



# Tips voor deur-aan-deurbezoeken: De milieubeweging klopt bij u aan

Deur-aan-deurbezoeken - ook wel canvassen genoemd – associeer je wellicht onmiddellijk met politici die tijdens hun camperonde jou trachten te verleiden met hun mooiste glimlach en foldertjes. Of met Getuigen van Jehova die in het weekend het ware geloof aan je voordeur prediken.

Maar wist je dat deur-aan-deurbezoeken ook interessant zijn voor lokale milieuverenigingen? Want door het rechtstreekse contact die je hebt, is canvassen een zeer doeltreffende manier om een plaatselijk probleem in kaart te brengen of om jouw vereniging aan een groter publiek bekend te maken. Kortom, een deur-aan-deurbezoek is ideaal om bijkomende kennis te vergaren of om steun te zoeken voor jouw standpunten. Met deze infofiche willen we dan ook enkele tips geven voor het organiseren van deur-aan-deurbezoeken.

Een samenvatting van de belangrijkste tips vind je achteraan in de tekst.

## 1. Wat is het doel van deur-aan-deurbezoeken?

Je kan met verschillende bedoelingen aankloppen bij de mensen. Bijvoorbeeld voor de verkoop van kalenders of zelfgebakken wafels om de verenigingskas te spijzen. Maar dit is niet het opzet van deze infofiche. Via deur-aan-deurbezoeken willen we **in de eerste plaats informatie verzamelen**: over een lokaal probleem of over het gemeentelijk beleid en wat de mensen hierover vinden. Informatie die we via de beleidsplannen van de gemeente of open milieuraaden niet of onvoldoende detecteren. In **tweede instantie** zijn we ook geïnteresseerd of de **mensen positief staan ten aanzien van onze vereniging**.

Een buurt wordt bijvoorbeeld geplaagd door het vrachtverkeer van en naar het aanpalende bedrijfsterrein. Zo parkeren de vrachtwagens zich soms in de straten van de wijk, belemmeren ze het andere verkeer en beschadigen ze ook het wegdek. Jouw milieuvereniging wil hier tegen ageren. Maar je weet niet hoe? En vooral hoe ernstig is het probleem? Via een enquête of een open vergadering van de milieuraad kan je de problematiek analyseren en samen met het bestuur naar gerichte oplossingen zoeken. Ook een debatavond organiseren is een mogelijkheid.

Praktische organisatietips voor debatavonden lees je op [Bewegingswerk – Infofiches – Activiteiten](#):

Vijf p's voor een geslaagde debatavond: Een goed debat doet wonderen



Maar je kan ook onmiddellijk als vereniging zelf naar de buurt afzakken. Dit biedt het voordeel dat je het probleem rechtstreeks in kaart kan brengen en tegelijkertijd kan peilen of de wijkbewoners positief staan t.a.v. de milieubeweging, jouw vereniging kennen en of ze misschien later lid willen worden. Want je bent niet alleen geïnteresseerd in louter informatie, maar ook in de reactie van de mensen zelf. Was er een positief en prettig contact, kan je de persoon in kwestie registreren voor jouw sympathisantenlijst. Twee vliegen in één klap dus. Jouw canvasronde mag echter geen verkapte ledenwervingsactie worden. Het overtuigen van mensen laten we over aan de Getuigen van Jehova en politici. Maar een canvasronde is wel de ideale gelegenheid om jouw vereniging kenbaar te maken bij de mensen en te tonen dat jouw vereniging met hun problemen bezig is.

## 2. Welke informatie zoeken we?

We zoeken dus in eerste instantie naar informatie over een lokale probleem of het gevoerde gemeentebeleid. Er zijn verschillende methodes om deze informatie te bekomen. Je kan met de mensen een losse babbel voeren en vragen naar de problemen. Dit is zeer tijdsrovend en weinig efficiënt. Je werkt daarom beter met een vragen- of petitie lijst. Zo krijg je op een gestructureerde manier gegevens, die je later ook gemakkelijker kan verwerken voor bijvoorbeeld een persbericht, een advies voor de milieuraad of zelfs een memorandum. Bij een petitie lijst confronteer je de mensen met jouw standpunt en vraag je hen deze te ondertekenen. Bij een vragenlijst laat je voor een stuk het standpunt van de vereniging nog open. Veel tijd voor discussie en vragen is er niet tijdens een deur-aan-deurbezoek. Daarom kan je beter de vragenlijst op voorhand in de straat bussen met de melding dat je deze de volgende week opnieuw komt ophalen. Zo verhoog je de respons van de bevraging en heb je bij het ophalen van de enquête meer tijd voor een persoonlijk contact en vragen.

## 3. Goede voorbereiding is het halve werk...

### 3.1. Waar ga je canvassen?

Als je informatie wil verzamelen over een plaatselijk probleem dan ga je natuurlijk canvassen in de wijk of buurt waar het probleem zich voordoet. Wens je de inwoners van je gemeente te bevragen over het gemeentebeleid, dan voer je best een bevragingsactie op een locatie waar veel mensen passeren. Zoals bijvoorbeeld het gemeentelijk containerpark of bibliotheek, het station, de winkelstraat, enz...

