



Project Vormingen Milieuverlicht Verbruiken
Behoeftedetectie bij sociaal-culturele organisaties
Rapport



INHOUD

A. Aard van het vormingsaanbod

A.1. Thema's

- A.1.1. Werden er al vormingen rond milieu en verbruik georganiseerd?
- A.1.2. Plaats van het thema (milieu)bewust verbruiken in het totale aanbod
- A.1.3. Thema's die in de smaak vallen bij de doelgroep
- A.1.4. Criteria bij de keuze van thema's
- A.1.5. Behoeftte aan bepaalde thema's
- A.1.6. Evolutie in de thema's

A.2. Werkvormen en methodieken

- A.2.1. Gebruikte werkvormen en methodieken
- A.2.2. Aanbevolen methodieken voor vormingen rond milieu en verbruik

A.3. Betrekken van externe partners

A.4. Geprogrammeerd aanbod of op maat

A.5. Doelgroepen

A.6. Tijdstip, bereik en omvang van het aanbod

- A.6.1. Aantal vormingen
- A.6.2. Bereik van het vormingsaanbod
- A.6.3. Geografische spreiding
- A.6.4. Tijdstip van de vormingen

A.7. Conclusies

B. Samenstelling van het vormingsaanbod

B.1. Jaarthema

- B.1.1. Organisaties die met een jaarthema werken:
- B.1.2. Keuze van het jaarthema
- B.1.3. Vastleggen van het jaarthema
- B.1.4. Gemeenschappelijk jaarthema

B.2. Planning van de programmatie

B.3. Vormingen opzoeken

B.4. Conclusies

C. Communicatie van het vormingsaanbod

C.1. Schriftelijke kanalen

C.2. Elektronische kanalen

C.3. Conclusies

D. Lesgevers

D.1. Profiel lesgevers

D.2. Statuut van de eigen lesgevers

D. 3. Werving en selectie van lesgevers

D.4. Lesgevers binnen de organisatie

D.5. Vergoedingen lesgevers

D.6. Omkadering lesgevers

D.6.1. Didactische ondersteuning

D.6.2. Inhoudelijke training

D.6.3. Evaluatie en opvolging van lesgevers

D.7. Conclusies

E. Betaalbaarheid van het aanbod

E.1. Prijzen voor vormingen

E.2. Is een hoge prijs een drempel om vormingen te programmeren?

E.3. Mogelijke oplossingen

E.4. Andere drempels

E.5. Conclusies

F. Algemene conclusies

G. Literatuurlijst

Vormingen Milieuverlicht Verbruiken

Behoeftedetectie sociaal-culturele sector

Rapport



Situering van het project

Met steun vanuit de Vlaamse Overheid (cel Natuur- en Milieueducatie) werken het Netwerk Bewust Verbruiken vzw, Centrum voor Natuur- en Milieueducatie vzw, Ecolife vzw, Greenpeace vzw, VELT vzw, VIBE vzw, WWF-Vlaanderen vzw het project Vormingen milieubewust verbruiken uit (oktober 2006 - september 2008). Doelstelling van het project is het **vormingsaanbod rond milieubewust verbruiken zowel kwantitatief als kwalitatief te verbeteren.**

Doelstelling van de behoeftedetectie

Een eerste belangrijke stap in het project *Vormingen milieuverlicht verbruiken* is een goed zicht te krijgen op op de verhouding tussen vraag en aanbod van vormingen over (milieu)vriendelijk consumeren. Er werd geopteerd om dit via een behoeftedetectie te onderzoeken.

Doel van deze behoeftedetectie is **bepalen welke vormingsbehoeften (inhoudelijk, vormelijk, methodisch,...) en -mogelijkheden (op welke schaal, binnen welke budgetten,...) er leven bij de bevraagde sociaal-culturele organisaties.** Thema's die aan bod komen zijn onder meer: soort vormingen, samenstelling en planning van het vormingsaanbod, betaalbaarheid van het aanbod, profiel lesgevers,...

De resultaten van deze behoeftedetectie worden in dit rapport gebundeld. Het rapport kan een bron van informatie zijn op basis waarvan het vormingsaanbod rond (milieu)verlicht verbruiken in de toekomst beter afgestemd kan worden op de vragen en behoeften vanuit de sector.

Opzet en methodologie van het onderzoek

De behoeftedetectie is gebaseerd op een **mondelijke bevraging** van een **bepaalde groep sociaal-culturele organisaties**, een **schriftelijke online bevraging van een bredere groep** actoren uit de sociaal-culturele sector, ondersteund door **bepaald literatuuronderzoek (nog aan te vullen)**. Deze informatie zal aangevuld worden met enkele gegevens die uit de gesprekken van het NBV met sociaal-culturele organisaties in het kader van **draagvlakontwikkeling** verkregen werden (gesprekken uit 2005 en 2006). De organisaties die in dit kader bevragd werden zijn: KAV, Gezinsbond (GB), Vlaamse Liberale Vrouwen (VLV), Markant (MK), KWB, Vlaams ABVV, ACW, Test-Aankoop.

De keuze voor gesprekken zorgt voor een **kwalitatief onderzoek**. Er kunnen geen kwantitatieve resultaten worden afgeleid.

Voor de **mondelijke bevraging** werd onderstaande **selectie van actoren uit het sociaal-cultureel veld gecontacteerd**. De selectie werd zo gemaakt dat zoveel mogelijk relevante werksoorten van het sociaal-cultureel werk vertegenwoordigd zijn.

In het vet (zie onder) staan de 7 organisaties waar effectief een uitgebreid interview bij werd afgenomen in de periode maart tot en met juni 2007. Tussen haakjes staan de afkortingen waarmee er verder in dit rapport naar wordt verwezen. Via KR8 werden schriftelijke gegevens

verkregen van VIBEG, De Brug en Tievo. De gegevens van het Vermeylenfonds werden schriftelijk bekomen. Van het Davidsfonds werden geen gegevens verkregen.

Verenigingen

S-plus (SP)

Vakantiegenoegens (VG)

Davidsfonds (DF)

Vermeylenfonds (VF)

Gezinsbond

Verenigingen voor migranten

Associazione Internazionali Federate (AIF)

Volkshogescholen

Vormingplus Oost-Brabant (VPO)

Vormingplus Antwerpen (VPA)

Vormingplus Brugge (VPB)

Vormingsinstellingen voor een bijzondere doelgroep

KR8 (KR8)

Vormingsinstituut voor Begeleiding van personen met een handicap (VIBEG)

De Brug Hasselt (DB)

Tievo (TV)

Van de geselecteerde organisaties werden medewerkers op de nationale secretariaten bevraged. Op die manier worden vooral de **behoeften op niveau van de programmatoren** bepaald. Behoeften van de afdelingen of individuele deelnemers aan vormingen werden gezien het beperkte opzet van deze behoefte detectie niet opgenomen.

De bevraging heeft voor het grootste deel **betrekking op het vormingsaanbod in het algemeen**, aangezien heel wat aspecten niet enkel voor vormingen rond milieu en verbruik gelden. Af en toe werden wel specifieke vragen rond vormingen milieu en verbruik opgenomen.

In de periode september-oktober 2007 werd een **online bevraging** gehouden. De vragenlijst werd als controle van de bevindingen uit de mondelinge bevraging opgesteld. Er kwamen **28 representatieve reacties** van volgende organisaties:

Verenigingen

Gezinsbond, Liberale Vrouwen, Markant, VIVA-SVV, KAV, KWB, KVLV

Verenigingen van migranten

Federatie Wereldvrouwen, AIF

Volkshogescholen

Arch'educ-Vormingplus Halle-Vilvoorde, Vormingplus Brugge, Vormingplus Kempen, Vormingplus Oostende-Westhoek, Vormingplus Gent – Eeklo

Gespecialiseerde vormingsinstellingen

Inverde, Zorg-Saam

Vormingsinstellingen met bijzondere doelgroep

De Rode Antraciet

Bewegingen

GetBasic, Vluchtelingenwerk Vlaanderen, LINC

Cultuurfondsen

Willemsfonds

Andere

Buiten-kans, Cultuurraad Asse, Ecolife

De gegevens werden verwerkt en ter ondersteuning van de resultaten uit de mondelinge bevraging in dit rapport toegevoegd.

Samenvatting gesprekken behoeftedetectie

De samenvatting van de gesprekken is ingedeeld aan de hand van enkele thema's, die ook grotendeels in de vragenlijst van de gesprekken aan bod kwamen.

Eerst wordt de aard van het vormingsaanbod behandeld, nadien de samenstelling van het aanbod, dan de communicatie van het vormingsaanbod, lesgevers en tot slot behandelen we als thema de betaalbaarheid van het aanbod.

A. Aard van het vormingsaanbod

In een eerste luik wordt de aard van het vormingsaanbod behandeld. Volgende onderwerpen komen hierin aan bod: thema's, werkvormen en methodieken, betrekken van externe partners, geprogrammeerd aanbod of op maat, doelgroepen, tijdstip, bereik en omvang van het aanbod,...

A.1. Thema's

Om te bepalen welke plaats vormingen rond milieu en verbruik in het totale aanbod innemen, en welke mogelijkheden er voor de toekomst zijn, werd gepeild naar de thema's die in het vormingsaanbod van sociaal-culturele organisaties aan bod komen. In dit deel komt aan bod of organisaties al vormingen rond milieu en verbruik organiseerden, welke plaats deze vormingen innemen in het totale aanbod, welke thema's succesvol zijn, welke criteria er gelden bij de themakeuze, of er een behoefte is om bepaalde thema's in het vormingsaanbod op te nemen en wat de evolutie van thema's bepaalt.

A.1.1. Werden er al vormingen rond milieu en verbruik georganiseerd?

De **meeste organisaties** die mondeling bevestigd werden, organiseerden **reeds vormingen rond thema's van milieu en verbruik**. Uit de online bevestiging blijkt dat **67.86%** van de organisaties al vormingen rond dit thema opzette. Cultuurfondsen en verenigingen met een bijzondere doelgroep hebben nagenoeg nog geen vormingen rond dit thema opgezet.

Voorbeelden:

- De Gezinsbond organiseerde al regelmatig vormingen rond milieu en verbruik. Duurzaamheidsaspecten worden bijvoorbeeld opgenomen in bestaande vormingen: kooklessen met ecologische voetafdruk, warenvergelijking van melk met aandacht voor milieuaspecten, Daarnaast zijn er ook specifieke vormingen rond milieubewust verbruiken: Fair Trade, energie besparen in het gezin. In 2008 zal er in samenwerking met Groenlicht Vlaanderen rond energiezuinige verlichting worden gewerkt. (GB)
- Wat al aan bod kwam in het kader van bewust verbruiken: (h)eerlijk voedsel, voetafdruk (2003-2004), milieuvriendelijk huishouden. In 1994-95 is er rond overbodige verpakkingen gewerkt in samenwerking met de distributeurs. Het spel bewust consumeren (Huis op het Spel) wordt ook aangeboden. Het thema verbruik kunnen ze nu niet meer intensief opvolgen. (KAV)
- Vlaamse Liberale Vrouwen hebben reeds rond ecologie gewerkt, onder meer een samenwerking met Ecolife rond ecologisch huishouden. Vroeger ook al rond herbruikbare luiers gewerkt. In 2004 was het jaarthema milieuvriendelijk huishouden. (VLV).
- Rond milieuthema's wordt sporadisch gewerkt. Men is wel gevoelig voor het thema, en vinden dat duurzaamheid ter harte moet worden genomen. Bewust verbruiken is een thema dat zijdelings kan opgenomen worden in de andere thema's. (MK)
- Het Davidsfonds is een cultuurvereniging en organiseert zelden of nooit vormingsactiviteiten rond milieu. Geen behoeftes hierrond in het vormingsaanbod. (DF)
- Het Vermeylenfonds organiseerde nog geen vormingen expliciet rond het thema milieu en verbruik. (VF)

Uit de **online bevraging** komen de **thema's** naar voren **waarrond de 28 bevragede organisaties al vormingen organiseerden**.

Thema	Aantal organisaties die al vormingen rond dit thema organiseerde	Percentage
voeding	16	57%
bewust verbruiken / huishouden	15	54%
energie	13	46%
duurzame ontwikkeling	12	43%
water / gezondheid	11	39%
bouwen	10	36%
tuin	9	32%
klimaat	7	25%
verzorging	6	21%
landbouw / mobiliteit	4	14%
bossen / geld / toerisme	3	11%
ruimtegebruik	2	7%

A.1.2. Plaats van het thema (milieu)bewust verbruiken in het totale aanbod

Gezien de verschillende aard van de bevragede organisaties, zijn de **thema's** waarrond vorming gegeven wordt, **zeer uiteenlopend**. Meestal is er wel een afbakening in grote rubrieken. Voor het thema van **(milieu)bewust verbruiken** is er **geen afzonderlijke rubriek**, het kan meestal ook in verschillende rubrieken ondergebracht worden. Voor **intern gebruik** wordt **soms wel** een rubriek 'duurzame ontwikkeling' of 'bewust verbruiken' gehanteerd, maar bij de communicatie naar het publiek wordt het thema zijdelings opgenomen bij de andere thema's.

In de online bevraging werd gepeild naar de **voorkeur van organisaties voor specifieke vormingen rond (milieu)bewust verbruiken dan wel integratie van het thema in vormingen rond andere thema's**. De meerderheid van de bevragede organisaties (36%) spreekt zich hier niet over uit. 25% heeft een voorkeur voor specifieke vormingen, 14% voor integratie in andere thema's.

