

voortgangsrapport 2008-2009



0.

[INHOUD]

HOOFDSTUK 1 [INLEIDING]	4
Resultaat 2008 – planning 2009	4
Legende	6
Afkortingen	6
HOOFDSTUK 2 [INFOFICHE]	7
Wat is het Netwerk Bewust Verbruiken vzw (NBV) ?	7
Missie	7
Thema	7
Beweging	7
Contactgegevens (nieuw!)	7
HOOFDSTUK 3 [STRATEGISCHE DOELSTELLING 1]	8
Netwerking omtrent bewust verbruiken	8
Operationele doelstelling 1: Investeren in netwerking	9
Operationele doelstelling 2: Nieuwe netwerkmethodieken ontwikkelen	12
HOOFDSTUK 4 [STRATEGISCHE DOELSTELLING 2]	13
Campagnes en projecten omtrent bewust verbruiken	13
Operationele doelstelling 3: Gezamenlijke campagnes omtrent bewust verbruiken stimuleren en faciliteren	14
Operationele doelstelling 4: Gezamenlijke projecten omtrent bewust verbruiken stimuleren en faciliteren	21
Operationele doelstelling 5: Het thema bewust verbruiken op de maatschappelijke en politieke agenda houden	31
Operationele doelstelling 6: Nieuwe doelgroepen bereiken	32
Operationele doelstelling 7: Voorstellen uitwerken om knelpunten voor bewust verbruiken weg te werken	34
HOOFDSTUK 5 [STRATEGISCHE DOELSTELLING 3]	36
Informatie over bewust verbruiken verspreiden	36
Operationele doelstelling 8: NBV profileert zich als hét informatiepunt voor wat betreft bewust verbruiken	37
Operationele doelstelling 9: Voorzien in informatie-uitwisseling over bewust verbruiken op diverse niveaus	41
Operationele doelstelling 10: Nieuwe instrumenten voor informatie-uitwisseling ontwikkelen	42
HOOFDSTUK 6 [STRATEGISCHE DOELSTELLING 4]	43
Kwaliteitsvolle partner worden	43
Operationele doelstelling 11: Werken aan een evenwichtig ledenbestand met ruime impact op het gebied van bewust verbruiken	44
Operationele doelstelling 12: Organisaties motiveren tot engagement	47
Operationele doelstelling 13: NBV bestrijkt het volledige gebied van bewust verbruiken en integreert de diverse deelthema's	48
Operationele doelstelling 14: NBV investeert in duidelijke profilering en naambekendheid.	49
Operationele doelstelling 15: NBV wordt de gesprekspartner van de overheid inzake bewust verbruiken	51
Operationele doelstelling 16: Rol van het NBV in beleidswerking omtrent bewust verbruiken uitklaren	52
Operationele doelstelling 17: Sociaal draagvlak verbreden	53

HOOFDSTUK 7 [STRATEGISCHE DOELSTELLING 5]	54
Professionalisering interne werking	54
Operationele doelstelling 18: Financiering voor de werking bekomen	55
Operationele doelstelling 19: Werken aan langetermijnplanning	56
Operationele doelstelling 20: Interne werking van NBV als vereniging stroomlijnen	57
Operationele doelstelling 21: Kwaliteitsbewaking	58
Operationele doelstelling 22: Personeelsbeleid vorm geven	59
Operationele doelstelling 23: Vrijwilligersbeleid opzetten	60
HOOFDSTUK 8	62
Verhouding acties 2007 tot beoordelingselementen decreet	62
1. De knowhow en expertise van de beweging met betrekking tot het thema of de cluster	63
2. De wijze waarop die expertise verder wordt ontwikkeld	63
3. De wijze waarop de knowhow wordt ontsloten	64
4. De wijze waarop het ruime publiek rechtstreeks of onrechtstreeks wordt benaderd, incl. de inspanning om andere publieksgroepen aan te trekken	66
5. De creativiteit, de diversiteit en de originaliteit van de gehanteerde methoden, evenals de effectiviteit ervan	67
6. De communicatie met het publiek, de aandacht voor de media	69
7. De interne samenhang van het beleidsplan en de realiteitswaarde ervan	69
8. De aard en de omvang van de educatieve activiteiten en de werkmaterialen	70
9. De acties en de campagnes	70
10. De aandacht voor samenwerking en netwerkvorming met andere organisaties	71
11. Het engagement van vrijwilligers en beheerders	72
12. De mate van professionalisering	72
13. Interculturalisering	74
A [BIJLAGE 1]	75
Personeelsplan 2005-2009	75
B [BIJLAGE 2]	76
Persbereik 2008	76
Onderzoek Duurzame Voeding	76
Blijje Bloemen Campagne	77
Digitale media	77
Vormingen Milieuverlicht Verbruiken	79
Labels	80
Website Netwerk Bewust Verbruiken vzw	81
C [BIJLAGE 3]	82
Overzicht doelstellingen en acties NBV beleidsperiode 2005 - 2010	82
SD 1: Netwerking omtrent bewust verbruiken	82
SD 2: Campagnes en projecten omtrent bewust verbruiken	83
SD 3: Informatie over bewust verbruiken verspreiden	84
SD 4: Kwaliteitsvolle partner worden	85
SD 5: Professionalisering interne werking	86

[COLOFON]

© Maart 2009

Lay-out: X-oc, Borgerhout - www.x-oc.com

V.U.: Tineke van Engeland, NBV vzw, Mundo-B, Edinburgstraat 26, 1050 Brussel

[INLEIDING]

Dit voortgangsrapport geeft enerzijds verslag van hoe het Netwerk Bewust Verbruiken vzw (NBV) de doelstellingen uit het beleidsplan voor de periode 2005-2010 realiseerde in 2008. Anderzijds geeft het de plannen van het Netwerk Bewust Verbruiken vzw (NBV) weer voor het jaar 2009, eveneens zoals ze passen binnen het beleidsplan voor de periode 2005-2010. Het rapport wordt jaarlijks voorbereid door het team van het NBV, in 2009 uitzonderlijk hoofdzakelijk door de coördinator.

Het Netwerk Bewust Verbruiken stelt voor de beleidsperiode van 1 januari 2005 tot en met 31 december 2010 vijf strategische doelstellingen voorop:

1. Netwerking omtrent bewust verbruiken
2. Campagnes en projecten omtrent bewust verbruiken uitvoeren
3. Informatie over bewust verbruiken verspreiden
4. Kwaliteitsvolle partner worden
5. Professionalisering interne werking

In het beleidsplan worden deze strategische doelstellingen geconcretiseerd in operationele doelstellingen en acties. In dit voortgangsrapport worden de strategische en operationele doelstellingen en de acties verkort weergegeven, worden kwalitatieve en kwantitatieve resultaatsindicatoren voor het jaar 2008 ingevuld en wordt per actie aangegeven in hoeverre en op welke wijze deze in 2008 aan bod kwam en in 2009 aan bod komt.

Op het einde geven we aan hoe de doelstellingen en acties voor 2008-2009 zich verhouden tegenover de parameters of beoordelingselementen voorgeschreven door het decreet op het sociaal-cultureel volwassenwerk.

In bijlage vindt u het bijhorend personeelsplan.

RESULTAAT 2008 – PLANNING 2009

Tijdens het vierde jaar als sociaal-culturele beweging bouwde het Netwerk Bewust Verbruiken verder aan de verwezenlijkingen uit de vorige jaren. In tegenstelling tot de eerste 3 jaren van de beleidsperiode, was 2008 een wat moeilijker jaar, vooral naar het einde van het jaar toe, toen duidelijk werd dat NBV op gebied van personeel niet op volle toeren kon draaien (medewerkers vielen weg om uiteenlopende redenen als ziekte, ouderschap en ontslag). In 2009 voorzien we dan ook een inhaalbeweging op vlak van personeel.

In 2008 werkte NBV samen met lidorganisaties en partners vooral rond de thema's bloemen, voeding, jeans en labels. De belangrijkste projecten waren:

- afronden van de campagne Blijje Bloemen
- afronden van het project ter ondersteuning van actoren in de (milieu)educatie: Vormingen Milieuverlicht Verbruiken
- afronden van het Actie-onderzoek duurzame voeding met een gesmaakte studiedag
- verderzetten van het project Productlabels, instrument voor bewuste verbruikers met de lancering van een on-line databank voor labels
- start voorbereidingen Jeanscampagne Let your blue jeans talk... green
- opstart van een werking rond duurzame aankopen in de distributiesector

Van deze projecten lopen er drie door in 2009: het project *Productlabels*, de *Jeanscampagne* en de werking rond distributie. Ook de campagne *Blijje Bloemen* kent een (Europees) vervolg in de campagne ***Fair Flowers, a gift to all involved.***

Andere hoogtepunten van 2008 zijn er op vlak van personeel, communicatie, beleidsplanning en huisvesting. In 2008 riep het NBV een nieuwe functie in het leven, met name die van administratief verantwoordelijke. Deze medewerker ondersteunt de coördinator in de algemene werking van het NBV.

In het voorjaar van 2008 werd de nieuwe website van het NBV gelanceerd, <http://www.bewustverbruiken.be>. Ook werd een verhuizing naar het Brussels Huis Duurzame Ontwikkeling, Mundo-B, in februari 2009 voorbereid. In september 2008 werd het NBV bezocht door de visitatiecommissie, dat leverde een boeiend gesprek op waarin werd stil gestaan bij bijna 4 jaar NBV als beweging.

2008 is ook het jaar waarin duidelijk wordt dat een aantal plannen die het NBV heeft, waaronder enkele acties die opgenomen zijn in het beleidsplan, niet gerealiseerd kunnen worden omdat het NBV eigenlijk te klein is en te weinig middelen heeft om de plannen waar te maken. We denken hierbij bijvoorbeeld aan gemeenschappelijke standenwerking, integratie van informatiedragers (tijdschriften), maar ook nieuwe projecten voor specifieke doelgroepen. In 2009 worden hierrond definitieve knopen doorgemaakt. Dat jaar is daar bijzonder geschikt voor, aangezien de voorbereiding van het volgende beleidsplan (2011-2015) centraal staat in 2009.

*Tineke Van Engeland, coördinator NBV
Maart 2009*



Legende

De volgorde waarin de strategische doelstellingen worden opgegeven, houdt geen rangorde van belang of prioriteit in. Bij de acties werd wel een termijn opgegeven en er werd een prioriteit aan toegekend:

Termijn

K: korte termijn

M: middellange termijn

L: lange termijn

Prioriteit

1: prioritair

2: minder prioritair

Afkortingen

ACW	Koepel Van Christelijke Werknemersorganisaties
AV	Algemene Vergadering
AVBS	Algemeen Verbond van de Belgische Siertelers en Groenvoorzieners
BBL	Bond Beter Leefmilieu vzw
BIM	Leefmilieu Brussel
CIS	Centrum voor Informatieve Spelen
CMS	Content Management System
CVN	Centrum voor Natuur- en Milieueducatie vzw
EDO	Educatie voor duurzame ontwikkeling
EVA	Ethisch Vegetarisch Alternatief vzw
FAQ	Frequently Asked Questions
FFP	Fair flowers fair plants
FIAN	Foodfirst Information and Action Network vzw
FOD	Federale overheidsdienst
FSC	Forest Stewardship Council
FTO	Fair Trade Original vzw
GEC	Gents Ecologisch Centrum cvba
GGO's	Genetisch gemanipuleerde organismen
JNM	Jeugdbond voor Natuur- en Milieustudie vzw
KAV	Kristelijke Arbeidersvrouwenbeweging
KBS	Koning Boudewijnstichting
KVLV	Katholiek Vormingswerk voor Landelijke Vrouwen
KWB	Katholieke WerkliedenBond
LNE	Departement Leefmilieu, Natuur en Energie van de Vlaamse Overheid
MeMO	Mens- en Milieuvriendelijk Ondernemen vzw
MVO	Maatschappelijk verantwoord ondernemen
N-Z	Noord-Zuid
NBV	Netwerk Bewust Verbruiken vzw
NME	Natuur- en Milieuverlichte Educatie
OIVO	Onderzoeks- en Informatiecentrum voor de Verbruikersorganisaties
PODDO	Programmatorische overheidsdienst Duurzame Ontwikkeling
Poseco	Informatiecentrum voor een positieve economie vzw
SKC	Schone Kleren Campagne
SPAC	Sustainable production and consumption
STIP/OVAM	Steunpunt en Informatiecentrum voor preventie van afval / Openbare Vlaamse Afvalstoffenmaatschappij
SWOT	Strengths, Weaknesses, Opportunities & Threats
Velt	Vereniging voor ecologische leef- en teeltwijze vzw
VIBE	Vlaams Instituut voor Bio-Ecologisch bouwen en wonen vzw
Viva-SVV	Viva Socialistische Vrouwenvereniging
VL	Vlaams
VLAM	Vlaams Centrum voor Agro- en Visserijmarketing
VODO	Vlaams Overleg voor Duurzame Ontwikkeling vzw
VOSEC	Vlaams Overleg Sociale Economie vzw
VSDO	Vlaamse Strategie Duurzame Ontwikkeling
VTE	Voltijds equivalent
VVA	Verantwoordelijke voor Aankoop
Wervel	Werkgroep voor een Rechtvaardige en Verantwoorde Landbouw vzw

2.

[INFOFICHE] Wat is het Netwerk Bewust Verbruiken vzw (NBV) ?

Missie

Het NBV is een Vlaams samenwerkingsverband van organisaties die actief zijn op het gebied van consumenten, milieu, derde wereld, arbeidersrechten, anders omgaan met geld, sociale economie,...., dat door middel van netwerking, informatie, campagnes en projecten een sociaal én ecologisch verantwoord consumptiegedrag en dito productiewijzen stimuleert met het oog op het bereiken van duurzame ontwikkeling.

Thema

Bewust verbruiken, consumptie gericht op duurzame ontwikkeling

■ In plaats van de term *bewust* gebruikt men ook de begrippen *sociaal & ecologisch verantwoord, mens-, dier- & milieuvriendelijk, ethisch, kritisch* of *duurzaam*.

■ De term *verbruiken* wordt ook wel vervangen door *consumptie* of *consumeren*

De thematiek van het NBV bevindt zich dus op het kruispunt van consumptie enerzijds en duurzame ontwikkeling anderzijds.

Beweging

Het NBV wordt gesubsidieerd als beweging (decreet sociaal-cultureel volwassenenwerk). Een beweging is een organisatie met landelijk karakter die gespecialiseerd is in een thema of een cluster van nauw verwante thema's. Een **beweging** organiseert activiteiten op het vlak van sensibilisatie, educatie en sociale actie met het oog op maatschappelijke verandering. Ze richt zich daartoe op een ruim publiek. Een beweging heeft een educatieve functie (= gericht op lerende personen en groepen en gekenmerkt door het organiseren van educatieve programma's) en een maatschappelijke activeeringsfunctie (= gericht op het organiseren, stimuleren en begeleiden van vormen van maatschappelijk engagement en sociale actie) en hanteert een sociaal-culturele methodiek.

Contactgegevens (nieuw!)

Netwerk Bewust Verbruiken vzw
Mundo-B
Edinburgstraat 26
1050 Brussel
tel 02/894 46 15
info@bewustverbruiken.be
<http://www.bewustverbruiken.be>

3.

[STRATEGISCHE DOELSTELLING I] **Netwerking omtrent bewust verbruiken**

Het NBV is de unieke organisatie die samenwerking tussen sleutelorganisaties in het domein van duurzaam verbruiken stimuleert met als doel overleg te plegen, informatie te verspreiden, campagnes en projecten op te zetten, waarbij het NBV een faciliterende en coördinerende functie vervult.

Operationele doelstelling I: Investeren in netwerking

Het NBV investeert verder in *netwerking*. Dit is, samen met de specifieke themakeuze van bewust verbruiken, wat het netwerk het meest onderscheid van andere organisaties. Het NBV bevordert de *uitwisseling en overleg* tussen (lid)organisaties, maar stimuleert bovenal *samenwerking*. Doel is dat organisaties op de hoogte zijn van elkaars projecten en standpunten én dat zij gezamenlijke initiatieven nemen.

RESULTAAT 2008 & PLANNING 2009:

De netwerkfunctie van het NBV kwam in 2008 tot uiting in 12 concrete samenwerkingen. De belangrijkste zijn de campagnes *Blijve Bloemen* en *Jeans*, het project *Vormingen Milieuverlicht Verbruiken*, het project *Productlabels* en het project *Actie-onderzoek duurzame voeding*. Daarnaast werden 7 (vervolg)projecten voorbereid, wat resulteerde in 6 subsidie-aanvragen. Kenmerkend is dat bij al deze projecten steeds meerdere partners betrokken zijn. Tenslotte nam NBV in 2008 deel aan 4 projecten van anderen. De nieuwe projecten worden opgestart in 2009, mits bijkomende financiering.

De leden kwamen in 2008 bij elkaar op 2 Algemene Vergaderingen, in werkgroepen, op een discussiesessie en op een bijeenkomst waar nieuwe projectvoorstellen werden uitgedacht. Daarnaast werden interne mailinglijsten ingezet voor de communicatie over initiatieven van NBV en haar leden. NBV zet deze bijeenkomsten in 2009 op gelijkaardige manier verder.

Actie I – K I

Het NBV is permanent alert voor nieuwe samenwerkingsmogelijkheden (zowel met lid-, niet-lid- als buitenlandse organisaties), het secretariaat stimuleert leden om samenwerkingsvoorstellen te doen en doet zelf suggesties. Minstens 3 concrete samenwerkingen in 2005 en vanaf dan in stijgende lijn.

RESULTAAT 2008 & PLANNING 2009:

NBV realiseerde 12 concrete samenwerkingen: 2 campagnes, één discussiemoment, 3 lopende projecten en de voorbereiding van 6 nieuwe samenwerkingsprojecten.

Aantal	2005	2006	2007	2008
samenwerkingsactiviteiten				
Campagnes	1	2	1	2
Projecten – lopende	2	4	3	3
Projecten – voorbereiding	8	3	7	6
Discussiesessies	2	2	1	1
Totaal	13	11	12	12

De samenwerking in de schoot van het NBV kwam tot uiting in:

- Campagne *Blijve Bloemen*
- Campagne *Jeans*
- Project *Labels, instrument voor bewuste verbruikers*
- Project *Actie-onderzoek duurzame voeding*
- Project *Vormingen Milieuverlicht Verbruiken*

De campagnes *Blijve Bloemen* en *Jeans* en het project *Labels* lopen door in 2009.

