

## **Forslag og ideer til strategi og arbeid for BKA fram mot valget i 2021.**

### **Overordnet målsetting:**

BKA må bli mer relevante og synlige i klimadebatten, og vi kan da håpe på større interesse fra media/journalister.

### **Målsetting for BKA fram mot Stortingsvalget 2021 kan være:**

Gjøre stortingsvalget valget til et klimavalg.

- Synliggjøre klimakrisa og spriket/avgrunnen mellom norsk klima-og oljepolitikk og nødvendig global reduksjon av utslipp av klimagasser.
- Ansvarliggjøre politiske parti og representanter i forhold til både nasjonal og global klimapolitikk.
- Kreve at partiene/representantene svarer på om politikken deres oppfyller det verden må gjøre i følge FN for å unngå katastrofal global oppvarming.
- BKA må synliggjøre hvilke konsekvenser manglende klimahandling får for verden og det norske samfunnet og kreve at politiske partier har en plan for å møte dette.

Støtte ungdommenes klimastreiker og Greta Thunbergs aksjoner og innspill.

- BKA støtte kan være praktisk men vår rolle kan også være å bekrefte klimafaglig at ungdommene faktisk har rett.

### **Strategiske spørsmål/vurderinger og mulige valg for BKA.**

1. Hvilke endringer i klima-og miljøpolitikken kan BKA håpe på og oppnå når vi jobber direkte mot demokratiske/parlamentariske prosesser, dvs. mot/med partier, programarbeid, årsmøter osv?
2. Skal vi 'stryke partiene med håret' eller 'si det som det er', f.eks. at olja må ligge og forbruket må ned?
3. Bør vi jobbe mer direkte mot velgere via media o.a.?
4. Hvordan utnytte bedre «pr-effekten» av aksjoner? F.eks. Søksmålet, lovlige/ikke lovlige aksjoner osv?
5. Skal vi velge samarbeidspartnere og samordne våre forslag og tiltak med disse?
  - a. Hvilke partnere, hva med Klimavalgalliansen?
  - b. Samarbeid og evt. arbeidsfordeling f.eks. I forhold til kontakt med kandidater og representanter?
6. Skal vi tilstrebe en arbeidsfordeling innad i BKA?
  - a. Mellom BKA sentralt og lokalavdelingene
  - b. Mellom de enkelte lokalavdelinger.
  - c. Skal vi «adoptere» politikere eller journalister?
  - d. En arbeidsdeling kunne forsterke påvirkningskraften vår i stedet for at 'alle springer etter alt'.
7. Skal vi i større grad inkludere Naturmangfoldkrisa i arbeidet vårt?
  - a. Omfatter mange og høyst aktuelle problemstillinger, delvis overlappende med klimadiskusjonen (regnskog, vindkraft, jordvern, myrvern, artsvern.....)
  - b. Kanskje vi skal overlate dette området til andre? Se pkt. 3.
8. Hvordan kan vi synliggjøre, analysere og forstå motkreftene?

Vi har formidable motkrefter:

- Vekst-ideologien, som er dominant i de største politiske partiene, og som de ikke tør å gå bort fra
- Internasjonale kapitalkrefter. Equinor og Oljefondet som del av disse?
- Oljelobbyen i Norge, i kompaniskap med Ap, LO, Høyre og sNHO.

Velgerne, dvs. forbrukerne.

Stikkord: Økt velstand = Økt forbruk = Økt lykke

- Vi må finne gode argumenter som imøtegår den vanlige argumentasjonen der hensynet til arbeidsplasser og større materiell velstand ser ut til å trumfe alle andre hensyn.

Motkreftene drar i samme retning. Forbrukerne er under massiv påvirkning fra reklame. I Norge brukes det årlig mellom 30 og 40 mrd. kroner på reklame som maner til økt forbruk. I tillegg er vi utsatt for massivt reklamepress fra utenlandske medier med samme virkning. Vi blir kort og godt hjernevasket.

Hvem kan stille opp mot dette? Hvor mye brukes for å 'reklamere for' reduert forbruk?

Kirka burde kanskje være en aktør. De har et narrativ som kan brukes – vern om Guds skaperverk, nestekjærlighet foran egne behov osv. Den norske kirke har et årlig bidrag over statsbudsjettet på under to mrd. kroner, i hovedsak til lønnskostnader. Da sier det seg selv at det blir lite til overs til å 'reklamere' for lavere forbruk.

De store politiske partiene bør gå inn i denne diskusjonen og mane til lavere forbruk, kanskje med Ap i front. Ser vi for oss at det vil skje?