[Meer informatie over straatacties lees je op Bewegingswerk – Infofiches – Acties:](#)

[Vijf p's voor een geslaagde straatactie: De milieubeweging op straat](#)



### 3.2. Wat ga je vertellen?

Een goede voorbereiding is half gewonnen. Als je op verschillende gespreksituaties voorbereid bent, voel je je meer zeker en dan kom je ook geloofwaardiger over. Op de BBL-website vind je een brede waaier aan infoteksten over verschillende milieuthema's.

Info over lokaal milieubeleid en kant-en-klare infofiches, bezwaarschriften of actiehandleidingen vind je op de ledenpagina onder de rubriek Lokaal Milieubeleid – Beleidstools

Wil je gewoon aankloppen bij de buurtbewoners en een losse babbel slaan, dan heb je het gesprek veel minder in handen. Met een vragen- of petitielijst kan je beter het gesprek structureren en sneller de gewenste informatie bekomen. De uitleg bij de petitie- en vragenlijst, en zeker de vragen zelf, mogen niet te lang zijn.

Als je gaat canvassen (met of zonder vragen/petitielijst) breng je altijd hetzelfde basisverhaal voor iedereen. Maar het moet begrijpelijk zijn voor de verschillende mensen die je op je tocht ontmoet: jongeren of ouderen, vrouwen of mannen, werkenden of werklozen, kritische of emotionele kiezers... Je zal dus ook verschillende accenten moeten leggen.

### 3.3. Even oefenen

Oefen je boodschap voor de spiegel, bij vrienden of op een bestuursvergadering. Let op de inhoud, maar ook op de vorm, je toon, je houding. Met enkele rollenspelletjes zit de sfeer er meteen in en oefen je verschillende gespreksituaties. Komt het wat over, waar moet je bijsturen? Je vindt best wel wat vriendelijke critici in je kennissenkring. En de echte praktijk blijft de beste oefenschool. Street credibility moet je uiteindelijk zelf opbouwen.

### 3.4. Maak een plan: Waar, wie, wanneer?

Maak met jouw bestuursleden een **tijdsplanning** voor de bevraging. Hou rekening met eventuele deadlines en reken achteruit wanneer je met de bevraging zeker moet starten. Bijvoorbeeld het dossier van het bedrijfsterrein komt binnen twee maanden op de milieuraad of gecoro. En later volgt nog een beslissing op de gemeenteraad.

**Selecteer de buurten en straten** waar je wil canvassen. Vermijd straten met zeer weinig woonhuizen of veel kantoorgebouwen en winkelstraten. Canvassen is geen passende methodiek om mensen te bereiken die in een appartement wonen. Ter voorbereiding van het deur-aan-deurbezoek contacteer je best ook de (bestuurs)leden die in de wijk wonen. Zij kunnen je meer vertellen over het probleem en de bewoners. Misschien weten ze ook waar mogelijke sympathisanten wonen.



**Zoek vrijwilligers** die met de canvasronde willen meewerken. Maak de vooruitgang in de uitvoering van de canvasplanning zichtbaar op een stratenplan en wissel ervaringen en geregistreerde informatie uit.

**Kies je moment goed.** Bel niet aan tijdens de etensuren. Thuiswerkende vrouwen, werklozen en ouderen kan je in de week overdag bereiken, maar werkenden of studenten vind je makkelijker in het weekend. Je organiseert dus best een canvasronde tijdens het weekend.

### 3.5. Tempo!

We proberen bij 20 huizen per uur aan te bellen. Als we ermee rekening houden met het feit dat een kwart van de mensen niet thuis is, komen we aan 4 tot 6 minuten per gesprek. Kort maar intens. Kom je in tijdsnood, sla dan telkens een huis over. Via mond-aan-mond-berichten na de canvasronde zal iedereen in de straat weten dat jouw vereniging langs geweest is en dat is ook belangrijk.

## 4. Op stap dan maar

### 4.1. Hoe voer je het gesprek?

- leef je in in de persoon bij wie je aanbelt: hoe word jij graag aangesproken door een persoon die bij jou aanbelt?
- start met een 'goede dag', eventueel een handdruk en stel jezelf voor: vertel wie je bent, van welke vereniging je lid bent en waarom je deze bevraging- of petitieactie organiseert.
- breng relax en kort jouw boodschap: let op je houding, kijk je gesprekspartner aan, hou je handen zichtbaar en praat rustig.
- nodig je gesprekspartner uit tot een korte reactie of vraag hem/haar de petitie te ondertekenen. Luister goed en vraag eventueel wat verduidelijking.
- bedank je gesprekspartner voor zijn of haar eerlijke reactie. Heb je iemand voor je die belangstelling toont in de vereniging, dan kan je hem een nieuwsbrief of ander promotiemateriaal van de vereniging geven.
- vraag ook steeds of de persoon op de hoogte wil blijven van de resultaten van deze bevraging. Zo ja, dan noteer je adres en eventueel ook e-mailadres.
- sluit het gesprek beleefd af.
- registreer de eventuele positieve reactie van de gesprekspartner alvorens bij een volgende deur aan te bellen.