Ook nam NBV in 2008 deel aan 4 projecten van anderen:

- Project *Voeten op tafel (beëindigd in 2008)*
- Project *Newsletter WWF (ook nog in 2009)*
- Project *Catering Fedorest (ook nog in 2009)*
- Project *Green Bazaar (ook nog in 2009)*

Vanuit NBV werden 6 subsidie-aanvragen uitgewerkt voor samenwerkingsprojecten:

- Project *Voedingslabels doorgelicht* bij de Coördinatiecel Duurzame Ontwikkeling, deze aanvraag werd niet goedgekeurd.
- Project *Sensibilisering rond labels voor bouwproducten & elektro* werd ingediend bij FOD Leefmilieu. Dit project werd goedgekeurd.
- Ism buitenlandse partners werd voor de campagne *Blijve Bloemen* een vervolg ingediend bij de *Europese Unie* onder de noemer *Fair Flowers, a gift to all involved*.
- Nog voor de campagne *Blijve Bloemen* werd een aanvraag ingediend voor een *actie rond secretarisedag* bij de Coördinatiecel Duurzame Ontwikkeling, deze aanvraag werd niet goedgekeurd.

- In nauwe samenwerking met Velt en Vredeseilanden werd een projectvoorstel ingediend bij de POD DO rond de *verduurzaming van een federaal overheidsrestaurant*.
- Er werd een projectvoorstel geschreven rond *Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen in de drankensector*, dat zal worden ingediend in 2009, omdat er nog overleg is rond de opzet met de potentiële financierder (Vlaamse Administratie Tewerkstelling).

Verder werden voorbereidingen getroffen voor projecten rond:

- Klimaat & Verbruik
- Geld in relatie tot duurzame consumptie
- Doelgroep Senioren
- Distributiesector

Rond een selectie van deze thema's zal in 2009 verder gewerkt worden door het uitdiepen van de samenwerkingsverbanden en het (aanpassen en her)indienen van projectvoorstellen voor subsidies.

Ten slotte speelde het NBV in 2008 regelmatig projectoproepen door aan lidorganisaties. In 2009 zal dit ook gebeuren. Bovendien zal NBV ook in 2009 suggesties verzamelen voor samenwerkingsverbanden en bij het uitwerken van nieuwe ideeën zoveel mogelijk z'n leden en externe partners betrekken.

Actie 2 – K I

Organisaties worden uitgenodigd tot overleg op diverse vergaderingen. NBV streeft naar minstens 2 Algemene Vergaderingen en minstens 5 bestuursvergaderingen per jaar. Het aantal werkgroepbijeenkomsten voor projecten telt minstens 2 bijeenkomsten (begin en eind).

RESULTAAT 2008 & PLANNING 2009:

Het aantal bijeenkomsten met leden & partners lag beduidend lager dan de vorige jaren. De reden hiervoor is dat een aantal projecten (vooral bloemen & vormingen) in de laatste fase zaten, waarvoor minder bijeenkomsten nodig waren.

NBV had 2 Algemene Vergaderingen en 5 bestuursvergaderingen. Het aantal werkgroepbijeenkomsten voor projecten varieerde, maar telde minstens een bijeenkomst aan het begin en aan het eind (beide data niet altijd in 2008).

Er werd dit jaar een bijeenkomst georganiseerd waarop leden werden uitgenodigd om samen een nieuw project uit te denken, meer specifiek omtrent MVO in de voedingsector (zie voorlaatste lijn in de tabel).

Voor 2009 voorziet het NBV:

- één AV in het voorjaar en één in het na-jaar
- 6 bijeenkomsten van de Raad van Bestuur
- werkgroepbijeenkomsten voor de Campagnes *Blijje Bloemen & Jeans*, het project *Labels* en de werkgroep *Distributie*
- werkgroepbijeenkomsten bij goedkeuring van de projecten waarvoor subsidieaanvragen worden ingediend
- minstens 1 bijeenkomst voor een nieuw voor te bereiden projectvoorstel
- minstens 1 discussiesessie rond een deel-thema van bewust verbruiken

Aantal bijeenkomsten met leden en partners per activiteit	2005	2006	2007	2008
Algemene Vergaderingen	2	2	2	2
Raden van Bestuur	6	6	5	5
Discussiesessies	2	2	1	1
Brainstorm projecten	1	1	1	0
Keuken, Koken, Kiezen	7	2		
Blijje Bloemen	1	7	9	3
Jeans				1
Krachtvoer voor Dialoog	10	5		
Consumenten ah woord	3			
Biociden	0	2		
Werkgroep website	2	3	0	0
Vorming Milieubewust Verbruiken	3	4	8	3
Labels, instrument voor bewuste verbruikers	1	1	3	1
Onderzoek Duurzame Voeding	2	0	7	7
Werkgroep GGO's	1	1		
Geld				1
MIVO voeding (dranken)				1
Distributie				3
Totaal	41	36	37	27

Actie 3 – K I

Het gebruik van diverse instrumenten voor uitwisseling tussen netwerkleden wordt voortgezet.

RESULTAAT 2008 & PLANNING 2009:

Communicatie met en tussen leden vindt vooral plaats via bijeenkomsten en de diverse mailinglijsten (zie actie 35).

Zie bij actie 2 voor het aantal uitwisselingsbijeenkomsten.

Aantal aanwezige leden of partners op bijeenkomsten per activiteit	2005	2006	2007	2008
Algemene Vergaderingen	20	21	26	21
Discussiesessies	18	19	11	9
Brainstorm projecten	7	11	15	0
Keuken, Koken, Kiezen	32	8		
Blijje Bloemen	4	20	19	6
Jean's				3
Krachtvoer voor Dialoog	65	16		
Consumenten ah woord	23	0		
Biociden	0	21		
Werkgroep website	13	13	0	0
Vorming Milieubewust Verbruiken	13	15	60	19
Labels, instrument voor bewuste verbruikers	5	4	0	2
Onderzoek Duurzame Voeding	8	0	28	55
Werkgroep GGO'	3	3		
Geld			6	
MIVO voeding (dranken)				5
Distributie				14
Totaal	208	148	165	134

Actie 4 – K I

Erover waken dat bij alle activiteiten die door NBV worden opgezet, meerdere netwerkpartners (minimaal 2) betrokken worden, waarvan minstens 1 lidorganisatie.

RESULTAAT 2008 & PLANNING 2009:

In 2008 voldeed elk project hieraan. Ook voor 2009 wordt gecontroleerd dat bij alle activiteiten minstens 2 netwerkpartners betrokken zijn, waarvan minstens 1 lidorganisatie.

Aantal partners per project	2005		2006		2007		2008	
	Totaal	Leden	Totaal	Leden	Totaal	Leden	Totaal	Leden
Keuken, Koken, Kiezen	11	11	10	10				
Krachtvoer voor Dialoog	6	1	6	1				
Consumenten ah woord 1	3	3						
Top Ten	2	1						
Consumenten ah woord 2	5	3						
Biociden			2	0				
Werkgroep ggo's			5	5				
Werkgroep website	10	9	9	8	6	6		
Vormingen Milieubewust Verbruiken	7	6	7	6	7	6	7	7
Labels, instrument bewuste verbruikers	7	6	5	3	5	2	8	5
Onderzoek Duurzame Voeding	5	4	5	4	5	4	5	4
Blijje Bloemen	3	3	3	3	3	3	3	3
Cosmetica					2	2		
Jean's					4	3	4	3
Klimaat & Verbruik					6	4	6	5
MIVO voeding (dranken)							2	2
Distributie							12	11

Actie 5 – K I

Alle netwerkleden worden op de hoogte gehouden van initiatieven die het NBV opzet, zodat iedereen de kans heeft om een inbreng te doen, mee te werken of mee te denken.

RESULTAAT 2008 & PLANNING 2009:

Alle netwerkleden worden op Algemene Vergaderingen en via de mailinglijst [NBV leden] op de hoogte gehouden van de initiatieven die het NBV opzet.

Operationele doelstelling 2: Nieuwe netwerkmethodieken ontwikkelen

Ter ondersteuning van operationele doelstelling I zal het NBV op zoek gaan naar nieuwe methodes om aan netwerking te doen.

RESULTAAT 2008 & PLANNING 2009:

Voor de communicatie met leden wordt zoveel mogelijk gebruik gemaakt van het e-zine [NBV leden]. In 2008-2009 werd/wordt naast de thematische lijst [NBV voeding] de nieuwe lijst [NBV beleid] gebruikt. In 2009 zullen lijsten van projecten die zijn afgerond, een nieuwe invulling krijgen en opengesteld worden voor alle leden.

De plannen rond gemeenschappelijke standenwerking en aanpassingen rond tijdschriften zijn niet meer aan de orde, omdat het niet realistisch is deze met de huidige bezetting van het NBV uit te voeren.

Actie 7 – M 2

Lidorganisaties bevragen over een evaluatie van de huidige middelen waarmee aan netwerking gedaan wordt.

RESULTAAT 2008 & PLANNING 2009:

Deze actie is beëindigd. De conclusies worden geïmplementeerd in actie 8.

Actie 8 – M 2

Indien nodig nieuwe middelen uitwerken, testen en opnemen in het jaarprogramma.

RESULTAAT 2008 & PLANNING 2009:

Er wordt zoveel mogelijk gebruik gemaakt van het e-zine [NBV leden], waarin onderwerpen gebundeld worden, behalve voor dringende vragen.

In 2008-2009 werd/wordt naast de thematische lijst [NBV voeding] de nieuwe lijst [NBV beleid] gebruikt. In 2009 zullen lijsten van projecten die zijn afgerond, een nieuwe invulling krijgen en opengesteld worden voor alle leden, bv. [NBV vorming] voor lidorganisaties met een educatieve werking. Aangezien NBV ook in 2008 er niet toe kwam om, wegens gebrek aan tijd en mensen, de plannen ivm gemeenschappelijke standenwerking niet verder te concretiseren, is dit vanaf 2009 ook niet meer aan de orde. Hetzelfde geldt voor aanpassingen rond tijdschriften. Net als standenwerking is dit een interessante piste, maar niet realistisch om met de huidige bezetting van het NBV rond verder te werken.

4.

[STRATEGISCHE DOELSTELLING 2] Campagnes en projecten omtrent bewust verbruiken

Om te komen tot duurzame consumptie- en productiepatronen vormt het ombuigen van consumptiegewoonten een belangrijke uitdaging. NBV zal consumenten, overheid en bedrijven sensibiliseren over duurzame productie- en verbruikspatronen via campagnes en projecten.

Operationele doelstelling 3: Gezamenlijke campagnes omtrent bewust verbruiken stimuleren en faciliteren

De samenwerking van organisaties via NBV komt tot uiting in **gezamenlijke campagnes** omtrent bewust verbruiken.

RESULTAAT 2008 & PLANNING 2009:

In samenwerking met FIAN Belgium, Velt en Max Havelaar liep tot september 2008 de campagne Blij Bloemen, gericht op een rechtvaardige en duurzame bloemenindustrie in Noord en Zuid. Deze campagne maakt consumenten bewust omtrent de arbeidsomstandigheden bij bloemenkwekers in het Zuiden en de impact op het milieu die de bloemenproductie en -distributie met zich meebrengt.

Daarnaast werd in oktober van start gegaan met de voorbereidingen van Let your blue jeans talk... green: een campagne om het brede publiek bewust te maken van de milieu- en sociale effecten van kleding (in het bijzonder jeans). De campagne wordt in oktober 2009 gelanceerd.

Ten slotte werd binnen de werkgroep distributie een nieuwe campagne voorbereid rond duurzame aankopen in de distributiesector. Deze voorbereidingen lopen verder in 2009.

Actie 9 – K I

Campagnes omtrent bewust verbruiken opzetten. Het NBV voert 1 campagne in 2005 en streeft ernaar minstens 2 campagnes te voeren vanaf 2008.

RESULTAAT 2008 & PLANNING 2009:

LOPENDE CAMPAGNES:

Blij bloemen

In samenwerking met FIAN Belgium, Velt en Max Havelaar vervolgde NBV in 2008 de Blij Bloemen campagne die van start ging in 2007 en afsloot in augustus 2008. Deze campagne is gericht op een rechtvaardige en duurzame bloemenindustrie in Noord en Zuid en wil de consument bewust maken over milieuaspecten en arbeidsomstandigheden bij bloemenkwekers in het Zuiden. De campagne komt tot stand met steun van de Vlaamse gemeenschap (dienst ontwikkelingseducatie) en de Nationale Loterij (Milleniumdoelstellingen). Op het einde van 2008 werd duidelijk dat we de bloemen-campagne konden verderzetten met Europese partners en middelen.

1. Campagnemateriaal

NBV werkte samen met een communicatiebureau om het campagnemateriaal voor de Blij Bloemen campagne uit te werken.

- De uitgebreide **achtergrondbrochure** die digitaal op de website te downloaden is, is ook analoog aan te vragen op het secretariaat.
- De **website** (www.blijbloemen.be) is grotendeels gebaseerd op deze studie. De

Campagne naam	Blij Bloemen
Campagne logo	
Campagne beeld	
Campagneslogan	Eerlijk bloeit het langst
Baseline	Steek je kop niet in het zand en kies voor Blij Bloemen



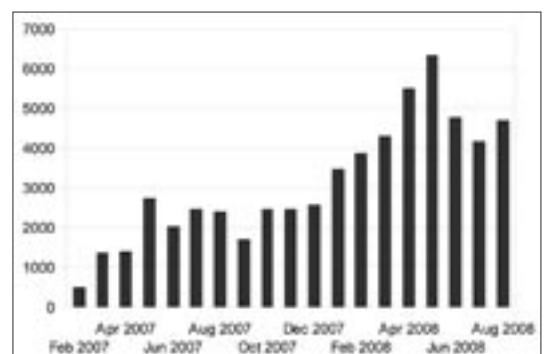
Screenshot website www.blijbloemen.be

website werd gelanceerd op 14 februari 2007. Ze bevat heel wat achtergrondinformatie. Ook aankondigingen, alternatieven, doe-tips, e-kaartjes, nieuwsbrieven,... zijn er te vinden.

In totaal hebben een 57.000 tal mensen de website bezocht. Het hoogtepunt lag in mei 2008 naar aanleiding van de acties rond 1 mei en moederdag.

- **Flyer** werd gedrukt op 10.000 exemplaren op milieuvriendelijke wijze op gerecycleerd papier.
- **Affichette.** Dit is een affiche en een folder in één. Gedrukt in 2007 op 2500 exemplaren op milieuvriendelijke wijze op gerecycleerd papier. Er was een herdruk in juni 2008 op 1000 exemplaren.
- **Documentaire:** De film *Floral greetings from the Ecuador* werd vertoond op verschillende infoavonden en vormingsmomenten.
- **Blij Bloemenmobiel:** Er werden in het kader van de milleniumdoelstellingen (Nationale Loterij) extra aanvullende middelen gevonden om een aantrekkelijke infostand te maken. Sinds 2007 beschikt de campagne over de *Blij Bloemenmobiel* die ingezet kan worden op verschillende evenementen. De *Blij Bloemenmobiel* is een kant en klare stand die bestaat uit een afgesloten aanhangwagen die volledig bedrukt is. De bezoeker kan letterlijk zijn/haar hoofd eens in het zand steken en de wereld op zijn kop zien. Eenvoudige steekkaarten leggen de problematiek kort uit. Deze bloemenmobiel was aanwezig op verschillende evenementen en sleuteldagen.

Aantal bezoekers per maand blijbloemen.be	
Feb 2007	490
Mar 2007	1360
Apr 2007	1390
May 2007	2726
Jun 2007	2019
Jul 2007	2471
Aug 2007	1868
Sep 2007	1681
Oct 2007	2476
Nov 2007	2465
Dec 2007	2554
Jan 2008	3462
Feb 2008	3863
Mar 2008	4289
Apr 2008	5509
Mei 2008	6349
Jun 2008	4785
Jul 2008	4184
Aug 2008	4702
Totaal	57122





- **Blij Bloemenkalender:** 20.000 exemplaren. Naar aanleiding van moederdag (mei) 2008 en een actie rond biologische bloemen, werd de Blij Bloemen kalender gedrukt. Deze kalender geeft een overzicht van seizoensbloemen van de maand en geeft een woordje uitleg over de campagne.

2. Publieke evenementen

De stand van Blij bloemen (meestal de Blij Bloemen mobiel) was aanwezig op verschillende evenementen, ecomarkten, plantenbeurzen,...

- 9 februari 2008: acties naar aanleiding van Valentijn, Meir Antwerpen & Delhaize leuven
- Behoud de begeerte, Saint Amour 2008, Leuven, Brussel & Sint-Niklaas
- 3 mei 2008: plantenruilbeurs Deinze, Velt
- 10-11 mei 2008: festival Mano mundo, Boom
- 24 mei 2008: fair trade happening, Brugge (Brugge wordt fair trade gemeente)
- 14 juni 2008: Dobbelhoeve, biologische boerderij, week van de biolandbouw, verkoop biologische boeketten
- 14 juni 2008: Jaarmarkt, Vorselaar
- 28 juni 2008: BorgerRio, milieumarkt Ecohuis, Borgerhout
- 29 juni 2008: Na Fir Bolg, Vorselaar, Folkfestival
- 6 juli 2008: opentuintag Silene (geen mobiel maar stand), Buggenhout
- 12 juli 2008: voetvolk Wetteren, oxfam benefiet
- 19-24 juli 2008: Gentse feesten, Ramblas of Awareness, Kutunka, Blij Bloemenmobiel en extra kijkdozen.

Aan de hand van een eenvoudige kwis werden geïnteresseerden aangesproken. Ze konden zich inschrijven op de nieuwsbrief en kans maken op een mooie prijs (Velt handboek ecologische siertuin, boeket Blij Bloemen, een roos met Max havelaar keurmerk...).



Cultuurmarkt Antwerpen



Fair trade hapening Brugge



BorgerRio



IDM Lokeren



Na Fior Bolg



De Dobbelhoeve

3. Publieke acties op sleuteldagen

Acties met Valentijn 2008



Stef Kamiel Carlens op Saint Amour



Valentijnsdag Antwerpen

- zaterdag 9 februari, aanwezigheid met blijde bloemenmobiel aan Delhaize Antwerpen (Meir) en standje aan Delhaize Leuven om voorbijgangers en kopers aan te sporen Blijde Bloemen te kopen op Valentijn. Uitdelen van 100 rozen met Max Havelaar keurmerk
- Saint Amour, Behoud de begeerte:
 - Op de première (9 februari, Brugge) en de derrière (19 februari, Antwerpen) kreeg het fijne literaire gezelschap een boeket rozen uit eerlijke handel met het Max Havelaar keurmerk.
 - Op **12 (Leuven), 13 (Brussel) en 14 (Sint-Niklaas) februari** deden we een extraatje. Door de verkoop van eerlijke rozen na de voorstelling kon ook het publiek aan de actie deelnemen. (50 rozen per locatie)
- Op **12 februari** ging een workshop bloemschikken met Blijde Bloemen rond het thema Valentijn door in het **Uilekot** (Herzele) met een 20-tal deelnemers.
- De bezoekers van de Valentijnsactie van de **Stad Antwerpen** kregen in de trouwzaal van het Stadhuis een gratis roos met Max Havelaar keurmerk aangeboden. Ze konden een professionele Valentijnsfoto in de trouwzaal laten nemen.

