

DRIJARENSTRATEGIE GREENPEACE NEDERLAND 2025-2027 IN HOOFDLIJNEN

- 📌 We werken toe naar een **groene en eerlijke wereld** in een tijd van klimaatcrisis, natuurverlies en toenemende druk op burgerrechten.
- 📌 Onze aanpak rust op **drie pijlers**: strategische rechtszaken, iconische internationale publiciteitscampagnes en een actieve mindset shift.
- 📌 We combineren **onderzoek, lobby, actie, communicatie en bewegingsopbouw** om structurele verandering af te dwingen.
- 📌 Onze **onafhankelijkheid is essentieel**: Greenpeace wordt volledig mogelijk gemaakt door **supporters**. Een deel van deze inkomsten (ongeveer een derde) draagt Greenpeace Nederland af aan het internationale Greenpeace-netwerk, zodat het werk van Greenpeace wereldwijd mogelijk wordt..
- 📌 We bouwen aan een **weerbare, inclusieve organisatie** en werken toe naar concrete doelen voor 2030.

I. VISIE, MISSIE EN KERNWAARDEN

Ultiem doel: een groene en eerlijke wereld.

Visie: een duurzame toekomst is noodzakelijk, beter en haalbaar. Om die te bereiken moeten bestaande machtsstructuren worden doorbroken.

Missie: Greenpeace legt grote milieuproblemen bloot en stimuleert duurzame oplossingen door middel van onderzoek, lobby, demonstraties en vreedzame, inventieve confrontaties.

Kernwaarden

- Lef
- Hoopvol
- Wereldwijd
- Onafhankelijk

II. STRATEGISCHE KERN: DE DRIE PIJLERS

De theory of change van Greenpeace Nederland bestaat uit drie gelijkwaardige en samenhangende pijlers:

1. Strategische rechtszaken

Zorgen voor precedentwerking en langdurige impact, zoals bij de natuurzaak (voor stikstofreductie) en de klimaatzaak (voor Bonaire).

2. Iconische internationale campagnes

Daarnaast blijft Greenpeace werken aan enkele specifiek Nederlandse thema's waar de organisatie verschil kan maken.

3. Mindsets veranderen

Greenpeace werkt actief aan het veranderen van schadelijke mindsets, zoals het idee dat economische groei altijd voorrang moet hebben op natuur en mens. Daartegenover stelt Greenpeace een hoopvolle en op feiten gebaseerde overtuiging. Blijft Greenpeace werken aan enkele specifiek Nederlandse thema's waar de organisatie verschil kan maken.

III. TACTIEKEN EN FOCUS

ONDERZOEK

Vanuit het principe van bearing witness voeren we samen met toonaangevende, onafhankelijke wetenschappers onderzoek uit om milieumissstanden en het falende economische systeem bloot te leggen.

LOBBY

We hanteren een flexibele maar standvastige houding in de Nederlandse politiek, zijn compromisloos in onze eisen, werken samen met brede coalities en bondgenoten en zoeken samenwerking met onze Greenpeace-collega's in Brussel om onze doelen dichterbij te brengen.

BEWEGINGSOPBOUW

We richten ons primair op onze klimaatprogramma's, bouwen biodiversiteitswerk in Nederland af en werken via onze eigen programma's en de bredere klimaatbeweging samen met bondgenoten, vrijwilligers en initiatieven om impact te vergroten.

MEDIA & COMMUNICATIE

We profileren ons als onafhankelijk en betrouwbaar, vergroten onze zichtbaarheid in traditionele en nieuwe media, investeren in innovatieve persvoorlichting en online samenwerking en blijven werken aan de training en kwaliteit van onze woordvoerders.

ACTIESTRATEGIE

We evalueren de impact van vreedzaam actievoeren, analyseren welke actievormen passen bij onze doelen en context en bepalen welke organisatorische middelen daarvoor nodig zijn.

IV. Fondsenwerving en engagement

Greenpeace heeft twee hoofddoelen: het beschermen en behouden van de planeet en het werven van voldoende fondsen om dit werk mogelijk te maken. Engagement ondersteunt beide doelen.

