook tegen traangas of pepperspray;
- Draag geen crèmes of make-up bij risicovolle acties, want de traangas/pepperspray hopen zich op in de oliën;
- Draag een (bij voorkeur splintervrije) bril in plaats van je contactlenzen. Wanneer traangas/pepperspray wordt gebruikt, zijn contactlenzen onpraktisch en meestal niet meer te gebruiken;
- Draag geen sieraden, vooral geen grote oorbellen en geen lange halskettingen of ringen, want je kunt anderen en vooral jezelf verwonden.

Wat je mee moet nemen

- Als je niet anoniem demonstreert: identiteitskaart, paspoort en verblijfsvergunning indien nodig;
- Pen en papier om de nicknamen van gearresteerde personen op te schrijven;
- Genoeg water om te drinken en eventueel je ogen te spoelen (in geval van traangas of pepperspray);
- Medicijnen die je regelmatig nodig hebt, ten minste in de hoeveelheid die nodig is voor de komende 24 uur (voor het geval je gearresteerd wordt);
- Geld om de telefoontjes te plegen waar je recht op hebt in geval van een arrestatie;
- Geld om thuis te komen als je door de politie op een andere locatie wordt gedropt;
- Voldoende eten om op korte termijn in de energiebehoefte te voorzien;
- Maandverband of andere menstruatieproducten, indien nodig.

Wat je NIET mee moet nemen:

- Alle voorwerpen die persoonlijke dingen over jou of andere mensen onthullen als je anoniem wilt blijven (bijvoorbeeld adresboeken, kalenders, een etui met je naam erin, enzovoorts);
- Alcohol en andere drugs;

- Wapens en "gevaarlijke voorwerpen" waarmee je in de problemen kunt komen met de politie.

Deze lijst is gebaseerd op de volgende lijst van Skills for action (in het Duits):

<https://skillsforaction.wordpress.com/2013/01/17/packliste/>

12. Sfeerbeheer

Trainerscollectief Stroomversnellers heeft een mooie handleiding geschreven over hoe en waarom je sfeerbeheer/ordedienst (verplicht bij legale demonstraties!) inschakelt bij jouw actie – daar hebben wij niks aan toe te voegen:

https://www.stroomversnellers.org/app/uploads/2020/09/HandleidingSfeerbeheer_Stroomversnellers.pdf

13. Snelle besluitvorming

In sommige situaties, zoals tijdens een burgerlijk ongehoorzame actie, ontbreekt het aan de tijd en ruimte om over elk besluit uitgebreid te vergaderen. Deze handleiding over snelle besluitvorming van Stroomversnellers legt uit hoe je dat kunt doen:

https://www.stroomversnellers.org/app/uploads/2020/09/HandleidingSnelleBesluitvorming_Stroomversnellers.pdf

14. Nabespreken en evalueren

Het is belangrijk om op korte termijn na de actie een moment te prikken om de actie na te bespreken en te evalueren. Bij een spannende actie kan het goed zijn om direct na de actie op een veilige plek samen te komen, na te praten en indien nodig steun te bieden aan mensen die dat nodig hebben. Ga bij de evaluatie ook met elkaar in gesprek over de volgende stappen.

15. Fondsenwerving

Hoewel met de meeste acties geen hele hoge kosten gemoeid zijn, is het belangrijk om vooraf een begroting te maken en na te denken over hoe je de kosten gaat afdekken. In het geval van grote acties waarmee hogere kosten gemoeid zijn, is het noodzakelijk hier op tijd mee te beginnen.

De financiële kant van actievoeren wordt vaak als vervelend en moeilijk gezien. In praktijk valt het meestal mee en loont het de moeite om tijdig over geld na te denken en goede afspraken te maken met de deelnemers aan je actie. Dan weet iedereen wat ze kunnen verwachten. Dit versterkt het onderling vertrouwen en maakt de kans groter dat deelnemers bij een volgende actie weer mee willen doen.

a. Een begroting en dekkingsplan maken

Een begroting is een inschatting van de kosten die je gaat maken met je actie. Je begroting zal dus nooit helemaal overeenkomen met de uiteindelijk gemaakte kosten.

