

# De wijken in met de Voor14-campagne

**Cihan Ugural,**  
FNV-campagneleider

Om als vakbond aansluiting te blijven vinden bij een veranderende economie is het belangrijk nieuwe dingen te proberen. FNV-campagneleider Cihan Ugural blikt terug op de Voor14-campagne, waarmee het debat over het minimumloon werd opengebroken en een preciaire en multiculturele arbeidersklasse buiten de werkplek werd georganiseerd.

Voor de Voor14-campagne was ik eerst campagneleider op Schiphol. Hier werken veel verschillende beroepsgroepen, zoals beveiligers, schoonmakers en bagageafhandelaars. Maar iedereen zat op eilandjes. Terwijl op al deze werkplekken een *race to the bottom* gaande was door de almaar voortdurende concurrentiestrijd tussen bedrijven om de arbeidskosten omlaag te drijven.

Het doel van de Voor14-campagne was juist om dit soort plekken te verenigen. Door samen strijd te voeren voor een hoger minimumloon zouden we zorgen voor een bodem voor werkende mensen in sectoren zoals die op Schiphol. Door de koppeling van het minimumloon aan bijvoorbeeld uitkeringen en de AOW, zouden deze ook automatisch meestijgen.

De Voor14 campagne was geen traditionele vakbondscampagne gericht op sectoren en werkplekken, maar richtte zich juist op gemeenschappen en buurten. Het idee hierachter was dat veel mensen die voor een minimumloon werken of uitkeringsgerechtigd zijn, vaak van

werkplek veranderen, maar niet van woonplaats. Als we zo mensen kunnen verenigen, kan dit een voorbeeld zijn voor andere plekken in het land.

## Actief antiracistisch

In eerste instantie hebben we veel onderzoek gedaan. We zijn de huizen langs gegaan in wijken waar veel mensen wonen die werken in banen op of net boven het minimumloon. Hier hebben we veel van geleerd. De vraag of mensen nog rond konden komen, werkte bijvoorbeeld niet. Mensen zijn trots dat ze ondanks alles in staat zijn de eindjes aan elkaar te knopen. Maar de vraag wat ze zouden doen als ze iedere maand 100 euro extra over zouden houden, opende wel deuren.

Tijdens het organiseren merkten we dat met name vrouwen van kleur snel afhaakten. Discriminatie speelden hierin een rol. Sommige deelnemers aan de campagne deelden extreemrechtse berichten op social media. Hier hebben we geen ruimte voor geboden. We benadrukten dat als we ons laten verdelen, we nooit verschillende mensen kunnen verenigen. Dit was succesvol: slechts twee mensen haakten af vanwege dit expliciete standpunt tegen racisme, seksisme en homofobie.

We spraken ons ook actief uit in solidariteit met andere onderdrukte groepen. Toen een bijeenkomst van Kick Out Zwarte Piet in Den Haag werd aangevallen, spraken we als Voor14 onze steun uit. Vanuit de vakbondsleding werden we gedwongen deze steun weer in te trekken. Toch hebben we op deze manier een alternatief laten zien voor een vakbond die hier zelf te weinig visie over heeft.

## Steun creëren

Bij aanvang van de campagne merkten we ook binnen de werkorganisatie van de FNV terughoudendheid om de campagne Voor14 te steunen. Het idee dat een verhoging van het minimumloon ervoor zou zorgen dat bedrijven zouden vertrekken en minder mensen zouden aannemen werd nog breed gedeeld. Maar doordat onze campagne dit neoliberale frame in de maatschappij steeds meer onder druk wisten te zetten, veranderde dit sentiment ook binnen de werkorganisatie.

Om het minimumloon te kunnen verhogen, hadden we een politieke meerderheid nodig. Linkse partijen kregen we snel mee, maar we zagen dat steun vanuit CDA, D66 of de PVV cruciaal was om een beslissende meerderheid te krijgen. Binnen onze achterban was er wel enige steun voor de PVV, maar we hebben ons in de campagne niet op deze partij gericht.