Acties op 1 mei 2008

De Blijde Bloemencampagne verspreidde, in samenwerking met **ABVV** en sp.a, **bijna vijfduizend 'Blijde rozen'** met het Max Havelaar keurmerk op de 1 mei-activiteiten. Op 1 mei worden naar jarenlange traditie heel wat rode rozen uitgedeeld. Door hiervoor Blijde Bloemen te gebruiken willen het ABVV en de SPA internationale solidariteit, milieu én duurzame ontwikkeling stimuleren. Dit past ook in de start van de campagne 'Waardig Werk'. De 'Blijde rozen' werden verdeeld op volgende 1 meistoeten en -activiteiten:

- Provincie Antwerpen: Antwerpen, Essen, Kontich, Herentals, Retie
- West-Vlaanderen: Oostende, Kortrijk, Harelbeke, Middelkerke, Izegem, Ieper
- Limburg: Hechtel
- Oost-Vlaanderen: Zottegem

Voor 1 mei 2009 werden er al voorbereidingen getroffen om deze actie opnieuw te laten doorgaan. Daarvoor worden acties ondernomen om de logistiek te verbeteren en om meer afdelingen te betrekken.



1 mei stoet Antwerpen



Acties op moederdagen

- **Moederdag 2008 (mei):** De Blijde Bloemencampagne riep op om op moederdag **biologische bloemen** aan te kopen. Een 20-tal natuurvoedingswinkels namen deel. De biologische groot-handel in België werd in contact gebracht met Bioflora NV, een telersvereniging uit Nederland die rechtstreeks bloemen verkoopt.
- **Moederdag 2008 (15 augustus):** Naar aanleiding van Onze-Lieve-Vrouw-Hemelvaart op 15 augustus (Moederdag in de provincie Antwerpen) werd een **wedstrijd** gelanceerd voor consumenten. Via de website kon men meedoen met een kwis waarbij 4 boeketten met FFP-gelabelde bloemen werden verloot (deels gesponsord door Arena bloemen - een online webwinkel - uit Nederland). In totaal namen 580 mensen deel aan de wedstrijd, waarvan 254 het juiste antwoord gaven. Daarnaast werd in die periode ook een **enquête** gedaan in de groothandel Agora te Kontich (provincie Antwerpen) op 12 en 13 augustus bij de inkopende bloemisten. Een 50-tal bloemisten werd bevestigd. Uit deze enquête bleek dat de helft van de bloemisten bij hun aankopen rekening willen houden met de herkomst, ecologische of sociale aspecten van snijbloemen. Hoewel een minderheid van dezelfde bloemisten (30%) denkt dat hun klanten zich niet door dezelfde motieven laten leiden, wil toch een ruime meerderheid (70%) hierover communiceren in hun winkel. Momenteel is het voor bloemisten niet duidelijk waar en in welke omstandigheden snijbloemen die zij verkopen, geteeld zijn.

4. Informeren consumenten en educatie

■ **Schoolproject** over bloemen

Een educatief spel is uitgewerkt in samenwerking met Centrum voor Informatieve Spelen (CIS). Voor de uitwerking van het spel is extra financiering gezocht bij de provincies. In 2008 werd dit spel actief verspreid en gepromoot. In samenwerking met Kleur bekennen werd in het voorjaar van 2008 vorming voor leerkrachten aangeboden. Het spel is operationeel sinds voorjaar



2008. Er werden vier testspelen gespeeld in jeugdbeweging (JNM) en in scholen. In samenwerking met **Kleur Bekennen** werden vormingen voor leerkrachten gegeven in het voorjaar 2008.

- **Bloemen e-krant:** Dit is een viermaandelijks elektronische nieuwsbrief die in 2008 5 keer werd verzonden.
- Aanbieden van **vormings- en infosessies** over de bloemenproblematiek op maat. In 2008 werden een zevental vormingssessies gegeven.
- **Campagnekits** voor **lokale** groepen in de vorm van tandem-fiche.
- partner organisaties werden betrokken bij het Blijje Bloemen verhaal zoals via bloemschikken bij KAV met Blijje Bloemen.

5. De beschikbaarheid van gecertificeerde bloemen faciliteren voor evenementen met voorbeeldfunctie

In het kader van de campagne werden voor verschillende evenementen gecertificeerde bloemen voorzien. Meestal ging dit om de rozen met Max Havelaar label daar deze reeds te verkrijgen waren in België bij het begin van de campagne en er goede relaties waren door de samenwerking met Max Havelaar. In het tweede campagne jaar werden er ook bloemen met bio-label en met FFP label gepromoot.

Hieronder wordt een overzicht gegeven van de acties waarbij er bloemen werden gefaciliteerd.

- Behoud de begeerte – Saint Amour: boeketten met Fair Trade rozen op première en derrière (februari 2007 en februari 2008)
- Receptie 30 jaar Scholieren parlement 4 mei 2007, Globelink: Rozen met Max Havelaar keurmerk
- Gluren bij de Buren - Roeselare
- Bij de Katholieke Arbeiders vrouwen (KAV) worden bloemschikkursussen georganiseerd met rozen en anjers met het Fair Trade Label (2007-2008). Ook voor de fotosessie voor hun programmaboek worden rozen met Max Havelaar label gebruikt.
- Bij de verschillende acties rond Valentijn (zie hoger) werden rozen met Max Havelaar label gefaciliteerd.
- Op 1 mei 2008 werden 5000 rode rozen met Max Havelaar label uitgedeeld door ABVV en sp.a (zie hoger). Ook deze bestelling werd gefaciliteerd via de campagne. Voor 1 mei 2009 zijn er reeds afspraken gemaakt en vergaderingen belegd.
- Ook voor de eigen acties in het kader van de campagne (moederdag, Valentijn,...) werden verschillende hoeveelheden bloemen besteld (zie hoger)
- Sommige aanvragen waren te specifiek of te moeilijk realiseerbaar waardoor we de aanvragers niet konden helpen vb Rosas (enkel biologische boeketten, wekelijks), GAIA enkel witte bloemen...

6. Artikels en pers

- Advertentie in magazine Saint Amour; behoud de begeerte februari 2008
- Uitgebreid artikel in Puur magazine, maart 2008
- Aankondiging in Puur magazine mei 2008
- Advertentie in Sociaal Welzijns magazine, mei 2008 (Kluwer)
- Artikel in Raak (tijdschrift KWB) juli 2008
- Kav programmabrochure 2008
- KAV lesgeversboekje 'bloemschikken met Max Havelaar rozen'
- ABVV de nieuwe werker nal 1 mei 2008
- Moederdag 15 augustus 2008: Gazet Van Antwerpen, Het Laatste Nieuws, het Nieuwsblad, Veltberichten, Biotheek netknipseks, Lokaal afdelingsblad Velt-Scheldevallei
- Artikel in Seizoenen maart 2008

Naar aanleiding van Valentijn 2008 was er interview voor het nieuws op TV1

(Zie volledig overzicht in bijlage 2)

7. Voorbereiden vervolg campagne Blijje Bloemen

Een Europese bloemencampagne met partners in Duitsland, Oostenrijk en Tsjechië "Fair Flowers - a gift to all involved, Raising the awareness of consumers and retailers on the production of cut flowers in developing countries" werd voor een tweede maal ingediend bij de Europese commissie in 2008. Het project werd deze keer wel goedgekeurd. Dit project focust zich eveneens op sensibilisering van consumenten-burgers en (groot)handelaars.

Campagne Let your blue jeans talk... green

De productie van kleding heeft belangrijke milieu-effecten doorheen de keten: gebruik van bestrijdingsmiddelen in de katoenteelt, gebruik van milieuschadelijke stoffen bij de productie, de vele productkilometers,... Met dit project willen we het maatschappelijk bewustzijn over de ecologische impact van kleding vergroten. Aan de hand van een voorbeeld - jeans - willen we consumenten gevoelig maken voor de problematiek. Iedereen kent jeans en het is een hip product. De confrontatie met het feit dat een dergelijk 'onschuldig' product belangrijke milieugevolgen heeft, kan een groot leereffect teweeg brengen. Daarnaast willen we de kennis vergroten over mogelijke alternatieven (biologische jeans, keurmerken) en de beschikbaarheid ervan. Tenslotte willen we ook het milieubewustzijn van de kledingsector vergroten. Partners: Schone Kleren Campagne, Test-Aankoop, VODO, Ecolife. Timing: oktober 2008 tot oktober 2010.

In 2008 werd gestart met een eerste campagnewerkgroep en stuurgroep, het voorbereiden van het campagnedossier, opzoeken van milieuinformatie, marktonderzoek en winkelbezoeken. De lancering van de campagne zelf is voorzien voor oktober 2009. Voordien wordt het campagnemateriaal afgewerkt (campagnedossier, jeansgadget, brochure, website met applicatie ecologische voetafdruk).

VOORBEREIDINGEN TOEKOMSTIGE CAMPAGNES:

Campagne rond duurzame producten in de distributiesector

In 2008 werd binnen de werkgroep distributie een nieuwe campagne voorbereid. Deze voorbereidingen lopen verder in 2009. Doelstellingen zijn:

- Bij consumenten bereiken dat ze meer duurzame producten aankopen. Het uitgangspunt is dat we niet meer mensen moeten sensibiliseren, maar dat er bij de reeds overtuigde consumenten voldoende groeipotentieel is. Daarom richten we ons niet rechtstreeks naar de consumenten, maar willen we via en samen met de retailers het koopgedrag van de consumenten beïnvloeden.
- Bij distributeurs bereiken dat ze duurzame consumptie bij hun klanten stimuleren. Ook voor het bedrijfsleven en de distributie is het duidelijk dat duurzaamheid een belangrijke uitdaging is, waar zij moeten aan bijdragen. In het bedrijfsleven wordt in toenemende mate ook erkend dat bedrijven moeten bijdragen tot meer duurzame consumptiepatronen door innovatie, marketing en communicatie en partnerschappen met consumenten, overheden en middenveldorganisaties. De distributiesector kan duurzame consumptie stimuleren op 2 manieren:
 1. Choice editing: het aanbod in hun winkels duurzamer maken
 2. Choice influencing: beïnvloeden van de keuze van de klant door marketing en communicatie

Voor dit project richten we ons in eerste instantie op de belangrijkste grootdistributeurs. Het gaat om duurzame aankopen: zowel ecologische, sociale, economische als gezondheidsaspecten komen aan bod. Bovendien willen we in onze acties zowel niet-voedings- als voedingsproducten combineren. Partners voor dit project zijn Oxfam-Wereldwinkels en Oxfam Fairtrade, Vredeseilanden, Bioforum, Arbeid & Milieu, VODO. Mogelijk ook Velt, Max Havelaar, BBTK, Ethisch Vegetarisch Alternatief, Fair Trade Original, Greenpeace, Schone Kleren Campagne, VIBE, WWF.

Consumentencampagne MVO in de voedingsector

NBV werkte in 2008 samen met enkele partners een projectvoorstel uit voor een consumentencampagne rond MVO (maatschappelijk verantwoord ondernemen) in de voedingsector, met een focus op dranken. Het project plaatst de rol van consumenten in het MVO-verhaal centraal. Het doel is consumenten inzicht te geven in de MVO verhalen van bedrijven achter drankproducten, door middel van bedrijfsbezoeken en bedrijfsonderzoek. NBV wil dit project in 2009 indienen bij de Vlaamse administratie, Departement Werk en Sociale Economie (kabinet Van Brempt). Partners zijn Velt en Forum Ethibel.

Actie 10 – L I

Grootschalige campagne met duidelijke taakafspraken voorbereiden en voeren. Minstens één voorbereiden en starten in 2009.

RESULTAAT 2008 & PLANNING 2009:

In 2007 werd een grootschalige campagne voorbereid rond klimaat & verbruik. De bedoeling was dat verschillende organisaties – Klimaatcoalitie, Velt, VIBE, CVN en Green, Archéduc, KAV, Markant, Okra, Samenlevingsopbouw Antwerpen, Viva-SVV, Vlaamse Liberale Vrouwen, Vormingplus Brugge, Vormingplus Gent-Eeklo, Vormingplus Kempen, Vormingplus Oost-Brabant, Vormingplus Antwerpen, Autopia, Bond Beter Leefmilieu, Ecolife, EVA vzw, LUDI Educatieve winkel, Mobiel21 vzw, Vlaams Overleg Duurzame Ontwikkeling, Wereldcentrum, Wervel,... – gezamenlijk een **educatieve campagne zouden voeren**. Hiervoor werd financiële steun gezocht bij het NME-projectenfonds. Jammer genoeg werd in 2008 duidelijk dat de subsidie-aanvraag niet werd goedgekeurd.

Het is overigens niet meer de ambitie van NBV om een grootschalige campagne te voeren. De dynamiek is eerder gericht op een diversiteit aan projecten. Aangezien de doelstellingen van het beleidsplan hiermee niet in gevaar zijn, wordt deze actie dan ook geschrapt.

Actie 11 – M I

Nieuwe campagnemethodieken uitdenken en ontwikkelen die mensen effectief aanzetten tot gedragsverandering. Minstens 1 nieuwe methodiek per campagne uittesten.

RESULTAAT 2008 & PLANNING 2009:

In de campagne *Blijde Bloemen* worden enkele nieuwe campagne methodieken ingezet: het educatief spel ontwikkeld in samenwerking met het *Centrum voor Informatieve Spelen (CIS)*, info-avonden, een mobiele tentoonstellingsstand de *Blijde Bloemenmobiel*, e-cards. Het was voorzien om in 2008 te zullen werken rond mobilisatie door petitie, opstart platform, vormingsaanbod leerkrachten,... Dit werd uiteindelijk niet opportuun geacht.

In het onderzoeksproject *duurzame voeding* werkte het NBV voor het eerst aan een actie-onderzoek. Nieuwe methodieken die hierbij werden gebruikt: registratie en coaching van gezinnen, wetenschappelijk onderzoek ism KULeuven. Tevens werd naar een breed publiek gecommuniceerd aan de hand van een blog.

Operationele doelstelling 4: Gezamenlijke projecten omtrent bewust verbruiken stimuleren en faciliteren

Gezamenlijke projecten en activiteiten kunnen zich naast sensibiliseren, educatie en gedragsverandering ook situeren op vlak van bijvoorbeeld vorming, onderzoek, participatie, overleg, informatieverbreiding, acties, charters, lezingen,...

RESULTAAT 2008 & PLANNING 2009:

In 2008 voerde het NBV 3 projecten uit:

- *Vormingen Milieuverlicht Verbruiken: behoeftedetectie, databank, gezamenlijke bekendmaking, opleiding van vormingswerkers,... (afgerond in 2008)*
- *Actie-onderzoek duurzame voeding, onderzoek omtrent knelpunten en kansen voor duurzame voedingsconsumptie. (afgerond in 2008)*
- *Productlabels: instrument voor bewuste verbruikers: inventaris, webdatabase, beoordeling van labels, dialoog met overheid,... (loopt door in 2009)*

Ook nam NBV deel aan vier projecten van derden:

- *Voeten op Tafel, interactief en wetenschappelijk onderbouwd project om 10-14 jarigen bewust te maken van de ecologische voetafdruk verbonden aan hun eetgewoonten. (afgerond in 2008)*
- *Newsletter Ecologische voetafdruk van WWF (loopt door in 2009)*

- **Green Bazaar: NBV zetelt in het selectiecomité van deze on-line gids voor duurzame producten & leveranciers (loopt door in 2009)**
- **Verduurzaming catering Fedorest: op vraag van POD DO en onder leiding van Velt, advisering van een federaal overheidsrestaurant (loopt door in 2009)**

Ten slotte worden thematische discussies georganiseerd: in 2008 was er één over de distributiesector. In 2009 vindt allicht geen discussie plaats omdat de aandacht gaat naar de voorbereiding van de volgende beleidsperiode.

Actie I2 – K I

Het NBV zal zoveel mogelijk gezamenlijke projecten stimuleren en faciliteren. Minstens 1 project in 2005 en vanaf 2006 in stijgende lijn.

RESULTAAT 2008 & PLANNING 2009:

LOPENDE PROJECTEN BINNEN NBV:

Productlabels: instrument voor bewuste verbruikers

In februari 2008 lanceerde het NBV een instrument om consumenten te helpen bij de beoordeling van productlabels: een on-line databank. Samen met *Forum Ethibel*, *OIVO*, *ACW* en *Réseau Eco-consommation* heeft NBV een website gemaakt, waarop consumenten informatie over labels kunnen vinden. Dit project is mogelijk dankzij de financiële steun van de cel Sociale Economie (2007-2008), de POD DO (2008-2009) en de FOD Leefmilieu (2009).

Per label maakten we een fiche met informatie en een beoordeling. Deze informatie verkregen we via een uitgebreide literatuurstudie en overleg met de betrokken labelorganisaties. De labels die we opnamen, beoordelen de milieukeurmerken van het product, de sociale omstandigheden waarin ze tot stand zijn gekomen, de manier waarop ze (al dan niet eerlijk) verhandeld worden, of een combinatie daarvan. In 2008 werden de algemene labels, labels voor textielproducten, labels uit de bouwsector en bloemenlabels toegevoegd.

Voor 2009 voorziet NBV de publicatie van fiches over elektrische toestellen, tapijten, toerisme, financiële labels, schoonmaakmiddelen en cosmetica. De resultaten van dit project zijn te zien op www.labelinfo.be (Nederlands) en www.infolabel.be (Fransstalig).

De databank bevat de informatie van de labelfiches. Van deze fiches zijn er online vier versies:

- een uitgebreide versie. Dit is de versie voor bezoekers die gedetailleerde informatie zoeken, bv. bedrijven, onderzoekers,...
- een beknopte versie. Dit is de versie voor bezoekers die snel een algemeen beeld wensen over een productlabel.
- een versie die geschikt is voor een vergelijkingstabel tussen de labels.
- een versie waarbij alle velden zichtbaar zijn. Dit is de versie voor de administrator die de velden invult en later aanpast; deze versie is enkel toegankelijk via het administratiegedeelte, beveiligd met een login en paswoord.



