



Verslag Denk- en Doedag Vormingen Milieuverlicht Verbruiken

22 oktober 2007, Hendrik Consciencegebouw (zaal G.042), Brussel

Aanwezigen:

Anneleen Burck (S-plus), Chris Crabbé (Gezinsbond), Peggy Criel (LNE), Gwendoline Daems (Samenlevingsopbouw Brussel), Elke De Laet (Greenpeace), Annelies De Pauw (Liberale Vrouwen), Leonore Declercq (Archeduc), Valentine Delannoy (Samenlevingsopbouw Brussel), Emmeline Depoorter (Vormingplus Oost-Brabant), Ethelka Dexters (KAV), Lucie Evers (Educatieve winkel), Karen Geerts (Markant), Muriël Geldhof (LNE), Anton Gerits (Netwerk Vlaanderen), Eva Gijsegom (VIVA-SVV), Eveline Hepp (VIBE-verslag), Lieve Herremans (KVLV), An Isebaert (Gezinsbond), Danny Jacquemot (Vlaams ABVV), Barbara Janssens (NBV), Anneleen Kenis (Velt), Sarah Lefevere (NBV), Tobias Lenaert (EVA), Rebecca Lesaffer (Liberale Vrouwen), Fiona Mandos (EVA), Wouter Mertens (LNE), Ingrid Pauwels (Ecolife), Philippe Plessers (WWF-verslag), Rob Renaerts (OIVO), Eva Stubbe (Willemsfonds), Christa Truyen (Vormingplus Kempen), Tineke Van Engeland (NBV), Stella Van Hofstraeten (CVN), Anja Van Loock (Vormingplus Antwerpen), Greet Van Overloop (Wereldcentrum), Tine Vanfraechem (Green Belgium), Violette Vansteelandt (Groen!Plus), Sofie Verhoeven (Socius), Nele Waelput (S-plus), Bert Weyts (Groen!Plus)

Programma

9u30 Ontvangst

9u45-10u: Welkom en voorstelling programma

10u-10u30: Voorstelling resultaten behoefte detectie

10u30-12u : Werksessie 1: Naar een betaalbaar milieueducatief aanbod?

12u-13u : Middagpauze met broodjes

13u-15u : Werksessie 2: De juiste methodiek op de juiste plaats

15u-15u15: Pauze

15u15-16u45: Werksessie 3: Campagne Klimaat en Verbruik

16u45: Afsluiting

1. Welkom en voorstelling programma (Tineke Van Engeland - NBV)

Het project Vormingen Milieuverlicht Verbruiken en de doelstellingen en het verloop van de denk- en doedag worden kort ingeleid. Kort samengevat zijn de doelstellingen van deze denk- en doedag: samen met mensen uit sociaal-culturele, milieu- en andere organisaties en de administratie creatief werken en dialogeren rond drie uitdagingen voor milieueducatie.

Voor meer gedetailleerde info: zie presentatie.

Als opwarmer voor de dag worden enkele stellingen geformuleerd, de deelnemers kiezen kant.

2. Voorstelling resultaten behoefte detectie (Sarah Lefevere - NBV)

In het kader van het project Vormingen Milieuverlicht Verbruiken werden enkele sociaal-culturele organisaties bevroegd. De doelstelling van deze behoefte detectie bestond erin te bepalen welke vormingsbehoeften (inhoudelijk, vormelijk, methodisch,...) en -mogelijkheden (op welke schaal, binnen welke budgetten,...) er leven bij de bevroegde organisaties. Dit leverde een rapport op waarmee het vormingsaanbod rond milieu en verbruik beter kan worden afgestemd op de sociaal-culturele sector.

De bevraging gebeurde aan de hand van een uitgebreide mondelinge bevraging bij een beperkt aantal organisaties en een schriftelijke online bevraging ter ondersteuning van de gegevens uit de mondelinge bevraging. Bijkomend deed NBV een beperkte literatuurstudie en voerde NBV een aantal gesprekken in het kader van draagvlakontwikkeling.

Uit de bevraging bleek onder meer dat binnen de sociaal-culturele sector zeker interesse bestaat voor bewust verbruiken, maar dat het een moeilijk thema blijft. Bovendien stelt de sector een aantal voorwaarden voor het opnemen van vormingen en wordt gesteld dat de methodiek cruciaal is, zeker bij het bereiken van nieuwe doelgroepen. Samenwerking met externe partners komt vrij algemeen voor, echter vooral via bestaande contacten. De langetermijnplanning voor het vormingsaanbod wordt bevestigd. De prijs van vormingen blijft een belangrijk criterium maar niet de enige hinderpaal.

Voor meer gedetailleerde info: zie presentatie.

3. Werksessie 1: Naar een betaalbaar milieueducatief aanbod? (begeleiding: Mark Hongenaert - Momentum)

Heel wat sociaal-culturele organisaties willen graag vormingen rond milieu en verbruik opnemen in het aanbod, maar het inzetten van vormingswerkers aan betaalbare prijzen blijkt niet altijd evident. Voor milieuorganisaties is het aan de andere kant belangrijk voor de vormingswerkers een gepaste vergoeding te kunnen voorzien.

In deze discussiesessie gingen alle betrokkenen op zoek naar de knelpunten en mogelijke oplossingen voor betaalbare vormingen rond milieu en verbruik.

Om de betaalbaarheid van het milieueducatieve aanbod op te lossen, zijn er verschillende mogelijke pistes. Subsidiëring via de overheid is één mogelijke piste. NBV had in voorbereiding van deze sessie overleg met de Vlaamse overheid (LNE). Hieruit bleek dat de administratie bereid is te bekijken welke mogelijkheden er zijn voor subsidiëring van milieueducatieve vormingen. Subsidiëring via de overheid wordt momenteel dan ook de meest haalbare piste geacht en werd in deze sessie centraal gesteld.

