



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

Je vereniging is al lang actief rond een lokaal probleem, maar ze krijgt geen gehoor bij het lokale bestuur. Je zoekt naar een manier om dit probleem aan een groter publiek bekend te maken. En om reacties van rechtstreeks betrokken personen (wijkbewoners, bestuur, experts) te krijgen op de probleemanalyse en oplossingen die je vereniging voorstelt. Een klassiek, maar uiterst effectief middel hiervoor is een debatavond. Zo'n avond plan je niet zomaar. Met een vijfstappenplan willen we je helpen bij de organisatie van een debatavond. De **5 P's** (Product, Prijs, Plaats, Promotie, Personeel), dat zijn de toverwoorden **voor een geslaagde debatavond**. Deze vijf stappen hoef je weliswaar niet chronologisch of volledig te volgen. Alle onderdelen van dit vijfstappenplan kunnen je afzonderlijk inspiratie bieden bij de voorbereiding en uitvoering van de debatavond. En ze kunnen ook toegepast worden bij de organisatie van **infoavonden of andere gespreksformules**. Want een goed debat of gesprek doet soms wonderen.

De belangrijkste tips over het organiseren van debat en infoavonden vind je achteraan de infofiche.

## 1. Product

Bij de start stel je **eerst vijf simpele vraagjes**. Op basis hiervan organiseer je de debatavond.

- WAT?** Rond welk milieuthema/probleem willen we mensen uit onze gemeente uitnodigen op onze debatavond?
- WAAROM?** Met welk doel willen we een debatavond organiseren?
- WIE?** Welke mensen/verenigingen mogen hier niet op ontbreken?
- WANNEER?** Op welk tijdstip kunnen we de debatavond best organiseren?
- HOE?** Ook de vorm van de debatavond is belangrijk. Hoe gaan we onze ideeën overbrengen? Hoe kunnen we hierop reacties losweken bij de mensen uit de zaal? Kortom, hoe maken we er een interactieve discussieavond van.

### **Wat**

Jouw vereniging heeft zijn tanden gezet in een milieudossier. De schepen heeft echter geen oren naar jouw klachten. Maar leeft dit probleem ook bij andere mensen in de gemeente? En heeft jouw vereniging hierover al signalen opgevangen?



### Voorbeeld

Een debatavond rond het nieuwe ruimtelijk structuurplan van jouw gemeente is misschien van essentieel belang voor de toekomst van de gemeente, maar dit zal slechts een beperkte groep van ingewijden aanspreken. Een debatavond over de ruimtelijke ontwikkeling van een wijk of deelgemeente kan een groter publiek interesseren. Komt er al dan niet een plein met wat groen in de buurt, wat gebeurt er met de verkeersafwikkeling, enz... dat zijn vragen waar ook de modale burger mee bezig is.

Milieubeleid is doorgaans een complexe materie. Als je dit vertaalt op niveau van de leefwereld van de mensen, dan zullen ze zich vlugger aangesproken voelen, want het gaat over hun wijk, hun straat, hun onmiddellijke leefomgeving en niet over abstracte plannen. De deelnemers van de avond hoeven dan ook geen expert te zijn om mee te kunnen discussiëren. Niet enkel het onderwerp, maar ook de manier waarop je hierover communiceert maakt een groot verschil. Bij de promotie van de debatavond moet je hier ook aandacht aan besteden (**zie verder bij puntje 4. promotie**).

#### **Waarom**

Andere belangrijke vraag in de beginfase is: Waarom wil jouw vereniging een debatavond organiseren?

- Omdat de vereniging hierin een zekere traditie en bekendheid heeft opgebouwd
- Om informatie en kennis uit te wisselen en verzamelen
- Om de standpunten van de vereniging ruimer bekend te maken en hiervoor een groter draagvlak te creëren
- Om een beleidseis meer kracht bij te zetten
- Om nieuwe bestuursleden en/of vrijwilligers te rekruteren, enz...

Als je met de debatavond een beleidseis onder de aandacht van de lokale of hogere overheid wil brengen, moet je zelf goed de eisen van jouw vereniging in mensentaal kunnen verwoorden. Nog beter is als je de eis op een of andere manier kan kwantificeren. Dit kan je door voor of op de debatavond een bevraging te organiseren over het milieuprobleem in kwestie.