Voorbeelden:

- Bij de verenigingen met bijzondere doelgroep verschilt de afbakening van thema's afhankelijk van de doelgroep (VIBEG: begeleiders versus gehandicapten).
- Bij relatief jonge verenigingen richt de ondersteuning vanuit het secretariaat zich vaak in hoofdzaak op het ondersteunen van de verenigingen via kadervorming (opleiding voor bestuursvrijwilligers) en minder op andere thema's (AIF).
- Verschil tussen geprogrammeerde/open aanbod: politiek gevoelige thema's (bijvoorbeeld een politiek debat) zitten niet in het open aanbod (VPO).
- Indien het thema van (milieu)bewust verbruiken kan gelieerd worden aan de doelstellingen van het Fonds lijkt het mogelijk vormingen hierrond op te nemen, al staat er momenteel geen soortgelijk operationeel doel in uitwerking. (VF)

Bij verenigingen waar de afdelingen veel vrijheid hebben bij het invullen van hun programma, worden meestal weinig vormingen rond bewust verbruiken georganiseerd. **Voorkeur gaat uit naar activiteiten met een sociaal en recreatief karakter.**

Voorbeelden:

- Thema's die gekoppeld kunnen worden aan recreatieve activiteit.(VG)
- Vooral laagdrempelige ontmoetingsactiviteiten lopen goed. (VF)

A.1.3. Thema's die in de smaak vallen bij de doelgroep

Er valt **geen algemene lijn** te trekken in de antwoorden op de vraag welke thema's in de smaak vallen. De voorkeur voor een thema hangt sterk af van de **doelgroep**, en zeker ook van de **manier waarop het thema wordt aangebracht** (zie verder onder B. Werkvormen en methodieken).

Voorbeelden:

- Afhankelijk van afdeling (vraag) en educatieve medewerkers (persoonlijke voorkeur). Vanuit het nationale secretariaat is het moeilijk hierover uitspraken te doen, maar deze gegevens kunnen wel opgevraagd worden. Op nationaal niveau hebben vormingen rond het gebruik van digitale media (gsm) succes. Ook thema's die een meerwaarde inhouden op individueel niveau: belangenbehartiging, gezondheid, financiële besparing,... (SP)
- Thema's die gekoppeld kunnen worden aan recreatieve activiteit.(VG)
- Wat maakt een cursus aantrekkelijk: ontspanning, creatief bezig zijn, educatie die gericht is op eigen leven, persoon (huis-tuin-keuken), natuurstudie, samenwerking tussen verschillende organisaties (VPO)
- Moeilijkere thema's zijn thema's die een zekere uitdaging/engagement vragen. Maar altijd proberen één moeilijker thema erin te schuiven (bv in 2008 rond verlichting). Alles staat of valt met de manier waarop het thema wordt gebracht. (GB)

In het algemeen schatten de organisaties de **interesse voor (milieu)bewust verbruiken bij hun doelgroep(en)** matig hoog (39%) tot hoog (32%). Geen enkele organisatie geeft aan dat er geen interesse is bij de doelgroep(en).

A.1.4. Criteria bij de keuze van thema's

De **criteria** om bepaalde thema's al dan niet op te nemen in het vormingsaanbod, **variëren sterk**. Enerzijds worden **behoeften van de deelnemers** gedetecteerd, die de themakeuze sturen. Een algemeen geldend principe is dat de thema's moeten 'aanslaan' bij de doelgroep.

Voorbeelden:

- Indicatoren die gebruikt worden om dit te meten zijn onder meer: aantal inschrijvingen voor bepaalde thema's, informatie van deelnemers en begeleiders. Natuurlijk wordt dit voor elke doelgroep op een andere manier ingevuld. (VIBEG)
- Onderwerpen die de nieuwsgierigheid prikkelen vallen in de smaak bij doelgroep mensen met een verstandelijke handicap. Nog geen vormingen rond milieu en verbruik georganiseerd, omdat hier waarschijnlijk geen interesse voor is. (VIBEG)
- Succes voor bepaalde thema's is geen waardemeter is. (VPO)
- Lidorganisaties spreken het secretariaat van AIF aan met vraag naar sprekers / thema's. Zij verwijzen door op basis van contacten. (AIF)
- Keuze van thema's voor AIF-vormingen hangen sterk af van actualiteit, mensen die naar hen komen,... Nogal ad hoc. (AIF)

Anderzijds neemt vaak ook het **secretariaat of team zelf initiatief om bepaalde thema's naar voren te schuiven**. Aangezien **(milieu)bewust verbruiken** ervaren wordt als een moeilijker thema, wordt dit **thema eerder vanuit het secretariaat opgenomen of aangemoedigd**.

Daarbij wordt wel het belang aangegeven van het vertalen van de **vormingsnood die het secretariaat detecteert** (bijvoorbeeld rond bewust verbruiken) **naar een reële vormingsbehoefte bij de doelgroep**.

Voorbeelden:

- Thema's die in het algemeen weinig belangstelling kennen: politiek en maatschappij, natuur en milieu, behalve een culinaire wandeling, koken met biologische groenten, ... vallen wel in de smaak als ze heel toegepast zijn op eigen leven, consumptiegedrag. (VPO)
- De inhoudelijke dingen worden eerder door AIF aangedragen / aangemoedigd. (AIF)
- We kiezen voor vormingen die meegaan op de golf van wat in de maatschappij beweegt,

maar dit zo verpakt dat mensen het aantrekkelijk vinden (bv Voedselteams infoavonden). (VPB)

- Mag duurzaam zijn, graag zelfs, maar moet vooral plezierig blijven. (VG)
- Voor mensen uit het netwerk van personen met een handicap: we kiezen thema's die inspelen op de actualiteit en noden die het secretariaat detecteert. (VIBEG)
- Vormingen bij verenigingen zelf hebben we een vrij goed zicht op, verenigingen organiseren niet veel educatieve activiteiten (1 of 2 per jaar) maar meer sociale activiteiten,... (AIF).
- Moeilijkere thema's zijn thema's die een zekere uitdaging/engagement vragen. Maar we proberen altijd minstens één moeilijker thema erin te schuiven (bv in 2008 rond energiezuinige verlichting). Alles staat of valt met de manier waarop het thema wordt gebracht. (GB)

Enkele voorbeelden van **andere criteria** voor het al dan niet opnemen van bepaalde thema's:

- Open aanbod en bovenlokale waarde is noodzakelijk. (VPA)
- Bepaalde thema's kunnen stuiten op regionale belangen (bijvoorbeeld politiek gevoelige thema's... (VPO)
- Politiek gevoelige thema's of voorkeuren vanuit de zuilen zorgen voor weerstand. (VPO)
- Er wordt dan ook steeds een (regionaal) evenwicht gezocht: als er al voldoende aanbod aanwezig is rond een thema, wordt overaanbod niet gestimuleerd. (VPO)
- Vorming steeds op introductieniveau, duurt nooit lang, en is voldoende breed. (VPO)
- Thema's hebben direct te maken met de doelstellingen van het Fonds en zijn gelieerd aan de drie pijlers (socialistisch, vrijzinnig en Vlaams). De thema's moeten passen binnen het beleidsplan/jaarplan. Er wordt steeds gestreefd naar het verzorgen van een vrijwillig draagvlak. (VF)
- Voor de thema's worden afspraken gemaakt met partners. Bijvoorbeeld in 2008-2009 zullen alle ACW-partners werken rond sociale zekerheid. (ACW)

Prijs blijft een belangrijk criterium (zie ook bij betaalbaarheid aanbod)

- Selectie vormingen: eerste criterium is: vinden we hier een publiek voor? Gemiddeld kost een vorming 80 euro, wat wil zeggen dat er minimum 10 mensen moeten komen (gemiddelde prijs die per activiteit wordt gevraagd is 8 euro). Als een vorming niet genoeg mensen aantrekt, wordt ze niet georganiseerd. Soms worden risico's genomen, of minder toegankelijke vormingen/vormingen die een engagement vragen goedkoper (2 euro of zelfs gratis) georganiseerd. (VPB)

A.1.5. Behoeft aan bepaalde thema's

Er blijkt **nood aan** vormingen die zeer **praktische tips** geven rond bewust verbruiken en **advies op maat**.

Voorbeeld:

- Wat mist bij de cursussen rond energiezuinig bouwen en wonen is een vervolg, een stap verder. Dit wordt door de deelnemers ook aangegeven. Zou kunnen onder de vorm van een forum, waar bouwers en verbouwers hun ervaringen kunnen uitwisselen. Want je kan nog zoveel vormingen organiseren, rond duurzaam bouwen en verbouwen blijven er in de praktijk nog enorm veel vragen: producenten, verkopers, architecten, ... weten zelf ook niet altijd waar het precies om gaat. Iets als Bouwteams wat dit hiaat mogelijk kan invullen, bestaat nog niet in West-Vlaanderen. (VPB)

Er blijkt ook vraag te zijn naar een **algemene vorming rond bewust verbruiken en/of duurzaamheid**.

Voorbeelden:

- Interesse voor een vorming rond bewust verbruiken met een zo breed mogelijk thema: thema "duurzaamheid", "consumentenvorming". Leemte momenteel is "duurzaamheid" (VPO)

- Er zijn nog een aantal blinde vlekken: (VPA)
 - duurzame ontwikkeling
 - de behoeftestudie van Edubell praktischer maken
 - burgerschap (bv. wijkgerichte projecten)
 - actualiteit
 - milieu en klimaat
 - thema's van het project milieuverlicht verbruiken

Uit de online bevraging blijkt **interesse voor volgende thema's rond bewust verbruiken:**

Thema	Aantal organisaties die interesse hebben	Percentage
bewust verbruiken	15	54%
energie/voeding	14	50%
gezondheid/mobiliteit	11	39%
huishouden/klimaat/duurzame ontwikkeling	10	36%
water/verzorging/ruimtegebruik/toerisme	9	32%
geld/tuin	7	25%
bouwen	6	21%
landbouw	5	18%
bossen	3	11%

A.1.6. Evolutie in de thema's

Actualiteit en maatschappelijke veranderingen en de **interesse van de deelnemers** zijn de meest voorkomende factoren die de themakeuze van de vormingen bepalen.

Voorbeelden:

- Bepaalde vormingen kunnen meer dan één jaar doorlopen als het thema relevant blijft. (SP)
- Deelnemers, maatschappelijke evoluties..... bepalen de themakeuze. (DB)
- Grote thema's weinig of geen evolutie. Wel evolutie in de concrete invulling met onderwerpen. Evolutie wordt bepaald door belangstelling van deelnemers. (VIBEG)
- Er wordt voornamelijk getracht aan te sluiten bij actuele thema's. (VPO)
- Vorig jaarthema was erfgoed, nu natuurbeleving: stap verder gaan: niet meer enkel genieten maar leden ook bewuster maken van de natuur (en milieu) om zich heen. (VG)
- Educatieve medewerkers geven noden aan vanuit ervaringen met deelnemers en vanuit evoluties algemeen (TV)

Willen ze op de hoogte gebracht worden van **actuele en toekomstige beleidsthema's** en over **verwachte maatschappelijke noden**?

- Interesse voor die thema's die aansluiten bij de leefwereld van S-plussers. Liefst zo praktisch mogelijk. (SP)
- Ja, ook interesse voor wat in de pijplijn zit. (VPO)
- Hiervoor bestaat zeker interesse. (TV)
- Vormingplus heeft 4 opdrachten: afstemmen, coördineren, eigen aanbod creëren en verspreiden. Zij proberen los te komen van het gebouw waarin de organisatie gehuisvest is. Daarnaast proberen ze blinde vlekken op te vullen betreffende de behoefte aan vormingen. Er zijn nog regio's met veel mogelijkheden tot het uitbouwen van een interessant vormingsaanbod bv. Rupelstreek. Voor deze uitbouw zijn we op zoek naar partners. (VPA)
- Ja, vinden we een interessant gegeven. (DB)

A.2. Werkvormen en methodieken

In dit onderdeel komen de werkvormen en methodieken aan bod die de bevroegde organisaties gebruiken. Ook wordt aangegeven welke werkvormen en methodieken specifiek voor vormingen rond milieu aangewezen zijn voor de sociaal-culturele sector.

A.2.1. Gebruikte werkvormen en methodieken

De meeste verenigingen proberen de klassieke werkvormen te vermijden, **interactieve methodieken** toe te passen en **werkvormen aan te passen aan de doelgroep**. Inspraak van de deelnemers is erg belangrijk.

Voorbeelden:

- Meeste vormingen zijn '10 mensen rond de tafel', dit werkt wel. (VPB)
- Concrete werkvormen meeste succes. (TV)
- Concrete educatieve doe-activiteiten hebben meeste succes. (DB)
- Er worden verschillende werkvormen gebruikt. De werkvorm hangt eveneens af van de grootte van het publiek. Bij een kleinere groep zal er eerder samen rond de tafel gezeten worden, bij een grote groep is tweerichtingsverkeer minder gemakkelijk. In de vormingspakketten wordt een verscheidenheid aan werkvormen voorzien. De educatieve medewerkers kunnen een keuze maken uit deze verschillende werkvormen. (SP)
- De verschillende opvoedkundige en consumententhema's worden behandeld in kleine groepjes. Telkens is er actieve inbreng van de deelnemers onder actieve begeleiding. (GB)
- Aan lesgevers (zowel eigen lesgevers als externen) wordt vaak de raad meegegeven: stel je voor dat er echt geen materiaal voorhanden is. Want het is niet altijd evident voor een lokale afdeling om aan een beamer, ... te geraken. Vanuit nationaal is er ook geen budget om uitleenbaar materiaal te voorzien of te verzekeren. (GB)

Niet overal en voor iedereen is dezelfde werkvorm geschikt. Voor **specifieke of nieuwe doelgroepen** zijn **specifieke methodieken** nodig. Ook blijkt de voorkeur voor bepaalde werkvormen regionaal te verschillen. Meerdere organisaties bieden eenzelfde thema dan ook aan de hand van verschillende werkvormen aan.