Aan de hand van 8 stellingen werd afgetast hoe een dergelijke subsidiëringsformule zou kunnen worden ingevuld.

De aanwezigen beoordeelden de stellingen individueel met argumenten pro en contra: ieder koos 2 stellingen waarmee akkoord en 2 stellingen die niet interessant of niet haalbaar lijken, en gaf daarbij een korte argumentatie. Ook andere pistes dan subsidiëring via de overheid konden genoteerd worden.

Daarna werden de verschillende stellingen in groepjes geanalyseerd. Deze analyses werden plenair voorgesteld met ruimte voor reacties uit de zaal. Tot slot konden de deelnemers individueel elke stelling nogmaals op een schaal beoordelen.

Per stelling worden de argumenten pro en contra weergegeven, zoals ze genoteerd werden bij de bespreking in groepjes. Nadien volgen de opmerkingen bij de plenaire bespreking, en de individuele slotbeoordeling van de deelnemers.

➤ Stelling 1: Vormingen kunnen enkel gesubsidieerd worden wanneer er een minimale capaciteit gegarandeerd kan worden van 50 vormingen per jaar.

Argumenten pro (4):

- Noodzakelijk om te vermijden dat afdelingen bepaalde vormingen niet kunnen plannen omwille van te lage capaciteit. Grote organisaties moeten zekerheid hebben voor promotie. Dat de aanbieder een minimum aantal vormingen kan aanbieden biedt hen een garantie. (1)
- Moedigt samenwerking aan tussen aanbieders en aanvragers. (2)
- Duidelijk en bruikbaar criterium. (1)

Argumenten contra (17):

- Het aantal (50 vormingen) maakt het voor kleine organisaties niet haalbaar. (8)
- Te weinig ruimte voor flexibiliteit/kwaliteit/verscheidenheid/experiment. (3)
- Te beperkend. Geen gelijke kansen. (4)
- Kans op 'gemakkelijke' cursus wordt groter. (1)
- Maakt subsidiereglementering onnodig hoogdrempelig en complex. Hoe garanderen, wat indien 49 vormingen? (1)

Opmerkingen:

- Te hoogdrempelig, te complex.
- Werkt beperkend i.p.v. motiverend.
- Aanbieders worden gestimuleerd het vormingsaanbod af te stemmen op de vraag. Zij worden aangezet stil te staan bij wat zal aanslaan.
- Samenwerking tussen aanbieders en afnemers is, los van het subsidieverhaal, zeker nuttig.
- Aanbieders staan in voor de kwaliteit van het aanbod. De capaciteit die de aanbieder kan leveren staat hier los van.
- Waarom voorwaarden koppelen aan de capaciteit? Alle vormingen rond milieu en natuur moeten gepromoot worden. Als milieuorganisatie werken we geen vorming uit zonder daarbij na te denken wat zal aanslaan.

Slotbeoordeling:

- Helemaal niet akkoord: 17
- Eerder niet akkoord: 3
- Eerder akkoord: 1
- Helemaal akkoord: 1

➤ Stelling 2: Vormingen kunnen enkel gesubsidieerd worden wanneer ze gegeven worden door organisaties met natuur- en milieueducatie als neven- of hoofddoelstelling

Argumenten pro (8):

- Experts staan garant voor kwaliteit. (5)
- Akkoord op voorwaarde dat kwaliteit die gegarandeerd wordt, realistisch is. (2)

- Huidige samenwerkingsverbanden beschermen tegen nieuwe spelers. (1)

Argumenten contra (6):

- Zoveel mogelijk organisaties de kans geven (2), mits voorwaarde van kwaliteit. (1)
- Staat niet garant voor inhoudelijke verbreding, te zeer één visie. (1)
- Via niet-NME-organisaties kan een groter publiek bereikt worden. (1)
- Eerder aanbod educatieve medewerkers van sociaal-culturele organisaties subsidiëren. (1)

Opmerkingen:

- Elke organisatie zou in aanmerking moeten komen. De vraag is eerder wie doet wat met welk mandaat.
- Subsidies toekennen aan organisaties die NME niet als hoofddoelstelling hebben zorgt ervoor dat de spelers op markt worden verbreed. Zo zal er voorbijgegaan worden aan de eigenheid van de milieu-organisaties.
- Moet er sectorbeschermend opgetreden worden of type aanbieders meer opengooien? Er zou een vaste afname moeten zijn.
- Doelstelling is nieuwe doelgroepen te bereiken.

Analyse:

- Helemaal niet akkoord: 8
- Eerder niet akkoord: 5
- Eerder akkoord: 4
- Helemaal akkoord: 6

➤ Stelling 3: Ook organisaties die niet erkend zijn als sociaal-culturele organisatie volgens het decreet op het sociaal-cultureel volwassenenwerk kunnen gesubsidieerde vormen aanvragen.

Argumenten pro (8):

- Doelstelling milieueducatie is zoveel mogelijk mensen te bereiken. Niet de organisatie maar de voordracht is belangrijk. (6)
- Iedere organisatie moet de kans krijgen. (1)
- Hierdoor krijg je een bredere invalshoek. (1)

Argumenten contra (1):

- Is tegen specialisatie NME-werking. (1)

Opmerkingen:

- Tegenargument is niet duidelijk.
- Ondoordachte programmatie, overconsumptie vormen wordt verhinderd doordat eigen inbreng van organisaties noodzakelijk is (financieel, administratief,...)
- Indien subsidiëring uitgebreid wordt naar niet-sociaal-culturele organisaties zijn bijkomende criteria nodig. Welke?

