

Klimataktion Verksamhetsplan 2009

Klimataktions verksamhet utgår från föreningens plattform, stadgar och övriga beslut fattade av årsmöte. Verksamhetsplanen är i första hand ett styrdokument för föreningens styrelse, men ger också en allmän vägledning åt det självständiga arbetet i föreningens lokala och övriga nätverk.

År 2009, som är föreningens andra verksamhetsår, kommer till stor del att präglas av en jättelik utmaning: toppmötet i Köpenhamn. Vi har under det första verksamhetsåret 2008 byggt en stomme till folkrörelse för klimatet. Det gäller nu att satsa all vår organisatoriska styrka på att påverka utgången av Köpenhamnsmötet så mycket som möjligt, både i Sverige och genom våra internationella kontakter.

Mobiliseringen inför toppmötet är samtidigt också ett gyllene tillfälle för Klimataktion att bli många gånger större och starkare, och klimatkampen kommer inte heller att nå sitt slut i Köpenhamn. Verksamhetsåret 2009, som löper över på 2010, måste därför innehålla förberedelser för tiden efter Köpenhamn: en fas av upptrappat klimatengagemang, med ett fördjupat och breddat arbete från Klimataktions medlemmar.

1. Organisation

a) *Medlemmar*

Klimataktion ska aktivt värva medlemmar så att organisationen kan växa i aktivitet och inflytande. Värvningen sker framför allt genom de lokala nätverken, men samordnade aktiviteter över hela landet och föreningens synlighet i media och på gator och torg har visat sig vara av stor betydelse för att locka människor till Klimataktion. Alla sådana tillfällen bör utnyttjas maximalt för att värva fler medlemmar under det händelserika år som ligger framför oss. I detta syfte är lättillgängligt informationsmaterial avgörande.

Nya medlemmar ska känna sig välkomna och delaktiga. Alla nya medlemmar ska ges möjlighet att engagera sig i föreningen och egna initiativ uppmuntras och tillvaratas. Alla nya medlemmar ska få ett välkomstbrev med information om hur de kan engagera sig. Föreningens hemsida är ett viktigt led i kommunikationen medlemmar emellan och styrelsen ska informera om sin verksamhet och annat relevant i ett månatligt e-nyhetsbrev.

En målsättning är att Klimataktion har minst 2 000 medlemmar vid nästa årsmöte.

b) *Stödmedlemmar och andra alliansformer*

Den förra verksamhetsplanens målsättning att samla stödorganisationer under Klimataktions paraply har misslyckats, till stor del eftersom föreningen tidigt utvecklades till en rörelse på egna ben, med individuellt medlemskap och lokala nätverk som bas. Alltjämt gäller dock att samarbete med andra organisationer är av yttersta strategiska vikt.

I samband med mobiliseringen inför Köpenhamn kommer Klimataktion att knyta nära kontakter med andra aktörer – så har redan skett – och det gäller att bygga vidare på dem även efter mötets slut. En målsättning är att Klimataktion vid nästa årsmöte har ett väl fungerande samarbete med andra organisationer som kan aktiveras inför kommande utmaningar, såväl nationellt som internationellt.

c) *Lokala nätverk*

Aktiva lokala nätverk är vår förenings styrka. De lokala nätverken bör vara en kraft både i allmänna klimatpolitiska frågor och i lokala kampanjer samt knyta relevanta kontakter på orten och få föreningen att växa.

Individer och föreningar som vill bilda lokala nätverk ska uppmuntras och understödjas av Klimataktion, men styrelsen ska också ta mer systematiska initiativ till bildandet av lokala nätverk på orter där sådana saknas. Fortfarande finns alltför många sovande nätverk och vita fläckar på kartan. En huvuduppgift för den nya styrelsen blir därför att söka upp de inaktiva grupperna och hjälpa till att aktivera dem, samt att initiera nätverk där inga finns. Denna uppgift måste lösas i tätt samarbete med de fungerande nätverk som är geografiskt näraliggande och genom kontakter med individuella medlemmar på platserna. Öppna möten, föredrag och andra aktiviteter har visat sig fungera väl för att få igång lokala nätverk: möjligheten att starta fler är uppenbar.