Voorbeelden:

- De vraag naar bepaalde werkvormen varieert van afdeling tot afdeling. Zo worden bijvoorbeeld in de provincie West-Vlaanderen veel meer vormingen aangeboden die qua methodiek aanleunen bij de klassieke werkvormen, terwijl in de provincie Limburg meer vraag is naar uitstappen,(SP)
- Op nationaal niveau worden vormingspakketten voorbereid en aangeboden aan educatieve medewerkers. Hierbij wordt getracht het aanbod aan werkvormen zeer divers te houden, waarbij de klassieke werkvormen zo veel mogelijk vermeden worden. Per thema worden dan ook steeds verschillende werkvormen voorbereid. Welke werkvorm gekozen wordt is uiteindelijk afhankelijk van de lesgever. Deze kiest o.b.v. eigen voorkeur, doelgroep, grootte groep,... (SP)
- Verschillende werkvormen naargelang onderwerp en doelstelling (wandeling, workshop...) Altijd concrete educatieve doe-activiteiten. (DB)
- S-Plus hanteert drempelverlagende methodieken om sociaal moeilijk bereikbare groepen aan te spreken. Dit gebeurt door het geven van vorming, dienstverlening, informatie en mobilisatie-acties. (SP)
- Moeilijk om de gebruikte methodieken in een paar woorden samen te vatten. Vorming geven aan mensen met een verstandelijke handicap vereist zeer specifieke methodieken: aansluiten bij de leefwereld van de deelnemers, mensen zelf laten ervaren (doen), zeer visueel werken, ... (VIBEG)
- Leren hoeft niet enkel verbaal te zijn, je kan ook leren door te ervaren, door te doen, door te be-leven. Levenslang en levensbreed leren is de boodschap, ook voor mensen met een handicap. (TV)

- Bijna alle werkvormen denkbaar: van ex cathedra lezingen tot interactieve groepsreizen.(VF)

A.2.2. Aanbevolen methodieken voor vormingen rond milieu en verbruik

Voor vormingen in het algemeen, maar **zeker voor het thema van (milieu)bewust verbruiken** zijn volgende voorwaarden belangrijk voor het opnemen van vormingen:

- **interactieve werkvorm**
- **praktische benadering**
- aansluiten bij de **leefwereld van de deelnemers**
- inspelen op de **actualiteit**
- **meerwaarde** bieden op **individueel vlak**

Voorbeelden:

- Het voordeel mag niet enkel voor het milieu zijn. Het persoonlijke voordeel vormt het lokaas. (VPO)
- Milieuvormingen kunnen best praktisch gerichte vormingen zijn, waar mensen meteen mee aan de slag kunnen, liefst interactief,... (AIF)
- Een interessant thema binnen milieu en verbruik is bijvoorbeeld verkeer, want leunt dicht aan bij leefwereld van ouderen. Veel oudere mensen in verenigingen. (AIF)
- Beter een fietsherstelcursus dan een infoavond rond duurzame mobiliteit. (VPB)
- Milieuvormingen zouden een plaats kunnen krijgen tussen de vormingen die inspelen op de actualiteit. (AIF)
- Ook thema's die een meerwaarde inhouden op individueel niveau: belangenbehartiging, gezondheid, financiële besparing,... (SP)
- Belangrijkste uitdaging is: hoe motiveer je mensen voor vormingen rond duurzame ontwikkeling? Dit kan enkel als de vormingen voldoende praktisch zijn, of inspelen op de actualiteit of een mooie verpakking hebben, of een duidelijke insteek naar consumenten. (VPB)
- Al vormingen rond milieu en verbruik georganiseerd, maar dit in het kader van cursus budgetteren, sorteren van afval, voor doelgroep personen met een handicap. (TV)
- Praktisch, link met actualiteit, ... nodig om mensen te motiveren. (VPB)
- Interactieve sessies met praktische insteek hebben meeste succes. Vormende altijd aan iets sociaal koppelen. Het is beter iets te doen in een kookles rond milieu, dan een sessie over de ecologische voetafdruk te geven, want daar komt niemand op af. In het verleden deden ze bvb een warenvergelijking van melk, ze bekeken niet alleen de kwaliteit, maar ook de milieuaspecten. De GB reikt verschillende standpunten aan, maar uiteindelijk moeten de leden zelf kiezen. (GB)
- Kort bij de mensen, een powerpoint presentatie heeft niet echt de voorkeur. (GB)
- Er is vooral vraag naar 'laagdrempelig ontmoeten' gecombineerd met vormingen rond thema's gelieerd aan de directe leefwereld van de leden. Voor vormingen rond milieu en verbruik lijken workshops en informatieve sessies het meest aangewezen. (VF)

Sommige vormingsinstellingen die al vormingen rond milieu en verbruik organiseerden, wijzen er op dat de inhoudelijke kant doorgaans zeer sterk is, maar het **educatieve aspect vaak te weinig aandacht** krijgt.

Voorbeelden:

- Een sensibiliserende activiteit is best ook laagdrempelig. Lesgevers van verscheidene milieuorganisaties zijn dikwijls te gespecialiseerd. De stijl is ook belangrijk. Drukkingsgroepen hebben dikwijls de drang om ook in de les druk te zetten. (VPO)
- Beter een fietsherstelcursus dan een infoavond rond duurzame mobiliteit. (VPB)
- Milieuspecialisten zijn vaak gevangen in jargon, niet meer in staat om af te dalen tot een pedagogisch niveau, educatieve kwaliteit van de vorming wordt dikwijls onderschat.(VPO)
- Interactieve werkvormen meest geschikt. NME dikwijls beperkt tot kennisoverdracht. (VPO)

In de **online bevraging** beoordelen de organisaties de **inhoudelijke kwaliteit** van deze vormingen **overwegend positief**: matig (11%) tot goed (57%). 32% van de organisaties doet hier geen uitspraak over.

Ook de educatieve kwaliteit wordt bij deze groep organisaties **overwegend positief** beoordeeld: matig (29%), goed (36%), zeer goed (4%). 32% van de organisaties doet hier geen uitspraak over.

21% van de organisaties die online bevestigd werden, is ervan overtuigd dat het **thema van (milieu)verlicht verbruiken het best scoort via doe-workshops**: beter een cursus fietsherstellen dan een infoavond over duurzame mobiliteit. 29% geeft aan dat dit afhankelijk is van het thema, 21% vindt deze aanpak afhankelijk van de doelgroep.

46% van de organisaties die online bevestigd werden, meent dat een **interactieve methodiek** noodzakelijk is om vormingen rond (milieu)bewust verbruiken te doen slagen. 29% vindt dit afhankelijk van het thema, 21% van de doelgroep.

De meerderheid van de online bevestigde organisaties (32% matig akkoord, 39% akkoord tot helemaal akkoord) meent dat bij vormingen rond (milieu)bewust verbruiken het **individueel voordeel van de deelnemers de focus moet zijn**, en niet het voordeel voor derden (milieu, mensen in het Zuiden, ..).

A.3. Betrekken van externe partners

In dit deel wordt nagegaan in hoeverre de bevestigde organisaties zelf vormingen uitwerken of eerder beroep doen op externe partners.

Onder '**eigen vormingen**' wordt verstaan vormingen die gegeven worden door lesgevers van de eigen organisatie. De meeste bevestigde organisaties **combineren eigen vormingen met het aanbod van externe partners**. Zeker voor het thema van (milieu)bewust verbruiken wordt vaak beroep gedaan op gespecialiseerde organisaties.

Voorbeelden:

- Het nationale secretariaat werkt de vormingspakketten zelf uit en doet daarbij een beroep op externe partners voor de expertise in bepaalde thema's. Soms wordt daarbij ook een beroep gedaan op externe lesgevers. De organisatie wil in de toekomst meer samenwerking opzetten met verenigingen omwille van de gespecialiseerde kennis. In het verleden zijn de ervaringen totnogtoe enkel positief en de organisatie is van mening dat samenwerking het pakket rijker maakt. (SP)
- AIF werkt veel samen met VormingPlus voor inhoud van de vormingen. Bijvoorbeeld in Limburg is er de Vrijwilligersacademie, waar naargelang het onderwerp of lokatie mee wordt samengewerkt. (AIF)
- Vakantiegoegers ambieert niet om specialist te zijn in een bepaald thema, doet daarvoor beroep op externen. (VG)
- Afdelingen kunnen via nationaal enkel vormingen van eigen lesgevers aanvragen. Maar de afdelingen zijn vrij om ook zelf externe sprekers te vragen. Op termijn zal de Gezinsbond allicht meer vormingen van externen opnemen in het aanbod van nationaal. Bijvoorbeeld Biobabbel van Velt: één keer georganiseerd, respons van heel wat afdelingen dat ze dat ook willen organiseren. Maar zowel de prijs (alles boven de normale lesgeversvergoeding moet de afdeling zelf betalen) als de administratie (afdelingen moeten het zelf regelen bij Velt) vormen een rem om met externe partners samen te werken. Als afdelingen zo'n Biobabbel gewoon via de algemene lijst konden aanvragen, zou de drempel veel lager zijn. (GB)
- Inhoud van een vormingspakket wordt meestal door een externe partner aangereikt. Het aanmaken van het pakket kan ofwel ook door die partner, ofwel door de Gezinsbond zelf. (GB)

- Hoofdzakelijk wordt zelf georganiseerd (door bijvoorbeeld de lokale kernen) met externe sprekers. Soms worden externe partners ingeschakeld (vooral met Uitstraling Permanente Vorming of andere gespecialiseerde vormingsinstellingen). Er wordt ook nogal eens ingespeeld op het aanbod van een stedelijke dienst of musea. (VF)
- Zowel aanbod vanuit nationaal als aanbod van externen wordt aan de afdelingen gecommuniceerd. Afdelingen werken autonoom hun programma uit. (VLV)

De gegevens uit de **brede bevraging** bevestigen dat de **meeste organisaties geregeld samenwerken met externe partners**.

Samenwerking met externe organisaties	Aantal organisaties	Percentage
altijd (1)	3	11%
meestal (2)	7	25%
af en toe (3)	11	29%
nooit (4)	2	7%

Naast de inhoudelijke expertise, is bij de vormingen van externe partners van belang dat de **didactische kwaliteit gewaarborgd is**.

Voorbeelden:

- Bij een samenwerking met een externe partner = educatief aspect van doorslaggevend belang. (VPO)
- Vormingen van externen worden aangeboden, maar worden op voorhand steeds kwalitatief geëvalueerd (doelgroep, niveau). (VPO)

De rol van **vormingsinstellingen** hierin verschilt. Waar de ene veel vormingen zelf organiseert, doet de andere vooral beroep op externe partners.

Voorbeeld:

- Vormingplus Brugge is verschillend met andere Vormingpluscentra: veel cursussen zelf organiseren: niet door eigen medewerkers, maar wel zelf lesgevers zoeken, locatie regelen, (VPB)

A.4. Geprogrammeerd aanbod of op maat

Dit onderdeel peilde naar de mate waarin het bestaande vormingsaanbod van externe partners wordt opgenomen, of een aanbod op maat wordt uitgewerkt.

Bij samenwerking met externe partners nemen de meeste **verenigingen zowel bestaande vormingen op in het aanbod als vormingen op maat voor hun organisatie**. Vormingen op maat worden uitgewerkt als in het bestaande aanbod geen geschikte vorming te vinden blijkt. Deze vormingen op maat kunnen zowel door het eigen secretariaat als door (of in samenwerking met) externe partners worden samengesteld.

Voorbeelden:

- Het nationale secretariaat werkt vormingspakketten op maat uit. Regio's en lokale afdelingen kunnen een beroep doen op deze vormingspakketten, maar zij kunnen ook externe vormingen inplannen. (SP)
- Op basis van de samenwerking met externe partners wordt ofwel het bestaande vormingsaanbod opgenomen, ofwel iets op maat uitgewerkt. (VG)
- Inhoud van een vormingspakket wordt meestal door een externe partner aangereikt. Het aanmaken van het pakket kan ofwel ook door die partner, ofwel door de Gezinsbond zelf. (GB)

- Meestal op maat naargelang de vraag van de lokale kern. (VF)

De **mate waarin vormingspakketten op maat**, uitgewerkt door het secretariaat van een organisatie, **kant en klaar zijn, verschilt**.

Voorbeelden:

- In het kader van het jaarthema wordt een sjabloon opgemaakt voor een activiteit (bv instructies voor een themawandeling). Er worden dan infoavonden georganiseerd voor een 20-tal afdelingen samen, om met dit sjabloon te leren werken. Dan is het aan de afdelingen om dit verder uit te werken. (VG)
- Vormingspakketten zijn volledig uitgewerkt. (AIF)
- Afdelingen vragen een thema en datum aan, de Gezinsbond zorgt voor een spreker die het pakket komt geven. (GB)

Zeker bij organisaties die werken naar een **specifieke doelgroep** toe, bestaat het aanbod (bijna) **uitsluitend uit vormingen op maat**.

Voorbeelden:

- Vorming steeds op maat, zowel door externen als internen, af en toe. Indien we kiezen voor vormingen van externen, worden die steeds op voorhand bekeken en indien nodig afgestemd op de doelgroep. (DB)
- Op maat (specifieke noden van onze doelgroep!) (VIBEG), op maat voor mensen met een handicap (TV)
- Bij bestaande vormingen: aandacht voor mondelinge communicatie: niet iedereen spreekt Nederlands. Alles gebeurt in het Nederlands, maar er wordt soms gezorgd door taalondersteuning (trefwoorden in andere taal projecteren, tweetalige documenten,...), door AIF bij hun eigen kadervormingen, anders door lokale groepen,... (AIF)

Vormingsinstellingen nemen in de algemene werking **meestal het bestaande aanbod van externe partners** over. **Vormingen op maat** worden soms **projectmatig** uitgewerkt in samenwerking met partners.

Voorbeelden:

- Vroeger kwamen wel vragen van organisaties naar vormingen op maat, maar nu vinden deze organisaties bijna altijd zelf de weg naar gespecialiseerde organisaties. Heel af en toe krijgen we nog een vraag, dan wordt meestal doorverwezen, want geen zin om het zelf te doen als het al bestaat. (VPB)
- Zowel geprogrammeerde vormingen als vormingen op maat worden aangekondigd. Geprogrammeerd aanbod is opgesplitst in aanbod Vormingplus A'pen en ander aanbod in de regio. Dit aanbod is via een databank toegankelijk. Daarnaast biedt Vormingplus Antwerpen ondersteuning bij het opzetten van workshops, cursussen, gespreksavonden, enz.... Concreet hebben we een pakket vormingsactiviteiten samengesteld die mensen samen met Vormingplus in jouw gemeente, wijk of vereniging kan organiseren. Dit aanbod bestrijkt een brede reeks onderwerpen. De begeleiders zijn ofwel freelance medewerkers of eigen educatieve medewerkers van Vormingplus. (VPA)

De gegevens uit de **online bevraging** bevestigen dat zowel verenigingen als vorminginstellingen enerzijds bestaande vormingen van externe partners opnemen, en anderzijds ook vormingen op maat samenstellen.