[Meer info over bevragingssacties lees je op Bewegingwerk – Infofiches – Acties:](#)

- [Vijf p's voor een geslaagde straatactie: De milieubeweging op straat](#)
- [Tips voor deur-aan-deurbezoeken: De milieubeweging klopt bij u aan](#)

#### **Wie**

Liggen er mensen wakker van dit probleem in je gemeente? Zijn er mede-, voor-, tegenstanders rond dit dossier? Probeer een zo'n goed mogelijk beeld te vormen over de doelgroep en hoe zij de problematiek beleven. Het is belangrijk om op een participatieve manier de debatavond te organiseren en de ervaringsdeskundigheid van direct betrokkenen aan bod te laten komen. Als



het probleem bij een grote groep mensen te gevoelig ligt en de kans groot is dat de gemoederen oplaaien (bijv. bij onteigeningsplannen) dan pas je best de vorm (formule) van jouw debatavond aan **(zie verder bij puntje hoe)**.

#### □ **Wanneer**

Bij de voorbereiding hou je ook best rekening met het tijdstip van de debatavond. Een debatavond start in de week best om 19u30-20u. In het weekend organiseer je dit best de zondagmiddag. Aanvangsuur is dan bij voorkeur 14u00. De activiteit mag hoogstens twee uur duren. Een doorsnee publiek is immers niet gewoon om voor lange tijd ononderbroken aandachtig te luisteren. En je checkt tenslotte ook best de gemeentelijke website, infokrant en andere kanalen of er geen andere activiteiten zijn gepland.

#### □ **Hoe**

Naast het onderwerp is ook de vorm van de debatavond belangrijk om tot een goede interactie over het probleem te komen. Verschillende elementen spelen hierbij een rol:

**Sprekers:** Milieuproblemen zijn vaak heel complex. Daarom is het belangrijk dat je goede sprekers uitnodigt die op een heldere en bevattelijke manier de problematiek uit de doeken kunnen doen. Hiervoor mag je altijd contact opnemen met de stafmedewerker lokale werking van BBL, [nicolas.de.baere@bblv.be](mailto:nicolas.de.baere@bblv.be). Hij zoekt dan uit of er iemand uit de milieusector of administratie deskundig is in de materie. En het verenigingssteunpunt Tandem heeft een ruime lijst van interessante sprekers rond diverse milieuthema's op hun website: <http://www.tandemweb.be/index.php/63/>

**Presentatievormen:** Niet alleen wat de sprekers zeggen, maar ook hoe ze het zeggen, wie het zegt, wanneer, enz... speelt een belangrijke rol in de informatieoverdracht.



### Enkele tips:

- **beperk de spreektijd van de sprekers:** 10 à 15 minuten is voldoende. Reserveer zeker ruimte voor vragen uit de zaal.
- **beperk het aantal sprekers in het panel:** 3 à 4 sprekers is het maximum. Laat dan ook enkel de belangrijkste protagonisten en standpunten aan bod komen: pro, contra, de veroorzaker en/of mogelijke probleemplosser, een direct betrokkene, ...
- **volgorde van sprekers:** soms is dit belangrijk om de historiek van het probleem op een logische manier te schetsen.
- **audiovisueel materiaal:** vraag aan de sprekers of ze hun voordracht willen stofferen met slides, powerpoint-voorstelling, video, dia's, enz... Het is sowieso interessant om de problematiek visueel voor te stellen want dit doorbreekt het meer inhoudelijke programma en zorgt dat de aandacht van de deelnemers wordt vastgehouden.
- **moderator:** traditioneel is er ook een voorzitter of beter moderator die de avond aan elkaar praat, bijkomende vragen aan de sprekers stelt en de discussie uit de zaal in goede banen leidt. Een professionele moderator (bijv. Tv-journalist) vraagt wel al snel een honorarium van enkele honderden euro's en een verplaatsingsvergoeding. Maar vaak is deze kost geen overbodige luxe om van de debatavond een succes te maken. Als het budget van de vereniging beperkt is, kan ook een lokale journalist of iemand van de vereniging zelf deze taak op zich nemen. Dit lid moet wel ervaring hebben met het leiden van een groep. Als de vereniging of het lid in kwestie een uitgesproken standpunt heeft over de problematiek opteer je toch best voor een externe moderator.
- **inleider:** Vaak is het beter dat iemand van de vereniging de debatavond inleidt en het probleem schetst om dan het modereren over te laten aan een professional.
- **participatieve methodieken:** Participatie uit de zaal is nooit helemaal te voorspellen. Traditioneel is er een vraag- of discussieronde na de bijdrage van de sprekers. Als je de doelgroep van de avond goed kent, kan je de meeste reacties en gevoeligheden wel inschatten. Maar als de mogelijkheid bestaat dat de vragen- of discussieronde ontspoot, kan je ook overwegen om een schriftelijke vraagstelling te organiseren. De deelnemers moeten hierbij hun vragen noteren en in een vragenbus deponeren. Tijdens de pauze kan de moderator of voorzitter de meest relevante vragen schiften en/of groeperen. Op deze manier ben je zeker dat de discussie geordend zal verlopen. De moderator kan ook met stellingen werken, die eventueel al op voorhand aan de sprekers zijn bezorgd.
- **Het verenigingssteunpunt Tandem** heeft de afgelopen jaren veel ervaring opgebouwd met participatieve methodieken. Op <http://www.tandemweb.be/index.php/32/> vind je enkele methodieken en tips, zoals interactieve fiets- en wandeltochten die je met een debatformule kan combineren.