En lika viktig uppgift är att stödja och bistå de befintliga lokala nätverken. Av helt central betydelse är att förbättra kommunikationen inom vår rörelse, såväl "horisontellt" mellan de lokala nätverken själva som "vertikalt" mellan dem och styrelsen. Detta är avgörande för att ge stadga åt nätverken, stärka handlingskraften och se till att vi arbetar med förenade krafter i en tydlig riktning. En möjlighet är att med viss regelbundenhet hålla regionala helgträffar för aktivister från lokala nätverk, som där kan utbyta erfarenheter, diskutera den löpande verksamheten och planera kommande aktiviteter. Sådana träffar kan äga rum på initiativ av styrelsen, men utföras av nätverken själva i den aktuella regionen.

En målsättning är att Klimataktion har minst 15 aktiva lokala nätverk vid nästa årsmöte.

d) Övriga nätverk

"Temabundna" nätverk har under det gångna året bildas i stort antal – men främst lokalt, inom de allmänna nätverken, ofta som "arbetsgrupper" med en särskild inriktning. Däremot har det visat sig svårare att få igång temanätverk på nationell, landsomfattande basis.

Modellen för nationella temanätverk ser ut som följer, uppdelad i fyra huvudkategorier:

1. Nätverk för personer som är verksamma inom särskilda områden, exempelvis kultur, vetenskap, fackföreningar, näringslivet eller har parlamentariska uppdrag.
2. Nätverk som samlar personer med en viss världsåskådning, exempelvis feminism eller religion.
3. Nätverk som samlar personer som vill arbeta tematiskt med en särskild sakpolitisk fråga med koppling till klimatförändringarna, exempelvis energifrågor, livsmedelsproduktion, trafikfrågor.
4. Nätverk för personer som tillhör en särskild yrkesgrupp, exempelvis psykologer, lärare, sjukvårdspersonal, biologer.

I flera fall finns det verksamhet på de olika fälten, i form av arbetsgrupper inom de lokala nätverken – exempelvis kultur, samhällsplanering, trafikfrågor. Under kommande år bör Klimataktion stärka sådana arbetsgrupper och knyta samman dem med varandra, över landet, där så är önskvärt.

Den verksamhet som redan finns inom mer "nationella" nätverk ska understödjas, förbindas till arbetsgrupper i samma fält och vidareutvecklas. Det finns även anledning för styrelsen att ta direkta initiativ för att få fart på sådana temanätverk som ännu inte kommit igång.

2. Studier

I Klimataktions stadgar står att föreningen "informerar om klimatförändringarna och åtgärder mot dessa genom folkbildning, opinionsbildning, publicistisk verksamhet och påverkansarbete" samt även "bedriver studier och forskning kring klimatförändringarna och rättvisa åtgärder mot dessa". Vi bör anstränga oss ytterligare för att bygga upp en egen kompetens i klimatfrågorna och rikta den ut mot samhället.

De lokala nätverken bör – med styrelsens hjälp, om så behövs – utbilda medlemmar så att de kan fungera som skolpresentatörer, studiecirkelledare och opinionsbildare. Sådan utbildning är av vikt för att öka medlemmarnas kunskap och möjliggöra dess spridning.

Under verksamhetsåret bör en cirkel för lokalt påverkansarbete tas fram, med studier i hur man bäst kan verka för omställning till ett fossilfritt samhälle i den egna kommunen. Det åligger den nya styrelsen att ta fram material, utifrån lyckade lokala erfarenheter och exempel såväl i Sverige som internationellt. Syftet med cirkeln är att de lokala nätverken ska kunna gå direkt från studier till handling på den arena som ligger dem närmast.