Bij samenwerking met externe partners	Overnemen van bestaande aanbod	Vormingen op maat uitwerken
altijd (1)	7%	11%
meestal (2)	29%	18%
af en toe (3)	25%	43%
nooit (4)	14%	0%

A.5. Doelgroepen

In dit deel werd gepeild naar huidige en gewenste doelgroep(en) van de bevroegde organisaties. Ook wordt kort aangegeven welke mogelijke doelgroep(en) de organisaties zien voor vormingen rond milieu en verbruik.

Doelgroepen van de bevroegde organisaties zijn **erg verschillend**. De meeste organisaties stellen hun vormingsaanbod **open voor zowel leden als niet leden**. Meestal is er wel een verschil in deelnameprijs voor leden en niet-leden.

Vaak richt een organisatie zich niet naar één bepaalde doelgroep, maar **diversifieert het aanbod** in themakeuze, methodieken, ... **naar verschillende doelgroepen** toe.

Voorbeelden:

- Voor mensen met een verstandelijke handicap: binnen de grote thema's zoeken we naar onderwerpen die "aanslaan" – voortgaande op informatie van deelnemers en begeleiders, en op het aantal inschrijvingen voor bepaalde thema's. Voor mensen uit het netwerk: actualiteit en noden die we detecteren. (VIBEG)
- Doelgroep is in theorie 50-plussers, in praktijk valt deze groep uiteen in de jong 50-plussers en de ouderen. Bepaalde vormingen zijn eerder gericht op het jongere deel van de doelgroep (bv. gsm-gebruik), andere op het oudere (bv. afscheid nemen). (SP)
- Bepaalde vormingen zijn opgezet om verschillende doelgroepen bij elkaar te brengen. Zo brengt het spel 18-81 schoolgaande jeugd in contact met bejaarden in rusthuis. Een variant op dit spel bracht migranten en ouderen in contact met elkaar. (SP)
- Kadervormingen: bestuursvrijwilligers (voorzitters, secretarissen, penningmeesters, en andere bestuurders) van de aangesloten verenigingen. Andere: meeste activiteiten zijn gericht op leden, maar lid worden is makkelijk, je komt vlot binnen. (AIF)
- Bepaalde vormingen voor specifieke doelgroepen: bv bij educatieve activiteiten (door Vormingplus Antwerpen ism partners) zit bv vorming voor gedetineerden. (VPA)
- Hoofdzakelijk de eigen leden worden bereikt met het 'klassieke aanbod'. Via laagdrempelige evenementen, muziek, of workshops slagen we er wel in andere doelgroepen (bv studenten) te bereiken. (VF)
- Vormingen zijn steeds voor iedereen toegankelijk (meestal wel een max. deelnemers/inschrijving vereist). (VF)

Voor heel wat organisaties is het **aanspreken van nieuwe doelgroepen** een belangrijke doelstelling. Hierbij wordt vaak samenwerking gezocht met gespecialiseerde organisaties.

Voorbeelden:

- Nieuwe mensen bereiken is even belangrijk als mensen houden. (VPO)
- Bedoeling om nieuwe doelgroepen, zgn kansengroepen te bereiken (lagergeschoolden, migranten, ...). Dit door meer variatie in vormingen, aanpassingen stijl, taal, ... van de brochure. Er zal ook specifiek naar nieuwe doelgroepen toe promotie worden gemaakt, en dit op een manier die die doelgroep aanspreekt. (VPB)
- Nu al wel samenwerking met kansengroepen maar dan vooral in kader van projecten. Vormingplus Brugge zal altijd samenwerken met organisaties die al naar deze doelgroep werken. Rol Vormingplus is dan om expertise in zake vormingen aan te bieden, de partners

- zorgen dan voor communicatie naar de doelgroep.(VPB)
- Extra aandacht voor achtergestelde groepen (laaggeschoolden, allochtonen, kansarmen,...) en weinig of nog onvoldoende bereikte deelnem(st)ers (jongeren, mensen in de piekleeftijd, senioren, mannen,...). (VPA)
- In de stad Antwerpen heeft Vormingplus de opdracht om zich te richten naar kansengroepen. Daarvoor werken ze projectmatig samen met partners, bv. OCMW. Dit is meestal geen open aanbod. (VPA)

Dat de doelgroep van **vormingen rond bewust verbruiken** vaak beperkt blijft tot een selecter publiek (hoger opgeleiden, mensen die er al mee bezig zijn, ...) wordt door de meeste organisaties bevestigd. Om ook bij **nieuwe doelgroepen interesse te wekken voor het thema**, is aandacht voor specifieke voorwaarden (interactief karakter, praktisch, ...) zoals eerder vermeld zeker van belang.

Voorbeeld:

- Thema van bewust verbruiken voor nieuwe doelgroepen aantrekkelijk maken, zal op twee niveaus moeten: enerzijds wat 'elitair' (gespecialiseerde vormingen) anderzijds ook zeer toegankelijke vormingen. (VPB)

29% van de organisaties die online bevestigd werden, zien **nieuwe doelgroepen** voor vormingen rond (milieu)bewust verbruiken. 25% van de organisaties ziet niet meteen nieuwe doelgroepen. Voorbeelden die worden aangegeven: diensten, bedrijven, rijke mensen, kansarmen, allochtonen, migrantenorganisaties, senioren, sector toerisme, jongeren.

A.6. Tijdstip, bereik en omvang van het aanbod

Om te peilen naar de omvang van het vormingsaanbod, werden de organisaties bevestigd rond het aantal vormingen, aantal deelnemers en de geografische spreiding van de vormingen. Net zoals elders in dit rapport, hadden ook deze gegevens niet tot doel kwantitatieve resultaten voor te leggen, maar eerder tendensen aan te geven.

A.6.1. Aantal vormingen

Er is soms vraag naar meer vormingen (al dan niet rond milieu en verbruik) maar ook naar vernieuwende initiatieven.

Voorbeelden:

- Algemeen: 180 tot 200 vormingen per jaar. We willen er niet meer in aantal, wel vernieuwende initiatieven. (DB)
- Het aantal geprogrammeerde vormingen is momenteel goed. Het is niet de bedoeling om de afdelingen te overspoelen met vormingen. Het is beter om het aantal vormingen te beperken en een goede kwaliteit aan te bieden. Bij een te groot aanbod zijn er minder deelnemers per vorming.(SP)
- Meer vormingen rond milieu en natuur gewenst. (VPO)
- Zowel eigen vormingen als vormingen die de afdelingen organiseren en die vergoed worden samen, zijn ongeveer 525 vormingen per jaar. (GB)

A.6.2. Bereik van het vormingsaanbod

Heel wat verenigingen hebben **geen goed zicht op hoeveel mensen met het vormingsaanbod bereikt worden**. Dit is enerzijds omdat de exacte activiteiten van de afdelingen niet altijd doorgegeven worden aan het secretariaat, anderzijds omdat de deelnemers niet altijd worden geregistreerd.

Om een schatting te maken, baseren organisaties zich op verschillende criteria, zoals het aantal abonnees van tijdschriften, aantal leden, ... Vooral bij **vormingen die op een of andere manier een engagement vragen of bij bepaalde doelgroepen**, zijn er soms **meer deelnemers** gewenst.

Voorbeelden:

- Men heeft geen zicht op het aantal personen die de cursussen volgen. Er bestaat wel een bestand van personen die reeds cursussen hebben gevolgd. Het kan interessant zijn om de mensen die reeds een milieuvorming gevolgd hebben, op de hoogte te houden van toekomstige milieuvormingen. (VPA)
- Het nationaal secretariaat heeft geen overzicht van het aantal vormingen dat door de provinciale afdelingen worden geprogrammeerd. (SP)

In het algemeen zien verenigingen **duidelijke lijnen in welke vormingen veel en minder volk aantrekken.**

- Thema's die in het algemeen weinig belangstelling kennen: politiek en maatschappij, natuur en milieu, behalve een culinaire wandeling, koken met biologische groenten, ... tenzij ze heel toegepast zijn op eigen leven, consumptiegedrag. (VPO)
- Meer deelnemers zijn vooral nodig voor vormingen die een engagement vragen (engagement zeer breed: debat rond Fairtrade, ...). (VPB)
- Het aantal deelnemers is afhankelijk van het soort vorming. Voor een praktische vorming zoals de GSM-cursus kunnen max. 10 deelnemers inschrijven. Andere vormingen kunnen gaan van 20 tot 150 inschrijvingen. Dit is tevens afhankelijk van de grootte van de afdeling of de vorming wordt gegeven voor verschillende afdelingen tegelijkertijd. (SP)
- Voor sommige activiteiten meer deelnemers gewenst. (VPA)
- Aantal mensen per activiteit erg verschillend. (VG)
- Sterk afhankelijk van activiteit tot activiteit. Grootschalige activiteiten bereiken vlug meer dan 100 mensen, kleinschalige activiteiten worden +/- door 40-tal mensen bijgewoond. Dit is voldoende voor het Vermeylenfonds, al wordt er gewerkt aan een grotere aanwezigheid in bepaalde regio's en van bepaalde doelgroepen (jongeren). (VF)

A.6.3. Geografische spreiding

Geen van de bevroegde organisaties voelt een noodzaak om het vormingsaanbod geografisch meer te spreiden.

Voorbeelden:

- Geografisch nagenoeg geen blinde vlekken. Brugge is ook heel kleine regio. Je zou natuurlijk altijd meer kunnen doen in een aantal kleinere gemeenten. (VPB)
- Niet alle vormingen zijn geschikt om in de regio zelf te geven: bv aantal thema's worden daar al gegeven door andere org's, bepaalde thema's (bv echtscheiding,...) zijn ook beter in een anoniemere omgeving. (VPB)
- Goede spreiding. Regionaal evenwicht. (VPO)
- De geografische spreiding is ongelijk. Het Vermeylenfonds is overal in elke provincie aanwezig maar vooral aanwezig in grotere steden/gemeenten en vooral in Oost- en West-Vlaanderen sterk actief. Momenteel wordt hard gewerkt om de activiteiten in Antwerpen, Limburg en Brussel sterker te ontplooiën via lokale contacten en de bestaande kernen beter te ondersteunen. (VF)

A.6.4. Tijdstip van de vormingen

Tijdstippen zijn bij de verschillende organisaties heel **verschillend**.

Voorbeeld:

- Zwaartepunt van de activiteit ligt in het voorjaar en het najaar. De vormingen vinden op alle mogelijke momenten plaats al naargelang de doelgroep. (VF)

A.7. Conclusies

- ***Bij de meeste organisaties bestaat interesse voor het thema van bewust verbruiken, maar het thema wordt tegelijk ook ervaren als moeilijk.***
- ***Voor vormingen in het algemeen, maar zeker voor het thema van (milieu)verlicht verbruiken zien de bevroegde organisaties dan ook volgende voorwaarden: interactieve***

werkvorm, praktische benadering, aansluiten bij de leefwereld van de deelnemers, inspelen op de actualiteit en meerwaarde bieden op individueel vlak.

- *Zeker met het oog op het bereiken van nieuwe doelgroepen, is de educatieve kwaliteit een belangrijk werkpunt voor vormingen milieu en verbruik.*
- *Er blijkt nood aan vormingen die praktische tips bieden of advies op maat. Enerzijds is er ook vraag naar een algemene vorming rond bewust verbruiken, anderzijds is het zinvol om bewust verbruiken te integreren in vormingen rond andere thema's.*
- *Samenwerking met externe partners is zowel voor verenigingen als voor vorminginstellingen gekend terrein. Er worden zowel bestaande vormingen opgenomen, als vormingen op maat uitgewerkt.*

B. Samenstelling van het vormingsaanbod

Het tweede luik behandelt de samenstelling van het vormingsaanbod. Eerst komen enkele conclusies rond het al dan niet werken met een jaarthema, vervolgens gaat het over het opzoeken en selecteren van vormingen en tot slot komt de planning van de programmatie aan bod.

B.1. Jaarthema

In dit deel werd gepeild of organisaties al dan niet met een jaarthema werken, hoe de keuze van dat thema bepaald wordt, wanneer dit wordt vastgelegd en in welke mate dit jaarthema bepalend is voor de thema's van de andere vormingen. Tot slot werd ook gepolst naar eventuele mogelijkheden om te werken rond een gemeenschappelijk jaarthema.

B.1.1. Organisaties die met een jaarthema werken:

Van de bevroegde organisaties werken Vakantiegenoegers, S-Plus en De Brug (meestal) met een jaarthema. Ook ACW, KWB, Vlaamse Liberale Vrouwen en KAV (minder prominent) werken met een jaarthema.

Voorbeelden:

- In 2008-2009 is dat natuur en milieu. (VG)
- ACW: 2006-2007: Welzijn in de buurt. (ACW)
- KAV werkte vroeger met een jaarthema, nu is dat er nog, maar minder prominent aanwezig. (KAV)
- Het secretariaat biedt 3 thema's aan, die elk jaar kunnen maar niet moeten veranderen. (KWB)
- Momenteel werken we met jaarthema's, maar we denken erover te evolueren naar tweejaarlijkse thema's. Jaarthema's die al aan bod kwamen: culturele diversiteit (2006-2007), obesitas (2005), milieuvriendelijk huishouden (2004). In 2008 zal het gezondheid zijn. (VLV)

Het merendeel van de bevroegde organisaties (VIBEG, VPB, VPO, VPA, AIF, GB) werken niet met een jaarthema. Toch bestaat er ook bij hen soms een **thematische programmatie**.