Analyse:

- Helemaal niet akkoord: 0
- Eerder niet akkoord: 0
- Eerder akkoord: 3
- Helemaal akkoord: 19

➤ Stelling 4: Niet de nationale secretariaten maar de afdelingen zelf kunnen de gesubsidieerde vormen aanvragen.

Argumenten pro (6):

- Akkoord (4), op voorwaarde van (administratieve) eenvoud. (1)
- Autonomie van plaatselijke groepen is belangrijk. (1)

Argumenten contra (5):

- Op niveau van administratie, communicatie te hoog gegrepen, te ingewikkeld voor plaatselijke afdelingen. (2)
- Aanvragen vanuit nationale secretariaten is een belangrijk element in de sturing. Eenvormigheid van afdelingen is belangrijk. (2)
- Vorming educatieve medewerkers valt uit de boot. (1)

Opmerkingen:

- Als laagdrempelig wordt aangeboden, zullen lokale afdelingen wel degelijk afnemer worden.
- Alle niveaus moeten kunnen afnemen. Bepaalde afdelingen druppelen altijd na, dus waarom enkel nationaal afnemen?
- Voordelig voor verenigingen die autonomie stimuleren. Voorstander voor controle op nationaal secretariaat en afdelingen die afnemen.
- Wie aanvragen doet kan geen voorwaarde zijn voor subsidiëring. Er is duidelijke meerwaarde te vinden om vast te leggen wie kan afnemen.
- Er zijn twee sporen: enerzijds verenigingen die controle vanuit nationaal willen behouden, anderen die maximale autonomie van de afdelingen willen stimuleren. Vraag is of subsidie daaraan gekoppeld moet zijn?

Analyse:

- Helemaal niet akkoord: 2
- Eerder niet akkoord: 3
- Neutraal: 5
- Eerder akkoord: 12
- Helemaal akkoord: 0

➤ Stelling 5: Enkel vormen die een directe link hebben met natuur en milieu komen in aanmerking voor subsidie.

Argumenten pro (8):

- Dit is een duidelijk kader, duidelijke voorwaarde. (7)
- Hierdoor wordt het aanbod opengetrokken. (1)

Argumenten contra (10):

- Milieu en natuur is maar een onderdeel van andere thema's. (4)
- Ruimer kader is noodzakelijk om de doelgroep aan te spreken, om aan te sluiten bij de leefwereld van de doelgroep. Minder duidelijke link verlaagt de drempel. (6)

Opmerkingen:

- Schept duidelijkheid over thema en aanvraag en zorgt ervoor dat het aanbod wordt opengetrokken.
- Moet voor bepaalde organisaties vanuit bredere invalshoek, tegelijk is de invalshoek duurzame ontwikkeling niet altijd duidelijk.
- Duurzame ontwikkeling vanuit inhoudelijk beginsel te interpreteren. Er moet altijd een individueel voordeel zijn wil een vorming aantrekkelijk zijn. Er moet vertrokken worden vanuit de doelgroep.

- Er moet duidelijk een minimum aan milieu en natuur aan bod komen. Natuur en milieu moet doelstelling zijn.

Analyse:

- Helemaal niet akkoord: 6
- Eerder niet akkoord: 5
- Neutraal: 2
- Eerder akkoord: 9
- Helemaal akkoord: 0

➤ Stelling 6: Per vorming wordt een vast bedrag aan subsidie gegeven ongeacht de kostprijs van de vorming.

Argumenten pro (6):

- Eenvoudig, duidelijk, fair. (5)
- Maakt moeilijkere thema's meer toegankelijk. (1)

Argumenten contra (6):

- Gevaar voor verkwisting. (1)
- Maakt duurdere vormen niet aantrekkelijker. (2)
- Beter vast percentage subsidie, eventueel met een maximum plafond. (3)

Opmerkingen:

- Overheidssubsidies + gedeeltelijke vermarkting. Geen voorstander voor vast bedrag.
- Alternatief subsidiesysteem is een subsidie te voorzien voor de ontwikkeling van een vormingspakket en een subsidie voor de lesgever.
- Subsidie van vormen die gesubsidieerd worden.

Analyse:

- Helemaal niet akkoord: 6
- Eerder niet akkoord: 5
- Eerder akkoord: 9
- Helemaal akkoord: 2

➤ Stelling 7: Het aantal gesubsidieerde vormen per organisatie hangt af van het totaal aantal vormen dat een organisatie programmeert. Slechts voor een bepaald percentage van het totaal aantal vormen is een tegemoetkoming mogelijk.

Argumenten pro (0)

Argumenten contra (11):

- Te complex. (3)
- Onvoldoende als tegemoetkoming. (2)
- Subsidie moet gekoppeld zijn aan het thema, niet aan het aantal vormen. (2)
- Dit belemmert een goede thematische spreiding. (1)
- Nadelig voor kleine organisaties. (2)
- Organisaties die werken als facilitator worden hierdoor afgestraft. Zij geven misschien minder vorming, maar hun impact is des te groter. (1)

Opmerkingen:

- Praktisch verloop is niet eenvoudig, administratief zwaar.
- Suggestie om de eerste x vormen te subsidiëren.
- Geeft dit gelijke kansen per organisatie?

- Te weinig: maar een percentage
- Hoe vang je de intermediaire werking op (inzetten eigen lesgevers), dit zou gelijk benaderd moeten worden.

Analyse:

- Helemaal niet akkoord: 14
- Eerder niet akkoord: 5
- Eerder akkoord: 1
- Helemaal akkoord: 1

➤ Stelling 8: Een financiële tussenkomst bij de programmatie van vormingen is het meest interessante spoor om het probleem van de betaalbaarheid van NME-vormingen op te lossen.