De databank is zo opgesteld dat bijkomende labelfiches via een online invoersysteem op eenvoudige wijze door de administrator kunnen worden toegevoegd. De administrator kan on-line product-

groepen en labelfiches toevoegen, aanpassen en verwijderen. Ook kan de beheerder categorieën en classificaties toevoegen, aanpassen en verwijderen. Dit vergemakkelijkt het beheer van de databank in de toekomst. Zo nodig kan de databank in de toekomst worden uitgebreid in de breedte (koppeling aan nieuwe tabellen, bv. productenfiches die dat label dragen, adresfiches van bedrijven die het label hebben voor hun producten,...) als in de diepte (bv. bijkomende gegevens en velden per labelfiche).

De gebruiker kan informatie over labels opzoeken aan de hand van zowel eenvoudige als gedetailleerde zoekmodules. Op de startpagina kan gezocht worden op productgroep, op afbeelding en op trefwoord. Op de gedetailleerde zoekpagina kan op (combinaties van) heel wat verschillende velden gezocht worden. Zoekresultaten verschijnen in een (vergelijkende) tabel.

Naast de verschillende versies van de labelfiches vinden bezoekers op de website ook nog algemene pagina's, met info over de projectpartners, het project, labels in het algemeen en Links. In 2009 voorzien we de toevoeging van een blog voor nieuwsberichten.



Hieronder de pagina met meer informatie over labels:

Samengevat zijn de resultaten van dit project:

- Een onderzoeksmethodiek voor de inventarisatie van labels, inclusief een 'lege' labelfiche met invulvelden voor de belangrijkste aspecten van labels in het gebied van duurzame ontwikkeling
- Databank met labels in het gebied van duurzame ontwikkeling die vlot kan worden aangevuld en onderhouden.
- Tweetalige website waarop de labelfiches in verschillende versies voor intermediären en breed publiek gepubliceerd zijn
- Beoordelingscriteria en toepassing van het beoordelingskader (publicatie voorzien voor 2009)

Nieuw in 2009 is dat er ook een stakeholderonderzoek over de opgenomen labels zal gebeuren. Stakeholders zullen zich uitspreken over de inhoudelijke en formele criteria.

Daarnaast stellen NBV en partners een kader op om labels zelf te beoordelen. Er moet rekening worden gehouden met transparantie, de (kwaliteit van) de controle, de strengheid van de criteria, het draagvlak,...

Ten slotte worden in 2009 bijkomende inspanningen gedaan voor de bekendmaking van de bestaande databank.

Om de toekomst van dit project te garanderen wordt in 2009 verdere projectvoorstellen ingediend:

- **Project Voedingslabels doorgelicht:** Dit projectvoorstel beoogt de uitbreiding van de databank www.labelinfo.be en www.infolabel.be met een bespreking van de voedingslabels. Bovendien voorziet het voorstel ook vorming voor lesgevers koken. De partners voor dit project zijn: OIVO, Velt & Réseau Eco-consommation. Dit project wordt in 2009 ingediend bij het BIM.
- In 2009 zal NBV ook nagaan of rond dit thema een Europees project kan worden opgesteld met partners in het buitenland.

Vormingen Milieuverlicht Verbruiken

Met financiering vanuit de Vlaamse Overheid (LNE, cel NME) werd het project in oktober 2006 opgestart voor een periode van twee jaar, tot september 2008. Partners in het project zijn Ecolife, Velt, VIBE, Greenpeace, CVN, WWF. In 2008 stapte WWF echter uit het project, omdat ze hun educatieve werking stopten. De verschillende onderdelen van het project zijn:

- **Behoeftedetectie & Denk- en Doedag (2007)**
- **Training lesgevers:** vormingswerkers of lesgevers (bij)scholen met de nadruk op didactische vaardigheden (opleidingen organiseren). In 2008 werden 4 trainingsreeksen georganiseerd. In totaal (2007+2008) schreven er 114 deelnemers in waarvan 86 deelnemers effectief aanwezig waren op de eerste dag en 74 deelnemers op de tweede dag.

■ De **werving lesgevers** is gericht op het aantrekken van nieuwe vormingswerkers of lesgevers met het oog op het versterken van de huidige lesgeverspool. Hiervoor werd een wervende postkaart aangemaakt op 4000 exemplaren. De verspreiding hiervan werd uitgevoerd in 2008. Tot eind december 2008 waren er 87 geïnteresseerden via NBV (er komen er nog regelmatig bij), daarnaast is er een flink aantal kandidaat-lesgevers die de organisaties rechtstreeks contacteerden. Ook deze zijn het resultaat van het project, aangezien de meeste partners voordien geen oproep hadden op hun site. Reeds doorgestroomd eind december 2008: Vibe: 9, CVN: 9, Ecolife: 4, Velt: 11, Totaal: 32. De impact is echter groter, aangezien sommige organisaties pas nu onder impuls van het project een oproep plaatsten op hun site (bv. Velt heeft zo nog 36 andere mensen die doorstromen).

■ Systemen voor **opvolging en evaluatie** van vormingswerkers of lesgevers uitbouwen en veralgemenen in de sector (ontwikkelen en in gebruik nemen van instrumenten voor opvolging en evaluatie).

■ **Databank & website** www.verlicht.be brengen het aanbod aan vormingen over (milieu)bewust verbruiken voor de doelgroep individuen en organisaties. Technische ondersteuning werd geboden door Nuada (databank) en Mixette (webdesign). Voor het deel geprogrammeerde vormingen werkt de site samen met Prettig Geleerd van Socius. Ook is er een uitwisseling met Tandemweb. be voorbereid die begin 2009 gerealiseerd wordt. Voor de bekendmaking van de site maakten we een postkaart (8000 ex.). De verspreiding van de postkaart werd verder opgenomen in 2008. Er zijn minstens 25 links op websites van partners & derden naar deze site. De website kent gemiddeld 5.550 unieke bezoekers per maand, in totaal 88.910 bezoekers tussen juni 2007 en augustus 2008. Er waren ook meer dan 20 publicaties in nieuwsbrieven van partners & derden.

■ In 2008 stonden de **programmatie** van meer en nieuwe vormingen rond milieubewust verbruiken centraal, door het samenwerken met nieuwe partners uit het sociaal-culturele veld en het inschakelen van nieuwe vormingswerkers of lesgevers centraal. Totaal bereik: 2115 (schatting).

- 20 gratis lessen bij 20 organisaties, waarvan 4 uiteindelijk geannuleerd werden. Velt geeft nog een gratis les in 2009. Schatting bereik: 240
- 32 betaalde lessen bij 34 organisaties, waarvan 2 uiteindelijk geannuleerd werden. Schatting bereik: 450
- 1 train-de-trainer (van VIBE bij de KAV) Schatting bereik: tot nu toe 95 aanvragen van lokale organisaties, wat een bereik van 1425 mensen oplevert
- De programmatie is vooral voor VIBE vzw een succes te noemen. Zij hielden 14 betaalde vormingen én een train-the-trainer met de KAV (die voor drie vormingen telt), een totaal van 17 vormingen, terwijl ze er slechts 11 moesten doen. Maar ook Velt en Greenpeace behaalden de doelstellingen.
- De **werkgroep** met alle projectpartners kwam drie keer bij elkaar. De training voor lesgevers werd door een apart werkgroepje, gecoördineerd door CVN, georganiseerd en een syllabus werd opgesteld. Een inventarisatie van instrumenten en methoden voor evaluatie en opvolging van lesgevers werd eveneens opgesteld.
- Er is bij dit project niet enkel een werkgroep, maar ook een **stuurgroep** waaraan vertegenwoordigers van de administratie en de sociaal-culturele sector deelnemen (Gezinsbond, KWB, VIVA-SVV, administratie sociaal-cultureel werk,....).



Evaluatie: het project heeft aan de milieueducatieve vormingen voor volwassenen een punch gegeven die nog lang gemerkt zal worden. Wat de twee sporen betreft zijn we er in geslaagd om zowel de kwaliteit als de kwantiteit van de vormingen te verhogen, al verloopt het laatste iets langzamer (doordringen tot alle lesgevers). De vormingsbehoeften van sociaal-culturele organisaties werden bevraagd tijdens de behoeftedetectie (interviews en enquêtes). Het systematisch in kaart brengen

en houden van deze behoeften bleek een theoretisch concept. Er werd gezocht naar een praktisch haalbare manier om dit in te vullen. De denk- en doedag leverde veel contacten en netwerking op. Deze werd positief geëvalueerd.

Het ontwikkelen van een vormingsaanbod dat afgestemd is op de vormingsbehoeften en -mogelijkheden van sociaal-culturele organisaties en de programmatie van meer en nieuwe vormingen werd gerealiseerd. Wel bleef het voornamelijk beperkt tot het aanpassen van bestaande lessen op maat van de doelgroep.

Er zijn weinig nieuwe vormingspakketten bijgekomen. Wel zal dankzij dit project een les van VIBE voor KVLV ontwikkeld worden. Er was te weinig tijd voorzien in het project om echt vormingen op maat van organisaties (nieuw) te ontwikkelen. Zonder extra middelen is dit niet mogelijk.



De training is ronduit een succes te noemen en wordt door de projectpartners beschouwd als een grote meerwaarde. Ook de syllabus van de training is zeer goed en wordt een basisdocument. De werving van lesgevers kwam misschien wat laat op gang, maar ook dit is een succes. De eerste nieuwe lesgevers worden momenteel en in de nabije toekomst ingeschakeld.

In de databank op verlicht.be werd zowel het aanbod voor organisaties als dat voor individuen verzameld. De site groeide uit tot een referentie op dit gebied. De databank is overzichtelijk en trekt behoorlijk wat bezoekers (veel meer dan vooropgezet). Een volledige integratie van databanken bleek echter niet haalbaar. Hoewel het project is afgesloten zal het NBV de databank blijven onderhouden in 2009.

Actie-onderzoek duurzame voeding

Dit **actie-onderzoek** omtrent **knelpunten en kansen voor duurzame voedings-consumptie** volgt een jaar lang het consumptiepatroon van een 15-tal gezinnen, dit door de huishoudens regelmatig te vragen hun consumptiepatroon van een korte periode nauwkeurig bij te houden. Tevens doen de deelnemers inspanningen om over te schakelen naar meer duurzame voeding. De opvolging maakt het mogelijk na te gaan wat de impact en het prijskaartje is van een duurzaam voedingspatroon. Gefundeerd wetenschappelijk **onderzoek** naar de kostprijs van duurzame consumptie onderbouwt de bevindingen uit de **case-studies**. De bevindingen van de gezinnen zullen vanaf 2008 worden gecommuniceerd naar een breed publiek via oa blog www.etenisweten.be en artikels in gespecialiseerde tijdschriften.

De **werkgroep** van het project *Actie-onderzoek Duurzame Voeding* bestond uit Netwerk Bewust Verbruiken vzw, Ecolife vzw, Gezinsbond vzw, Velt vzw, Vredeseilanden vzw en de afdeling landbouw- en voedsleconomie van de KULeuven. Het project kreeg de **steun** van de Vlaamse overheid (duurzame ontwikkeling) en van federale overheid (PODDO). Het project liep van maart 2007 tot en met september 2008 en werd qua financiering onderverdeeld in twee **fasen**: van maart 2007 tem februari 2008 en van maart 2008 tem september 2008.

1. Doelstellingen en indicatoren

Het project wilde een bijdrage leveren aan het stimuleren van een duurzaam voedingspatroon, met het oog op het verminderen van de milieudruk. Er zijn daarbij twee strategische doelstellingen te onderscheiden: enerzijds inzicht verschaffen in duurzame voedingspatronen (met een focus op de factor prijs), anderzijds communiceren en demonstreren dat en hoe een duurzaam voedingspatroon mogelijk is.

2. Doelgroep

De middengroep van mensen die wel een positieve houding hebben ten opzichte van duurzame consumptie, maar om diverse redenen er onvoldoende toe komen dit ook om te zetten in gedrag. Vooral deze groep is interessant om de kloof tussen intentie en gedrag kleiner te maken. Van deze middengroep is het vooral interessant om de VVA (Verantwoordelijke Voor Aankoop) te bereiken. Daarnaast bestond de doelgroep van dit project uit intermediairen en secundaire doelgroepen. Hierbij hebben we het over beleidsverantwoordelijken, onderzoekers, campagnemakers en anderen die via hun functie een rol kunnen spelen bij het stimuleren van duurzame voeding. Ook verantwoordelijken

voor keuken en aankoop in scholen, instellingen; kantines en dergelijke zullen daarbij via specifieke kanalen geïnformeerd worden over de resultaten van de campagne.

3. Actie-onderzoek

In het rapport “*Lekker gegeten, goed geweten, resultaten van een onderzoek naar de barrières van een duurzame voedingsconsumptie*” (sept, 2008) wordt het actie-onderzoek uitgebreid voorgesteld. Voor de resultaten, conclusies en aanbevelingen verwijzen we dan ook graag naar het rapport. Hieronder wordt een kort overzicht gegeven van de activiteiten en middelen die zijn ingezet.

Onderzoeksvragen

De vragen die aan het project ten grondslag liggen zijn (beperkt tot aspect van voeding):

- Is het mogelijk om te consumeren op een duurzame manier (rekening houdend met ecologische, sociale en economische factoren)?
- Wat zijn de financiële effecten van deze levensstijl?
- Welke elementen verhinderen of stimuleren huishoudens om te kiezen voor deze levensstijl? En hoe verhouden ze zich tot de factor prijs?
- Zijn er bepaalde factoren (inkomen, opleiding, gezinssamenstelling) die een rol spelen?
- Onder welke omstandigheden stappen consumenten af van een focus op de prijs? - Als prijs hoger blijft, wat overtuigt consumenten?

Voorstudie

De belangrijkste inzichten uit bestaande literatuur, websites en onderzoeken werden aan de hand van een desk studie samengevat. Uit de studie blijkt dat barrières voor de consumptie van duurzame voeding te maken hebben met beperkingen, voorkeuren en veronderstellingen van consumenten. Heel wat van deze factoren, zoals prijs en inkomen, kunnen niet worden beïnvloed. Er zijn echter heel wat factoren waarop wel nog een invloed kan worden uitgeoefend. Een strategie voor het verduurzamen van de voedselconsumptie dient de volgende elementen te bevatten:

- Verschaffen van voldoende **informatie** om beperkingen in kennis bij de consument weg te werken en de juiste veronderstellingen met betrekking tot de geloofseigenschappen van duurzame voeding te ondersteunen;
- **Beïnvloeden van de voorkeuren en de attitude** van de consument ten aanzien van duurzame voeding door in te spelen op morele verplichting en vooral zelfidentiteit; dit kan door duurzame voeding te verbinden met hogere behoeften, zoals de zorg voor de planeet, voor toekomstige generaties, enz.
- Actief **stimuleren van denkprocessen** (mensen aan het denken zetten) met betrekking tot voedselconsumptie om consumenten uit hun routines te halen; dit kan door de juiste cognitieve stimulering (bv. framing).

Operationalisering

Er werd een gebruiksvriendelijk registratie-instrument opgesteld dat gezinnen in staat stelt hun voedingsuitgaven bij te houden. Het instrument werd bij een beperkt aantal gezinnen uitgetest. Vijf gezinnen op drie locaties (Gent, Leuven en Ninove) werden gevraagd om op vrijwillige basis gedurende een jaar maximaal rekening te houden met alle principes van duurzame consumptie van voeding. De deelnemers hielden tijdens drie periodes in het onderzoeksjaar alle inkopen bij (niet enkel wat ze kopen, ook waar, met welke verpakking, hoeveel er wordt weggegooid etcetera), evenals een dagboek met de concrete ervaringen.

Concreet werd er een registratie-instrument opgesteld dat peilt naar:

- de herkomst van de ingrediënten
- de plaats van aankoop
- het gewicht van de ingrediënten
- de seizoensgebondenheid van de ingrediënten
- al of niet fairtrade
- al of niet biologisch
- de verpakking van de ingrediënten
- de prijs

Het registratie-instrument werd toegelicht tijdens het eerste gesprek/bijeenkomst. Ecolife maakte daarbij een handleiding waarop de gezinnen konden terug vallen tijdens de registratie.

De gezinnen registreren gedurende een week hun ingrediënten via dit registratie-instrument (en dit

driemaal gedurende de deelname). Door deze registraties te verwerken, weten de onderzoekers hoeveel procent van de geregistreerde voeding scoort op de elementen (herkomst, plaats, bio, etc.). In deze registraties werd ook berekend hoe groot het aandeel vlees/vis uitmaakt van de totale voeding van de gezinnen.

De gezinnen hielden daarnaast notities bij over hun ervaringen met de registratie. In het gesprek dat erop volgde, werd dan dieper ingegaan op de verschillende scores. Dit om te achterhalen waarom mensen bepaalde keuzes maakten. Zo werd bijv. gevraagd waarom iemand altijd/nooit/weinig seizoensgebonden at. Met andere woorden, de scores zijn een basis om dieper in te gaan op de onderwerpen tijdens het gesprek. Daarnaast worden ze ook gebruikt als vergelijking per gezin gedurende de drie registraties.

Implementatie

Het eigenlijke actieonderzoek werd uitgevoerd door drie coaches van de deelnemende partners (Gezins- bond, Velt en Ecolife) en twee onderzoekers (K.U. Leuven) en bestond uit vier stappen:

- 1) Eerste kennismaking, eerste registratie (nulmeting) en terugkoppeling via een individueel bezoek door coach en onderzoeker
- 2) Tweede registratie en terugkoppeling via een individueel bezoek door coach en onderzoeker
- 3) Derde registratie en terugkoppeling via een gezamenlijk afsluitmoment
- 4) Analyse en verwerking

Om de barrières tot duurzame voeding te achterhalen, werd per regio een coach ingeschakeld die de gezinnen begeleidt en de nodige informatie verstrekt om een aantal barrières uit te schakelen. De sensibiliserende rol van de coach is immers belangrijk om tot effectieve gedragsverandering te komen. Daarom werd gekozen om coaches in te schakelen die van bij het begin betrokken waren bij het project en werd vooraf besproken welke adviezen haalbaar en geschikt zijn: de coaches werden geleverd door Ecolife, Gezinsbond en Velt. De coaches verstrekten informatie op maat; daarbij ging vooral aandacht naar informatie die een aantal mythes of veronderstellingen kon doorbreken en praktische informatie over waar duurzame producten verkrijgbaar zijn in de buurt en onder welke vorm.