Voorbeelden:

- Niet met jaarthema gewerkt, en zijn dat ook niet van plan. Wel spelen ze in op evenementen die door andere instanties worden georganiseerd, bv Week van de Smaak: in samenwerking met aantal organisaties uit het Brugse (Oxfam Wereldwinkel, Noord-Zuid Stad Brugge, ...) worden workshops georganiseerd. Vormingplus is dan trekker. (VPB)
- Geen jaarthema, maar thematisch programma in de brochure, bv. verstedelijking en effecten op mensen. (VPO)
- Het thematisch programma krijgt enkele bladzijden in de brochure in een andere kleur. (VPB)

- Er is geen strikt jaarthema maar wel meerjarige strategische doelen die per jaar worden geoperationaliseerd. (VF)

B.1.2. Keuze van het jaarthema

De keuze van het jaarthema bij verenigingen wordt meestal **op het nationaal secretariaat bepaald**. Om deze keuze te maken, wordt **gepeild naar wat leeft bij de afdelingen**. Dit kan via regioverantwoordelijken, of op een opstartdag waar bestuursverantwoordelijken van de afdelingen en het nationaal secretariaat samen brainstormen (VG). Er kan ook **ingespeeld worden op het aanbod van externe partners**, of er wordt beroep gedaan op gespecialiseerde organisaties voor de concrete invulling van het jaarthema.

Voorbeelden:

- Het nationaal secretariaat stelt een jaarthema voor en bespreekt dit met de verschillende regionale medewerkers. Het vastleggen van het jaarthema komt tot stand door samenspraak. Er is ook de mogelijkheid dat een externe partner komt met een interessant aanbod en dat er wordt samengewerkt. (SP)
- VG stelt jaarthema voorop, maar invulling in overleg met externe partners. Bv rond natuurbeleving: hoe kunnen ze dat invullen? (VG)
- Voorstellen voor thema's worden vanuit het secretariaat uitgewerkt. (MK)

B.1.3. Vastleggen van het jaarthema

Het vastleggen van het jaarthema gebeurt ongeveer 6 maanden voor aanvang van het programmatiejaar (SP, VG). De indeling van het programmatiejaar verschilt van organisatie tot organisatie, en soms ook binnen de organisatie naargelang de regio.

Voorbeeld:

- Lancering jaarthema: secretariaat brengt obv intern overleg voorstel voor jaarthema naar voren, wel inspelen op wat leeft bij de afdelingen (oa via de regioverantwoordelijken: begeleiden de afdelingen, vangen op wat bij afdelingen leeft). (VG)

Het **jaarthema is een kapstok** waar publicaties, vormingen of activiteiten aan opgehangen worden. Het jaarthema wordt ook zo bepaald dat **op verschillende manieren ingang** kan gevonden worden. Meestal zijn de afdelingen vrij om al dan niet met dit jaarthema te werken.

Voorbeelden:

- Afdelingen vrij veel autonomie: zij kunnen organiseren wat ze willen, maar vanuit het secretariaat wordt er wel een aanbod in functie van het jaarthema voorzien. (VG)
- De thema's van de vormingen worden opgehangen aan het jaarthema. (SP)
- Jaarthema is bepalend voor ongeveer 1/3 van de vormingsprogramma's van dat jaar. (DB)
- Ja, jaarlijks wordt op nationaal niveau een thema gekozen waaraan de publicaties en de vormingen worden opgehangen. De thema's worden steeds zo gekozen op een manier dat op verschillende manieren ingang kan gevonden worden. (SP)
- Jaarthema is volledig intern bepaald (personeel). Maar er wordt een ruim programma aangeboden, thema's kaderen in jaarthema □ als een stekkerdoos met vele ingangen. (VPO)

B.1.4. Gemeenschappelijk jaarthema

In het algemeen zien de meeste organisaties wel mogelijkheden om in te stappen in een campagne of gezamenlijk jaarthema. Er moeten wel **verschillende engagementen mogelijk** zijn.

Voorbeelden:

- Zeker interesse en mogelijkheden. (SP)
- AIF denkt dat het wel enkele organisaties rond zou kunnen sensibiliseren. Het zal niets massaal worden, maar toch enkele activiteiten plannen in verenigingen. AIF mag er niet inhoudelijk wekenlang werk aan hebben. Wat milieu betreft, is het moeilijker om AIF de

lessen te laten geven. Sprekers inhuren tegen democratische prijzen kan wel. Andere middelen die kunnen: artikelen, soms brochures bij zendingen. Zich als organisaties erachter scharen en dit vermelden op website, dat mensen het weten,... Doelgroep is wel enorm overbevraagd. (AIF)

- Gemeenschappelijke thema's kunnen doelgroepoverschrijdend werken. (DB)
- Niet werken met jaarthema, dus in die zin kunnen ze dit niet als overkoepelend thema opnemen. Wat wel zou kunnen, is het in de brochure in de kijker zetten: bv aantal vormingen onder die paraplu. (VPB)
- Succesvol gemeenschappelijk jaarthema = kant en klaar aanbod aanbieden. (VPO)

B.2. Planning van de programmatie

In dit deel wordt bepaald wanneer het vormingsaanbod wordt vastgelegd en op welk niveau de keuze van de thema's gebeurt.

Al dan niet binnen het kader van een jaarthema, plannen de bevroegde organisaties gemiddeld een **half jaar op voorhand de invulling van de volgende programmatieperiode**. Sommige organisaties leggen dit zelfs al 9 maanden op voorhand vast. De mate waarin het aanbod een half jaar op voorhand al wordt vastgelegd, verschilt. Ofwel wordt het programma op dat moment volledig vastgelegd, ofwel enkel de grote lijnen en volgt de concrete invulling nadien.

Voorbeelden:

- Grote lijnen: in mei voor het volgende jaar – concrete invulling: naarmate het jaar vordert. (VIBEG)
- Brochures per trimester (4x): vormingen voor herfst liggen vast midden juni. Kleine aanpassingen zijn nog mogelijk, maar uitzondering, die komen dan op website (bv verkiezingsdebat). (VPB)
- Begin april wordt vanuit het nationale secretariaat begonnen met de globale invulling van het volgende kalenderjaar. Vervolgens worden de regio's om feedback gevraagd (voelsprietenfunctie), zodat het secretariaat het programma concreet kan uitwerken tijdens de zomermaanden (zoeken infrastructuur, vastleggen data,...). Promotie gebeurt in het begin van het jaar met tussentijdse promotie. (SP)
- Keuze thema's van de vormingen : juni, selectie vormingen vastleggen : september. (DB)
- De eigen pakketten zijn zeker klaar voor januari, de start van het nieuwe jaarthema. Aan externe partners wordt een striktere deadline gevraagd. (SP)
- Er wordt gewerkt met kalenderjaren. In mei wordt het programma voor het komende jaar uitgewerkt. In het najaar gaat het naar de afdelingen, die dan zelf hun aanbod kunnen samenstellen (aanvragen van vormingen).
- Voor de afdelingen gebeurt de programmatie doorlopend (met een zwaartepunt in het voorjaar), voor het landelijke aanbod gebeurt dit steevast voor maart van het lopende jaar (algemene ledenvergadering) of en tijdens de bestuursraden van het voorafgaande jaareinde. (VF)
- Eind november gaat een voorstel van het programma naar de Raad van Bestuur. In januari krijgen de lesgevers via de nieuwsbrief voor lesgevers de thema's. Ze kunnen dan aanduiden wat ze willen geven en wanneer ze kunnen lesgeven (avond/....). Teksten van de programmabrochure moeten klaar zijn tegen maart, de cursus voor de lesgevers in de loop van april. De leden krijgen de programmabrochure (meinumner Vrouw & Wereld) iets voor mei. De afdelingen selecteren dan uit het aanbod op de Prikkeldagen in mei. (KAV)
- Eind december ligt het volledige programma voor het volgende werkjaar vanaf september vast. Dan gaat er een brochure naar de afdelingen. In april-mei plant de afdeling wat ze gaan doen. In juni is de planning van de afdelingen af. (MK)
- Eind december moet inhoud van het programmabladd af zijn. (VLV)
- In september worden de thema's vastgelegd, de concrete activiteiten nog niet tenzij ze echt grootschalig zijn. In december worden de activiteiten vastgelegd, in januari eventueel bijgestuurd. (KWB)

Er zijn ook organisaties die werken met een **planning op veel kortere termijn**.

Voorbeelden:

- Thema's liggen nog niet lang op voorhand vast. Pakketten worden niet volgens vast tijdsstramien uitgewerkt. Planning is moeilijk, er. Werken vaak met planning op 2-3 maanden vooruit. Willen wel gaan werken op langere termijn. (AIF)
- We werken met korte lijnen, beslissen kan meestal snel (binnen de maand). (DB)

Sommige organisaties werken met een **kalenderjaar** (Gezinsbond, ...), andere met **schooljaren** (KAV, KWB, ACW, Vlaamse Liberale Vrouwen). Vormingsinstellingen werken meestal per **seizoen** of trimester. Een **verschillende jaarindeling bemoeilijkt soms de samenwerking** in het kader van vormingen.

- Het werken met kalenderjaren bemoeilijkt soms samenwerking met externe partners, aangezien die vaak met schooljaren werken. Meestal komen deze externe partners te laat met hun vraag, aangezien het programma voor het komende jaar al vastligt. (GB)

Bij **vormingsinstellingen** zijn het de **programmatoren die de keuze van de thema's bepalen**. Er wordt wel op verschillende manier gepeild naar de **behoeften bij deelnemers of leden**. Ook bij de bevroegde **verenigingen of verenigingen voor een bijzondere doelgroep** wordt de keuze van de vormingen aangeboden vanuit nationaal bijna altijd op het **nationaal secretariaat** gemaakt.

Voorbeelden:

- Programmatoren per thematische specialiteit bepalen de keuze van de vormingen. (VPA)
- Organisaties spreken AIF aan met vraag naar sprekers / thema's. Het secretariaat verwijst door op basis van contacten. (AIF)
- Coördinator + vormingswerkers bepalen thema's. (VIBEG)
- Programmatoren per thematische specialiteit met intern overleg. Per cluster wordt er gestreefd naar een evenwicht in het jaarprogramma. (VPO)
- Regionale vormingen plannen gebeurt steeds met lokale coördinator (cultuur-, milieu-, ...) of soms met het Cultureel Centrum. In dialoog worden de interesses, leemtes, aangevoeld. (VPO)
- Per cluster beslist een persoon autonoom. alle clusters worden gebundeld in de werkgroep programmatie. Deadline: 3 tot 6 maanden voor uitgave brochure, bv. deadline selectie vormingsaanbod in de zomerbrochure: 15 april. (VPO)
- Thema's worden bepaald door de leden, maar voorstellen van het secretariaat zijn ook mogelijk. Het secretariaat probeert er altijd iets van duurzaamheid in te brengen (duurzaam bouwen of gezond wonen). Het secretariaat beslist uiteindelijk rond welke 4 thema's (ev 5, bv vormingspakket ism VIBE was een 5de thema) er zal gewerkt worden. (GB)

Eens het nationaal secretariaat het programma heeft vastgelegd, wordt dit **gecommuniceerd naar de achterban/afdelingen**. **Afdelingen** blijven **meestal** echter **vrij om** uit het nationaal georganiseerde aanbod te kiezen en/of **daarnaast een eigen aanbod samen te stellen**.

Voorbeelden:

- Regio's kunnen kiezen uit de vormingspakketten die vanuit het nationale secretariaat worden aangeboden. De lokale afdelingen kunnen een beroep doen op een ideeën bundel (nieuw instrument met nieuwe activiteiten), samengesteld door het nationale secretariaat (wordt naar bestuursleden verstuurd). (SP)
- Brochure met educatieve pakketten, activiteiten die verenigingen zelf kunnen organiseren. Via AIF kunnen ze een spreker vastleggen. Enkel nog alleen wanneer en waar invullen. Deze wordt +/- jaarlijks toegestuurd aan de organisaties. (AIF)
- Enkel aanbod van eigen lesgevers vanuit nationaal. Maar de afdelingen zijn vrij om ook externe sprekers te vragen. (GB)
- Het nationale aanbod wordt vooral gestuurd door de jaarplanning. De lokale activiteit wordt voor een groot deel autonoom door de afdeling bepaald. De lokale afdelingen zijn,

binnen de lijnen van de doelstellingen van het fonds, vrij om activiteiten en vormingen te organiseren. (VF)

- Afdelingen zijn vrij om het aanbod vanuit nationaal letterlijk over te nemen, er zelf iets mee te doen, of verder te zoeken dan het aanbod vanuit nationaal. (MK)
- Afdelingen werken autonoom hun programma uit. (VLV)

B.3. Vormingen opzoeken

In dit deel wordt nagegaan via welke kanalen vormingen worden gezocht. Er werd ook gepeild in welke mate een vormingsdatabank rond milieu en verbruik hierbij een meerwaarde is.

Heel wat **verenigingen** doen voor het opzoeken van vormingen beroep op **bestaande contacten met organisaties en partners**.

Voorbeelden:

- Via bestaande contacten met organisaties, of contactpersonen viavia. Zo werkt het wel goed, niet het gevoel dat ze zaken niet vinden. (VG)
- Voor vormingen rond milieu-tuinieren via een persoonlijk contact met lesgever die al jarenlang actief is als lesgever bij Velt. (VPB)
- De lokale afdelingen nemen ofwel een aspect uit het aanbod van de nationale koepel over of gaan autonoom via hun eigen kanalen/kennis op zoek naar bvb sprekers. Er wordt ook lokaal veel samengewerkt met derde /bevriende organisaties (HVV, andere cultuurfondsen/privé-partner/lokale overheid/...). De landelijke activiteiten waarbij een externe partner betrokken is, wordt meestal via de bestaande universitaire contacten gezocht. Hier werken we veel samen met Uitstraling Permanente vorming van de VUB en met de Universiteit Gent. (VF)

Vormingsinstellingen hebben een **breder zoekveld**.