Argumenten pro (10):

- Financiële tegemoetkoming werkt drempelverlagend. (7)
- Meest realistisch (tijdsinvestering, mogelijkheden, type organisatie). (2)
- Akkoord, op voorwaarde van administratieve eenvoud. (1)

Argumenten contra (0)

Opmerkingen:

- Basisidee is goed, want financiering is nodig.
- Liever vormingen subsidiëren dan deelnemers. Dit is de enige manier om op voorhand en met zekerheid de prijs te drukken. Het is duidelijk en democratisch.
- Voorwaarde is een beperkte administratie.

Analyse:

- Helemaal niet akkoord: 1
- Eerder niet akkoord: 2
- Eerder akkoord: 9
- Helemaal akkoord: 8

➤ Andere suggesties dan subsidiëring via overheid:

- Subsidie voor de vorming van eigen lesgevers
- Subsidie voor ontwikkeling lespakketten
- Doe-het-zelf-pakket voor vormingen verspreiden via een piramide-opzet (eventuele beloning in natura, maar geen financiële tussenkomst).
- Geen subsidie zonder motivatie, visie
- Vormingplus Kempen geeft al financiële ondersteuning aan NME-vormingen.
- Subsidiesysteem analoog aan systeem Stichting Lezen.

4. Werksessie 2: De juiste methodiek op de juiste plaats (begeleiding Ingrid Pauwels - Ecolife)

In deze werksessie gingen sociaal-culturele en milieuorganisaties samen op zoek naar de meest geschikte methodieken voor vormingen milieu en verbruik in het sociaal-cultureel werk.

Situering

Werkvormen zijn in feite de puzzelstukken waarmee je een les in elkaar steekt. Door te variëren in werkvormen hou je je activiteit boeiend en zorg je ervoor dat deelnemers met verschillende leerstijlen aanbod komen. Welke werkvorm je kiest, wordt in eerste instantie ingegeven door het doel van je vorming. Daarnaast moet je ze afstemmen op de inhoud, de doelgroep en de situatie. Bepalend voor de werkvorm zijn ten slotte ook de eigen voorkeuren en vaardigheden.

Een overzicht van verschillende werkvormen:

Bij een **monoloog** wordt de inhoud verteld door een expert en de groep toehoorders blijft passief. In een **dialogoog** stel je vragen die tot doel hebben om de mensen goed te laten waarnemen, zelf verder te denken en conclusies te trekken, ... De deelnemers worden ook uitgenodigd vragen te stellen en dingen aan elkaar te vertellen.

Bij een **groeps gesprek** probeer je een gedachtewisseling tot stand te brengen in de groep. Meer nog dan bij een dialoog wordt de inbreng van de deelnemers gevraagd. Een groeps gesprek geeft de mogelijkheid om een onderwerp of een probleem van diverse kanten te kunnen zien.

Het begrip **spel** is ruim. Er kan even een spelelement ingebouwd worden in een les: een stellingenspel, iets raden of iets naspelen bijvoorbeeld, of de hele les kan uit een groot spel bestaan, bijvoorbeeld een quiz.

Belevingsmomenten zijn een bijzondere vorm van opdrachten. Met beleving wordt hier het volgende bedoeld: het laten inwerken van de omgeving op de deelnemers zelf, zonder te veel bemiddeling van anderen.

Werkvormen zijn geëvolueerd...

1. ...van enkel vorming van de eigen achterban naar verbreding van de doelgroep
2. ...van éénrichtingsverkeer naar interactieve werkvormen.
3. ... van een lesgever als expert naar een lesgever die mee zoekt.
4. ... van overbrengen van inhoud naar bewustwording.
5. ... van passief luisterende toehoorders naar actieve inbreng.
6. ... van het eigen gelijk van de lesgever naar het delen van ervaringen.
7. ... van droge stof naar integreren van spelelementen.

De verschillende stappen om een lespakket op te stellen:

1. Doel

Als je lesgeeft, dan doe je dat nooit zomaar. Je wil een bepaald doel bereiken. Een handige tip is om in één zin, het mag een lange samengestelde zin zijn, je algemeen doel te formuleren. Zorg bij het begin van je les dat dit doel ook duidelijk is voor je cursisten. Een goed geformuleerd lesdoel voldoet aan de SMART-principes (Specifiek, Meetbaar, Acceptabel, Realistisch, Tijdsgebonden). Men kan onderscheid maken tussen verschillende soorten lesdoelen:

- Kennisdoelen willen bereiken dat de doelgroep iets weet of kent.
- Houdingsdoelen willen bereiken dat de doelgroep een bepaalde houding of attitude heeft.
- Vaardigheidsdoelen willen bereiken dat de doelgroep iets kan.

2. Doelgroep

Als lesgever werk je altijd met een doelgroep. Hoe meer je je aansluit bij het niveau, de interesses en de visies op mens en milieu van je doelgroep, hoe beter de les zal aanslaan en hoe langer ze zal bijblijven. Hou dus rekening met de leeftijd, de belangstellings sfeer (samenkomst voor de

gezelligheid of om wat te leren?), de voorkennis en de omvang van de groep.

3. Partners

Je kan te rade gaan bij een ervaringsdeskundige om af te toetsen wat aanslaat bij een bepaalde doelgroep. Ook bij de verdere uitwerking van de vorming is samenwerken met partnerorganisaties zeker verrijkend.

4. Middelen

- Hoeveel middelen zijn er beschikbaar?
- Waar kan ik middelen zoeken?

5. Werkvormen

Stel je de volgende vragen om te komen tot een goede werkvorm:

- Doel: Draagt de werkvorm bij tot je doel?
- Doelgroep: Past de werkvorm bij je publiek
- Situatie: denk aan omgeving, tijd, grootte van de groep, sfeer, ...
- Lesgever: zie je de werkvorm zelf zitten?

