



Visjon: Inspirere til gode klima- og miljøvalg

Mål: Involvere flest folk og folk flest



Tre innfallsvinkler



- Tilrettelegge for handlingsendring
- Vise mulighetsområdet
- Politisk endring

Hvorfor endring i adferd?



«Folk som rydder plast kaster ikke plast. Folk som rydder plast forlanger at politikere og næringsliv skal stanse plast-forsøplingen. Plastrydderne er turboen som driver fram en bedre plastpolitikk»

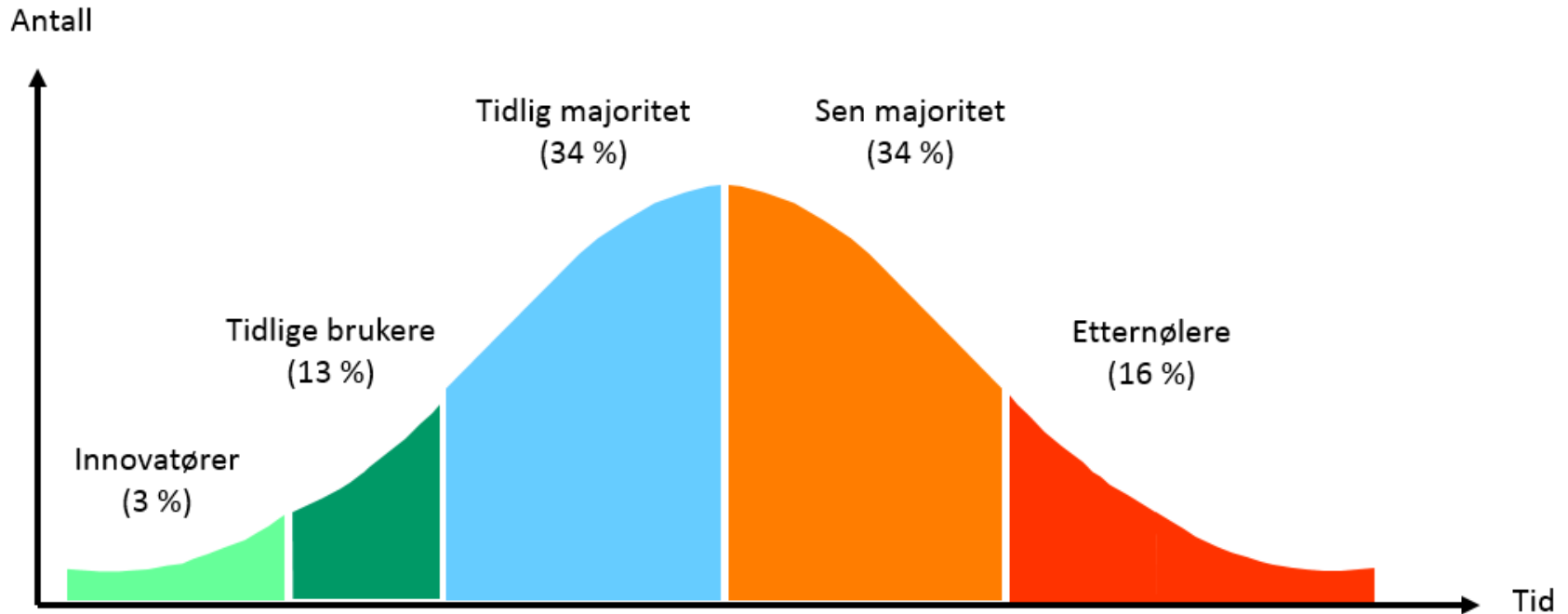
Klima- og miljøarbeidet er for alle

Hvorfor?

Forandring skapes når
5 – 8 % av befolkningen
endrer adferd



Endre tyngdepunktet i befolkningen



Hvordan kommunisere?

S



O



R



GRØNT•SENTER

Velger heller formelen

R



O



S



GRØNT • SENTER

Hvorfor?

Handlingsendring fører til holdningsendring



Erfaring fra Nederland

- Effekt forsterkes når flere kommer sammen
- Starter gode prosesser
- «Energy follows attention»



Suksesskriterier

- Drivkraften er kreativitet – ikke frykt
- Legger vekt på det vi **vil** – ikke hva vi **ikke** vil
- Dele visjoner for en bedre framtid
- Bygge på suksesshistorier og det som fungerer
- Spille på lag – involvere mange



Befolkning som medspiller

- Formidling av fakta er ikke nok
- Invitere inn til dialog om å finne løsninger
- Tenk handlingsendring - holdningene komme etterpå



«Take-away miljøvern»



To – tre selvbetjente ploggingstasjoner gis bort



Clean Sound

«Hemmelige» konserter til handling for havet

Link:

<https://www.facebook.com/oakl.rain/videos/976954856030613/>