### 4.2. Registreren

Daarvoor dient de registratiefiche. Bij het canvassen willen we ook mogelijke nieuwe leden of sympathisanten in kaart brengen. Bij elk canvascontact noteren we dan ook heel kort de reactie: vonden we een mogelijk nieuw lid of sympathisant? En wat zijn de adres- en vooral e-mailgegevens van deze persoon.



Op deze manier bouw je naast een ledenbestand ook een adressenbestand van sympathisanten op. Het is immers essentieel dat je na het eerste positieve contact, verder blijft communiceren met deze mensen. En dat er een soort van communicatiepatroon ontstaat. Zo kan je via brieven, ander drukwerk of een e-zine deze mensen verder uitnodigen voor activiteiten van de vereniging. Of je kan ze informeren over de resultaten van deze en andere bevragingen in de gemeente. Ook praktische vragen kan je stellen, zoals het voeren van promotie voor je activiteiten via een raamaffiche. En tenslotte dient het sympathisantenbestand ook voor latere ledenwervingsacties.

Vergeet niet de registratiegegevens te bezorgen aan de adresverantwoordelijke van je vereniging. Het zou zonde zijn als al deze waardevolle contactgegevens verloren gaan.

[Meer informatie over het belang van verzamelen van adressen lees je op Bewegingswerk – Infofiches – Leden- en vrijwilligersbeleid:](#)

- [De gouden gids: Een goed adressenbestand is geld waard](#)

### **Niemand thuis?**

Blijft de deur dicht, stop dan de vragen- of petitieijst in de brievenbus met de melding dat jouw vereniging langs is geweest om de mening van de buurt te vragen. Noteer de afwezigheid op de registratiefiche en ga zo mogelijk later nog eens terug.

## **4.3. Doen!**

- **Maak jezelf herkenbaar**

Voor degene bij wie je aanbelt is het vertrouwenswekkend meteen te zien waarover het gaat en voor ons is snelle communicatie tijd gespaard. Maak daarom jezelf herkenbaar als lid van een milieuvereniging, eventueel via een sticker of T-shirt.

- **Ga met twee op stap**

Omdat het met zijn tweeën leuker is, natuurlijk. Maar het is ook praktisch. Je kan elkaar helpen om gesprekken af te ronden, je kan beter vragen van mensen noteren, je kan de taken verdelen. Zoals afwisselend het woord voeren en registreren.

- **Neem wat promotiemateriaal mee**

Zorg ervoor dat je naast registratiefiches en een clipboard ook wat promomateriaal of een nieuwsbrief mee hebt.



#### 4.4. Niet doen!

##### **Ga geen discussie aan**

Hou het kort, we hebben weinig tijd, het komt erop aan zoveel mogelijk buurtbewoners te bevragen (en te registreren als sympathisant). Voor overtuigen is het nu het moment niet. Vermijd dus lange en zeker bitsige discussies. Het is belangrijk dat de mensen zich het contact met jouw vereniging herinneren als prettig. Laat je dus ook niet 'binnen luizen'.

##### **Probeer niet openlijk leden te werven**

Canvassen is geen ledenwerving. Voel je dat iemand sympathiseert met de vereniging, vertel dan gewoon dat je hem of haar op de hoogte zal houden van de standpunten en activiteiten van de vereniging. En overhandig wat promomateriaal of ander drukwerk van de vereniging.

#### **Samenvatting:**

- Het communicatieve aspect van deur-aan-deurbezoeken/canvassen is heel belangrijk:
  - met zulke bezoeken bevrage je mensen over de voorstellen van je vereniging en peil je naar hun reacties hierop.
  - op basis van je bevraging wil je potentiële sympathisanten voor je vereniging registreren (wie interesse heeft in je standpunten of vereniging, komt in het sympathisantenbestand).
- Goede voorbereiding is het halve werk
  - maak een canvasplan (zoek de juiste straten, maak een goede tijdsplanning en mobiliseer leden/vrijwilligers die goed zijn in het leggen van persoonlijk contact).
  - klop bij de mensen aan met een goede vragenlijst of enquête.
  - oefen de bevraging eerst in met andere bestuursleden.
- Voer rustig het gesprek met de persoon die opendoet. Enkele tips:
  - stel jezelf en de vereniging voor, breng kort jouw boodschap met hieraan gekoppeld een petitie of enquête.
  - Je vraagt contactgegevens van de mensen die positief reageren of interesse tonen in je standpunten of werking.
- Registreer wie tijdens het gesprek geïnteresseerd was in het sympathisantenbestand.
- Ga nooit een discussie aan.
- Ga altijd met twee op pad.
- Probeer niet openlijk nieuwe leden te werven.
- Doel van canvassen is communicatie, communicatie en nog eens communicatie**