Opmerking:

- verschil eigen lesgevers en externe lesgevers (inhoud en methodiek)
- meestal wordt er minder in de lesgevers geïnvesteerd dan in het pakket

Keuze van thema's

Na de uitleg over werkvormen kregen de deelnemers de volgende opdracht:

Elke deelnemer kleeft twee stickers onder een thema naar keuze (thema's staan op flappen)

Rood: thema van eerste keuze om rond te werken

Groen: thema van tweede keuze om rond te werken

Bewust verbruiken (2xR)

Water (1xR, 1xG)

Ecologische voetafdruk ((3xR, 6xG)

Voeding (8xR, 4xG)

Energie (10xR, 6xG)

Bouwen ((1xR; 2xG)

Milieu & gezondheid (4xR, 10xG)

Geld besparen (2xG)

Duurzame economie/Geld (1xG)

Ruimtelijke ordening (1xR, 1xG)

Tuinen/Ecologisch vergroenen (1xR)

Uitwerken van een lespakket in groepjes – plenaire bespreking

Daarna werden de deelnemers ingedeeld in 5 groepen van 6 personen. Elk groepje zet de grote lijnen uit van een lespakket rond één thema, één doelgroep en één methodiek.

Thema Bouwen

Titel: Chemische stoffen in en rond het huis

Doel

- de milieu- of gezondheidsimpact van voorwerpen in je woonomgeving kennen
- oplossingen en alternatieven kennen en kunnen toepassen
- het aankoopgedrag van de deelnemers is positief

Doelgroep: vrouwen

- middelbare leeftijd

- weinig voorkennis ivm thema

Partners

- expert: VIBE
- partnerorganisatie: eventueel een andere vrouwenorganisatie

Middelen

- hoeveel: heel veel!

Werkvormen

- in een huis: visueel, concreet (privé, gratis screening) met beperkt aantal deelnemers (12à15)
- geen spel gezien de leeftijd
- powerpoint met 3D-beelden
- bezoek aan Brico, DHZ, Milieuadvieswinkel
- poster met doorsnede van huis
- documentatiemateriaal meegeven (slides, ...)
- nazorg: VIBE

Thema Bewust verbruiken

- Voeding: seizoensgebonden, verspilling verminderen
- Energie: verbruik, premies
- Water
- Toerisme: huishoudproducten, overkreditering

Doel

- bewust kiezen, rekening houdend met prijs & kwaliteit

Doelgroep

- jonge gezinnen (kinderen, bouwen, auto kopen)
 - meestal krap bij kas: prijsbewust
 - bezig met toekomst kinderen
 - supermarkt: tijdsefficiënt

Partners

Gezinsorganisaties, Kind en Gezin, ...

Middelen:/

Werkvormen

- Huisbezoeken (cf. roze doos)
- Brieven aan jonge ouders
- Websites + kasboek op internet
- (NIET) supermarkt + bezoek in groep: te tijdsintensief

Thema Voeding

Lekker koken met duurzame ingrediënten is

- haalbaar
- lekker voor deelnemers
- duurzame ingrediënten (5 principes)

Doel

- duurzame ingrediënten leren kennen

- een positieve houding stimuleren
- kooktechnische vaardigheid bijbrengen

Doelgroep

- alleenstaande 55+
 - moeilijkheden met winkelen
 - beperkt budget
 - alleen: sociale aspect => community (emoargument)
 - tijd en geld
- 10-12 deelnemers
- voorkennis: basiskennis koken

Partners

- ervaringsdeskundige: VELT (duurzame voeding); voedingsdeskundige
- partnerorganisatie: facilitator (verenigingen, Vormingplus, CVO, ...)

Middelen

Middelen nodig voor:

- onderzoek en ontwikkeling
- marketing?
- Overhead facilitator (eigen inbreng)
- Lesgevers & materiaal

Werkvormen

Verschillende sessies à la ecoteam

1. kooksessie: vooral proeven (prettig onthaal, sociale kennismaking)
2. aantal kookactiviteiten
3. naar de winkel voor inkopen, koken
4. uitnodigen kennissen
5. voedselteam, uitwisselen ervaringen

Thema Energie

Doel

- Cursisten kennen voordelen van foto-voltaïsche panelen
- Cursisten kunnen zonnepanelen maken en installeren op het dak

Doelgroep

- Bouwers, renoveerders
- Potentiële / energiebewuste renoveerders met een beperkt budget

Partners

- Expertise van VIBE, Dialoog

Middelen

- Inschrijvingsgeld
- Subsidies
- Materiaal: daar zorgen de deelnemers zelf voor

Werkvormen

- Fietstocht langs 2 of 3 voorbeelden + bezoek aan EHA! of Kamp C, ed. (KENNEN)
- Knutselatelier (KUNNEN) = 2 dagen

Thema Ecologische Voetafdruk

Doel

- Cursisten kennen het concept Ecologische Voetafdruk
- Cursisten kennen 5 engagementen om hun Ecologische Voetafdruk te verkleinen

Doelgroep

- Verenigingen
- Personen met een gemiddelde voorkennis en kritisch t.o.v. het thema

Partners

- Expertise van WWF, Ecolife, ...
- Sociaal-culturele organisaties

Werkvormen

1. een spel toont impact: verrassingseffect, discussie barst los
2. uitleg concept Ecologische Voetafdruk
3. oplossingen komen uit de groep
4. synthese van oplossingen: meer uitleg over hoe je je persoonlijk kan engageren; eventueel met de vereniging een verenigingsengagement afspreken: verklein de voetafdruk van de volgende verenigingsactiviteit