4. Communicatie

Het actieonderzoek was bedoeld als aanleiding om een **breder publiek actief aan te zetten tot het kiezen voor een meer bewust voedingspatroon**. Daartoe zijn de volgende stappen gezet:

- Er werd een succesvolle **blog** opgezet (www.etenisweten.be) die vanaf maart '08 online is gezet. De ervaringen van de gezinnen werden hier gecommuniceerd. Je vindt er ook tips, leuke weetjes, recepten en onderzoeksresultaten. Lezers kunnen reageren op artikels en posts en dat wordt ook regelmatig gedaan. De blog loopt nog verder na het einde van het project. De blog kende in september meer dan 6600 bezoekers.

De lancering van de blog werd aangekondigd via een persbericht. Ondertussen zijn op een 40-tal websites links te vinden naar de blog. De blog wordt nog steeds onderhouden en zal verder door het NBV worden ingezet voor informatie rond duurzame voeding.

- Op 18 september was er een **studiedag met perspunt**. Hier werden de resultaten van het onderzoek op voorgesteld, kwamen getuigenissen van gezinnen aan bod en werden aanbevelingen voor overheden, producenten, distributeurs en het middenveld geformuleerd. Aan de hand van een world cafe werd de doelgroep interactief



maand	bezoeken
maart 2008	296
april 2008	2816
mei 2008	5776
juni 2008	5889
juli 2008	5150
aug 2008	5281
sept 2008	6655
okt 2008	4513
Totaal	36376

Webalizer versie 2.01 (oktober 2008)

betrokken. Er waren 65 inschrijvingen uit organisaties, overheid en privébedrijven of federaties. In bijlage vindt u het verslag van deze studiedag. Zie ook <http://www.etenisweten.be/studiedag-duurzame-voeding/>

- De **Voedselvoetafdruk** werd opgefrist door deze in een nieuw kleedje te stoppen (zie <http://www.voedselvoetafdruk.be>) en werd opnieuw bekend gemaakt bij een breed publiek. Met dit handige instrument kan iedereen nagaan hoe het eigen voedingspatroon eruit ziet en welke mogelijkheden er zijn om dit te verduurzamen. In 2008 werd de voetafdruk door meer dan 5900 mensen berekend, waarvan 3650 na de lancering van de hernieuwde voetafdruk begin september. Sinds begin augustus lieten zelfs meer dan 250 mensen hun mailadres na voor verdere informatie. Er werd aan verschillende organisaties gevraagd om een link te plaatsen op hun website.

- Er zijn vier **persberichten** verspreid in 2008 (lancering blog, aankondiging studiedag, vernieuwing voedselvoetafdruk.be, onderzoeksresultaten en studiedag).

Er verschenen verschillende artikelen of vermeldingen in **tijdschriften, kranten** en op de **radio** rond het onderzoek. Hierbij werd zowel de algemene als gespecialiseerde pers bereikt (zie overzicht pers in bijlage).

De bedoeling om een hele artikelen reeks aan het onderzoek te hangen, bleek voor tijdschriften uiteindelijk te weinig nieuwswaarde te hebben. Er werden heel wat tijdschriften aangeschreven, maar de meesten waren vooral geïnteresseerd in de resultaten en wachtten die af om iets over het onderzoek te schrijven. Het was de bedoeling om in overleg met de socio-culturele verenigingen een aangepast werkmodel te maken rond de insteek 'Hoe duur is duurzame voeding'. Hiervoor werden echter onvoldoende financiële middelen gevonden.

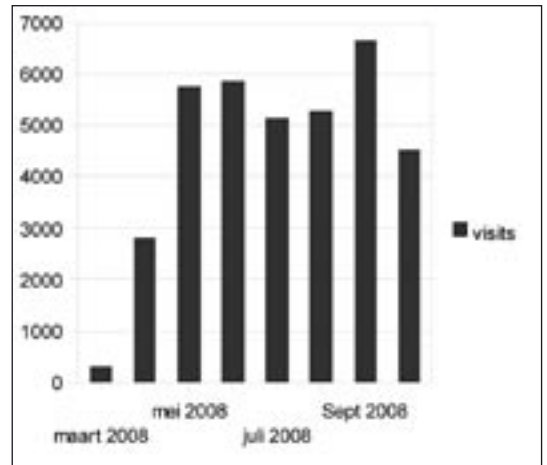
LOPENDE PROJECTEN VAN DERDEN:

Newsletter WWF

NBV levert voor WWF inhoudelijke bijdragen aan hun elektronische nieuwsbrief rond de ecologische voetafdruk. NBV schrijft artikelen voor dit maandelijkse e-zine. Zie <http://wwf-footprint.be/nl/>

Project Voeten op Tafel

Een interactief en wetenschappelijk onderbouwd project om 10-14 jarigen op een leerling-gestuurde en ervaringsgerichte manier bewust te maken van de ecologische voetafdruk verbonden aan hun eetgewoonten. Dit project van de Katholieke Hogeschool Leuven werd gefinancierd door de Vlaamse



Uitnodiging studiedag september 2008



Overheid (Projecten voor de Popularisering van Wetenschappen, Techniek en Technologische Innovatie). NBV werd in 2007 als partner betrokken voor de inbreng van een overkoepelende visie rond 'bewust verbruiken' en inhoudelijke feedback vanuit de ervaring met de campagne Keuken, Koken, Kiezen. Het project liep tot juni 2008. Zie <http://www.voetenoptafel.be/>

Green Bazaar

NBV zetelt in het selectiecomité van de nieuwe product- en adressengids Green Bazaar (in 2008 voorlopig nog enkel in het Frans, in 2009 ook in het Nederlands). De site wil uitgroeien tot dé referentie voor producten en diensten die het beter doen dan gemiddeld op vlak van ecologie, gezondheid of sociaal-economische aspecten.

Waar vind je een aannemer als je ecologisch wil bouwen, een verkoper van elektrische fietsen, een fairtrade hemd, een leverancier van ecologische materialen, een verkooppunt van energiezuinige huishoudelijke apparaten of biologisch en eerlijk textiel, een onlineshop voor LED-verlichting, een installateur van zonnepanelen, verdelers van biologisch afbreekbare tafelartikelen of natuurlijke onderhoudsproducten of een verzekeringsproduct voor een schonere auto, enzovoort? Afspraak op de website van de eerste Belgische interactieve gids voor duurzame producten en diensten: <http://www.greenbazaar.be>

De site is een initiatief van de bvba Green Bazaar. Samen met asbl Réseau Eco-consommation zal het Netwerk Bewust Verbruiken vzw waken over de duurzame meerwaarde van de producten op de site. NBV krijgt in dit kader een subsidie van het BIM (Leefmilieu Brussel), van 3000 EUR, voor haar informatie-activiteiten rond duurzame consumptie in het algemeen en de medewerking aan Green Bazaar in het bijzonder.

Catering Fedorest

NBV werkt onder leiding van Velt en samen met Vredeseilanden, Bioforum en Wervel aan de verduurzaming van het federale overheidsrestaurant Fedorest. Het project wordt gefinancierd door de POD DO en loopt in 2008. Door het opstellen van een projectteam vanuit verschillende organisaties is het mogelijk om meteen beschikbaar te zijn en om voldoende tijd te voorzien gedurende de projectperiode om de begeleiding kwaliteitsvol uit te voeren en tot een goed einde te brengen binnen de voorziene tijd. Elke expert-organisatie heeft verduurzamen van voeding als één van zijn kerntaken, elk met een ander accent.

De begeleiding en omschakeling van een overheidsrestaurant naar een voedingsaanbod dat rekening houdt met de criteria van duurzame voeding is een proces dat samen met de beheerders van het restaurant moet worden ontwikkeld. Dit project heeft pas kans tot slagen als van bij de start het personeel betrokken wordt.

De omschakeling van het voedingsaanbod gaat op twee sporen. Het eerste spoor is de omschakeling van producten zelf: zowel food als nonfood. We groeperen producten daar waar het mogelijk om een heldere communicatie mogelijk te maken. Per product(groep) onderzoeken we de haalbaarheid van de verschillende criteria. Het tweede spoor is de omschakeling op het niveau van recepturen en menu's. Koken met ecologische producten vraagt immers een andere receptuur: door bvb. een intensere smaak van bioproducten, zal er minder van het betreffende product nodig zijn.

VOORBEREIDING NIEUWE PROJECTEN:

Van mei 2007 tot mei 2008 werd een nieuwe medewerker aangeworven met als taak (onder meer) projectwerving. Daardoor kon NBV verschillende nieuwe projecten voorbereiden en 6 subsidieaanvragen uitwerken voor samenwerkingsprojecten. Op een selectie hiervan zal in 2009 verder gewerkt worden. (Voor details hierbij, zie actie 1)

In 2007 & 2008 werden voorbereidingen getroffen voor projecten rond cosmetica, geld, armen, allochtonen en senioren. Er werd voor de meeste ervan nog geen subsidiedossier opgesteld. Sinds juni 2008 werd geen tijd meer gevonden voor de opvolging hiervan. Vanaf midden 2009 wordt weer ruimte gemaakt om dergelijke projectvoorbereidingen verder te zetten. In 2009 zal in samenspraak met AV en RvB bepaald worden welke thema's prioritair aan bod komen:

- **Project Duurzame schoonheid? Cosmetica doorgelicht.** Dit project werd ingediend bij het federale PODDO, maar niet goedgekeurd.
- **Geld in relatie tot duurzame consumptie.** Eind 2007 werd een brainstorm gehouden met organisaties die op één of andere wijze actief zijn rond het thema geld, een optie is om een campagne te voeren rond duurzaam sparen & beleggen.

- **Onderzoek naar de haalbaarheid en de relevantie van een werking over bewust verbruiken gericht naar mensen met een laag inkomen.** In 2007 hebben verschillende bilaterale gesprekken plaats gevonden. Daaruit is gebleken dat het om een gevoelig thema gaat en dat deze doelgroep momenteel overbevraagd is.
- **Allochtone bewuste verbruikers.** Ook dit projectidee beoogt het beter bereiken van minder vanzelfsprekende doelgroepen met het thema bewust verbruiken. In 2007 is inspiratie opgedaan in het buitenland. Meer bepaald is gezocht naar methodieken om allochtonen te benaderen. Er is ook bilateraal overleg geweest hieromtrent met verschillende leden.
- **Doelgroep senioren.** In 2008 werd binnen het NBV-team een projectfiche opgesteld voor een project met senioren.

Actie 13 – M 2

Gemeenschappelijke werking opzetten omtrent **nieuwe thema's** of lidorganisaties stimuleren om hierin actief te zijn. Eerst inventariseren welke deze zijn. Minstens 2 projecten van NBV of lidorganisaties gaan over een vernieuwend thema in de beleidsperiode 2005-2010.

RESULTAAT 2008 & PLANNING 2009:

In 2008 werkte het NBV rond verschillende thema's die vernieuwend zijn voor de beleidsperiode 2005-2010:

- **Bloemen** in de campagne *Blijve Bloemen*
- In 2008 werd verder gewerkt rond **logo's en labels** (zie actie 12). Het is voor het eerst in Vlaanderen dat zoveel organisaties de krachten bundelen rond dit thema om tot een gemeenschappelijk resultaat te komen.
- Een ander thema dit sinds 2007 door leden genoemd wordt als prioritair is het werken rond de **distributiesector**. Sinds najaar 2008 heeft het NBV hierrond een goed draaiende werkgroep.
- De ecologische aspecten van **kleding/jeans**. Tot nu toe werd vooral rond de sociale aspecten gewerkt.

Rond al deze thema's zal in 2009 verder worden gewerkt.

Actie 14 – M 1

Thematische **discussieworkshops inrichten** voor lidorganisaties met het oog op uitwisseling van standpunten. (minstens 1 per jaar)

RESULTAAT 2008 & PLANNING 2009:

In 2008 vond één thematische discussie plaats over de distributiesector. Zie voor het aantal deelnemers actie 3.

Waarschijnlijk wordt in 2009 geen thematische discussie voor lidorganisaties georganiseerd, de reden daarvoor is dat de leden dit jaar betrokken worden bij de opstelling van het volgende beleidsplan (2011-2015). Uit een eerdere bevraging bij de leden, waarbij werd nagegaan rond welke thema's of productgroepen NBV meer zou moeten werken, was gebleken dat thema's als consuminderen, gezondheid, duurzaam ondernemen, logo's en labels en productgroepen zoals kleding en textiel of toerisme hoog scoorden. In 2006 vernoemden de lidorganisaties tijdens een brainstorm de thema's chemische stoffen en bewust verbruiken voor mensen in armoede. Over dit laatste thema was wel nog wat controverser.

In 2007 werd een project rond logo's en labels opgezet (zie actie 12), nml. een databank met informatie over diverse labels. Hiervoor werd de kennis gebundeld van de lidorganisaties die eerder al rond labels hebben gewerkt. Het is voor het eerst in Vlaanderen dat zoveel organisaties de krachten bundelen rond dit thema om tot een gemeenschappelijk resultaat te komen.

Verder zijn - ter aanvulling van de bevraging en de brainstorm - een reeks bilaterale gesprekken gevoerd met lidorganisaties om tot gezamenlijke projecten te komen rond thema's als cosmetica, gezondheid, kleding,... Dit leidde tot een reeks projectvoorstellen. Voor sommige daarvan zijn ook al bijkomende subsidies aangevraagd (zie actie 12). Mits financiering worden deze projecten uitgevoerd vanaf 2008 of 2009.

Operationele doelstelling 5: Het thema bewust verbruiken op de maatschappelijke en politieke agenda houden

Het NBV wil het mens- en milieuvriendelijk verbruiken een plaats geven bij de publieke opinie en zorgen dat het onderwerp op de politieke agenda blijft.

RESULTAAT 2008 & PLANNING 2009:

Voor de campagne Blijve Bloemen werden verschillende persberichten verstuurd. De campagne en Netwerk Bewust Verbruiken kwamen in verschillende media waaronder een TV-reportage. Ook werd de pers gecontacteerd bij de lancering van de nieuwe website van het NBV en met de nieuwe databank productlabels. Ten slotte werden de resultaten van het actie-onderzoek duurzame voeding aan de pers voorgelegd.

Het communicatieplan werd verder uitgevoerd in 2008 (oa. aanleg persknipselmap), maar is in 2009 aan actualisering toe. Het uitgebreide persbestand dat permanent wordt geactualiseerd zal in 2009 samen met het totale adressenbestand van NBV efficiënter worden georganiseerd.

Actie 15 – K I

De media tot partner maken: mediagenieke acties voeren, aantrekkelijke persberichten schrijven, persconferenties voeren, persbeleid op maat opstellen, duurzame relaties met journalisten, nieuwsdiensten, redacties ontwikkelen, medewerking van BV's,...

RESULTAAT 2008 & PLANNING 2009:

Voor een overzicht van de persaandacht die het NBV kreeg in 2008, verwijzen we naar bijlage 2. Het is de eerste keer dat NBV een globaal overzicht opstelde. In de toekomst zal dit worden verdergezet.

Algemene perswerking

De pers werd gecontacteerd bij de lancering van de nieuwe website van het NBV. (zie actie 28) In 2006 werd een **communicatieplan** opgesteld, waarin ook aandacht is voor de relaties met de pers. Dit plan werd verder uitgevoerd in 2008 en is in 2009 aan actualisering toe. Zo werd voor het eerst systematisch een persknipselmap aangelegd.

Het uitgebreide **persbestand** werd ook in 2008 geactualiseerd. In 2008 zou het NBV nagaan of het adressenbestand on-line kan worden bijgehouden. Via een intranet kan NBV het zo ook toegankelijk maken voor lidorganisaties. Dit is nog niet gerealiseerd. In 2009 zal de nieuwe administratieve medewerker het adressenbestand van NBV, inclusief perslijst, in zijn totaliteit efficiënter organiseren.

Ook was het de bedoeling de periodiciteit, deadlines en verschijningsdata van een selectie aan gespecialiseerde pers (tijdschriften van sociaal-culturele organisaties) reeds te verzamelen in 2007, maar wegens tijdsgebrek in de voorbije jaren, is het realistischer deze actie niet meer in te plannen.

Projectmatige perswerking

Voor de campagne *Blijve Bloemen* werden persberichten verstuurd. De campagne en *Netwerk Bewust Verbruiken* kwamen in verschillende media waaronder een TV-reportage. De algehele probleemsituering werd door verschillende media opgenomen (zie ook boven bij actie 9 en bijlage 2).

In 2008 werd de pers gecontacteerd ivm de lancering van de *databank productlabels*, dit zal ook gebeuren in 2009. Zie bijlage 2

Ook de resultaten van het Actie-onderzoek duurzame voeding werden aan de pers voorgelegd: via een website, artikels en een persconferentie. Resultaten in bijlage 2

Actie 16 – M I + Actie 17 – M 2

Visie dat bewust verbruiken kan bijdragen tot werkgelegenheid ontwikkelen en verspreiden.

Onderzoeken hoe het NBV kan aansluiten bij het meerwaardenbesluit van de minister van Tewerkstelling (omtrent meerwaardeneconomie).

RESULTAAT 2008 & PLANNING 2009:

NBV volgt dit thema op via de werkgroep SPAC (duurzame productie & consumptie) van VODO.

Het project MVO in de drankensector dat door NBV wordt voorbereid eind 2008 - begin 2009 behandelt dit onderwerp en wordt voor financiering aangeboden aan de administratie tewerkstelling.

Operationele doelstelling 6: Nieuwe doelgroepen bereiken

Het NBV zal uitklaren welke doelgroepen nu reeds bereikt worden, welke bijkomend bereikt zouden moeten worden en welke extra inspanningen nodig zijn.

RESULTAAT 2008 & PLANNING 2009:

De primaire doelgroep van NBV, met name consumenten, is ook in 2008 de belangrijkste doelgroep. Zij werden hoofdzakelijk aangesproken in de campagne Blijje Bloemen.

Ook twee projecten van NBV houden verband met consumenten: Actie-onderzoek duurzame voeding (actie-onderzoek bij een 15-tal voorbeeldgezinnen met communicatie naar breder publiek via media) en Vormingen Milieuverlicht Verbruiken (doelgroep: leden van sociaal-culturele organisaties).

In 2007 & begin 2008 werden voorbereidingen getroffen voor projecten gericht op specifieke doelgroepen, met name mensen in armoede, allochtonen en senioren. Sinds juni 2008 werd geen tijd meer gevonden voor de opvolging hiervan. Vanaf midden 2009 komt weer ruimte om dergelijke projectvoorbereidingen verder te zetten. Dan zal ook bepaald worden welke doelgroepen prioritair aan bod komen.