## 2. Prijs

De prijs is de organisatiekost die de vereniging moet maken voor de debatavond. Bij de voorbereiding maak je daarom altijd een ontwerpbegroting op met een gedetailleerd overzicht van uitgaven en inkomstenposten. En je duidt een verantwoordelijke voor de financiën aan. Hij/zij zorgt ervoor dat tegenover de uitgavenzijde genoeg inkomsten staan. De mogelijkheden zijn



legio: sponsoring, subsidies allerhande, verkoop drank tijdens de pauze, ... We raden af om entreegeld te vragen.

UITGAVEN	INKOMSTEN
Aankoop materiaal	Eigen middelen van de vereniging
Huur materiaal	Subsidies van de overheid
Transportkosten	Inkomsten van drank en catering
Verzendingskosten	Inkomsten uit verkoop van gadgets
Drukwerk en lay-out	Sponsoring in natura of financieel
Decoratie	Giften
Drank en catering	
Website	
Muziek en animatie	
Informatiestand	
Verzekering en veiligheid	
Huur lokaal	
Personeelskosten	
Overheadkosten (kopies, telefoon, verwarming, ...)	

Aangezien je met de debatavond een groot publiek wil bereiken, kan het voor de lokale middenstand interessant zijn om dit initiatief mee te sponsoren. In ruil voor reclame voor de lokale handelaar genereer je nieuwe inkomsten voor de vereniging. Dit kan in natura of financieel zijn.

#### **Voorbeeld:**

De buurtbakker biedt gratis enkele pralines aan voor bij de koffie. Of de plaatselijke elektrozaak geeft een korting op de verhuur van een LCD-projector. In ruil voor deze sponsoring mag de bakker zijn nieuwe gebakjes aanprijzen tijdens de pauze, of plaats je het logo van de elektrozaak op de website en/of uitnodiging voor de debatavond. Andere formules zijn in onderling overleg mogelijk.

Wanneer je de gemeente ook voor een financiële bijdrage wil aanspreken, doe je dit best zo vroeg mogelijk bij de voorbereiding. De sponsoringbudgetten liggen vaak reeds lang vast en zijn niet zo snel vrij te geven. Als de gemeente sponsort, zal ze wellicht ook haar zegje willen hebben over de invulling van de avond. Ook het Verenigingensteunpunt Tandem voorziet subsidies tot 500 euro als je de debatavond samen met de milieuraad en/of het gemeentebestuur organiseert. Alle praktische informatie lees je op hun website, <http://www.tandemweb.be/index.php/33/>.

### 3. Plaats

Het kiezen van een goede locatie is afhankelijk van een combinatie van factoren: bereikbaarheid, inkleding en infrastructuur van de zaal. Het is sowieso aan te raden om eerst een persoonlijk



bezoek aan de locatie te brengen en om je te vergewissen van de voor- en nadelen.

#### Enkele tips:

- goede ligging en bereikbaarheid met openbaar vervoer (auto en parkeermogelijkheden)
- de locatie is illustratief voor de problematiek
- wegbewijzing van op de straat naar de zaal
- de capaciteit van de zaal
- zaalindeling (theatersetting, vierkant, ...) die interactie met sprekers bevordert
- drank en naamkaartjes voor de sprekers
- promostand aan de ingang. Mensen kunnen er hun contactgegevens achterlaten of meer informatie krijgen, zoals een voorstellingsfolder van de vereniging of een infomap.
- catering of drankvoorziening (zorg voor biologische hapjes en drankjes of fair trade producten). Hiervoor contacteer je best de lokale VELT-afdeling of Wereldwinkel.
- aanwezigheid van audiovisuele infrastructuur (micro/loopmicro, laptop en beamer, overheadprojector, verlengkabels,...). Is deze niet aanwezig dan kan je dit ook meestal huren bij de gemeente of provinciale diensten. Je reserveert deze toestellen best ruimschoots op voorhand.