Thema Bouwen

Doel

- Kennismaking met gezonde afwerkingsproducten

Doelgroep

- 25-70 jaar oud
- vrouwen

Partners

- VIBE = kenniscentrum
- Vrouwenbewegingen = partners

Werkvormen

1. Korte theoretische kennismaking
2. Praktische oefeningen in groepjes ruimtes in woning inrichten met gezonde alternatieven voor de gangbare producten aan de hand van productfiches en budgetbeperking

Duur: 2 uur

Meetbaar: evaluatiefiches

Algemene opmerkingen bij de voorstelling van de lespakketten

- Afbakenen doelgroep is heel belangrijk, maar maakt keuze werkvorm gemakkelijker
- Methodiek bepalen kan ook doorheen proces van voorbereiding
- Belang van aanpassen aan doelgroep (duur, visueel materiaal)
- Hoe mensen aantrekken, inhoud verpakken?
- Leeftijd doelgroep zeer bepalend
- Bepalen doelgroep niet eenvoudig
- Advies op maat > privacy deelnemers
- Opbouw lespakket kan ook in andere richting
- Doelgroep goed afgebakend: maar hoe bereik je die? (profiel valt niet altijd samen met leden van een vereniging in zijn geheel)
- Integreren NME in bestaande thema's, maar bewaken van NME-gehalte
- Voor jonge gezinnen: 'vorming' op avond werkt niet (wegens tijdsgebrek)
- Korte tijdsduur kan pluspunt zijn

5. Werksessie 3: Campagne Klimaat en Verbruik (begeleiding: Tineke Van Engeland en Sarah Lefevere - NBV)

Situering

Deze sessie wordt ingeleid met een situering van de campagne:

In het kader van het project Vormingen Milieuverlicht Verbruiken groeide het idee om in 2009 of 2010 met een belangrijke groep sociaal-culturele organisaties gezamenlijk een educatieve campagne te voeren rond het thema 'Klimaat en verbruik'. Zo'n campagne biedt zowel aan organisaties zelf als aan hun leden stimulansen om klimaatvriendelijker te gaan verbruiken in het dagelijkse leven. Betaalbare vormingen rond klimaat en verbruik voor sociaal-culturele organisaties staan daarbij centraal. Het Netwerk Bewust Verbruiken vzw en geïnteresseerde partners zullen de campagne uitwerken als een samenwerking binnen de Klimaatcoalitie.

De werktitel luidt momenteel: *Milieuverlicht Verbruiken HIER*. Doelstellingen zijn vormingen en communicatie rond klimaat. Doelgroep zijn volwassen consumenten.

Voor meer gedetailleerde info: zie presentatie

Algemene opmerkingen/vragen:

- Wat is het verschil tussen de Klimaatcoalitie en Milieuverlicht Verbruiken HIER? De campagne kadert binnen de doelstellingen van de Klimaatcoalitie. Verschilpunten liggen onder meer in de doelgroepen: de doelgroep van de campagne is beperkter dan de doelgroep van de Klimaatcoalitie: volwassenen consumenten en burgers (achterban verenigingen en het brede publiek). Daarnaast zou de campagne gevoerd worden op Vlaams niveau, terwijl de Klimaatcoalitie tweetalig en in België werkt. Focus bij de campagne ligt op vormingen, terwijl de Klimaatcoalitie veel breder werkt.
- Doelstellingen zijn nog vaag en ruim.
- Doelgroepen: mensen moeten tot actie aangezet worden, het mag niet beperkt worden tot 'denken over'. Niet overtuigden moeten overtuigd worden.

Themabepaling

'Als jouw organisatie rond klimaat zal werken de komende jaren, voor welke thema's is er dan interesse?' De aanwezige organisaties konden op flaps met deeltthema's hun interesse aangeven.

Kansarmoede

Ecolife
Educatieve Winkel
Vormingplus Kempen

Duurzame ontwikkeling

EVA
Educatieve Winkel
Vormingplus Antwerpen
WWF
Markant
Ecolife
Wereldcentrum
Vormingplus Kempen

Geld

Educatieve Winkel
Liberale Vrouwen
Markant
Vormingplus Kempen
Netwerk Vlaanderen

Noord-Zuid
Wereldcentrum
Markant
Vormingplus Kempen
Vormingplus Oost-Brabant
EVA

Mensenrechten
Wereldcentrum
Vormingplus Kempen
Netwerk Vlaanderen

Landbouw
Vormingplus Oost-Brabant
OIVO
Markant
Educatieve Winkel
VELT
KVLV

Mobiliteit
Ecolife
Educatieve Winkel
Willemsfonds
Groen! Plus
WWF
KVLV
Archeduc
Markant
Greenpeace
Vormingplus Kempen

Voeding
Groen! Plus
VELT
Ecolife
VIVA-SVV
Liberale Vrouwen
EVA
Markant
Educatieve Winkel
KVLV
OIVO
Vormingplus Kempen
Archeduc

Toerisme
Vormingplus Oost-Brabant
Liberale Vrouwen
Ecolife
KVLV
Markant

Bewust Verbruiken
OIVO
Educatieve Winkel
Archeduc
Groen! Plus
Vormingplus Kempen
EVA
VIVA-SVV

KAV
Markant
Ecolife

Energie

OIVO
Archeduc
Groen! Plus
Willemsfonds
Greenpeace
Educatieve Winkel
VIBE
KVLV
WWF
Ecolife
Vormingplus Kempen
KAV
VIVA-SVV
Markant

Tuin

Markant
Archeduc
Vormingplus Oost-Brabant
Velt

Bossen

Greenpeace
Wereldcentrum
Groen! Plus
Vormingplus Antwerpen
WWF

Water

VIBE
Vormingplus Antwerpen
Markant
KVLV
WWF

Gezondheid

VIVA-SVV
Markant
KAV
Liberale Vrouwen
EVA
VIBE
Archeduc
Educatieve Winkel
Groen! Plus

Brainstorm

In twee parallelle groepen werd met de aanwezige organisaties gebrainstormd rond zo'n gezamenlijke campagne. Na afloop van deze denk-en-doe-dag zal NBV in samenwerking met andere trekkers het campagnevoorstel concreter maken en ook de nodige financiering hiervoor zoeken.

