

LOKALE TAL OM DET GRØNNE OMRÅDE

– KRUDT TIL DIN LOKALE VALGKAMP OG TIPS TIL DIN LOKALE VALGKOMMUNIKATION



I sekretariatet har vi fået lavet en masse **tal** og **data**, som du lokalt kan bruge i valgkampen, der kan være med til at vise sort på hvidt, hvordan tingene står til. Det gælder **drikkevand**, **beskyttet natur**, **kommunens klimaindsats** og **budget til natur og miljø**. Du kan også sagtens lave valgkamp uden tallene – de er blot ment som en hjælp og stærkt grundlag.

I denne lille guide her kommer der først et kort afsnit om de forskellige tal/data på forskellige temaer. Herefter kommer et afsnit med råd til, hvordan du kan bruge tallene i pressen, sociale medier mv.

Tøv ikke, men kom endelig ud over rampen med nogle grønne budskaber i valgkampen. Du behøver ikke være ekspert hverken i natur eller i kommunikation. På en halv time kan du allerede med en kort tekst nå at have lavet et råt udkast til nyhedsbrev, løbeseddel eller opslag til sociale medier. Herfra skal den bare files til – det kan vi hjælpe med.

Kontakt endelig Anders Vogel på anders@dn.dk eller Esben Salmonsens på esben@dn.dk, hvis du har brug for et råd eller til at kigge på noget, du har lavet. Vi er klar til at hjælpe 😊

PRÆSENTATION AF TAL

Det grønne budget – Viser hvor stor en del af kommunens budget den nuværende kommunalbestyrelse har afsat til det grønne område. Ved sammenligning med andre kommuner, kan der siges hvor højt prioriteret det grønne område rent faktisk er.

Rent drikkevand – Viser hvor stor en del af drikkevandsboringerne i kommunen, hvor der er fundet pesticidrester. Disse rester bliver fortyndet, og ender derfor i vandet der kommer ud af hanen. Det er et kæmpe problem som kun bliver større. Dette nøgletal kan derfor bruges til at sætte fokus på behovet for drikkevandsbeskyttelse og oprettelse af grundvandsparker.

Beskyttet natur – Angiver hvor stor en andel af kommunens areal der er beskyttet. Det er et mål for, hvor meget natur der reelt er i kommunen. Kan både bruges til at starte en debat om mere natur i kommunen, men også til at pege på, at beskyttelsen skal håndhæves bedre.

Udestående klimahandling – Er en opgørelse over, hvor mange udledninger der udestår før kommunens reduktionsmål i 2030 er realiseret. Kan derfor bruges til at starte en debat om, der er tilstrækkeligt planlagt til rent faktisk at leve op til egne mål.

SÅDAN KAN DU BRUGE TALLENE I PRESSEN, SOCIALE MEDIER MV.

Der er mange måder at gå til en valgkamp på – mange ideer og aktiviteter er allerede beskrevet på Aktivsiden – [se her](#). I dette fokuserer vi konkret på nogle tips til, hvordan I kan bruge de lokale tal og data.

LÆSERBREVE/DEBATINDLÆG

Du kan bruge tallene i læserbreve på flere måder. Du kan fx tage et opsigtsvækkende tal/data og bruge som omdrejningspunkt for dit læserbrev – fx ”I vores kommune er X procent af vores drikkevandsboringer forurenede” og bygge et budskab om drikkevandsbeskyttelse op omkring tallet. Eller ”Kun x pct. natur er beskyttet i vores kommune!” – måske en sammenligning med nabokommuner?

Men du kan også i al almindelighed bruge tallene som en styrkemarkør i de læserbreve, du alligevel skriver – hvis du altså gør det. Skriver du fx et læserbrev om natur – så husk lige at lade en klokke ringe om at tjekke tallene, inden du sender læserbrevet ind – det kunne være der var et tal, der kunne bruges til at styrke og bakke dit budskab op.

