

Praktische Gids

Enabel   
De Nederlandse  
Ontwikkelingsorganisatie

# Week van de Fair Trade



**EEN DEBAT  
ORGANISEREN**

# EEN DEBAT ORGANISEREN:

## Ideeën in beweging brengen

Een goed debat is een moment van collectieve reflectie, dialoog en openheid. Een debat rond eerlijke handel maakt het mogelijk om bewustwording te creëren, mensen te informeren en soms zelfs tot concrete plannen te komen. Een succesvol debat moet zorgvuldig worden voorbereid. Het is meer dan verschillende sprekers aan het woord laten: er moet ruimte worden gecreëerd voor uitwisseling. Het moet gestructureerd zijn en vooral: levendig.

### 01 BEPAAL EEN SPECIFIEK EN PAKKEND THEMA

Een goed debat begint met een goede vraag. Het onderwerp moet duidelijk en actueel zijn en aangepast aan het beoogde publiek. Als het te breed is, dreigt iedereen de draad kwijt te raken; als het te technisch is, sluit het een deel van het publiek uit.

Kies een specifieke invalshoek die aanspreekt en nieuwsgierigheid opwekt. Bijvoorbeeld:

- Kan eerlijke handel een antwoord bieden op de klimaatcrisis?
- Kunnen multinationals fair zijn?
- Moeten we lokaal of eerlijk consumeren?
- Eerlijke handel en digitale handel: op weg naar echte traceerbaarheid of naar een nieuwe vorm van greenwashing?

Je kan je ideeën steeds aftoetsen in je omgeving of via je sociale netwerken. Een online enquête of een eenvoudige publicatie kan je helpen om het onderwerp te bepalen dat de meeste belangstelling wekt.

# EEN DEBAT ORGANISEREN:

## Ideeën in beweging brengen

### 02 HET DEBAT AANPASSEN AAN JE PUBLIEK



Een debat heeft alleen zin als het zijn publiek aanspreekt. Richt je je tot studenten, professionals of het grote publiek? Dat zal de toon, de vorm en het kennisniveau van je debat bepalen.

Voor specialisten kan je dieper ingaan op economische kwesties, statistieken en overheidsbeleid. Voor een breder publiek kan je vertrekken van enkele concrete voorbeelden: de koffie die we elke ochtend drinken, goedkope kleding die we op te kop tikken, een t-shirt die we online aankopen of de keurmerken op alledaagse producten. Het belangrijkste is dat je het onderwerp toegankelijk maakt, zonder het te veel te vereenvoudigen.

### 03 DE JUISTE LOCATIE (OF HET JUISTE FORMAAT) VINDEN

De locatie bepaalt de sfeer van het evenement.

Een gemeenschapszaal, een coworkingruimte, een verenigingscafé of een bibliotheek kunnen volstaan.

Universiteiten en scholen zijn vaak bereid om een zaal uit te lenen voor een burgerinitiatief.

Als je je publiek wilt vergroten, overweeg dan een hybride format: een publiek ter plaatse en een live-uitzending op internet. Met een smartphone, een microfoon en een goede verbinding is het eenvoudig om het debat uit te zenden op YouTube, Facebook of Instagram. Het is een moderne manier om mensen die niet kunnen komen toch bij het evenement te betrekken.

# EEN DEBAT ORGANISEREN:

## Ideeën in beweging brengen

### 04 NODIG VERSCHILLENDE, COMPLEMENTAIRE SPREKERS UIT

Een kwalitatief hoogstaand debat is afhankelijk van de rijkdom aan sprekers. Door verschillende standpunten naast elkaar te leggen, wordt de discussie levendig en geloofwaardig.

De volgende mix van sprekers kan interessant zijn:

- een vertegenwoordiger van het Trade for Development Centre van Enabel;
- een vertegenwoordiger van een fairtrade-organisatie (Fairtrade Belgium, Oxfam, Ethiquable, Fairtrade Belgium, enz.);
- een onderzoeker, docent of deskundige op het gebied van economie of duurzame ontwikkeling;
- een ondernemer of een betrokken lokale actor;
- een jongere stem of een communicatiespecialist die de uitdagingen koppelt aan moderne consumptie.

Zorg voor diversiteit in de profielen en voor gelijkheid. Als een spreker niet kan komen, stel dan voor om op afstand deel te nemen: videoconferenties zijn tegenwoordig eenvoudig te integreren en worden vaak zeer gewaardeerd.



# EEN DEBAT ORGANISEREN:

## Ideeën in beweging brengen

### 05 HET EVENEMENT BEKENDMAKEN

Zodra het kader is vastgesteld, is het belangrijk mensen te informeren en zichtbaarheid te creëren voor je event.

Maak gebruik van een mix van communicatietools: creëer een evenement op sociale media, creëer een aantrekkelijke afbeelding, neem contact op met de lokale pers of partnerorganisaties.

De boodschap moet eenvoudig en duidelijk zijn: een pakkende titel, een zin die tot nadenken stemt en de belofte van een open discussie.

Enkele voorbeelden:

- Eerlijke handel: van woorden naar daden
- Kunnen we consumeren zonder uitbuiting?
- Een eerlijke prijs, een utopie?

Een goed ontworpen afbeelding en regelmatige communicatie in de dagen voorafgaand aan het debat zijn de sleutel tot een grote opkomst.

### 06 HET DEBAT VAN INHOUD VOORZIEN

(Audio)visuele hulpmiddelen kunnen helpen om de discussie op gang te brengen, te voeden of context te schetsen:

- Een korte reportage, een filmfragment of een videogetuigenis.
- Documentaires zoals Black Gold, We Feed the World of The True Cost

Op de websites van het Trade for Development Centre en Fairtrade International vind je tal van gratis video's en bronnen. Deze hulpmiddelen maken het mogelijk om het abstracte discours te verlaten en de reflectie in de realiteit te verankeren.



# EEN DEBAT ORGANISEREN:

## Ideeën in beweging brengen

### 07

#### MET TACT EN ENERGIE ANIMEREN



De rol van de moderator is cruciaal. Hij/zij moet het onderwerp kennen, het woord eerlijk verdelen, uitspraken herformuleren om misverstanden te voorkomen en een constructieve sfeer handhaven.

Een goede moderator weet duidelijke vragen te stellen, vriendelijk door te vragen en te voorkomen dat het debat uitmondt in een confrontatie. Hij/zij laat iedereen aan het woord, zorgt ervoor dat iedereen met respect wordt behandeld en bewaakt de rode draad.

Om de sessie dynamischer te maken, kan de moderator enkele interactieve elementen inbouwen: een vraag stellen aan het publiek, een online enquête houden of reacties verzamelen via een app zoals Slido of Mentimeter. Dit maakt het debat participatiever en boeiender.

### 08

#### HET DEBAT NA DE AVOND VOORTZETTEN

Een goed debat stopt niet bij de laatste vraag. Verleng het online: deel een samenvatting, videofragmenten, opvallende citaten of een selectie van bronnen om te lezen. Nodig de deelnemers uit om de discussie voort te zetten via je netwerken of een blogartikel.

Door deze digitale verlenging bereik je een groter publiek en zet je een avond vol uitwisselingen om in een collectief denkproces.