Groep 1

De aanwezige organisaties geven aan hoe zij aansluiting zien van het klimaatthema met eigen thema's en geven aan waar zij eventueel samenwerking zien binnen dit project:

- **Klimaatcoalitie**
Hebben publiekscampagne HIER (zeer ruim: individueel, in groep of via afdelingen) met twee activiteiten:
 - Om de twee maanden wordt een klimaatdaad gesteld (bijvoorbeeld 'Schakel over op groene stroom')
 - Centrale website met overzicht van alle klimaatacties op agenda en aanduiding op kaart.
- **Willemsfonds**
Willen rond milieu werken in West-Vlaamse afdeling. Zijn er gestart met 'kilometers voor Kyoto' (sept '07- sept '08). Willen één lokale activiteit per afdeling (via folder). Werken rond verjonging.
- **EVA**
Vier invalshoeken, waaronder milieu. Zien aansluiting bij de thema's gezondheid en voeding (lezing rond vegetarisme, kooklessen). Zij stellen op regelmatige basis een actie, zoals bijvoorbeeld 'Veggi donderdag' waarbij men mensen aanmoedigt 1x vegetarisch per week te eten. Deze actie kan opgenomen worden als klimaatdaad.
- **Velt**
Zullen een vormingspakket ontwikkelen rond voeding (eventueel inclusief kookcursus) en zien dan ook vooral aansluiting met het thema voeding. Rond het thema tuin zijn zij reeds met een andere campagne gestart met ecologische invalshoek, klimaat accent kan ook interessant zijn.
- **KVLV**
Tussen 2008 en 2010 bestaat mogelijkheid aan te sluiten rond het thema energie. Thema water loopt nu.
- **KAV**
Niets concreets gepland. Mogelijke thema's waarbij kan worden aangesloten zijn energie en gezondheid. Zeker model rond voeding en klimaat. Eventueel samenwerking met Velt.
- **Liberale vrouwen**
Zullen in 2008 rond het thema gezondheid werken, waarbij zij eventueel aansluiting zien op het klimaatthema maar programmatie is reeds rond.
- **Viva-SVV**
Mogelijke aansluiting: klimaat in huishoudens. Zij hebben in 2006 rond water gewerkt (waterkoffer etc.). Viva-afdelingen werken samen met Oxfam waardoor ze feesten eigen accent krijgen (krijgen bonussen, bijvoorbeeld Oxfam-koffie, Oxfam-wijn). Ook reeds kookfiches uitgewerkt. Grote poot binnen de organisatie is het thema gezondheid. Zij proberen milieu in de dagdagelijkse werking te integreren.
- **LNE**
Geven inhoudelijke ondersteuning, verwijzen door en bieden financiële ondersteuning (NME-fonds).
- **VIBE**
Vooral de thema's energie en materialen kunnen aansluiting vinden bij het thema klimaat, maar ook de thema's gezondheid en ruimtegebruik kunnen eventueel aansluiting vinden. Nog niets concreets uitgewerkt, maar wensen wel graag een lespakket uit te werken rond het thema klimaat.
- **Ecolife**
Twee concrete campagnes:
 - Studenten maken lesmodel rond CO2-besparing voor huishoudens (i.s.m. KVLV): bijvoorbeeld nulmeting doen o.b.v. bevraging en zeer concrete tips
 - Kyotocode met twee lokale Vormingplus-afdelingen: concrete tips, draaiboek en cd-rom rond thema's elektriciteit, mobiliteit, warm water

Verder werd in de groep gepeild/gebrainstormd over volgende aspecten van de campagne:

- **Partners**
Suggesties:
 - Mogelijke partners:

- Bedrijven
 - Supermarkten
 - Overheidsbedrijven
 - Ziekenhuizen
 - Grote gebouwen waar veel mensen komen
 - Testaankoop
- Rond het thema gezondheid bestaan momenteel niet zoveel concrete pakketten. Aansluiting bij het klimaat zou interessante piste vormen. Mogelijke samenwerkingsverbanden:
 - Via CM – ACW zijn reeds pogingen ondernomen. Mogelijkheid andere ziekenfondsen?
 - Gezinsbond werkte samen met VIBE rond gezond binnenmilieu.
 - Medisch Milieukundigen (MMK's) als mogelijke partners?
 - Liberale vrouwen werken in 2008 rond gezondheid en milieu
- Doelgroepen
Suggesties:
 - Mogelijke doelgroepen: welvarende mensen, cultureel creatieven, iedereen los van organisaties, elk Vlaams gezin, kansengroepen, allochtonen, voeding-aankoopverantwoordelijke, consumenten van supermarkten (voeding ~ CO2), geïnteresseerden maar nog niet geëngageerden, mensenrechten, Noord-Zuid, buurtomwonenden 'klimaat thuis'...
 - Mogelijk indeling per levensfase. Ofwel werken met segmentering, ofwel met profielen.
- Gemeenschappelijke activiteiten
Suggesties:
 - Samenwerking met nationale secretariaten is wenselijk, met afdelingen is moeilijk.
 - Bepaalde organisaties willen graag eigenheid behouden, willen graag eigen klemtoon leggen.
 - Kleine organisaties graag samenwerking.
 - Niet-intentionele vormingen
 - Specifieke klimaatsdrempel
 - Promoten edupakketten, workshops met Noord-Zuidlink
 - Energiedoos, in de weer met klimaat, website, impactmeters
 - Vormingen gericht naar meetbare actie
 - Vormingen duurzaam beleggen en sparen
 - Laagdrempelige vormingen naar brede publiek en kansengroepen
- Communicatie
Suggesties:
 - Graag eenvoudig communiceren.
 - Samen met Klimaatcoalitie naar buiten stappen.
 - Bij voorkeur aansluiten bij centrale, bestaande website (bijvoorbeeld klimaatcoalitie)
 - Bij voorkeur aansluiten bij HIER-logo: is zeer herkenbaar. Is mits ondersteuning zeer bruikbaar. Zeker omdat niet meteen de link met klimaat wordt gelegd.
 - Persoonlijke ondersteuning, massamediaal met piekmomenten, internetkalender wenselijk.
- Bereik doelgroep
Hoe mensen bereiken? Twee sporen: eigen profilering of aansluiten bij bestaande initiatieven?
Suggesties:
 - Bij voorkeur aansluiten bij HIER
- Duur campagne
Suggesties:
 - Start ten vroegste in september 2008 als het aanbod aansluit bij de werking of het jaarthema van de organisatie.
 - Het zou best over een aantal jaren lopen. Na 1 à 2 jaar wordt er best een moment