HENVEND DIG TIL PRESSEN

Både den regionale og lokale presse dækker kommunalvalg for fuld skrue og leder altid efter vinkler. Giv endelig et kald til dine lokale journalist-bekendtskaber eller grib blot knoglen og ring til redaktionen og fortæl, at du har nogle spændende lokale tal på det grønne område og stil jer til rådighed for en eventuel historie.

Hvis du i løbet af et opkald kan give en journalist både et budskab, nogle interessante tal, et område ude i naturen der kan vises frem og samtidig stille jer til rådighed til interview – så har journalisten faktisk hele pakken til at lave en historie enten med det samme eller til bunken. Selvom det sjældent giver pote med det samme, er det ALTID det værd at tale med journalister, for de skal altid bruge historier og – meget vigtigt – kilder og kendskab. Så måske, næste gang de overvejer en historie om et naturareal eller drikkevand, så kan det være de ringer til dig.

Helt generelt er det en god ide at give redaktionerne et kald for at fortælle, at I meget gerne giver kommentarer, hvis de i løbet af valgkampen sætter fokus på noget grønt. Det vil de blot være taknemmelige for.

NYHEDSBREVE

DN afdelingernes nyhedsbreve læses af rigtig mange og er derfor en rigtig god kanal at kommunikere på – særligt hvis I vil have et budskab til at brede sig. Det er oplagt at sende et

nyhedsbrev ud, hvor I fortæller de mest centrale data for det grønne område – og opfordrer jeres læsere til at bruge dem i deres egen valgkamp, på sociale medier mv.

Det kunne fx være noget ala ”Vidste du, at kommunen blot bruger XX kr på natur og miljø? Spred budskabet om mere fokus på natur på til valget”.

Et længerevarende kreativt greb kunne være at lave en række tema-nyhedsbreve op til valget. Fx 1 om ugen i en måned før valget. Det første med fokus på natur og nogle tal på området – det næste med drikkevand osv. Alle sammen med et budskab om at huske naturen til valget.

SOCIALE MEDIER 📱

De fleste afdelinger bruger Facebook, og mange er også på Instagram. Begge kan bruges aktivt i valgkampen. Lav endelig en masse opslag i løbet af valgkampen, hvor I fortæller om natur og miljø og hvorfor det er vigtigt, at man husker naturen når man står i stemmeboksen.

I disse opslag kan I bruge tallene som løftestang – præcis ligesom i læserbrevene. Hvis du er frisk på det, kan du også overveje at lave en føljeton – på samme vis som nyhedsbrevet – med forskellige opslag a la ”Vidste du, at xx?” Husk også, hvis I skriver læserbrev som kommer på avisens hjemmeside at linke til det på jeres Facebook.

LØBESEDDER/PLAKAT 📄

De gode gamle tricks virker også stadig. Lav en løbeseddel (A5) hvor du helt kort viser 3 centrale tal på grønne emner og 2 linjer beskrivelse under hver, hvor du fortæller hvorfor det er vigtigt at prioritere.

Du kan også lave den som plakat i A3 og hænge den op på den lokale opslagstavle.

VALGDEBATTER 🎤

Holder I selv en debat eller valgmøde? Så er det oplagt at bruge tallene som oplæg i spørgsmål/runder til politikerne.

ANDRES VALGDEBATTER 🎤

Hvis man godt kan lide de fysiske valgdebatter, men ikke nødvendigvis vil holde sin egen, så kan man sagtens tage til andres og stille spørgsmål til politikerne den vej igennem. Og fra et ressourcemæssigt perspektiv er det faktisk ret genialt – for som bekendt kræver det meget at arrangere sin egen. Brug tallene til at formulere et godt spørgsmål, som du har forberedt hjemmefra.

ANDRE IDÉER? ❓

Man kan som sagt lave grøn valgkamp på mange forskellige måder – har du andre gode ideer? Så skriv dem endelig ind til os eller del dem med andre DN-aktive.