De doelgroep bedrijven kwam in 2008 sterk aan bod in verschillende activiteiten van NBV:

- *In de campagne Blijje Bloemen werden de contacten met de bloemensector verder gezet.*
- *Op de online databank, www.labelinfo.be, vinden bedrijven eerstelijnsinformatie over verschillende labels, inclusief contactadressen en links voor meer info.*
- *De werkgroep distributie beoogt een samenwerking met de distributiesector*
- *In de jeanscampagne wordt de kledingsector expliciet benaderd als partner en doelgroep.*
- *Netwerk Bewust Verbruiken zetelt in de stuurgroep van de Schone Kleren Campagne, die een uitgebreide werking heeft rond kledingbedrijven.*

De doelgroep overheid als consument werd door de AV in 2008 bekrachtigd als belangrijke doelgroep. NBV nam deel aan studiedagen rond duurzame overheidsaankopen en volgt het thema ook op in de werkgroep SPAC (Duurzame productie & consumptie) van VODO. Duurzame overheidsaankopen worden door NBV behandeld in de campagne Blijje Bloemen en het overzicht van labels op de website www.labelinfo.be is ook gericht aan overheidsadministraties.

In 2009 zet NBV haar inspanningen verder om een verscheidenheid aan doelgroepen te bereiken. Consumenten, bedrijven en overheden blijven daarbij de belangrijkste doelgroepen.

Actie I8 – K I

Gemeenschappelijke werking gericht op consumenten verder uitwerken.

RESULTAAT 2008 & PLANNING 2009:

De werking van het NBV naar consumenten toe komt in 2008-2009 tot uiting in de campagne *Blijje Bloemen* (publiekscampagne), de *Jeans-campagne*, het *actie-onderzoek* rond duurzame voeding (onderzoek bij een 15-tal voorbeeldgezinnen uit diverse regio's), *Vormingen Milieuverlicht Verbruiken* (doelgroep: leden van sociaal-culturele organisaties) en in het aanbod van informatiemiddelen zoals de website, de NBV mailinglijsten en de *WWF newsletter*. Bij het project productlabels zijn consumenten slechts in tweede instantie de beoogde doelgroep.

Voor het bereik van de campagne *Blijde Bloemen* zie actie 9, voor aantal hits op de homepage en abonnees op mailinglijsten zie actie 28.

Ook de projecten in voorbereiding richten zich op consumenten (zie ook actie 12 en 19).

Actie 19 – K 2

Evenwichtige doelgroepbenadering: in projecten/campagnes rekening houden met doelgroepen **ouderen, jongeren, kansarmen, vrouwen, met de steeds kleiner wordende gezinnen, met de groeiende groep mensen die op zoek is naar 'een goed gevoel',...**

RESULTAAT 2008 & PLANNING 2009:

De campagne *Blijde Bloemen* heeft contacten met **vrouwenorganisaties**: enerzijds omdat dit een thema is dat door bepaalde activiteiten als bloemschikken meer aansluit bij vrouwenwerking, anderzijds als solidariteit met de vrouwelijke arbeidsters in het Zuiden. KAV nam Blijde Bloemen op in hun vormingsaanbod voor bloemschiksters. In de campagne zit ook een educatief luik naar jongeren en scholen toe via een lespakket/spel (onder leiding van campagnepartner FIAN). Ook de vakbonden zijn enthousiast rond dit project daar de link met arbeidsomstandigheden in het Zuiden belangrijk is. In 2008 werden samen met ABVV acties gepland rond rode rozen en 1 mei.

Dank zij onze samenwerking met VODO (Vlaams Overleg Duurzame Ontwikkeling), en de oprichting in 2007 van een nieuwe VODO **werkgroep SPAC** (sustainable production and consumption) heeft NBV nu extra mogelijkheden om samen te werken met organisaties actief rond nieuwkomers (Forum voor etnisch-culturele minderheden), vluchtelingen (Vluchtelingenwerk), armen (Vlaams Netwerk van Organisaties waar armen het woord nemen) en vrouwen (Vlaamse Vrouwenraad). De werkgroep SPAC werd in 2007 opgericht.

In 2007 & begin 2008 werden voorbereidingen getroffen voor projecten gericht op specifieke doelgroepen, met name mensen in armoede, allochtonen en senioren. Sinds juni 2008 werd geen tijd meer gevonden voor de opvolging hiervan. Vanaf midden 2009 wordt weer ruimte gemaakt om dergelijke projectvoorbereidingen verder te zetten. In 2009 zal in samenspraak met AV en RvB bepaald worden welke doelgroepen prioritair aan bod komen:

- Het NBV besliste eind 2006 om uit te zoeken hoe ze projecten voor de doelgroep **kansarmen** kan ontwikkelen. In 2007 hebben hierover bilaterale gesprekken plaats gevonden met verschillende (lid)organisaties die een (deel)werking hebben rond deze doelgroep. Dit resulteerde in een projectidee waarbij in de eerste plaats zou worden onderzocht of een campagne gericht naar mensen met een laag inkomen zinvol is (zijn er win-win situaties?) en hoe die er best uit zou zien (welke methodieken moeten worden toegepast, welke valkuilen moeten worden vermeden).
- Er hebben ook bilaterale gesprekken plaats gevonden rond het idee om een werking op te zetten rond de doelgroep **allochtonen**: *Allochtone duurzame verbruikers*. Deze inspanningen zijn stopgezet toen bleek dat één van de lidorganisaties (Ecolife) hierover al een werking aan het opzetten was. Ecolife liet ondertussen weten dat het niet verder deze piste niet verder te bewandelen.
- In 2008 werd binnen NBV een projectfiche opgesteld over hoe de doelgroep actieve **senioren** bereikt kan worden. Vervolgens zouden gesprekken kunnen worden aangeknoopt met seniorenorganisaties (Okra,...).

Actie 20 – M 2

Gemeenschappelijke werking omtrent **bedrijven** (producenten en distributie) opzetten.

RESULTAAT 2008 & PLANNING 2009:

In de campagne *Blijde Bloemen* werden contacten gelegd met de bloemensector (VLAM, AVBS,...). Zo werd in 2008 ook contact gelegd met de biologische sector voor biologische bloemen, zowel met de kleinhandel als met de groothandel. In de zomer van 2008 werd ook een **enquête** gedaan in de groothandel Agora te Kontich (provincie Antwerpen) op 12 en 13 augustus bij de inkopende bloemisten. Een 50-tal bloemisten werd bevraagd. (Zie actie 9)

Het project *Labels, instrument voor bewuste verbruikers*, heeft ook impact op de bedrijfssector. De online databank, www.labelinfo.be, bevat uitgebreide projectfiches die bruikbaar zijn voor bedrijven die geïnteresseerd zijn om (één van) hun product(en) te laten labelen. Bedrijven vinden er eerste-

lijnsinformatie over de verschillende labels, inclusief contactadressen en links voor meer info.

De werkgroep distributie beoogt een samenwerking met de *distributiesector* rond verduurzaming van het productaanbod. Zie ook actie 12.

In samenwerking met de *Schone Kleren Campagne* en enkele andere partners start het NBV een project op rond de milieueffecten van kleding (toegespitst op *jeans*). Hierbij wordt de sector expliciet benaderd als partner en doelgroep. We richten ons op producenten, de distributie en importeurs en de winkelketens. We willen hen vertrouwd maken met de bezorgdheden over de milieu-effecten tijdens de productieketen. Bovendien willen we hen ertoe aanzetten zich te engageren om op vrijwillige basis te werken aan concrete verbeterpunten.

Netwerk Bewust Verbruiken zetelt in de stuurgroep van de *Schone Kleren Campagne*, die een uitgebreide werking heeft rond kledingbedrijven. De stuurgroep adviseert de werking van de *Schone Kleren Campagne* en geeft goedkeuring aan de acties ervan.

Actie 21 – M 2

Gemeenschappelijke werking omtrent **overheid** als consument opzetten

RESULTAAT 2008 & PLANNING 2009:

De doelgroep overheid als consument werd door de AV in 2008 bekrachtigd als belangrijke doelgroep. Deze doelgroep kwam in diverse activiteiten aan bod.

In de campagne *Blijje Bloemen* wordt naar ondersteunende lokale besturen via tandemkoffer vormingen aangeboden. De lokale besturen kunnen fungeren als voorbeeld naar aankoopbeleid toe. Het overzicht van labels op de website www.labelinfo.be is ook gericht op overheidsadministraties. NBV nam deel aan studiedagen rond duurzame overheidsaankopen. Ook via deelname aan de werkgroep SPAC (Duurzame productie & consumptie) van VODO volgt NBV dit thema op.

Actie 22 – M 2

Werking voor **(lid)organisaties** als consumenten uitwerken.

RESULTAAT 2008 & PLANNING 2009:

Hoewel de Algemene Vergadering besliste dat deze werking niet prioritair is voor NBV, komt het aankoopgedrag van organisaties bij bepaalde projecten wel aan bod.

De campagne *Blijje Bloemen* richt zich bijvoorbeeld naar ondersteunende partnerorganisaties. Deze fungeren als voorbeeld naar aankoopbeleid toe. Enkele organisaties zijn actief betrokken om Blijje Bloemen aan hun activiteiten te koppelen (oa KAV met bloemschikken, ABVV, Saint Amour).

Het overzicht van labels op de website www.labelinfo.be is ook nuttig voor ngo's.

Operationele doelstelling 7: Voorstellen uitwerken om knelpunten voor bewust verbruiken weg te werken

Het NBV inventariseert en analyseert knelpunten die mensen beletten om bewust te verbruiken en zoekt naar kansen en middelen om bewust verbruiken toegankelijker te maken, die ze aan diverse stakeholders aanreikt.

RESULTAAT 2008 & PLANNING 2009:

Voor het projectvoorstel Actie-onderzoek duurzame voeding werd financiering gevonden bij de federale en Vlaamse overheden duurzame ontwikkeling. Met dit onderzoek werd bij een 15-tal gezinnen gepeild naar de hinderpalen om bewuster te gaan consumeren. Dit onderzoek werd opgestart in 2007 en afgerond in 2008. Het leverde informatie op over consumptiegedrag, de prijs van voeding, etc...

Wegens de lagere personeelsbezetting kon NBV in 2008 de deelname aan heel wat stuur-

groepen van onderzoeksprojecten niet verder zetten.

De standpuntentekst van het NBV, samen met memoranda en commentaren op overheidsplannen volstaan als basis voor de visie van het NBV op instrumenten om bewust verbruiken te bevorderen. Overleg met bedrijfssectoren & overheden rond knelpunten en mogelijkheden voor bewust consumeren, gebeurt door NBV via deelname aan multistakeholder meetings of stuurgroepen, door het geven van schriftelijke feedback op plannen van diverse overheden (oa. feedback op Federaal plan Duurzame Ontwikkeling in 2008) of het overmaken van een memorandum (bv. nalv Vlaamse verkiezingen 2009).

Actie 23 – M I + Actie 24 – M 2

Consumentenonderzoek stimuleren en inventariseren.

Inventariseren waarover de consumenten te weinig informatie ter beschikking hebben.

RESULTAAT 2008 & PLANNING 2009:

Voor het projectvoorstel *Actie-onderzoek duurzame voeding* werd financiering gevonden bij de federale overheid duurzame ontwikkeling (PODDO) en bij de Vlaamse overheid duurzame ontwikkeling (VSDO). Met dit onderzoek werd bij een aantal gezinnen gepeild naar de hinderpalen om bewuster te gaan consumeren. Dit onderzoek werd opgestart in 2007 en verder gezet in 2008. Het leverde informatie op over consumptiegedrag, de prijs van voeding, etc... Meer uitleg zie actie 12.

Deelname stuurgroepen: wegens de lagere personeelsbezetting kon NBV in 2008 de deelname aan heel wat stuurgroepen niet verder zetten. Wel volgde NBV het forum van OVAM rond milieuverantwoorde productie en consumptie op.

Actie 25 – L I

Gemeenschappelijke inventaris maken in 2007-2008 van (nieuwe en bestaande) instrumenten om bewust verbruiken te bevorderen.

RESULTAAT 2008 & PLANNING 2009:

De standpuntentekst van het NBV, samen met het memorandum of commentaren op het Federaal plan Duurzame Ontwikkeling en andere overheidsplannen. Momenteel volstaan deze teksten als basis voor de visie van het NBV op instrumenten om bewust verbruiken te bevorderen. Er is geen nood aan verdere inventaris.

Deze teksten zijn te downloaden op onze homepage onder Over NBV > Downloads.

Actie 26 – L I

Overleg met bedrijfssectoren, overheden, sociaal-culturele organisaties,... over knelpunten en mogelijkheden voor bewust consumeren.

RESULTAAT 2008 & PLANNING 2009:

Deze actie was in 2008 nog niet op te starten, maar eigenlijk voert het NBV deze al uit. Zij het niet met bilaterale gesprekken, maar door deelname aan multistakeholder meetings of stuurgroepen of het geven van schriftelijke feedback op plannen van diverse overheden (oa. feedback op Federaal plan Duurzame Ontwikkeling) of het overmaken van een memorandum (bv. nalv Vlaamse verkiezingen 2009).

5.

[STRATEGISCHE DOELSTELLING 3] Informatie over bewust verbruiken verspreiden

Het NBV zorgt voor de uitwisseling en het verspreiden van degelijk onderbouwde, genuanceerde informatie over alle domeinen van duurzaam verbruiken tussen leden en van leden naar consumenten en andere doelgroepen.

Operationele doelstelling 8: NBV profileert zich als hét informatiepunt voor wat betreft bewust verbruiken

Het NBV zal zich profileren als dé **informatieverspreider** en kwaliteitsvolle informatiebron voor wat betreft sociaal en ecologisch verantwoorde consumptie.

RESULTAAT 2008 & PLANNING 2009:

In 2008 & 2009 vangt NBV infovragen hoofdzakelijk op via e-mail en beantwoordt deze in samenwerking met lidorganisaties. Onze homepage is dé startpagina voor iedereen die iets over bewust verbruiken te weten wil komen. In mei 2008 lanceerde het NBV haar nieuwe website. We kozen voor continuïteit in de kleurtinten (groen en blauw), maar voor modernisering in stijl en vooral in gebruik: er werd geöpteerd voor een open source content management system, nl. Joomla! Qua bezoekersaantallen blijft onze homepage een succes. De groei sinds 2005 zet zich nog altijd door, zij het iets minder snel. Er waren 22,7% meer bezoekers dan in 2007, met een piek in mei vanwege de lancering van de nieuwe site. Met de lancering van de nieuwe site schakelden we ook over van de domeinnaam www.bewustverbruiken.org naar www.bewustverbruiken.be. Op de nieuwe website is te vinden: een gids voor bewust verbruiken (nieuw), wekelijks 2 nieuwsberichten, veelgestelde vragen (nieuw), een tagcloud (nieuw), links, kalender, sitemap, rubriek 'wat is NBV?', overzicht vormingsaanbod, zoekvak.

Het is via peiling uit 2006 en discussies op AV's duidelijk dat een gemeenschappelijke standpuntwerking voor een aantal lidorganisaties interessant is. Het is echter onmogelijk om zonder extra middelen hier verder op in te zetten. Om dezelfde reden (te weinig middelen) wordt niet verder gewerkt aan integratie op bv. gebied van een tijdschrift. Binnen het project Vormingen Milieuverlicht Verbruiken wordt wel ervaring opgedaan met integratie in de databank vormingen.

Actie 27 – K I + Actie 3 I – M I

NBV als centraal infopunt verder vorm geven. De rol die het NBV op dit vlak speelt wordt doorheen de jaren van de beleidsperiode 2005-2010 steeds groter.

Onderzoeken of en hoe het NBV naar de buitenwereld toe kan functioneren als een soort van 'eerstelijns hulp'.

RESULTAAT 2008 & PLANNING 2009:

In dit stadium ving en vangt het NBV infovragen hoofdzakelijk op via e-mail, en in iets mindere mate via telefoon. In 2008 werden 96 informatieve vragen gesteld aan het NBV. Via het forum kwamen vanaf mei geen vragen meer binnen, aangezien het forum in de vernieuwde site niet werd behouden. Het totaal aantal vragen daalt dan ook, maar het aantal vragen via mail of telefoon stijgt wel ten aanzien van de vorige jaren. NBV speelt deze vragen door aan lidorganisaties die over dat thema gaan of aan allen indien van toepassing. De vragen worden door leden of door het team beantwoord.

Vragen gesteld aan NBV	2005	2006	2007	2008
Via mail of telefoon	18	42	63	87
Op het forum	29	54	61	9
Totaal	47	96	124	96

In 2008 wordt een nieuwe homepage gelanceerd, die ons vlotter kan helpen bij het invullen van de rol van infopunt. Zie actie 28+30.

Het NBV bouwde en bouwt verder op basis van het werk van de vorige jaren en verfijnt de middelen die nodig zijn om infovragen vlot te kunnen beantwoorden door het aanleggen van een geordend informatiesysteem (zowel elektronisch als fysiek):

- De lijst van e-zines en tijdschriften rond bewust verbruiken en duurzame ontwikkeling werd in 2008 geactualiseerd. Er werden enkele nieuwe tijdschriftabonnementen genomen (MO*, Genoeg,...) en de opvolging van de e-zines werd verdeeld onder de teamleden.

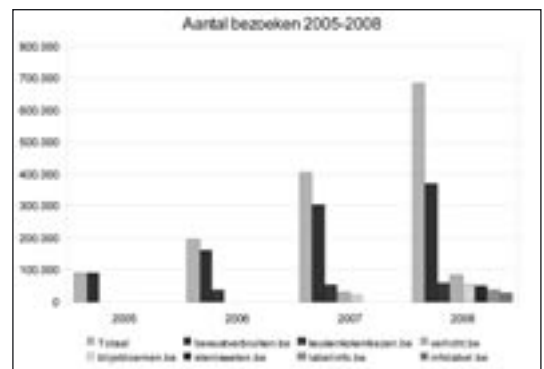
- Met de nieuwe homepage werd het linkssysteem herwerkt en een selectie gemaakt. Eind 2007 vermeldde NBV nog 575 links, eind 2008 zijn dat er 202. Vooral de links naar bedrijven werden verwijderd. Hiervoor verwijst het NBV door naar initiatieven van derden, zoals Green Bazaar, VIBE, MeMO-gids,... Hiervoor is een vrijwilliger verantwoordelijk.
- Elektronische documentatie wordt ofwel per project ofwel in het algemene klassemment bewaard. Voor de ontsluiting van elektronische documenten maakt het NBV gebruik van *Google Desktop Search*, een gratis tool die de documenten op computers doorzoekt op basis van trefwoorden.
- Pers- en nieuwsberichten van andere organisaties die relevant zijn voor NBV worden opgeslagen op het netwerk, volgens een klassemment per maand.
- Nieuwsberichten van het NBV en vragen gesteld aan NBV met bijhorende antwoorden worden nu ook bewaard in een folder op het netwerk.
- Met de nieuwe homepage werd het forum vervangen door commentaren/discussies per artikel. De mogelijkheid om vragen te stellen in de FAQ-rubriek bleek niet haalbaar met het huidige CMS-systeem. We verwachtten een stijging van de interactie, die echter uitbleef. Er wordt niet veel op de berichten gereageerd (38 reacties in 2008), minder dan met het forum het geval was. Vermoedelijk heeft dit te maken met de aard van de berichten: nieuwtjes die veelal naar sites van derden doorverwijzen. We plannen voor 2009 een grondige evaluatie van de nieuwe website.
- Tijdschriften, folders, brochures en andere documentatie die de voorbije jaren en het afgelopen jaar bij elkaar werden gebracht op het NBV-kantoor werden verder geklasseerd. Hier werkt een vrijwilliger aan mee.