- West-Vlaanderen: <http://www.west-vlaanderen.be/cultuur&vrijetijd/uitleendienst/>

- Antwerpen: [http://www.provant.be/leren/vormingscentra/provinciaal\\_vormings/uitleendienst/](http://www.provant.be/leren/vormingscentra/provinciaal_vormings/uitleendienst/)

- Vlaams-Brabant:

<http://www.vlaamsbrabant.be/uitleendienst/uitleendienstHome.jsp?page=4177>

- Oost-Vlaanderen:

[http://www.oost-vlaanderen.be/public/cultuur\\_vrijetijd/uitleendiensten/index.cfm](http://www.oost-vlaanderen.be/public/cultuur_vrijetijd/uitleendiensten/index.cfm)

- Limburg: <http://www.limburg.be/pul/>

## 4. Promotie

Er zijn verschillende mogelijkheden om de debatavond aan te kondigen. Inhoud en vorm spelen een belangrijke rol in het overbrengen van jouw promotieboodschap naar de beoogde doelgroep. En ook of je met andere verenigingen samenwerkt voor de organisatie van de debatavond. Zij kunnen immers via hun kanalen een ander doelpubliek aanspreken.

Sowieso zet je best een mix aan communicatiemiddelen in (folder, affiche, website, persbericht, etc...). Want het is beter om drie keer met verschillende media promotie te voeren, dan bijvoorbeeld één dure massafolder in elke brievenbus te posten. Andere promotiemiddelen zijn veel goedkoper. En door het herhalingseffect blijft de boodschap beter en langer hangen.



## Communicatiemix:

### **Uitnodigingsfolder of pamflet**

Je moet sowieso de volgende zaken vermelden:

- datum en dag van de week
- locatie
- sprekers
- programma
- duur
- catering
- bedoeling van de avond
- inschrijf- of antwoordstrook (indien nodig)
- verantwoordelijke uitgever en een contactgegevens van de vereniging (contactpersoon, telefoon, e-mail, website, etc...)
- “Niet op de openbare weg gooien aub”

Je kan de folder of pamflet zelf bussen in de wijk of in de hele gemeente. Dit laatste is heel tijdrovend en niet altijd even lonend. Als jouw vereniging niet over een busploeg beschikt, kan je de folders via de post laten verdelen. Er bestaan verschillende formules. Voor meer info: <http://www.post.be/site/nl/index.html>.

Een andere mogelijkheid is natuurlijk de folders uitdelen op plaatsen waar veel mensen komen (station tijdens ochtend- of avondspits, parking van een grootwarenhuis, containerpark, enz...) of op locaties die illustrerend zijn voor de milieuproblematiek waarover je een debatavond wil organiseren (bijv. plein die de vereniging verkeersvrij wil zien). Of misschien mag je de folders achterlaten bij bevriende winkeliers. En ook de gemeente kan via allerlei infostands in het gemeentehuis, bibliotheek, cultureel centrum de folder aan een ruimer publiek bekend maken.

### **Raamaffiches**

Op een affiche kan je niet zoveel informatie kwijt als op een uitnodigingsfolder. De belangrijkste zaken moeten in een oogopslag te lezen zijn. Ook hier kan je de affiche bij leden en bevriende winkeliers verspreiden. Als jouw gemeente plakzuilen heeft, kan je de affiches op het openbare domein uithangen. Informeer steeds eerst bij de gemeente over het uitplakreglement.

### **Leden- of sympathisantenblad** (ook van regionale milieuverenigingen uit de buurt)

Je moet natuurlijk je eigen leden op de hoogte brengen van de debatavond. Hou bij de voorbereiding van de debatavond dan ook rekening met de datum van uitgave van de eigen nieuwsbrief. Als je samenwerkt met andere organisaties moeten ook zij een aankondiging plaatsen in hun eigen nieuwsbrief. En waarom ook niet aan andere milieuverenigingen uit de gemeente of regio vragen om de aankondiging van de debatavond in hun nieuwsbrief of ledentijdschrift op te nemen. Je mag de uitnodiging ook altijd doorsturen naar de stafmedewerker lokale werking van BBL, [nicolas.de.baere@bblv.be](mailto:nicolas.de.baere@bblv.be).