Styrelsen har även det yttersta ansvaret för att anordna kurser och sammanställa "fortsättningscirkel" för de medlemmar som vill fördjupa sig i någon av den vittförgrenade klimatfrågans alla aspekter. Ett cirkelämne av särskild betydelse under föreliggande verksamhetsår är de internationella klimatförhandlingarna och de olika modellerna för avtal om utsläppsminskningar. Styrelsen bör snabbt se till att en mall för en cirkel i detta ämne finns tillhanda för de lokala nätverken, som bör kunna integrera den i sitt mobiliseringsarbete inför Köpenhamn.

Ett viktigt redskap för att utbilda medlemmar och informera allmänheten är även föreningens hemsida, se nedan.

3. Utåtriktad verksamhet

a) Manifestationer

Lokala nätverk avgör vilka manifestationer som bör initieras eller stödjas lokalt, om så önskas i samarbete med styrelsen. Under året kommer de största manifestationerna att utföras inom ramen för Köpenhamnskampanjen ”The Final Countdown”, se nedan.

b) Seminarier/föreläsningar/fester

Att anordna offentliga seminarier och debatter är en viktig metod för att informera allmänheten och väcka uppmärksamhet kring klimatfrågorna. Dessa får gärna äga rum under avslappnade och trevliga former. Det är upp till lokala nätverk och övriga nätverk att ta initiativ till sådana, om så önskas i samarbete med styrelsen.

c) Informationsverksamhet

Utöver helt öppna föredrag bör föreningen rikta in sig på att snarast möjligt erbjuda sig att anordna utbildningar och presentationer på exempelvis skolor och arbetsplatser. Ett innovativt sätt att nå nya grupper är ”Klimatpartyn”, som innebär att enskilda bjuder hem vänner till mat och samkväm och gästas av en föreläsare som presenterar fakta och väcker tankar kring klimatförändringarna. Klimatpartyn har visat sig vara en framgångsrik metod och bör vidareutvecklas under 2009.

Den nya styrelsen ska ta fram presentationsmaterial för arbetsplatser, med särskild inriktning på klimatfrågans koppling till sysselsättningskrisen (se nedan). Även skolmaterial är av hög prioritet. En potential som ännu inte utnyttjas är att arbeta fram en introduktion till klimatfrågan i samarbete med de många tecknare som står föreningen nära. Styrelsen bör se till att material av detta slag produceras inom kort, i samarbete med förlag eller andra medieproducenter där så krävs. Det är värdefullt om de lokala nätverken aktivt kan erbjuda skolpresentationer om klimatfrågan till skolor på orten.

Även Klimataktions propagandamaterial behöver förbättras och ges en tydlig grafisk profil. Också filmer och annat multimediamaterial bör produceras, gärna av en grupp intresserade medlemmar. I allmänhet gäller att styrelsen bör lägga ut informationsarbetet på grupper som tillsätts särskilt för ändamålen.

d) Hemsidan

Klimataktions hemsida är vårt fönster utåt. Den bör utvecklas ytterligare till att bli både en arena för aktivitet och debatt medlemmarna emellan och en rik och aktuell informationskälla kring klimatförändringarna, den klimatpolitiska processen och förslag till lösningar. Hemsidesgruppen och redaktionen har det löpande ansvaret för att utveckla hemsidan, men de behöver hjälp av alla aktiva medlemmar och, där så krävs, även av styrelsen.

e) Opinionsbildning

En avgörande del i föreningens kommande arbete är att förhöja vår närvaro i den offentliga debatten – i synnerhet inför den upphettning av klimatdebatten som kan väntas inför och under Köpenhamnsmötet. Det gäller här inte minst att etablera Klimataktions talespersoner som debattörer. Härvidlag måste media bearbetas aktivt, med förslag direkt från oss, pressmeddelanden, utsändning av talespersonerna till konferenser och andra sammanhang där dagordningen för klimatdebatten sätts.