Voorbeelden:

- Verschillende kanalen (VPA), oa gesprekken met:
 1. cultuurbeleidscoördinator
 2. culturele centra
 3. milieudiensten en duurzaamheidsambtenaren van gemeentes (nog niet zo vaak)
 4. OCMW's
- Verschillende kanalen: (VPO)
 1. kant en klaar aanbod wordt naar VP gestuurd, bv. In Verde
 2. VP contacteert de landelijk gespecialiseerde instellingen zelf, bv. rond ballet
 3. Rechtstreekse samenwerking: bv. NP educatie weet dat VP een cursus kan inrichten
 4. Via eigen projecten naar specifieke doelgroepen (eigen projecten zijn meestal niet open aanbod)
 5. Netwerk: surfen naar Prettig Geleerd en NME om te kijken wat er op de markt is.

In de online bevraging geeft **57% van de organisaties aan dat het vormingsaanbod rond milieu en verbruik goed op te sporen is voor programmatoren, 27% vindt het moeilijk te vinden**.

De **meerwaarde van de databank Verlicht.be** (gepeild voor lancering) wordt vooral erkend door professionelen verantwoordelijk voor de programmatie, zowel vormingsinstellingen als nationale secretariaten van verenigingen, en minder voor afdelingen of individuele consumenten.

Voorbeelden:

- AIF zou wel gebruik maken van de databank, maar dan op niveau van het secretariaat, de organisaties hebben veel begeleiding nodig. Zijn nog jonge organisaties, met jonge aangesloten groepen. (AIF)
- Overzicht van mogelijke partners en bundeling van gegevens zou nuttig zijn. (DB)

- Dit zou vooral voor de regio's een meerwaarde vormen. Voor de afdelingen is internetgebruik meestal te hoog gegrepen (ouderen die niet zo vertrouwd zijn met het medium). Maar de organisatie ziet wel een mogelijkheid de bestaande milieuvormingen op te nemen in de ideeënbundel.(SP)
- Databank Verlicht zeer interessant. Vormingplus Brugge is ook vragende partij om een soort import vanuit Verlicht op hun site te verkrijgen (in de lijn van Prettig Geleerd Light). Dan zouden ze een aparte categorie milieu ofzo kunnen opnemen.(VPB)
- Opzoekparameters (zoekfunctie) zou meerwaarde zijn. (VPO)
- Nuttig vooral voor doelgroep van programmatores, bv. NME-inventaris: > 80% van bezoekers zijn professionals uit de vormingssector. Doorlinken naar andere nuttige sites. Focus best zo breed mogelijk: thema "duurzaamheid", "consumentenvorming", leemte momenteel is "duurzaamheid" (VPO)
- Is milieubewust verbruiken een goede focus? Thema beter open trekken naar bewust verbruiken. Zo komt ook het sociale aspect aan bod. Dit is een interessante optie omdat het minder beperkt is. (VPA)
- Een andere organisatie meent dat dit wel interessant kan zijn, maar dat een systeem zoals Prettig Geleerd niet zo goed werkt: je vindt er niet alles, niet zo gemakkelijk op te zoeken.

B.4. Conclusies

- **De meeste verenigingen of vormingsinstellingen werken met een vorm van thematische programmatie (jaartheme, inspelen op thematische evenementen van partners, ...).**
- **De langetermijnplanning voor de programmatie van het vormingsaanbod wordt door de bevraging bevestigd.**
- **Een verschillende jaarindeling bemoeilijkt soms de samenwerking met andere organisaties.**
- **Het bepalen van het vormingsaanbod gebeurt bijna altijd vanuit het secretariaat van de organisatie. Er wordt wel ingespeeld op de behoeften van de achterban (afdelingen, deelnemers, ...).**
- **Afdelingen van de verenigingen behouden veel vrijheid om eigen vormingen te programmeren. Voor het opzoeken van vormingen doen de meeste organisaties in hoofdzaak beroep op bestaande contacten.**

C. Communicatie van het vormingsaanbod

In dit deel werd nagegaan op welke manier de bevroegde organisaties hun vormingsaanbod communiceren naar hun doelgroep.

C.1. Schriftelijke kanalen

Bij vormingsinstellingen blijft de **programmabrochure** meestal een belangrijk medium voor het algemene publiek. Bij verenigingen wordt het aanbod naar afdelingen gecommuniceerd via het **tijdschrift** van de organisatie, een **ideeënbundel of programmatiebrochure, specifieke folders voor bepaalde vormingen**.

Voorbeelden:

- Jaarlijks ontvangen de aangesloten afdelingen het 'Programmablad', een uitgave vol suggesties voor activiteiten. (VLV)
- Afdelingen ontvangen een activiteitenmap. (KWB)
- Het meinumner van Vrouw & Wereld is de programmabrochure met het aanbod voor het komende werkjaar. (KAV)
- Afdelingen plannen zelf het aanbod via een lijst met alle vormingen (verspreid via het infoblad voor kaderleden, website, via educatieve medewerkers die naar gewesten gaan). Afdelingen vragen bij nationaal een vorming aan (thema en datum), de Gezinsbond zoekt dan een spreker. Soms nemen afdelingen ook rechtstreeks contact op met een spreker. De

- geplande plaatselijke activiteiten verschijnen op de regionale pagina's van De Bond. (GB)
- In S-magazine van de Socialistische Mutualiteiten (met provinciale katern) wordt het vormingsaanbod van S-plus opgenomen. (SP)
- In Kras, het tijdschrift van S-plus dat 4-maandelijks voor abonnees verschijnt, verschijnt de pakketvoorstelling van vormingen vanuit het nationale secretariaat. Ook is er een provinciale katern met niet-nationale activiteiten. (SP)
- Voor bepaalde vormingen worden folders opgemaakt, bv. voor studiedagen, workshops,.... Deze folders worden verspreid via de provincies. In totaal worden er een 5000-tal gedrukt. Het aantal dat verspreid wordt is verschillend per provincie. (SP)
- Het vormingsaanbod voor personen met een handicap wordt verspreid via het tijdschrift "Weerbericht" (verschijnt 4 maal per jaar). (TV)
- Grotere activiteiten komen in het ledenblad 'De nieuwe Gemeenschap'. (VF)

Voor **specifieke doelgroepen** wordt soms gezocht naar **andere kanalen**.

Voorbeeld:

- Het aantal exemplaren van de programmabrochure die niet geadresseerd verspreid worden in de regio, zou kunnen afgebouwd worden, het overige budget kan dan voorzien worden om iets te doen specifiek naar nieuwe doelgroepen. Dit moet nog uitgewerkt worden, kan verschillende vormen aannemen. Een idee is een advertentie in de Streekkrant gericht naar één specifieke doelgroep, dan ook bepalen welke vorming bij die groep aanslaat. (VPB)

C.2. Elektronische kanalen

De bevroegde vormingsinstellingen werken voor de kalender op hun website samen met Prettig Geleerd. De meeste verenigingen werken op hun **website** met een activiteitenlijst of vormingsdatabank. Hier komen meestal enkel de nationale activiteiten op. De lokale activiteiten van de afdelingen verschijnen soms op een aparte website van de afdeling. Daarnaast wordt soms ook via een **elektronische nieuwsbrief** gewerkt naar de afdelingen.

Voorbeelden:

- Kalender met nationale activiteiten op de website. Sommige afdelingen hebben een eigen website met aankondiging van activiteiten. (SP)
- Elektronische nieuwsbrief: tweemaandelijks. Deze wordt opgestuurd naar iedereen die zich hiervoor inschrijft via de website, de professionele medewerkers en het bestuur. (SP)
- AIF heeft een kalender van activiteiten op hun website, zowel nationale activiteiten als activiteiten van de aangesloten verenigingen. Het nationaal secretariaat van AIF vult de kalender in. (AIF)
- Databank op website (zoeken per thema en datum). (TV)
- Alle activiteiten komen in principe op de landelijke website. (VF)

Voor het **aanbod op maat** voorzien vormingsinstellingen vaak ook afzonderlijke informatie op de website.

- Aanbod op maat: pdf bestanden met praktische kant voor organiseren en ook met aanbod van educatieve pakketten (titel, inhoud, doelgroep, aantal sessies, duur van de sessie, min en max aantal deelnemers, begeleider, beschikbaarheid begeleider, lokaalvereisten, materiaal te voorzien door de plaatselijke organisatie, materiaal mee te nemen door deelnemers). (VPA)

Om het nationale aanbod voor het komende werkjaar bekend te maken bij de afdelingen, voorzien heel wat verenigingen **ontmoetingsmomenten**.

Voorbeelden:

- Vakantiegenoegens organiseert prikkelmomenten per regio. (VG)

- KAV maakt het vormingsaanbod bekend op provinciale ontmoetingsdagen (KAV).

Vorminginstellingen en cultuurfondsen verspreiden hun aanbod breder via zowel regionale als nationale kanalen:

Voorbeelden:

- VPO heeft geen leden, mensen worden bereikt
 - via brochures (oplage 12000, abonnees en bibliotheken)
 - Passpartout
 - Milieukrant provincie
 - NME inventaris
 - Prettig Geleerd, Cultuurweb
- Bevriende organisaties nemen het aanbod op in hun tijdschrift. Regionale pers wordt geïnformeerd. De cultuurdatabank wordt aangevuld. (VF)

C.3. Conclusies

- ***Bij de verspreiding van het vormingsaanbod gebruiken verenigingen zowel schriftelijke (programmabrochure, tijdschrift, ideeënbundel, ...) als elektronische kanalen (databank, website, nieuwsbrief...).***
- ***Bij de communicatie van het vormingsaanbod naar de afdelingen, blijken ontmoetingsmomenten bij de verenigingen een erg belangrijk instrument.***

D. Lesgevers

In dit deel werd doorgevraagd op het profiel van de lesgevers, hun statuut en vergoedingssysteem. Ook werd bekeken hoe de organisatie lesgevers werft, selecteert en evalueert.

D.1. Profiel lesgevers

De meeste organisaties werken met **verschillende types lesgevers**. De verhouding tussen de verschillende profielen verschilt. Er zijn organisaties die hoofdzakelijk met vrijwillige lesgevers werken, anderen werken bijna uitsluitend met professionele medewerkers. Bij de **verenigingen voor een bijzondere doelgroep**, ligt het zwaartepunt bij de **eigen educatieve medewerkers**.

Bij een aantal organisaties zijn de vergoedingen voor eigen en externe lesgevers gelijk, bij de meeste organisaties verschilt de **lesgeversvergoeding afhankelijk van het profiel van de lesgever**.

Voorbeelden:

- Vooral eigen lesgevers, werknemers bij De Brug. (DB)
- 4 eigen vormingswerkers, 5% externe lesgevers. (VIBEG)
- Op het nationale secretariaat van AIF werken er 6 personeelsleden (niet allemaal voltijds). De meesten zijn educatieve medewerkers, en geven zelf vormingen. Soms worden vormingen ook door externen gegeven. (AIF)
- Een onafhankelijke lesgever is dikwijls flexibeler (bv. freelancer die met pakketten van NME aan de slag gaat). (VPO)

Heel wat **verenigingen** doen vooral beroep op de **eigen leden** voor het geven van vormingen. Een kleiner aandeel van de vormingen wordt door externen gegeven.

Voorbeelden:

- Vakantiegenoegens heeft geen echte 'lesgevers', het zijn eerder de leden-vrijwilligers die activiteiten organiseren. (VG)
- De Gezinsbond werkt zowel met vrijwilligers (leden van de Gezinsbond, opgeleid door de

Gezinsbond of in samenwerking met externe partners), als met professionele medewerkers en ook met externe lesgevers. (GB)

- KAV werkt vooral met zelf opgeleide lesgevers, minder met externe lesgevers. (KAV)
- Zowel professionele medewerkers als vrijwilligers, opgeleid door professionele medewerkers. (SP)

De bevestigde **vormingsinstellingen en cultuurfondsen** werken in hoofdzaak met **externe lesgevers**, soms aangevuld met eigen medewerkers of vrijwilligers.

Voorbeelden:

- De eigen lesgevers zijn beperkt. Meestal wordt gewerkt met externe specialisten in het onderwerp al dan niet betaald: vrijwilligers 5%, professionele medewerkers 15%, externe lesgevers 80%. (VF)
- Vormingplus Brugge heeft 3 verschillende profielen van lesgevers: vrijwilligers (80 euro/avond + vervoerskosten, maar houden hier maar helft van over), lesgevers verbonden aan een organisatie (factuur, bepalen tarief zelf) en zelfstandigen die lesgeven in hoofd- of bijverdienste doen (factuur, bepalen tarief zelf). Er zijn bijna geen eigen lesgevers (educatieve krachten Vormingplus). (VPB)
- Eén van de vier opdrachten van Vormingplus is het uitbouwen van een eigen niet-formeel educatief aanbod in de regio. Dit kan met eigen medewerkers of met deze van andere organisaties. VPO werkt niet met vrijwillige lesgevers. (VPO)
- Vormingplus Antwerpen werkt zowel met eigen medewerkers als met freelancers, niet met vrijwilligers. (VPA)

D. 2. Statuut van de eigen lesgevers

In dit stuk werd gepeild naar het statuut van de lesgevers.

De statuten zijn **erg uiteenlopend**. Als belangrijke doelgroep worden (brug)gepensioneerden vermeld. Voor hen is het echter niet altijd mogelijk het lesgeven te combineren met hun statuut.

Voorbeelden:

- Vrijwilligers zijn meestal gepensioneerde lesgevers uit het onderwijs. (SP)
- Alle statuten komen voor, maar meestal werkend (zelfstandigen + educatieve krachten). (VPO)
- Professionele medewerkers. (VIBEG)
- Lesgevers: helft freelancers, helft verbonden aan een organisatie. (VPO)
- Bruggepensioneerden zijn een groot potentieel publiek, maar daar stoten we vaak op het probleem dat zij niet mogen lesgeven als vrijwilliger vanwege hun statuut. (GB)

D. 3. Werving en selectie van lesgevers

Er werd nagegaan hoe organisaties nieuwe lesgevers werven en selecteren. Daarnaast werd ook bekeken in welke mate er een opvolgings- en evaluatiesysteem voor lesgevers bestaat.