Tips voor het maken van een begroting:

- Stel je begroting op in excel (of een ander programma dat kan rekenen). Daarmee voorkom je rekenfouten.
- Houd rekening met onvoorziene kosten, je kunt daarvoor bv 10% van je totale kosten reserveren.
- Bespreek de begroting in de groep. Dit is niet alleen belangrijk om geen kostenposten te vergeten, maar ook voor transparantie en consensusvorming.

Als je je begroting hebt opgesteld, ga je nadenken over je dekkingsplan. Een dekkingsplan geeft een overzicht van de verschillende inkomstenbronnen waarmee je je begroting gaat afdekken. Je kunt hierbij denken aan subsidies, donaties of eigen bijdragen van de deelnemers. Als je dekkingsplan onvoldoende financiële middelen oplevert om je begroting mee af te dekken, zul je je begroting naar beneden moeten bijstellen.

Voorbeeld begroting en dekkingsplan:

Kosten	Begroot	Dekkingsplan	Begrote inkomsten
Huur geluidsversterking	€ 100	Bijdrage fonds X	€ 200
Huur busje	€ 100	Bijdrage fonds Y	€ 100
Reiskosten deelnemers	€ 50	Donaties particulieren	€ 80
Materiaalkosten	€ 75	TOTAAL	€ 380
Telefoonkosten	€ 20		
Onvoorzien (10%)	€ 35		
TOTAAL	€ 380		

Je kunt in je begroting en dekkingsplan je werkelijk gemaakte kosten en gerealiseerde inkomsten steeds bijhouden, zodat je goed overzicht houdt.

Het eindresultaat kan er dan bijvoorbeeld zo uitzien:

Kosten	Begroot	Werkelijke kosten
Huur geluidsversterking	€ 100	€ 80
Huur busje	€ 100	€ 120
Reiskosten deelnemers	€ 50	€ 40
Materiaalkosten	€ 75	€ 60
Telefoonkosten	€ 20	€ 0
Onvoorzien (10%)	€ 35	€ 30
TOTAAL	€ 380	€ 330
Dekkingsplan	Begrote inkomsten	Werkelijke inkomsten
Bijdrage fonds X	€ 200	€ 150
Bijdrage fonds Y	€ 100	€ 100
Donaties particulieren	€ 80	€ 100
TOTAAL	€ 380	€ 350
	Verschil	€ 20

b. Een subsidie aanvragen

Voor veel acties het mogelijk een subsidie aan te vragen bij een fonds. De verschillen tussen fondsen zijn groot: Er zijn grote verschillen tussen de voorwaarden waar je aan moet voldoen, de grootte van een mogelijke bijdrage, de kosten die je kunt opvoeren, de termijn waarop een beslissing wordt genomen, etc, etc. Het is heel belangrijk om de voorwaarden goed door te lezen voordat je een aanvraag doet. Voldoet jouw groep niet aan de voorwaarden? Dan heeft het geen zin om een aanvraag te doen. Bij twijfel kun je beter vooraf een mail sturen of bellen om na te vragen of je aan de voorwaarden voldoet, dan een aanvraag indienen en hopen dat het goedkomt. Vaak kan alleen een organisatie een aanvraag doen, maar soms kun je ook als individu gesteund worden.