Meer informatie over het schrijven van wervende tijdschriften lees je op [Bewegingswerk – Infofiches – Communicatie](#):

- [Facelift voor de nieuwsbrief: Tips om de aandacht van de lezer te krijgen](#)

- **Elektronische uitnodiging via e-zine en website**

E-zines zijn een snel, makkelijk en goedkoop communicatiemiddel. Ze worden rechtstreeks aan de ontvanger bezorgd en ze zijn het ideale bindmiddel tussen de andere communicatiemiddelen die je inzet. Zo kan je bijvoorbeeld met een kort bericht in je e-zine de lezer prikkelen en naar de website van de vereniging leiden. Daar kan de lezer het volledige programma van de info/debatavond raadplegen en zich eventueel (indien nodig) online inschrijven.

- **Lokale media**

Met een persbericht kan je snel en goedkoop veel mensen op de hoogte brengen van je activiteit. Nadeel is dat je geen zekerheid hebt over de vermelding in de krant. Het persbericht moet een belangrijke nieuwswaarde hebben.

Meer informatie over een goede perswerking lees je op [Bewegingswerk – Infofiches – Communicatie](#):

- [Basisprincipes voor een goede perswerking: hoe bouw je een relatie op met de pers?](#)
- [Tips voor professionele persberichten: 15 ingrediënten voor een goede perstekst](#)

Een andere mogelijkheid is het plaatsen van een aankondiging in een lokaal advertentieblad. Dat kost gemakkelijk enkele tientallen euro's, maar je bent wel zeker van de plaatsing. Een laatste optie is een aankondiging in de gemeentelijke infokrant. Gaat je info/debatavond in tegen het gemeentebestuur dan zal je weinig kans hebben op een publicatie.

- **Gerichte uitnodiging:** Gaat het over een lokale problematiek, dan nodig je best nog eens persoonlijk (telefonisch, brief of mail) de belangrijkste politieke sleutelfiguren uit: de plaatselijke Vlaamse volksvertegenwoordiger, de schepenen, raadsleden, enz...
- **Extra's:** Voor extra promotietips en –suggesties verwijzen we door naar het Kom uit uw kot promoboek op <http://www.middenveld.org/kuuk/downloads/Promotieboek.pdf>

## 5. Personeel

### Samenwerking

Bij de aanvangfase moet je altijd de vraag stellen of jouw vereniging de activiteit zelf wil/kan organiseren of dat zij samenwerking wil zoeken met andere verenigingen en/of de gemeente. Het ondersteuningsaanbod van het verenigingssteunpunt Tandem is gericht op samenwerking tussen gemeente, milieu en andere verenigingen. Meer info op <http://www.tandemweb.be>.



## Samenwerking heeft enkele voordelen, maar ook nadelen.

### □ **Voordelen:**

- expertise en vrijwilligers voor de organisatie van debatavond
- nieuwe vereniging en doelgroep leren kennen
- ruimere promotiemogelijkheden
- financiële risicospreiding
- verhogen van het draagvlak voor eigen standpunten
- enz...

### □ **Nadelen:**

- de eigen vereniging moet waken over zijn profilering en identiteit binnen deze samenwerking
- de moeilijkheid om tot een consensus over inhoud van debatavond te komen
- enz...

## Draaiboek voor medewerkers

Of je de debatavond alleen of samen met een andere vereniging organiseert, de voorbereiding en de werkzaamheden moeten goed opgevolgd worden. Het middel bij uitstek hiervoor is een draaiboek. In dit draaiboek maak je een tijdsplanning op met alle afspraken en taken en wie hiervoor verantwoordelijk is. Dit draaiboek is bestemd voor alle medewerkers die bij de organisatie betrokken zijn. Daarom is het ook handig om bij het draaiboek een lijst met telefoonnummers en e-mailadressen op te nemen. Daarnaast is het ook altijd handig om een materiaallijst op te maken.

Dus, een draaiboek in word of Excel met **vijf kolommen** is een must met daarin

- **Datum:** tijdstip van handeling
- **Waar:** plaats van handeling
- **Wie:** verantwoordelijk persoon
- **Wat:** de handeling zelf
- **Waarom:** verduidelijking of ruimte voor eigen notities

Met bijgevoegd een materiaallijst en wie hier voor verantwoordelijk is en een contactlijst met alle medewerkers.