De meeste verenigingen zoeken de lesgevers via de bestaande kanalen in de **eigen achterban**. Ook vormingsinstellingen werven lesgevers hoofdzakelijk via **vertrouwde kanalen en/of persoonlijke contacten**.

Voorbeelden:

- We vinden lesgevers via persoonlijke contacten of organisaties waar we contacten mee hebben. Lesgevers melden zich zelf ook aan. (VPB)
- Werving gebeurt via een oproep in het blad De Bond. Daar komt meestal vrij veel respons op. Bijvoorbeeld rond duurzaam bouwen: vaak ingenieurs die zelf aan het bouwen zijn en kennis willen doorgeven. Niet alleen ouderen, ook jonge mensen. Daarnaast gaat er ook een oproep via het infoblad voor kaderleden, de website en binnen de gewesten ook via

- de educatieve medewerkers. (GB)
- De vrijwillige lesgevers worden gerekruteerd via de regionale medewerkers en in het tijdschrift Kras worden oproepen geplaatst. Professionele educatieve medewerkers worden via de Mutualiteiten geworven. (SP)
- Voor vormingen rond natuur en milieu komen 90% van de lesgevers uit organisaties (bv. ook duurzaamheidsambtenaren). Actieve zoektocht naar freelancerspool, via website. We zoeken ook procesbegeleiders (groep begeleiden) en moderatoren gezocht (bv. bij kant-en klaar pakket, nooit bij te gespecialiseerde sessies). (VPO)

Als selectiemethoden worden **intakegesprekken** georganiseerd of het **bijwonen van een les. Expertise in een bepaald thema of ervaring met vorming** bij andere organisaties wordt genoemd als belangrijk criterium bij de keuze voor een bepaalde lesgever.

Voorbeelden:

- Selectie onder de vorm van een intakegesprek. Bij eerste les probeert VP aanwezig te zijn. Ook evaluatie bij de deelnemers. (VPB)
- Om de cursus af te stemmen wordt een intake gesprek georganiseerd met de lesgever. (VPO)
- Doelgroep vraagt om toegankelijke taal. Anders slaat de vorming de bal mis. Met externe sprekers wordt vooraf afgesproken hoe de vorming zal gebeuren. bv. powerpointpresentatie vooraf bekijken. (AIF)
- Vormingen van externen worden aangeboden, maar worden op voorhand steeds kwalitatief geëvalueerd (doelgroep, niveau). (VPO)

D. 4. Lesgevers binnen de organisatie

De meeste organisaties hebben geen algemeen tekort van lesgevers, maar eerder een **tekort voor bepaalde thema's of regio's**.

Voorbeelden:

- Er zijn wel degelijk knelpuntclusters waar er nood is aan bepaalde specialisten. Voor natuur & milieu: meestal wel stevige natuurkennis aanwezig, maar daarom niet altijd de didactische kwaliteiten om vorming te geven. (VPO)

Organisaties die vooral met vrijwilligers werken, geven ook aan dat het ook niet altijd wenselijk is de pool zeer sterk uit te breiden, dit om **iedereen de kans te geven** les te geven.

Voorbeelden:

- Voor bepaalde regio's of thema's is er echt een tekort. Is ook vaak avondwerk, wat niet altijd evident is voor mensen. Langs de andere kant mogen er ook niet te veel lesgevers zijn, want we willen iedereen de kans geven een thema te kunnen geven. (GB)
- Er is geen directe noodzaak om de eigen vormingsmedewerkers uit te breiden. Expertise wordt extern gezocht. (VF)

De **leeftijd** van de lesgevers verschilt zeer sterk.

Voorbeelden:

- Vrijwilligers zijn meestal gepensioneerde lesgevers uit het onderwijs. Professionele medewerkers: tussen de 30 en 50 jaar, vrijwilligers: 50+. (SP)
- Lesgevers gemiddeld 40 jaar met weinig spreiding van leeftijd. (VPO)

Bij vorminginstellingen is het **verloop** meestal groter dan bij organisaties die vooral met lesgevers uit de eigen achterban werken.

Voorbeelden:

- Er is een vrij groot verloop. Er is geen bindingsdrang aanwezig. (VPO)
- Momenteel 4 lesgevers, soms verschillend afhankelijk van het thema. We ondervonden nog

- geen probleem om lesgevers te vinden rond natuur- en milieuthema's. (DB)
- 4 lesgevers, verschilt niet per thema, voldoende. (VIBEG)

D. 5. Vergoedingen lesgevers

Aangezien de bevroegde organisaties met verschillende types lesgevers werken, lopen ook de **vergoedingen die aan lesgevers worden toegekend, sterk uit elkaar**. Bij een aantal organisaties is de lesgeversvergoeding **variabel**.

Voorbeelden:

- Vergoedingen niet standaard, omdat profielen van de lesgevers zo verschillend zijn. (VPB)
- Voor de professionele educatieve medewerkers zit het in het takenpakket. Voor de vrijwilligers wordt de vergoeding bepaald door de regionale medewerkers. De hoogte van de lesgeversvergoeding voor externe lesgevers is variabel. Er wordt eerder een vergoeding voorzien voor grotere evenementen zoals een studiedag. (SP)
- Een freelancer ontvangt 40 euro per uur met een maximum van 120 euro per dagdeel. Daarnaast krijgt zij/hij ook een kilometervergoeding. Er wordt aan de deelnemers een deelnameprijs gevraagd. De deelnameprijs ligt meestal tussen 5 en 10 euro. Om uit de kosten te komen moeten er minimum 10 deelnemers zijn. Indien de freelancer meer vraagt, wordt de prijs per deelnemer hoger en is de kans groot dat er niet veel volk komt. (VPA)
- Lesgevers ontvangen loon. (DB)
- Bepalen van een vergoeding gebeurt via onderhandeling. Gidsen hebben vast tarief, externe lesgevers in dienstverband hoeven we niet te betalen. (DB)
- Lesgevers ontvangen 100 euro per sessie voor 1/2 dag. (VIBEG)
- Lesgeversvergoeding van 37,5 euro (belastbaar) en 7,5 euro (niet belastbaar), en nog vervoersonkosten aan 0,27 euro/km. Dit komt neer op ongeveer 45 euro bruto. Omdat mensen hier vaak weinig aan overhouden, zou dit mogelijk worden opgetrokken. (GB)
- Via nationaal kunnen de afdelingen enkel eigen lesgevers van de Gezinsbond aanvragen. Willen ze externe sprekers, dan moet de afdeling dat zelf bekostigen. De Gezinsbond komt wel tussen voor bepaalde vormingen. Dan betaalt de Gezinsbond de normale lesgeversvergoeding aan de afdeling terug (45 euro + 7,5 euro). De meerkost moet door de afdeling zelf gedragen worden.
- Prijs sterk afhankelijk van soort activiteit en profiel spreker. Er wordt steeds gestreefd om de spreker met een attentie te bedanken (veel bevriende universitaire contacten verzorgen graag een vorming tegen vervoers-kostprijs uit sympathie). Er wordt zelden meer betaald dan 150€ voor een sessie. (VF)

D.6. Omkadering lesgevers

D.6.1. Didactische ondersteuning

Weinig organisaties voorzien een **specifieke didactische training** voor hun lesgevers. Meestal wordt ervan uitgegaan dat de lesgevers hun expertise op dat vlak elders hebben opgebouwd, door hun opleiding of door ervaring bij andere organisaties. Af en toe wordt lesgevers **wel de mogelijkheid aangeboden tot methodische vorming, of komt dit kort aan bod bij de inhoudelijke vorming**.

- De opleiding per pakket is vooral inhoudelijk. Op methodisch vlak zijn de lesgevers redelijk vrij hoe ze iets invullen. Wel organiseert de Gezinsbond af en toe een opleiding didactisch werken met groepen (2 zaterdagen). Je kan mensen natuurlijk niet verplichten om daarnaartoe te gaan. (GB)
- De professionele medewerkers krijgen een handleiding en regelmatig wordt vanop nationaal niveau bijscholing aangeboden. Daarnaast kan steeds ingeschreven worden op didactische cursussen. (SP)
- Eigen lesgevers zijn methodisch voldoende getraind. (DB)
- Beperkte didactische omkadering, bv. wel voor doelgroep slechthorenden. Uitwisseling met

- Arche'Duc omtrent didactische principes. (VPO)
- Aan vrijwilligers wordt steeds een inhoudelijk vormingspakket meegegeven. Hierin is een luik met algemene leerprincipes opgenomen. (SP)

D.6.2. Inhoudelijke training

Opleiding van lesgevers is in hoofdzaak inhoudelijk. Inhoudelijke vorming kan **op verschillende manieren, zowel door de eigen organisatie als door externe partners.**

Voorbeelden:

- De meeste medewerkers zijn maatschappelijk assistent. Soms worden inhoudelijke vormingen gegeven voor de medewerkers. (VPA)
- Train de Trainer: cursus voor vrijwilligers die op hun beurt vrijwilligers kunnen opleiden. (VPA)
- Vrijwilligers worden inhoudelijk opgeleid. (SP)
- Geen didactische training voor lesgevers. Inhoudelijk ook niet echt, maar af en toe kunnen lesgevers wel gratis een cursus volgen om zich bij te scholen. (VPB)
- De lesgevers krijgen een opleiding van 2u, vooral inhoudelijk. De opleiding wordt gegeven door de organisatie die het vormingspakket (mee) uitwerkte. Bv nu is er een samenwerking op til met GroenLicht Vlaanderen. (GB)
- De eigen medewerkers volgen permanente bijscholing op eigen vraag gelieerd aan de non-formele volwasseneneducatie. (VF)

36% van de organisaties die deelnamen aan de online bevraging, **geven aan dat opleiding van hun lesgevers rond de thema's van (milieu)verlicht verbruiken gewenst is.** Thema's die in aanmerking komen zijn onder andere: voeding, klimaat, ruimtegebruik, energie, water, afval, ... Bij 29% van de organisaties is er geen vraag naar opleiding rond deze thema's.

D.6.3. Evaluatie en opvolging van lesgevers

Meestal wordt er **evaluatie** van de vorming voorzien bij de deelnemers en/of bij de lesgever zelf. Beginnende lesgevers worden vaak extra opgevolgd.

Voorbeelden:

- Na de eerste cursus wordt de evaluatie samen bekeken. (VPO)
- Evaluatiegesprekken voor eigen medewerkers. Activiteiten-evaluaties (niet altijd) voor externe sprekers. (VF)
- We kiezen voor lesgevers omwille van hun specialisatie of ze zijn vaak reeds lesgever via andere kanalen (stadsgids, natuurgids, educatief medewerker natuurcentrum...). (DB)
- Selectie niet expliciet maar indien we de lesgevers kennen, stellen we een gerichte vraag (DB)
- Er wordt op zoek gegaan naar de kennis van een bepaald specialisme. (VF)
- We hanteren geen selectie van lesgevers, meestal is de professionele expertise duidelijk. (VF)
- De lesgevers worden geëvalueerd via de deelnemers (evaluatieformulier), maar een echt systeem is nog niet uitgewerkt. (SP)
- Na eerste les de evaluatie (door de deelnemers) samen bekijken. (VPO)
- Aan de deelnemers van een cursus wordt gevraagd wat ze van de vorming vinden. Bij de eerste vorming door een medewerker of freelancer zit er een medewerker bij. (VPA)
- Evaluatiesysteem is niet echt georganiseerd, maar als een les slecht loopt, wordt dat door de afdeling zeker doorgegeven aan het nationaal secretariaat. Na de vorming vraagt de afdeling wel bij de lesgever hoe hij/zij het vond. Natuurlijk heb je altijd lesgevers die ervan overtuigd zijn dat het goed was, terwijl het helemaal niet overkwam bij de groep. Meestal maakt de afdeling ook een verslag van de activiteit. Met reacties van afdelingen moet je ook omzichtig omspringen: het is niet omdat een lesgever bij de ene afdeling een slechte evaluatie krijgt, dat het daarom een slechte lesgever is. Het moet ook 'klikken' met de

- afdeling. (GB)
- Er zijn vaak ook nog 'beginnende' lesgevers, die krijgen dan meestal wel wat krediet van de afdelingen. Vanuit het nationaal secretariaat worden deze lesgevers dan wat bijgestuurd (eens opbellen en wat feedback geven). Soms zie je ook op de lesgeversdag welke lesgevers je best eens kan opvolgen als ze naar een afdeling worden gestuurd. (GB)
- Heel af en toe zijn er lesgevers die er echt hun voeten aan vegeen, die worden dan van de lijst geschrapt, maar stellen zich sowieso meestal niet terug kandidaat. (GB)

D.7. Conclusies

- **De bevroegde organisaties werken zowel met eigen als met externe lesgevers. Bij verenigingen ligt het zwaartepunt bij eigen lesgevers, bij vormingsinstellingen bij externe lesgevers.**
- **De meeste verenigingen zoeken de lesgevers via de bestaande kanalen in de eigen achterban. Ook vormingsinstellingen werven lesgevers hoofdzakelijk via vertrouwde kanalen en/of persoonlijke contacten.**
- **De meeste organisaties hebben geen algemeen tekort van lesgevers, maar eerder een tekort voor bepaalde thema's of regio's.**
- **Aangezien de bevroegde organisaties met verschillende types lesgevers werken, lopen ook de vergoedingen die aan lesgevers worden toegekend, sterk uit elkaar. Bij een aantal organisaties is de lesgeversvergoeding variabel.**
- **Opleiding van lesgevers is in hoofdzaak inhoudelijk. Inhoudelijke vorming kan op verschillende manieren, zowel door de eigen organisatie als door externe partners. Weinig organisaties voorzien een specifieke didactische training voor hun lesgevers.**

E. Betaalbaarheid van het aanbod

In dit luik wordt nagegaan of de prijs van vormingen rond milieu en verbruik een drempel is om meer vormingen rond dit thema te programmeren. Er werd nagegaan welke prijzenpolitiek gangbaar is bij de organisatie, of de prijs de enige drempel is om vormingen rond milieu en verbruik op te nemen en of organisaties oplossingen zien voor de (te) hoge prijs van deze vormingen.