Fondsenwerving

Greenpeace neemt geen geld aan van overheden en bedrijven en is volledig afhankelijk van giften van supporters. De strategie richt zich op:

1. Kwaliteit boven kwantiteit

Duurzame werving, hogere loyaliteit, sturen op rendement en lifetime value.

2. Nieuwe inkomstenstromen

Waaronder nalatenschapen, middle & major donors, capital campaigns (zoals het nieuwe duurzame vlaggenschip) en digitale groei.

3. Waardevermeerdering

Het verhogen van bijdragen van huidige supporters en het laten doorgroeien naar hogere geefsegmenten.

4. Een sterke geefcultuur

Iedereen binnen Greenpeace draagt supporters centraal en benadrukt het belang van financiële onafhankelijkheid.

Engagement

Om impact te vergroten en te blijven groeien zet Greenpeace in op:

1. Zichtbaarheid vergroten

Met data-gedreven keuzes (op basis van geschatte én gemeten resultaten) en inspelen op actualiteit.

2. Supporters centraal

Supporters als hart van Greenpeace, met ruimte voor betekenisvolle betrokkenheid voor iedereen.

3. Heldere, inclusieve communicatie

Waarde-gedreven, toegankelijk voor iedereen en consistent met onze merkwaarden.

4. Geïntegreerde publiciteitscampagnes

Waarin teams vanaf het begin gezamenlijk werken aan campagnes, met aandacht voor zowel milieuwinst als engagement en fondsenwerving.

V. ORGANISATIEONTWIKKELING 2025-2027

Om de strategische ambities te realiseren investeert Greenpeace in:

- herziening van structuur, functiehuis en salarishuis;
- vereenvoudiging van processen, vermindering van bureaucratie en versterking van datagedreven werken;
- een duurzame, inclusieve organisatiecultuur met aandacht voor weerbaarheid, zorgen, stress en angst, een hoopvolle mindset, JEDIS-waarden, helder besluitvormingsproces en gezonde werkdruk;
- duurzame inzetbaarheid, strategische personeelsplanning en ontwikkeling van vaardigheden en leiderschap.

VI. OPERATIONALISERING VAN DE STRATEGIE

De strategie fungeert als Noorderster en wordt uitgewerkt in jaarplannen, programmaplannen en geïntegreerde campagnes. Monitoring vindt plaats via financiële en niet-financiële graadmeters, met tweemaal per jaar evaluaties en een midterm review in 2026. Er is ruimte om bij te sturen wanneer nodig.

De strategie bouwt voort op belangrijke resultaten, waaronder strategische rechtszaken, impactvolle acties tegen grote vervuilers, bijdragen aan internationale successen (zoals het oceanenverdrag en de ontbossingswet), groei in fondsenwerving en loyaliteit, verbeteringen in data en dashboards, en investeringen in diversiteit, inclusie, werkdruk en huisvesting.

VII. DOELEN VOOR 2030

Greenpeace Nederland werkt toe naar zes concrete tussendoelen:

- 65% rechtvaardige CO₂-reductie in Europa
- nul Nederlandse *forest footprint*
- systeemverandering in de landbouw, inclusief halvering van de veestapel;
- bescherming van 30% van de oceanen via het wereldwijde verdrag
- €30 miljoen fondsenwerving per jaar
- hoge zichtbaarheid, hoop en een sterke, betrokken community

VIII. AFSLUITING: DE KRACHT VAN HOOP

De uitdagingen waar we voor staan zijn groot. Klimaatverandering, natuurverlies en ongelijkheid vragen om ingrijpende keuzes en structurele verandering. Tegelijkertijd is vooruitgang mogelijk en reëel. Wereldwijd groeit de beweging voor een groene en eerlijke wereld, en eerdere successen laten zien dat verandering werkt.

Greenpeace blijft zich mobiliseren vanuit actieve, realistische hoop: hoop die is gebaseerd op feiten, solidariteit en gezamenlijk handelen. Die inzet is alleen mogelijk dankzij de miljoenen mensen die ons wereldwijd steunen en onze onafhankelijkheid mogelijk maken.

We hebben geen seconde te verliezen om te doen wat nodig is. Doe je mee?