ingelast om bij te sturen.

- Happening
Suggesties:
 - Combineren met bestaande happenings, zoniet gevaar van overaanbod (bijvoorbeeld Klimaat van de Smaak, aansluitend bij Week van de Smaak).
- Financieel
Suggesties:
 - Geen extra financiële stimulans nodig voor nationaal secretariaat, wel voor grotere happenings. Subsidies zijn wel welkom om lokale afdelingen te ondersteunen.
 - De meeste sociaal-culturele organisaties willen beroep doen op know-how van milieuverenigingen.
 - Eindafnemer laten betalen, bedrijven als partner.
 - Mogelijke inkomsten: Indaver, subsidies LNE

Groep 2

De aanwezige organisaties geven aan hoe zij aansluiting zien van het klimaatthema met eigen thema's en geven aan waar zij eventueel samenwerking zien binnen dit project:

- OIVO
Plannen campagne naar consumenten in supermarkten
- Groen!Plus
"Tupperware" avonden rond het thema klimaat bij mensen thuis
- Vormingplus Oost-Brabant
Opnemen van pakketten maar specifiek gericht op klimaat en verbruik
- Wereldcentrum
Pakketten met Noord-Zuid-link promoten naar hun doelgroep
- WWF
 - impactmeters voor individuen worden komende maanden ontwikkeld
 - website www.topten.be voor milieuvriendelijke huishoudtoestellen
 - klimaatgetuigen: foto, video & tekstmateriaal over mensen en dieren die de gevolgen reeds voelen
 - educatieve map "In de weer voor het klimaat" voor jongeren
- Netwerk Vlaanderen
 - campagne rond link banken/beleggingsformules & niet-duurzame bedrijven
vormingen over duurzaam beleggen en sparen
- Vormingplus Antwerpen
 - laagdrempelige vorming naar kansengroepen
- Vormingplus Kempen en Archeduc
 - Als vormingsinstelling vormingen rond klimaat inrichten naar het bredere publiek
- Educatieve winkel
 - Bereiken van nieuwe doelgroepen door laagdrempelige methodieken.

In de groep werd gepeild/gebrainstormd over volgende aspecten van de campagne:

- Doelgroepen
 - Algemene opmerking: belangrijk om doelgroep(en) nog veel specifiek af te bakenen.
 - Suggesties:
 - kansarmen
 - ofwel segmentering, ofwel profielen afbakenen
 - voeding- / aankoopverantwoordelijke
 - levensfase
 - geïnteresseerden, maar nog niet geëngageerden
 - mensenrechten, Noord-zuid
 - rijke mensen
 - cultural creatives

- individuen los van organisaties
 - elk Vlaams gezin
 - kansengroepen: allochtonen, mensen die uit de boot vallen
 - waar valt er milieuwinst te halen: niet overtuigden nog overtuigen
- Opmerking: inhoud overbrengen en dan gedragsverandering verwachten, werkt niet; werken rond gedrag en dan inhoud overbrengen!
- Partners
 - Suggesties:
 - bedrijven
 - supermarkten
 - overheidsbedrijven (afnemers)
 - ziekenhuizen
 - consumentenorganisaties en leden NBV
- Gemeenschappelijke activiteiten
 - Suggesties:
 - Happening
 - Aanwezigheid op hoogtepunten van de deelnemende organisaties
 - Coördinatie van de communicatie: b.v. personersteuning, sterk merk zoals "HIER" (sterk merk doordat mensen niet meteen weten dat het met klimaat te maken heeft)
 - Massamediale acties
 - Aanwezigheid op prikmomenten
 - Internetkalender
 - Beleidsluik: zinvol maar vergt veel tijd en moeilijk op centraal niveau (t.o.v. eigenheid van de organisaties)
- Financieel
 - Suggesties:
 - "gratis" bestaat niet: eindafnemer laten betalen
 - bedrijven als partner

Conclusies

Wat zijn de volgende stappen in de uitwerking van een campagne Milieuverlicht Verbruiken HIER?

- NBV verwerkt de input van de denk- en doedag
- er zal een werkgroep en eventueel stuurgroep worden gevormd
 werkgroep: beperkt aantal organisaties die pakketten op maat zullen ontwikkelen
 stuurgroep: bredere vertegenwoordiging van de deelnemende organisaties, zij zijn de afnemers van de ontwikkelde pakketten.
- 2-ledig budget voor ontwikkelen nieuwe pakketten enerzijds en subsidies voor vormingen (b.v. systeem van vormingscheques) anderzijds

6. Afsluiting en bedanking van de dag