Klimataktion ska under året utveckla och intensifiera sitt arbete med att göra uttalanden och skicka pressmeddelanden i aktuella diskussioner om klimatet. Ingen ska kunna missa vår klimatradikala röst.

f) Övrigt påverkansarbete

Till Klimataktions uppgifter hör också att direkt informera och påverka politiska och andra beslutsfattare. Lobbyister i vanlig mening kan Klimataktion knappast på kort sikt bli eftersom det kräver stora ekonomiska

resurser, vilket föreningen saknar. Men det åligger styrelsen att i möjligaste mån knyta kontakter med makthavare, se till att de inte är omedvetna om klimatförändringarnas allvar och akuta karaktär, samt föreslå lösningar.

4. Kampanjer

I plattformen fastställs föreningens övergripande och långsiktiga målsättningar. På en mer näraliggande och konkret nivå måste dessa målsättningar närmas genom systematiskt arbete, bland annat i form av kampanjer. Till stor del utformas och initieras kampanjer lokalt, och även sådana kan om så önskas ske i samarbete med föreningsstyrelsen. Men även nationella – eller rent av internationella – kampanjer är av största vikt.

Det kommande verksamhetsåret är Köpenhamn 2009 den mest prioriterade kampanjen, men även nu väntas kampanjer för tiden efter Köpenhamn förberedas.

Köpenhamn 2009: The Final Countdown

The Final Countdown, vår kampanj inför klimattoppmötet i Köpenhamn, kommer att vara årets centrala projekt. Kampanjen har två delar, dels övergripande samverkan med andra organisationer och dels vårt eget utåtriktade kampanjarbete (som naturligtvis också kan ske i samarbete med andra). Vi ska under det dryga halvåret som kvarstår till toppmötet förstärka och intensivifiera vårt samarbete med andra klimatorganisationer i Sverige och internationellt. Målsättningen är ett stort och brett svenskt deltagande i Köpenhamn, framför allt på demonstrationen den 12 december. Vårt utåtriktade arbete i Sverige har som mål att sprida kunskap om vikten av vad som händer under toppmötet i Köpenhamn och framför allt ge människor verktyg att påverka och agera. Första lördagen varje månad är det Klimatlördag och då ska det ske aktiviteter på så många håll som möjligt i landet. Den centrala kampanjgruppen ska stödja lokala grupper med material, tips och idéer. Ett viktigt avstamp blir världsmiljödagen den 5 juni. Under hösten är det oerhört viktigt att kampanjhemsidan fungerar och hålls uppdaterad. Kampanjen med blåa lakan för klimatet ska förstärkas under hösten och spridas i våra samarbeten med andra organisationer.

Det är viktigt att arbetet inte avstannar efter toppmötet utan att vi tillsammans med våra samarbetsorganisationer samlar upp och går vidare med ett fortsatt arbete.

Kryssa för klimatet!

Styrelsen ska lansera en propagandakampanj inför Europaparlamentsvalet 2009, där partiernas och kandidaternas klimatpolitik synliggörs och utvärderas för väljarna.

Infrakampanj

Under 2009 ska Klimataktion lansera en kampanj mot den största planerade infrastruktursatsningen i Sverige: Förfart Stockholm. Den bör kombineras med lokala kampanjer mot motorvägsbyggen eller andra klimatdestruktiva infrastruktursatsningar på orten (där sådana finns). I samband med kampanjerna bör Klimataktion ta fram och sprida material som ger vår syn på hur den svenska infrastrukturen, och trafiken i synnerhet, kan ställas om i klimatvänlig riktning. Infrakampanjen sammanfaller därmed med den aktionsinriktade studiecirkeln i lokal omställning.

Grön ny giv

Under rådande ekonomisk och politisk situation är det av högsta prioritet att knyta frågan om klimatet till den om sysselsättningskrisen. Klimataktion bör därför under 2009 och 2010 bedriva en kampanj för en ”grön ny giv”: satsningar på förnyelsebar energi och andra fossilfria lösningar som både ger arbetstillfällen och sänker utsläppen. Ett led i en sådan kampanj är att ge ut en rapport eller annan skrift, eventuellt i samarbete med andra aktörer, för att sprida idén brett.