We gebruikten niet voor de hand liggende tactieken. Zo hebben FNV economen bijvoorbeeld geprobeerd met hun onderzoeken invloed uit te oefenen op het CPB. Die zag verhoging van het minimumloon eerder nog als een ondermijning van de werkgelegenheid, maar draaide onder druk van ons onderzoek bij. Voor middenpartijen zijn de CPB-rapporten erg belangrijk.

## Succes

Ons doel was om met de campagne vijfhonderd mensen die afhankelijk zijn van het minimumloon door het land te activeren. Dit aantal hebben we uiteindelijk niet gehaald, maar we hebben wel veel voor elkaar gekregen.

Lokale groepen kregen binnen de campagne veel ruimte om acties op te zetten, zolang ze binnen onze kernwaarden bleven: gelijkwaardigheid, inclusiviteit en geen geweld. Dit zorgde voor veel vrijheid en initiatief. In korte tijd namen 32 steden moties aan waarin ze hun steun uitspraken Voor14. Op een gegeven moment stelde zelfs de landelijke VVD voor om het minimumloon met tien procent te verhogen!

Door de pandemie werden we ook gedwongen te improviseren. We moesten meer online doen. Een explainer filmpje werd meer dan een miljoen keer bekeken en 60.000 mensen tekenden de petitie die daarop volgde. Ook zette we andere actievormen in, zoals krijtacties. Wel merkten we dat het lastiger was om mensen online te activeren dan bij fysieke bijeenkomsten.

Binnen de huidige structuur van de FNV is het bijna onmogelijk geworden om organiserende campagnes te voeren op thema's zoals het minimumloon. Alles is nu gericht op de sectoren. Maar Voor14 zorgde ervoor dat de vakbeweging uit een isolement kwam en we opnieuw aansluiting vonden bij maatschappelijke organisaties en bij meer gemarginaliseerde groepen in de samenleving.



■ De start van de Voor14-campagne in Rotterdam (Foto: Doorbraak.eu).

## Pleidooi voor activerend vakbondswerk op klimaatthema's

**Patrick van Klink en Jesse Oberdorf,**  
FNV Netwerk Klimaat

Een sterke organisatie op de werkvloer is niet alleen de basis voor een betere cao, maar zou ook ingezet kunnen worden om de klimaatcrisis te bestrijden, werkgelegenheid veilig te stellen en de rekening bij de grote vervuilers te leggen.

De strategie van activerend vakbondswerk is gericht op het ontwikkelen van een duurzame, sterke vakbond op de werkvloer. Hierbij draait het om het vinden van medestanders. Om vakbondsmacht op de werkvloer te organiseren rond gemeenschappelijke issues die leden en nog niet leden diep

raken. Die vakbondsmacht is een gevolg van het aantal betrokken, actieve leden op een werkplek.

Die leden werken samen rond onderwerpen die voor hen belangrijk zijn, ondersteund door vakbondsbestuurders. Zo'n vakbond wordt niet gezien als extern, maar is van de leden. Ze streeft naar diversiteit en zorgt ervoor dat alle leden een stem hebben en zich kunnen inzetten.

De vakbondsbestuurder of het kaderlid komt niet alleen in beweging voor de achterban om "het voor hen even te regelen". Activerend vakbondswerk vraagt onze leden zich te realiseren dat ze zelf de bond zijn en zelf aan de slag moeten. In alle aspecten van het vakbondswerk dus niet alleen mobiliseren als de onderhandelingen mislukken. Blijven zoeken naar manieren waarin leden in daden, ervaring en gedachten altijd een actieve rol spelen. Het is meer dan actie voeren of radicaal zijn.

Bij activerend vakbondswerk zijn werknemers uitgangspunt. Ze leren samen hun kracht kennen, hun rol

te nemen. Ze leren dat hun stem gehoord wordt. Het is het begin van zien dat een andere toekomst mogelijk is. Dit is helemaal niet specifiek voor de vakbeweging alleen. In veel klimaatgroepen is het normaal om op deze wijze medestanders te vinden, samen te werken, actie te voeren tegen gevaarlijke klimaatverandering. Mensen krijgen een stem en zetten verandering in gang. Deze maatschappij is door mensen gemaakt en mensen kunnen haar veranderen.



■ Het bos moest wijken voor VDL Nedcar (Lotte Keulearts).