Spreek op de debatavond vroeg genoeg af met de medewerkers en overloop nog eens het draaiboek.



## Sprekers en moderator

Aparte categorie bij de medewerkers zijn natuurlijk de sprekers en moderator. Soms zijn dat mensen van de eigen vereniging, maar vaak zijn dat ook mensen van buiten de vereniging. Het is daarom belangrijk dat je met de sprekers het doel, inhoud en vorm van de debatavond goed doorpraat. In een sprekersovereenkomst leg je de afspraken vast rond presentatievorm, honorarium, vervoerskosten en wanneer ze hun bijdrage moeten aanleveren en bij welke persoon. Hetzelfde doe je met de moderator. Je bezorgt hem ruimschoots op tijd de inhoudelijke bijdragen en de contactgegevens van de spreker. De moderator spreekt dan doorgaans verder af met de sprekers. Het is ook altijd aangeraden om met de sprekers en moderator een uurtje voor aanvang van de debatavond samen te komen om nog eens het verloop van de avond te schetsen.

## Nazorg

Je hebt de vijf P's stipt opgevolgd en de debatavond was een succes. Wat gebeurt er na het applaus? Welke nazorg is minstens even belangrijk als de voorbereiding. Je dient dan ook aan de volgende zaken aandacht te besteden.

- Vergeet het duurzame geschenkje voor de sprekers en moderator niet
- Versturen van persbericht met belangrijkste conclusies van de avond
- Financieel eindverslag opmaken
- Opvolgen ledenwerving

Een debatavond is een activiteit waar je als vereniging naar buiten treedt. Het is het ideale moment om je vereniging naar de buitenwereld te profileren en om eventueel nieuwe leden of vrijwilligers te werven. Daarom moet je ook steeds een infostand met wat promotiemateriaal (proefnummer, foto's, vlag, enz...) van de vereniging voorzien. En de 'joviale jan' van de vereniging bemant deze stand en spreekt geïnteresseerde mensen persoonlijk aan.

Op de infostand voorzie je ook een lege adressenlijst. Mensen die verder op de hoogte willen blijven van de activiteiten van de vereniging kunnen hier hun adres achterlaten. Blijf met deze mensen verder communiceren over jouw voorstellen, activiteiten of resultaten van de debatavond. Dit kan in de vorm van een proefnummer van jouw vereniging of andere uitnodigingsfolders. Een heel gemakkelijk en goedkoop communicatiemiddel is de e-zine.

[Meer informatie over het verzamelen van adressen en wervingsacties naar leden/vrijwilligers lees je op Bewegingswerk – Infofiches – Leden- en vrijwilligersbeleid:](#)

- [De gouden gids: Een goed adressenbestand is geld waard](#)
- [Ledenwerving in zeven stappen: groeien in betrokkenheid bij een vereniging](#)



- **Vrijwilligersmap: stappenplan en goede praktijken vrijwilligersbeleid**
  - Evaluatie van het draaiboek
  - Erkende milieuverenigingen vergeten ook niet om voor hun verslaggeving een bundeltje aan te leggen van de info/debatavond met handtekeningenlijst van deelnemers, uitnodiging en verslag van de activiteit.

### **Samenvatting:**

- **4 W's + H:** Wat is een concreet milieuprobleem in onze gemeente? Waarom willen we een debatavond organiseren? Wie willen we uitnodigen? Wanneer ga we dit doen? En hoe gaan we dit op een interactieve manier organiseren?
- Zoek **goede sprekers en moderator**. Het Verenigensteunpunt Tandem heeft goede suggesties.
- Vraag **geen inkomgeld**.
- Zoek eventueel **sponsoring** bij lokale middenstand.
- Kies een **goede locatie** voor het debat afhankelijk van bereikbaarheid en infrastructuur van de zaal.
- Gebruik **fair trade producten voor de catering**.
- Zet een **mix aan promotiemiddelen** in: uitnodigingsfolder of pamflet, raamaffiches, ledentijdschrift, elektronische promotie, lokale media, ...
- Geen dure massafolder in elke brievenbus, maar probeer gericht met een mix van promotiemiddelen reclame te maken.
- Zoek **samenwerking met andere verenigingen** en verruim zo de promotiemogelijkheden.
- **Draaiboek** met overzicht taken en verantwoordelijken van de debatavond mogen niet ontbreken.
- Vergeet de **nazorg** niet: financieel eindverslag, evaluatie, registratie aanwezige deelnemers, enz...