Het overleg met andere organisaties die actief zijn rond informatieverstrekking over welke samenwerking en/of taakverdeling kan worden opgezet, wordt doorgeschoven naar 2009, al wordt het nu wel duidelijk dat er met de huidige middelen niet volop in deze taak kan worden geïnvesteerd.

Interessant is ook de vergelijking van het aantal bezoeken tussen onze homepage en de andere NBV-websites. We vergelijken hierbij de websites:

- bewustverbruiken.be
- verlicht.be
- etenisweten.be
- blijebloemen.be
- labelinfo.be & infolabel.be
- keukenkokenkiezen.be

De homepage van het NBV steekt sterk uit boven de projectwebsites met meer dan 370.000 bezoeken in 2008. Deze website bestaat dan ook al 10 jaar, sedert 1998. De andere websites krijgen gemiddeld 45.000 bezoeken per jaar.



NBV zou ook onderzoeken of en hoe het NBV naar de buitenwereld toe kan functioneren als een soort van 'eerstelijns hulp'. Er zijn hierover in 2008 zowel gesprekken geweest binnen de Raad van Bestuur als op de AV. Het ontbreekt echter aan middelen om dit in het kader van deze beleidsperiode op een grondige manier uit te werken.

Actie 28 – K 1 + Actie 30 – K 2

Website als startpagina voor al wie op zoek is naar info over bewust verbruiken verder ontwikkelen. Veelgestelde vragen worden op de website opgevangen, via het discussieforum en de uitbouw van een FAQ-lijst.

RESULTAAT 2008 & PLANNING 2009:

In mei 2008 lanceerde het NBV haar nieuwe website. Hierbij zie je nog de oude website, met daarna een beeld van de nieuwe.



We kozen voor een zekere continuïteit in de kleurtinten (groen en blauw), maar voor modernisering in stijl en vooral in gebruik: er werd geöpteerd voor een open source content management system, nl. Joomla! De site werd aangemaakt door Mixette, www.mixette.com.

Onze homepage is dé startpagina voor iedereen die iets over bewust verbruiken te weten wil komen. Qua bezoekersaantallen blijft onze homepage een succes. De statistieken worden gemeten met *The Webalizer*, www.webalizer.org. De groei sinds 2005 zet zich nog altijd door, zij het iets minder snel. Er waren 22,7% meer bezoekers dan in 2007, met een piek in mei vanwege de lancering van de nieuwe site. De stijging kan verklaard worden door de gestage bekendheid van het NBV, de NBV-websites en de NBV-projecten. Zie ook verder in de grafiek.

Het gemiddeld aantal bezoeken per maand steeg van 25.222,5 naar 30.938,8. Het gemiddelde per dag stijgt zelfs uit boven de 1000 unieke bezoeken.

Met de lancering van de nieuwe site schakelden we ook over van de domeinnaam www.bewustverbruiken.org naar www.bewustverbruiken.be. Op deze manier is duidelijker dat we een Belgisch-Vlaamse organisatie zijn en geen Nederlandse.

Aantal bezoekers per maand homepage	2005	2006	2007	2008
januari	6677	1111	19748	30204
februari	6825	10002	19438	23217
maart	7669	14070	22614	31202
april	6476	11951	20398	37042
mei	5741	12969	23014	44313
juni	5810	12213	33729	29681
juli	6681	12341	36593	28149
augustus	6475	12705	25986	24148
september	7834	11042	26418	28391
oktober	10141	15571	24248	31251
november	10561	16897	25485	30213
december	9308	19460	24999	33455
TOTAAL	90198	160332	302670	371266
Vershil tav vorig jr		70134	142338	68596
Percentage verschil		77,8	88,8	22,7



Wat vind je op de nieuwe website?

- Er is nu een gids voor bewust verbruiken
- De homepage wordt wekelijks geactualiseerd met gemiddeld 2 nieuwsberichten: er verschenen 104 berichten in 2008. De stijging die zich in 2007 werd ingezet is te verklaren door een meer systematische werkwijze en de invoering van het nieuwe CMS. Het is de bedoeling dit tempo verder te zetten in 2009.
- Er werd een sectie met veelgestelde vragen aan de site toegevoegd.
- Er wordt gewerkt met een tagcloud zodat artikels via de voornaamste trefwoorden toegankelijk zijn
- Links (zie actie 27/31)
- Een kalender (aangevuld door een vrijwilliger)
- Er is een automatisch gegenereerde site-map.
- Een rubriek 'wat is NBV'?
- Een overzicht van geprogrammeerde vormingen en van de vormingen op aanvraag, afkomstig van www.verlicht.be
- Een zoekvak.

	Totaal per jaar	Gemiddeld per maand	Gemiddeld per dag
2005	90.198	7.516,5	247,1
2006	160.332	13.361,0	439,3
2007	302.670	25.222,5	829,2
2008	371.266	30.938,8	1.017,2



2005	2006	2007	2008
42	49	73	104

De plannen voor **gemeenschappelijke webdatabanken** die er waren sinds 2005, zijn ondertussen opgeborgen. Op projectmatige schaal werden wel realisaties bereikt: de labeldatabanken van partners werden vervangen door een gezamenlijke. De vormingendatabank is verbonden aan de databank van Prettig Geleerd en er zijn exportmogelijkheden voor partnerorganisaties. Zie ook actie 27, 29 en 34.

Actie 29 – K 1

De belangrijkste bronnen (boeken, audio-visueel materiaal, sprekers, spelen, tentoonstellingen, studies, educatieve pakketten) van lidorganisaties in verband met bewust verbruiken worden samengebracht in een on-line databank. Het NBV zal de inventaris van bronnen voor bewust verbruiken verder ontwikkelen en actualiseren.

RESULTAAT 2008 & PLANNING 2009:

De nieuwe website van het NBV is het geschikte instrument om de inventaris van bronnen weer te geven. Dit gebeurt op verschillende manieren:

- via tags (trefwoorden) zijn artikelen met doorverwijzingen op de site toegankelijk
- in de gids wordt per thema doorverwezen naar nuttige websites, publicaties, boeken, rapporten,...
- een lijst van educatieve pakketten en sprekers is gerealiseerd via het project verlicht.be en geïntegreerd op de NBV-homepage.

Actie 32 – M 2

Nagaan of een gemeenschappelijke standenwerking of een gezamenlijke standjesmarkt gewenst is en zo ja, dit opnieuw opnemen en uitwerken (inventaris interessante stands, taakverdeling, kostenverdeling, werkwijze,...).

RESULTAAT 2008 & PLANNING 2009:

Het is via peiling uit 2006 en discussies op AV's duidelijk dat een gemeenschappelijke standenwerking voor een aantal lidorganisaties interessant is, onder meer omdat het erg intensief is voor hen om elk afzonderlijk op standenmarkten te staan. Het is echter onmogelijk om zonder extra middelen hier verder op in te zetten.

Actie 33 – L I

De wenselijkheid nagaan van de integratie van informatiedragers van lidorganisaties met elkaar en met informatiedragers van het NBV (vb. discussieforum, elektronische nieuwsbrief, tijdschriften,...), artikelen aanleveren voor in elkaars tijdschriften en hoe dit best te organiseren.

RESULTAAT 2008 & PLANNING 2009:

In de bevraging bij lidorganisaties (2006) werd het integratie-thema meegenomen (zie actie 7). De resultaten van de bevraging geven een indicatie van de vaak uiteenlopende visies op een gemeenschappelijk e-zine en nieuwswebsite bij de leden. Dit punt werd in 2008 besproken in de Raad van Bestuur, waarbij de optie opengehouden wordt om stappen tot integratie te zetten op gebied van bv. een tijdschrift. Het ontbreekt echter aan middelen om hier verder op in te gaan.

Binnen het project *Vormingen Milieuverlicht Verbruiken* wordt wel ervaring opgedaan met integratie in de databank vormingen.

Operationele doelstelling 9: Voorzien in informatie-uitwisseling over bewust verbruiken op diverse niveaus

Informatie-uitwisseling gebeurt op verschillende niveaus:

- tussen (lid)organisaties onderling
- van (lid)organisaties naar het publiek toe
- tussen (lid)organisaties en externen (bedrijven, overheden, onderzoekscentra)

RESULTAAT 2008 & PLANNING 2009:

Zowel in 2008 als 2009 zijn de elektronische mailinglijsten met nieuwsberichten het communicatiemiddel bij uitstek van het NBV met de buitenwereld. Er zijn drie lijsten met – voor het eerst – meer dan 1000 abonnees (eind 2008): [NBV nieuws], [NBV activiteiten] en [NBV vacatures].

Voor de campagne Blijve Bloemen werden de uitgebreide achtergrondbrochure en de af-fichette verder verdeeld. Dit materiaal zal in 2009 geactualiseerd worden in het kader van het Europese voortzettingsproject. Ook voor de Jeanscampagne is in 2009 de aanmaak van een brochure voorzien.

Op de algemene mailinglijst [NBV leden] zijn alle lidorganisaties geabonneerd. Voor de interne uitwisseling tussen leden rond een specifiek project of campagne bezit elke werkgroep ook een eigen mailinglijst, zo zijn er mailinglijsten voor 6 werkgroepen die regelmatig werden gebruikt.

Actie 34 – K I

Door middel van een **elektronische nieuwsbrief** met archivering van berichten op de website zorgt het NBV voor een vlotte toegankelijkheid van persberichten, onderzoeksresultaten, aankondigingen van activiteiten, nieuwe websites, publicaties, weetjes, interviews, campagnes, petitie en standpunten,...

RESULTAAT 2008 & PLANNING 2009:

De elektronische mailinglijsten met nieuwsberichten zijn het communicatiemiddel bij uitstek van het NBV met de buitenwereld. Er zijn drie lijsten: [NBV nieuws], [NBV activiteiten] en [NBV vacatures].

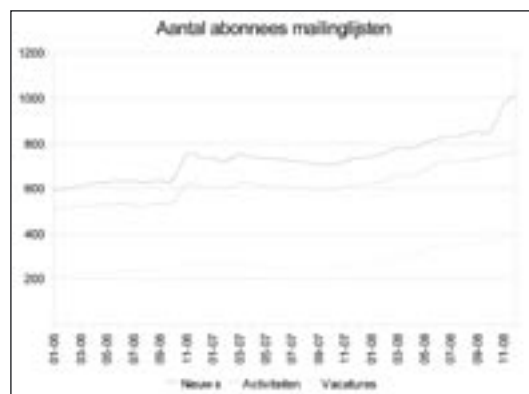
Aantal berichten mailinglijsten	2005	2006	2007	2008
Nieuws	30	47	86	89
Activiteiten	31	48	74	63
Vacatures	11	20	23	40
Totaal	72	115	183	192

Het was de bedoeling om in 2008 ongeveer hetzelfde aantal berichten te versturen als in 2007. Het werden er net iets meer, vooral vanwege een stijging in de lijst vacatures. In 2008 werden in totaal 192 elektronische nieuwsberichten verstuurd. De stijging sinds 2005 (toen met 2/3de) zet zich dus voort, zij het veel minder sterk. Met deze aantallen zitten we rond het maximum. Voor 2009 voorzien we een gelijkaardig aantal berichten.

Wat aantal abonnees voor [NBV nieuws] betreft mikten we op 850 abonnees tegen eind 2008. Dat aantal werd ruimschoots gehaald. Eind 2008 waren er ongeveer 1100 mensen geabonneerd op één of meerdere lijsten. We hopen dit cijfer nog te zien groeien in 2009.

Aantal abonnees op mailinglijsten	Sept 2004	Sept 2005	Sept 2006	Dec 2006	Dec 2007	Dec 2008
Nieuws	316	496	635	739	734	1018
Activiteiten	282	433	535	612	616	765
Vacatures	96	181	241	264	269	392
Totaal	694	1110	1411	1615	1619	2175

Het NBV werkt ook mee aan de Newsletter die WWF verstuurt naar aanleiding van zijn werking rond de ecologische voetafdruk. Daarvan zijn er in 2008, net als in 2007 elf verschenen. Zie actie 12. Eind 2008 waren er in totaal (Franstalig en Nederlandstalig) 12.000 abonnees. Daarvan zijn er ongeveer 33% Nederlandstalig.



Actie 35 – K I

Het NBV blijft gebruik maken van de interne mailinglijsten voor bestuurders, diverse werkgroepen, leden in het algemeen,...

RESULTAAT 2008 & PLANNING 2009:

Interne mailinglijsten voor bestuurders, werkgroepen en leden worden regelmatig gebruikt. Op de algemene mailinglijst [NBV leden] zijn alle lidorganisaties met minstens één mailadres geabonneerd. Voor de uitwisseling rond een specifiek project of campagne bezit elke werkgroep ook een eigen mailinglijst, zo zijn er mailinglijsten voor 6 werkgroepen.

Actie 36 – M I

Kwaliteitsvolle informatiebrochures maken. De voorgaande brochures grondig evalueren.

RESULTAAT 2008 & PLANNING 2009:

Voor de campagne Blijve Bloemen werden de uitgebreide achtergrondbrochure en de aantrekkelijke affichette, aangemaakt in 2007, verder verdeeld via website, stands, op aanvraag, bij activiteiten.... Deze materialen zullen geactualiseerd worden in het kader van het Europese voortzettingsproject.

Ook voor de Jeanscampagne is in 2009 de aanmaak van een brochure voorzien.

Operationele doelstelling 10: Nieuwe instrumenten voor informatie-uitwisseling ontwikkelen

Het NBV zal nieuwe instrumenten voor de informatieverbreiding en –uitwisseling zoeken en uitwerken, ter ondersteuning van operationele doelstellingen 8 & 9

RESULTAAT 2008 & PLANNING 2009:

In 2008 werd de nieuwe homepage <http://www.bewustverbruiken.be> gelanceerd. Voor 2009 zijn geen verdere acties voorzien.

Actie 37 – L 2 + Actie 38 – L 2

De huidige instrumenten (website, mailinglijsten, discussieforum, brochures) worden aan een grondige evaluatie onderworpen. Er worden suggesties verzameld voor nieuwe instrumenten en de meest zinnige / haalbare worden uitgewerkt.

RESULTAAT 2008 & PLANNING 2009:

In 2008 werd de nieuwe website gelanceerd (zie boven, actie 28+30). Voor 2009 zijn geen verdere acties voorzien.



[STRATEGISCHE DOELSTELLING 4] **Kwaliteitsvolle partner worden**

Het NBV zal streven naar bekendheid als betrouwbare partner voor projecten, campagnes en als informatieverstrekker omtrent bewust verbruiken.

Operationele doelstelling I I: Werken aan een evenwichtig ledenbestand met ruime impact op het gebied van bewust verbruiken

Organisaties die verschillende thema's vertegenwoordigen betrekken bij de werking zodat deze thema's op evenwichtige manier vertegenwoordigd zijn in het NBV.

RESULTAAT 2008 & PLANNING 2009:

AV: Aan het einde van 2008 telde NBV 42 leden. In de loop van het jaar werden Centrum voor Natuur- en Milieueducatie (CVN) en Solidariteitsfonds opgenomen als nieuwe leden. Alle leden onderschrijven de platformtekst, een intentieverklaring en betaalden een lidmaatschapsbijdrage. In 2009 hoopt NBV minstens 2 nieuwe leden aan te trekken.

Aantal lidorganisaties	
2000	22
2001	34
2002	38
2003	37
2004	36
2005	38
2006	40
2007	40
2008	42

Lidorganisaties NBV eind 2008

1. Arbeid & Milieu vzw
2. De Blauwe Bloem cvba
3. Bond Beter Leefmilieu Vlaanderen vzw (BBL)
4. Centrum voor Natuur- en Milieueducatie vzw
5. Comm'sa bvba
6. Dialoog vzw
7. EHA! (Ecohuis Antwerpen) vzw
8. Ethibel vzw
9. Ethisch Vegetarisch Alternatief vzw (EVA)
10. Fair Trade Organisatie vzw (FTO)
11. Ecolife vzw
12. FIAN Belgium vzw
13. Gents Ecologisch Centrum cvba (GEC)
14. Gezinsbond vzw
15. Green vzw
16. Greenpeace vzw
17. Hefboom cvba
18. Koepel van Vlaamse Kringloopcentra vzw (KVK)
19. Kristelijke Arbeidersvrouwenbeweging vzw (KAV)
20. Max Havelaar vzw
21. MeMO vzw (Mens- en Milieuvriendelijk Ondernemen)
22. Mobiel21 vzw
23. Netwerk-Vlaanderen vzw
24. Oxfam-Wereldwinkels vzw
25. Onderzoeks- en Informatiecentrum voor de Verbruikersorganisaties (OIVO)
26. Poseco vzw
27. Schone Kleren Campagne (SKC)
28. Samenhuizen vzw
29. Solidariteitsfonds vzw
30. Stof & Aarde cvba
31. Triodos Bank nv
32. Velt vzw (Vereniging voor Ecologische leef- en Teeltwijze)
33. Verbruikersateljee vzw
34. VIBE vzw (Vlaams Instituut voor Bio-Ecologisch Bouwen en Wonen)
35. Vlaams ABVV
36. VODO vzw (Vlaams Overleg voor Duurzame Ontwikkeling)
37. Voedselteams vzw
38. Voor Moeder Aarde vzw
39. VOSEC vzw (Vlaams Overleg Sociale Economie)

40. Vredeseilanden vzw
41. Werkgroep voor een Rechtvaardige en Verantwoorde Landbouw vzw (Wervel)
42. WWF Belgium vzw (Wereld Natuurfonds)

Er wordt een registratiesysteem gehanteerd om na te gaan welke de meest actieve partners waren binnen het NBV in 2008. Hiervoor wordt rekening gehouden met: deelname aan (voorbereidingen van) projecten, contacten per mail, aanwezigheid op vergaderingen, berichten op mailinglijsten,... Hoe meer contactmomenten, hoe hoger het resultaat.