E.1. Prijzen voor vormingen

De **prijzenpolitiek** ten aanzien van de deelnemers is bij de bevroegde organisaties **erg verschillend**: geen vaste prijzen, maximumbedragen, verschillende prijzen naargelang het type les of lesgever,....

Voorbeelden:

- We hanteren geen maximum prijs, omdat het aanbod zeer uiteenlopend is. (DB)
- Prijs bepaald door vraag en aanbod. (VPO)
- Geen verschil in prijs, gelijkwaardige lesgevers. (VPO)
- Er is een verschil in vergoeding tussen eigen en externe lesgevers, want dit verschil moeten we doorverrekenen in onze deelnemersgelden. (DB)
- Activiteiten zijn toegankelijk voor leden en niet-leden, maar de prijs is wel verschillend, of toch in theorie (wordt niet door elke afdeling systematisch toegepast). (VG)
- Via nationaal kunnen de afdelingen enkel eigen lesgevers van de Gezinsbond aanvragen. Willen ze externe sprekers, dan moet de afdeling dat zelf bekostigen. De Gezinsbond komt wel tussen voor bepaalde vormingen in de alternatieve sector. Dan betaalt de Gezinsbond de normale lesgeversvergoeding aan de afdeling terug. De meerkost moet door de afdeling zelf gedragen worden. (GB)
- Groepen betalen tot maximum 125-150 euro voor een vormingsavond. (MMK, VLV)

E.2. Is een hoge prijs een drempel om vormingen te programmeren?

Voor de meeste organisaties blijft de **prijs een belangrijk criterium** en vaak ook een drempel om vormingen al dan niet op te nemen.

Voorbeelden:

- Bij de selectie van vormingen is ons eerste criterium: vinden we hier een publiek voor? Gemiddeld kost een vorming 80 euro, wat wil zeggen dat er minimum 10 mensen moeten komen (gemiddelde prijs die per activiteit wordt gevraagd is 8 euro). Als een vorming niet genoeg mensen aantrekt, wordt ze niet georganiseerd. Soms worden risico's genomen, of minder toegankelijke vormingen/vormingen die een engagement vragen goedkoper (2 euro of zelfs gratis) georganiseerd. (VPB)
- Er is voldoende budget, maar precedenten scheppen (maximumprijs) blijft gevoelig. Natuur & milieu is minder prioritair geworden. (VPO)
- Milieuvormingen die wij kennen, zijn vaak duur. Afhankelijk van het thema, als er voldoende interesse is voor het thema, normaalgezien kan er wel iets betaald worden. Deelnemers betalen zelf geen inkom. AIF wil de drempel heel laag houden. (AIF)
- Prijs van € 85 voor sessie van 2 uur: voor verenigingen zelf is dit veel geld. AIF heeft hiertoe een eigen subsidiereglement, maar dit wordt afgeschaft op vraag van Anciaux. Er is maximum 150 euro per organisatie per jaar. De helft van de organisaties maakt er volledig gebruik van, een kwart maakt er geen gebruik van. (AIF)
- Prijs is zeker een drempel voor externe sprekers: alles wat boven de normale lesgeversvergoeding valt, moet de afdeling zelf bekostigen. Via nationaal kunnen de afdelingen enkel eigen lesgevers van de Gezinsbond aanvragen.(GB)
- Prijs sterk afhankelijk van het soort vorming. In de regel kost een activiteit gemiddeld 500à 700€ alles in. (VF)

Hoewel de prijs voor vormingen rond milieu en verbruik meespeelt bij de selectie van vormingen, is de **prijs niet altijd de (enige) doorslaggevende factor**.

Voorbeelden:

- Voor Vakantiegenoegens is 85 euro voor een vormingsavond niet te veel. Het is een keuze die je maakt: afdelingen kiezen er vaak voor om alle activiteiten gratis aan te bieden, dan is dat inderdaad veel. Maar als je een kleine bijdrage vraagt, is dit bedrag snel verzameld. Afdelingen krijgen een werkingsbudget vanuit nationaal. Daarnaast ook wervingspremies en deelnemersbijdragen. Ze kunnen het autonoom beheren. Normaalgezien is deelnameprijs verschillende voor leden en niet-leden, maar niet alle afdelingen passen dit toe. (VG)
- Op nationaal niveau is prijs geen drempel. Indien uitgebreide vormingen worden georganiseerd kunnen sprekers via inschrijvingsgelden gefinancierd worden. Of de prijs een drempel vormt voor de afdelingen is afhankelijk van de grootte van de afdeling. Indien prijs een drempel vormt voor afdelingen, doen zij een beroep op aanbod met regionale medewerkers. Als de promotie bij regio's gebeurt en een schappelijk inschrijvingsgeld wordt gevraagd, kunnen vormingen regionaal worden ingericht. Algemeen: als interesse bestaat, zullen ze bereid zijn te betalen. (SP)
- Prijs geen drempel maar het moet wel haalbaar blijven voor onze deelnemers. (TV)
- Prijs tot nog toe geen drempel. (DB)

Ook in de online bevraging werd ook gepeild naar de **betaalbaarheid van het aanbod** rond (milieu)bewust verbruiken.

Voor 46% van de organisaties is de **prijs het belangrijkste criterium bij de selectie van het aanbod**. Slechts voor één organisatie ziet de prijs van een vorming helemaal niet als belangrijkste selectiecriteria.

22% van de organisaties vindt **vormingen rond (milieu)bewust verbruiken te duur**, 36% heeft hierover geen uitgesproken mening en 11% vindt deze vormingen niet te duur.

Als vormingen rond (milieu)bewust verbruiken minder duur zouden zijn, zou 22% van de organisaties meer vormingen rond dit thema opnemen in het aanbod. 32% spreekt zich niet uit, 14% denkt dat een prijsdaling niet meteen een invloed zou hebben op de programmatie.

E.3. Mogelijke oplossingen

De **mogelijke oplossingen** die de bevroegde organisaties zien om vormingen rond milieu en verbruik aan haalbare prijzen aan te bieden, **blijven eerder beperkt**. Om de prijs te drukken, worden **vormingen vaak op bovenlokaal niveau** georganiseerd.

Voorbeelden:

- Opleidingscheques zijn daadwerkelijk drempelverlagend. Belangrijkste motivatie is het vergaren of uitdragen van kennis. (VPO)
- Duurdere vormingsavonden worden soms regionaal georganiseerd. (MK)
- Afdelingen worden aangemoedigd om voor duurdere activiteiten samen te werken met andere afdelingen/op gewestelijk niveau te organiseren. (GB)

E.4. Andere drempels

Andere hinderpalen bij het programmeren van vormingen rond milieu en verbruik zijn onder meer het moeilijk vinden van deze vormingen, een matige educatieve kwaliteit, de extra administratie voor de afdelingen, de specifieke doelstellingen van de organisatie, het probleem van de taal of het gebrek aan interesse bij de doelgroep.

Voorbeelden:

- Programmatores moeten vormingen voldoende vlot kunnen vinden. (VPO)
- Educatieve kwaliteit van lesgevers kan hinderpaal zijn. (VPO)
- Mondelinge communicatie: niet iedereen spreekt Nederlands. Alles gebeurt in het Nederlands, maar er wordt soms gezorgd door taalondersteuning (trefwoorden in andere taal projecteren, tweetalige documenten,...), door AIF bij hun eigen kadervormingen, anders door lokale groepen,... Doelgroep vraagt om toegankelijke taal. Anders slaat de vorming de bal mis. Met externe sprekers wordt vooraf afgesproken hoe de vorming zal gebeuren. bv. Powerpointpresentatie van een lesgever wordt vooraf bekeken. (AIF)
- Andere drempel: het moet begrijpbaar zijn voor doelpubliek (personen met een handicap). (TV)
- Belangrijkste hinderpaal is dat er bij onze doelgroep waarschijnlijk zeer weinig interesse voor dit thema bestaat – als we vergelijken met vormingen rond de gemeenteraadsverkiezingen die we in 2006 opgezet hebben en met andere vormingen rond gelijkaardige thema's in het verleden: nauwelijks interesse, de meeste van deze geplande vormingen moesten afgelast worden. (VIBEG)
- Naast de prijs is ook de administratie een rem: bv Biobabbel velt moet de afdeling zelf aanvragen bij Velt. Dit zou in de toekomst opgelost kunnen worden door vormingen van externen mee op te nemen in het totale aanbod van nationaal. Afdelingen worden ook gestimuleerd om activiteiten gewestelijk te organiseren. (GB)
- Prijs niet echt een drempel. Een 'hinderpaal' is natuurlijk de specificiteit van het Vermeylenfonds. Hoewel August Vermeylens gevleugelde uitspraak luidt 'mijn vriend, wij zullen dit land schoner maken' lijkt dit niet direct interpreteerbaar te zijn in ecologische context. (VF)
- Er wordt door vele organisaties vorming aangeboden over verschillende subonderwerpen. De kwaliteit en moeilijkheidsgraad verschilt enorm. Ook de kostprijs. Soms zie je, als potentiële deelnemer, door het bos de bomen niet meer. (Inverde)

E.5. Conclusies

- *De prijzenpolitiek ten aanzien van de deelnemers is bij de bevroagde organisaties erg verschillend.*
- *Voor de meeste organisaties blijft de prijs van een vorming een belangrijk criterium en vaak ook een drempel om vormingen al dan niet op te nemen.*
- *De prijs blijkt evenwel niet de enige en ook niet altijd de belangrijkste hinderpaal bij het programmeren van vormingen rond milieu en verbruik. Andere drempels zijn het moeilijk vinden van deze vormingen, een matige educatieve kwaliteit, de extra administratie voor de afdelingen, de specifieke doelstellingen van de organisatie, het probleem van de taal of het gebrek aan interesse bij de doelgroep.*

F. Algemene conclusies

- Bij de meeste organisaties bestaat **interesse voor het thema van bewust verbruiken**, maar het **thema** wordt tegelijk ook ervaren als **moeilijk**. Bij verenigingen wordt het thema dan ook **eerder opgenomen op aansturen van het nationaal secretariaat** dan vanuit de afdelingen. Ook vorminginstellingen wijzen op het belang van een goede verpakking van het thema.
- Voor vormingen in het algemeen, maar zeker voor het thema van (milieu)bewust verbruiken zien de bevroagde organisaties dan ook volgende **voorwaarden: interactieve werkvorm, praktische benadering, aansluiten bij de leefwereld van de deelnemers, inspelen op de actualiteit en meerwaarde bieden op individueel vlak**. Deze voorwaarden spelen nog sterker met het oog op het bereiken van nieuwe doelgroepen.
- Er blijkt **nood aan vormingen die praktische tips bieden of advies op maat**. Enerzijds is er ook vraag naar een algemene vorming rond bewust verbruiken, anderzijds is het zinvol om bewust verbruiken te integreren in vormingen rond andere thema's.
- **Samenwerking met externe partners** is zowel voor verenigingen als voor vorminginstellingen een gekend terrein. Er worden zowel bestaande vormingen opgenomen, als vormingen op maat uitgewerkt.
- Programmatie van vormingen is meestal een **langetermijnplanning**.
- Er wordt **zowel met eigen als met externe lesgevers** gewerkt. Een tekort aan lesgevers is vaak eerder regionaal en thematisch dan wel algemeen.
- Voor de meeste organisaties blijft de **prijs van een vorming een belangrijk criterium** en vaak ook een drempel om vormingen al dan niet op te nemen. De prijs blijkt **evenwel niet de enige en ook niet altijd de belangrijkste hinderpaal** bij het programmeren van vormingen rond milieu en verbruik.

G. Literatuurlijst

- *Niet voor groentjes. Onderzoeksrapport "NME voor volwassenen"* , Cel NME, 2003.
- Resultaten Edubell onderzoek 2003 (DIVA-Socius).
- Buffel Tine, Vanwing, Tom, en Dominique Verte, *Eigen-aardig educatief: een exploratief onderzoek naar de eigenschappen en randvoorwaarden van de educatieve functie van het sociaal-cultureel volwassenenwerk*, VUB, Brussel.
- *Doelgroepenbeleid Consumenten, Aankomend milieubeleid voor de doelgroep consumenten 2005-2007*, AMINAL Directoraat-Generaal, Cel Doelgroepenbeleid, 2005.
- Stichting Milieueducatie (FEE), Drakenberg Declaration over milieueducatie, juni 2006
- Evers, Frans, *Communiceren over duurzame ontwikkeling. Het grote misverstand.* , ? website LNE.
- Willy Sleurs, *Educatie voor Duurzame Ontwikkeling: leren met het oog op een betere wereld, hier en elders, vandaag en morgen.*in Impuls, vol 37 nr 2, pp. 90 - 102, uitgegeven bij Acco, 2006
- Rosine Van Oost, *Een decennium lang Educatie voor Duurzame Ontwikkeling, een hefboom naar verandering.*in Argus, jaargang 4, nr. 4, pp. 28 - 32.
- Carrafella, R.S. (2002), *Planning programs for adult learners: a practical guide for educators, trainers, and staff developers*, San Francisco: Jossey-Bass.
- Verhoeven, Sophie, 'EDUBELL. Of hoe je educatieve behoeften aan levenslang en levensbreed leren in een regio kan opsporen.', *Wisselwerk*, 2 (2005), 1.
- Verhoeven, Sophie, 'De EDUBELL-resultaten. De mogelijkheden en het nut voor scw-organisaties.', *Wisselwerk*, 3 (2006), 3: 15-18.
- Cockx, F. en Leenknecht, R., 'Op zoek naar behoeften', *Spoor zoeken*, Gent, 2005: 417-438.