Tips voor een succesvolle aanvraag:

- Lees de voorwaarden goed door en doe alleen een aanvraag als je aan de voorwaarden kunt voldoen.
- Hoe beter jouw actie aansluit bij de doelen van het fonds, hoe groter de kans dat je aanvraag wordt goedgekeurd. Investeer geen tijd en energie in aanvragen bij fondsen die andere doelstellingen hebben.
- De meeste fondsen hebben een aanvraagformulier. Beantwoord de vragen kort, bondig en zo helder mogelijk. Ga bij het invullen in op wat het fonds belangrijk vindt om te weten en niet (alleen) op wat jij belangrijk vindt om te vertellen.
- Zorg dat je aanvraag er netjes en overzichtelijk uitziet. Een goede eerste indruk is de eerste stap naar succes.

c. Rapporteren

De meeste fondsen willen na je actie een rapportage ontvangen. Bij de toekenning van de bijdrage wordt meestal aangegeven waar de rapportage aan moet voldoen en voor welke datum deze opgestuurd moet worden. Lees deze voorwaarden goed door zodat je weet waar je aan toe bent! Sommige fondsen willen alle bonnetjes van gemaakte kosten zien. Zorg dus altijd voor een goede administratie. In het geval dat er geen rapportageverplichting is, is het toch verstandig om een kort verslagje op te sturen. Hiermee versterk je de band met de subsidieverstrekker.

Tips:

- Houd je aan de rapportageverplichtingen. Als je ziet dat er verplichtingen zijn waar je mogelijk niet aan kunt voldoen, neem dan direct contact op met het fonds om te overleggen. Wacht hier niet mee tot na je actie.

- Zet de deadline voor de rapportage in je agenda.
- Indien mogelijk neem je de mooiste foto's van je actie op in je rapportage en voeg medialinks toe.
- Het kan voorkomen dat niet het hele subsidiebedrag is uitgegeven. De meeste fondsen willen het overgebleven geld niet per se terug hebben (maar dat kàn wel!). Als je geld over hebt, kun je je rapportage gebruiken om een voorstel te doen voor hoe je het geld alsnog gaat besteden. Als het fonds akkoord gaat met dit voorstel, dan hoeft je het overgebleven geld niet terug te storten.

d. Particuliere donaties en crowdfunding

Naast subsidies kun je op zoek gaan naar donaties van particulieren om je actie mogelijk te maken. Het voordeel hiervan is dat je niet hoeft te rapporteren en dat je hiermee ook draagvlak voor je actie kunt laten zien. Als je meer geld ophaalt dan de kosten die je hebt gemaakt, kun je de donaties gebruiken voor een volgende actie. Het nadeel is dat donaties vaak vooral binnenkomen tijdens of vlak na de actie. Hierdoor weet je niet altijd of het gaat lukken alle kosten af te dekken.

Tips voor particuliere donaties en crowdfunding:

- Vraag en maak het makkelijk. Veel mensen zijn bereid om te doneren als het ze wordt gevraagd. Vergeet dus niet om te vragen om een donatie. Hoe makkelijker je het maakt, hoe groter de kans dat je donaties binnenkrijgt. Zorg dus voor een online betaallink en (waar mogelijk) een collectebus voor cash donaties.
- Neem een aantal social media posts over donaties op in het communicatieplan van je actie.
- Probeer zo concreet mogelijk te benoemen waar de donaties aan besteed worden, bv voor het betalen van boetes.
- Voor sommige acties en kosten is een crowdfunding campagne een goed idee. Voor een crowdfunding campagne kun je vaak gebruik maken van een crowdfunding platform. Let op: deze platforms hebben voorwaarden waar je aan moet voldoen en houden vaak een percentage van de geworven donaties in. Voordeel is dat een crowdfunding via een bestaand platform betrouwbaar overkomt. Kijk dus goed of je aan de voorwaarden voldoet en maak een afweging of gebruik van het platform zinvol is.
- Mobiliseer bij een crowdfunding campagne partnerorganisaties en je achterban om de campagne te delen op sociale media.

We willen iedereen heel erg bedanken voor jullie deelname aan de beweging voor een toekomst zonder Shell! We zijn enorm dankbaar voor ieders bijdrage, input en de inspiratie die we krijgen van elkaar.

Let's make Shell history!