De meest actieve contacten in 2008 waren er met lidorganisaties Velt, Ecolife, Vibe, Gezinsbond & Vredeseilanden. Bij de andere partners hadden we vooral contact met KULeuven, gevolgd door ACW, LNE, cel NME, STIP/OVAM & Test-Aankoop.

Betrokkenheid lidorganisaties					
Naam	2008	2007	2006	2005	Totaal
Velt	27	42	26	30	125
ECOLIFE	19	29	14	23	85
VIBE	15	24	18	23	80
GEZINSBOND	14	20	6	11	51
VREDESEILANDEN	14	9	8	22	53
OIVO	13	16	13	17	59
WWF-Vlaanderen	13	16	8	11	48
SCHONE KLEREN CAMPAGNE	12	8	4	3	27
FIAN BELGIUM	11	16	10	13	50
VODO	11	13	13	8	45
GREENPEACE BELGIUM	10	19	13	12	54
Bond Beter Leefmilieu	10	10	8	18	46
Max Havelaar België	9	9	9	16	43
ARBEID & MILIEU	9	5	3	5	22
EVA	7	7	5	7	26
Forum ETHIBEL	7	9	10	15	41
VOEDSELTEAMS	7	8	4	13	32
WERVEL	7	8	5	3	23
OXFAM-WERELD- WINKELS	6	3	3	5	17
KAV	6	9	4	3	22
CVN	6	11	5	4	26
FAIR TRADE ORIGINAL	5	3	4	3	15
Mobiel21	5	7	0	0	12
Vlaams ABVV	5	5	2	0	12
TRIODOSBANK	4	2	2	1	9
VERBRUIKERSATELJEE	4	5	5	7	21
EHA!	4	3	2	5	14
VOSEC	4	3	7	5	19
Netwerk Vlaanderen	4	8	2	2	16
Friends of the Earth	4	4	2	2	12
DIALOOG	3	4	5	3	15
Poseco	3	7	5	1	16
Komosie	3	2	2	8	15
HEFBOOM	3	3	3	3	12
MEMO	2	10	11	10	33
De Blauwe Bloem	2	3	4	0	9
Green	2	4	0	0	6
COMM'SA	2	4	5	4	15
Solidariteitsfonds	2	0	0	0	2
Stof en Aarde	1	3	6	5	15
SAMENHUIZEN	1	2	3	2	8
GEC	1	1	1	3	6

Betrokkenheid andere partners					
Naam	2008	2007	2006	2005	Totaal
KULeuven	9	9	2	4	24
ACW	5	7	6	9	27
LNE, cel NME	5	5	1	2	13
STIP/OVAM	5	3	1	2	11
Test-Aankoop	5	5	6	6	22
SVV-VIVA	3	3	0	1	7
Vormingplus Antwerpen	3	3	0	0	6
KHLeuven	3	2	0	0	5
Kauri	3	2	1	1	7
Green Bazaar	3	0	0	0	3
Ontwikkelingseducatie /Vais	3	0	1	0	4
Bioforum	3	1	2	2	8
Groen!	2	0	0	1	3
11.11.11	2	2	2	3	9
FRDO	2	0	0	0	2
Socius	2	4	1	1	8
Artevelde HS	2	0	0	0	2
Réseau Eco-Consum- mation	2	2	8	7	19
Samenlevingsopbouw Antwerpen	2	2	0	0	4
PODDO	2	3	1	2	8
Autopia	2	1	0	0	3
Willemsfonds	2	2	0	0	4
Departement Landbouw en Visserij (Vlaamse overheid)	2	0	0	0	2
Administratie Cultuur	2	2	2	1	7
FOD Leefmilieu	2	3	3	0	8
LUDI – Educatieve win- kel	2	3	0	0	5
KrisKras	2	2	0	0	4
Liberale Vrouwen	2	2	0	0	4
Klimaatcoalitie	2	4	2	0	8
FSC/Fair Timber	2	2	2	0	6

RAAD VAN BESTUUR

Eind 2008 werd de raad van bestuur gewijzigd: Hannelore Coene werd vervangen door Lieve Vercauteren (beiden van Vredeseilanden). Lynn Massant volgde dan weer Magda Demeyer op (beiden van Verbruikerssateljee). Magda Demeyer stond mee aan de wieg van het NBV in 1998, zij wordt hartelijk bedankt voor haar inspanningen! De samenstelling begin 2008 is als volgt. In 2009 wordt nog gezocht naar extra bestuurders.

1.	Chris Crabbé (Gezinsbond)
2.	Lynn Massant (Verbruikerssateljee)
3.	Klaas Maertens (MeMO)
4.	Nadia Tahon (Velt) - Penningmeester
5.	Peter Thoelen (VIBE)
6.	Tineke Van Engeland (NBV)
7.	Lieve Vercauteren (Vredeseilanden)
8.	Steven Vromman (Ecolife) - Voorzitter

Actie 39 – K I + Actie 40 – K I + Actie 42 – M I

Meer investeren in het betrekken van consumenten-, N-Z en socio-culturele organisaties. Minstens 5 contacten en minstens 1 samenwerking per jaar, in stijgende lijn tegen einde beleidsperiode. Gesprekken met nieuwe of potentiële lidorganisaties of wanneer de contactpersoon er vervangen wordt (soort aanwezigheidspolitiek). Wervingsbeleid voor nieuwe leden ontwikkelen en uitvoeren. NBV streeft ernaar dat tegen 2009 minstens 8 nieuwe organisaties lid zijn geworden.

RESULTAAT 2008 & PLANNING 2009:

In het kader van de campagne *Blijve Bloemen* (sociaal-culturele organisaties ondersteunen de campagne, KAV doet aan bloemschikken met Blijve Bloemen) en de projecten *Vormingen Milieuverlicht Verbruiken* (gesprekken in kader van behoefte detectie, programmatie gratis lessen, aanbieden van databank vormingen) en *Actie-onderzoek duurzame voeding* (Gezinsbond partner in het project, werving gezinnen en communicatie) werd in 2008 samengewerkt met consumenten- en sociaal-culturele organisaties.

In 2005 en 2006 werd actief gewerkt aan ledenwerving. Sinds 2007 staat ledenwerving minder op de voorgrond. Toch zet NBV het proces verder. Ledenwerving is namelijk een langetermijnproces. Organisaties verkiezen soms om in de praktijk samen te werken, alvorens de stap naar lidmaatschap te zetten. In 2009 zal het NBV enkele sociaal-culturele organisaties met wie in de praktijk wordt samengewerkt vragen om lid te worden.

Het NBV mikte op minstens 2 nieuwe leden in 2008 en dat lukte: Centrum voor Natuur- en Milieueducatie (CVN) en Solidariteitsfonds traden toe. Ook voor 2009 verwachten we 2 nieuwe lidorganisaties.

Er waren bilaterale ontmoetingen met 11 lidorganisaties (KAV, OIVO, Vlaams ABVV, Fian Belgium, Max Havelaar, Poseco, SKC, BBL-Tandem, Velt, Vredeseilanden, WWF) en met minstens 9 andere partners (ACW, Réseau Eco-Consommation, Test-Aankoop, Kauri, Green Bazaar, Nederlands Bloemenberaad, FFP, Agora, Fian Germany). Deze contacten stonden in het teken van concrete projecten of vragen.

Actie 41 – M I

Analyse van het ledenbestand met oog op evenwicht inzake thema's en aard van de organisatie (gewicht en grootte).

RESULTAAT 2008 & PLANNING 2009:

In 2009 zal het NBV enkele sociaal-culturele organisaties met wie in de praktijk wordt samengewerkt vragen om lid te worden. Ook zal in de raad van bestuur een vertegenwoordiger gezocht worden die rond een sociaal-economisch of noord-zuid thema werkt.

Actie 43 – M 2

Rol van bedrijven in het NBV uitklaren via discussie op RvB en in AV.

RESULTAAT 2008 & PLANNING 2009:

De bedrijven die lid zijn van het NBV zijn eerder steunende leden. Het accent ligt op de vzw's of ngo's. De actie is niet relevant meer.

Operationele doelstelling 12: Organisaties motiveren tot engagement

Interesse voor het NBV bij (potentiële) lidorganisaties ombuigen tot engagement. Bewust verbruiken en de activiteiten van het NBV doen stijgen op hun prioriteitenlijst.

RESULTAAT 2008 & PLANNING 2009:

Het NBV wist 19 lidorganisaties en 5 andere partners te betrekken bij projecten en campagnes. De organisaties die het actiefst betrokken waren bij NBV-projecten zijn Velt, Ecolife, Max Havelaar en VIBE. Voor 2009 voorziet het NBV minstens 25 verschillende organisaties te betrekken bij diverse campagnes en projecten.

Actie 44 – K I

Organisaties beter betrekken bij projecten & campagnes. Verspreid over alle projecten & campagnes minstens 30 lidorganisaties per jaar.

RESULTAAT 2008 & PLANNING 2009:

Het NBV heeft 24 verschillende organisaties weten te betrekken bij diverse campagnes en de voorbereiding van projecten. Dat is minder dan de vooropgestelde doelstelling uit het beleidsplan, maar wel meer dan ingeschat in het vorige voortgangsrapport. De contacten per partner waren wel intensiever.

Het gaat om 19 lidorganisaties en 5 andere partners. Welke partners dit precies zijn, staat hieronder. De organisaties die het actiefst betrokken waren bij NBV-projecten zijn Velt, Ecolife, Max Havelaar en VIBE.

Voor 2009 voorziet het NBV minstens 25 verschillende organisaties te betrekken bij diverse campagnes en projecten.

Actie 45 – K I

Oog hebben en het ondernemen van stappen voor een aangename omkadering en aantrekkelijke uitstraling.

RESULTAAT 2008 & PLANNING 2009:

Genodigden van NBV-vergaderingen (AV en werkgroepen) ontvangen een duidelijke agenda. Er wordt bij elke vergadering een drankje voorzien, de timing wordt goed aangegeven en bewaakt.

In januari vindt jaarlijks een gezellig en lekker (vegetarisch) nieuwjaarsentente plaats voor vrijwilligers, leden van de raad van bestuur en teamleden.

NBV verhuist begin 2009. Er zullen nieuwe ecologisch verantwoorde meubelen, geproduceerd door een sociaal economiebedrijf, gekocht worden zodat de bureau's er een stuk fraaier zullen uitzien.

Partners in projecten	Aantal projecten			
LEDEN	2005	2006	2007	2008
ACW	1	1	/	/
ARBEID & MILIEU	1	1	0	1
Bond Beter Leefmilieu	1	1	0	1
CVN	/	/	/	1
DIALOOG	1	1	0	0
ECOLIFE	3	3	4	3
Forum ETHIBEL	2	2	1	2
FAIR TRADE ORIGINAL	1	1	0	1
FIAN BELGIUM	2	2	1	2
GEZINSBOND	3	1	2	1
Green	0	0	1	0
GREENPEACE BELGIUM	1	2	1	2
KAV	1	0	1	0
MAX HAVELAAR BELGIE	4	2	1	3
MEMO	2	2	1	0
OIVO	1	2	1	2
OXFAM-WERELDWINKELS	1	1	0	1
Poseco	0	1	1	0
Schone Kleren Campagne	0	0	1	2
Stof en Aarde	1	1	0	0
Velt	6	5	6	4
VERBRUIKERSATELJEE	0	1	0	0
VIBE	4	2	3	3
Vlaams ABVV	0	0	1	0
VODO	3	2	2	2
VOEDSELTEAMS	1	1	1	1
VOSEC	1	1	1	0
VREDESEILANDEN	2	1	1	2
WERVEL	1	1	0	0
WWF-Vlaanderen	5	2	1	2
Totaal aantal partners	24	25	20	19

Partners in projecten	Aantal projecten			
ANDERE PARTNERS	2005	2006	2007	2008
ACW	/	/	1	1
Bioforum	1	1	0	1
Carrefour	1	1	0	0
CIS	0	0	1	0
Colruyt	1	1	0	0
CVN	1	1	2	/
Fedis	1	1	0	0
F.O.S.	1	0	0	0
FOD Leefmilieu	0	1	0	0
KBS	1	1	0	0
Klimaatcoalitie	0	0	1	0
Kleur Bekennen	0	0	1	0
KULeuven	1	1	1	1
KVLV	1	0	0	0
Réseau Eco-Consommation	1	3	1	1
Test-Aankoop	2	2	2	2
Totaal aantal partners	8	10	8	5

Operationele doelstelling 13: NBV bestrijkt het volledige gebied van bewust verbruiken en integreert de diverse deelthema's

Het NBV blijft waken over de integratie van diverse subthema's en het evenwicht er-tussen:

- Het gaat niet enkel om milieuvriendelijke consumptie, maar ook over sociaal ver-antwoorde consumptie en eveneens over de integratie in duurzame consumptie.
- Het gaat niet enkel om anders consumeren, maar ook om consuminderen

RESULTAAT 2008 & PLANNING 2009:

Zowel bij de campagne Blijje Bloemen als bij de projecten Productlabels, instrument voor bewuste verbruikers en Actie-onderzoek duurzame voeding komen zowel ecologische, sociale als economische duurzaamheid aan bod. Er wordt zoveel mogelijk getracht om deze drie te integreren.

De Jeanscampagne legt iets meer het accent op de milieu-aspecten. Rond kleding verrichtte de Schone Kleren Campagne al heel wat werk rond de sociale aspecten. Het is dan ook de bedoeling om aanvullend te werken.

De lopende projecten behandelen een breed gamma aan thema's. De projecten die nieuw ontwikkeld worden, behandelen ofwel diverse deelthema's of gaan eerder overkoepelend over (milieu)bewust verbruiken in het algemeen.

Actie 46 – K I

Zowel bij het uitdenken van nieuwe activiteiten, projecten en campagnes als bij het uitvoeren ervan wordt gewaakt over dit evenwicht in thema's.

RESULTAAT 2008 & PLANNING 2009:

Zowel bij de campagne *Blijde Bloemen* als bij de projecten *Productlabels, instrument voor bewuste verbruikers* en *Actie-onderzoek duurzame voeding* komen zowel ecologische, sociale als economische duurzaamheid aan bod.

Het project *Vormingen Milieuverlicht Verbruiken* is een uitzondering omdat het de focus legt op milieuthema's, maar ook hier brengt het NBV de andere kenmerken (sociaal, economisch) in waar mogelijk. Ook de *Jeanscampagne* legt iets meer het accent op de milieu-aspecten. Rond kleding bestaat immers al heel wat informatiemateriaal over de sociale aspecten (via de *Schone Kleren Campagne*). Het is dan ook de bedoeling om aanvullend te werken op datgene wat reeds bestaat. Vandaar dat NBV voor dit project nauw samenwerkt met de *Schone Kleren Campagne*.

Ook bij de nieuwe projectideeën en -voorstellen (MVO in drankensector, project ism de distributiesector) wordt systematisch vertrokken van en aandacht besteed aan de geïntegreerde benadering.

Actie 47 – M I

Waken over de diversiteit aan activiteiten, campagnes en projecten zodat verschillende thema's naast elkaar aan bod komen en verschillende lidorganisaties betrokken worden.

RESULTAAT 2008 & PLANNING 2009:

De lopende projecten, zoals de campagne *Blijde Bloemen* en de projecten *Vormingen Milieuverlicht Verbruiken, Labels* en *Actie-onderzoek duurzame voeding* behandelen een breed gamma aan thema's: algemene thema's als milieubewust verbruiken en duurzame ontwikkeling, maar ook specifiekere zoals voeding, of een specifieke productgroep zoals duurzame bloemen, jeans of dranken.

Bij het uitwerken van nieuwe projecten wordt de voorkeur gegeven aan een evenwichtige samenstelling van thema's. De projecten die nieuw ontwikkeld worden, behandelen ofwel diverse deelthema's (bv. geld, drank) of gaan eerder overkoepelend over (milieu)bewust verbruiken in het algemeen (bv. project distributiesector).

Operationele doelstelling I4: NBV investeert in duidelijke profilering en naambekendheid.

Profileren als één van de weinigen die werken op het volledig gebied van bewust verbruiken. De meerwaarde van een netwerk demonstreren.

RESULTAAT 2008 & PLANNING 2009:

Het NBV bereidde in 2008 een verhuizing voor, omdat de huidige huisvesting te klein was. Begin 2009 verhuist het Netwerk Bewust Verbruiken samen met een 15-tal andere Brusselse en internationale milieu- en duurzaamheidsorganisaties naar een nieuw kantoor in het project *Huis Duurzame Ontwikkeling, genaamd Mundo-b*. In 2009 wordt nieuw drukwerk aangemaakt, n.a.v. de verhuizing naar *Mundo-b*.

Het NBV is lid van *Vlaams Overleg Duurzame Ontwikkeling vzw (VODO)*, *Bond Beter Leefmilieu vzw (BBL)*, *11.11.11.*, *Schone Kleren Campagne*, *ACW werkgroep Verbruik*, *Kauri*, *Rabas*, *Klimaatcoalitie*, *Fair Timber vzw (FSC)* en *EDO-NME-platform*. Daarnaast neemt het NBV-secretariaat deel aan een selectie van werkgroepen, studiedagen, publicaties en andere initiatieven van leden of derden.

Actie 48 – K I

Eigen secretariaat inrichten en communiceren als vaste stek naar de buitenwereld toe.

RESULTAAT 2008 & PLANNING 2009:

Het NBV bereidde in 2008 een verhuizing voor, omdat de huidige huisvesting te klein was. Begin 2009 verhuist het *Netwerk Bewust Verbruiken* samen met een 15-tal andere Brusselse en internationale milieu- en duurzaamheidsorganisaties naar een nieuw kantoor in het project *Huis Duurzame Ontwikkeling*, genaamd *Mundo-b*. Het gebouw dat via een cvba-structuur werd aangekocht situeert zich bij de Naamse Poort, in de Edinburgstraat. Er is plaats voor zo'n 120 bureau's. Doel is een duurzaam centrum neer te poten met een infocentrum, restaurant, vergaderzalen,... kortom: dienstverlening voor zowel organisaties als de Brusselse bevolking. Lidorganisaties die mee verhuizen zijn Max Havelaar, Green en Wervel.



Actie 49 – M I

Ons profiel en de meerwaarde ervan binnen diverse bewegingen (consumenten, sociale economie, milieu, derdewereld,...) duidelijk maken. Discussie over de wenselijkheid van workshops/uitwisselingsdagen.

RESULTAAT 2008 & PLANNING 2009:

Het NBV-secretariaat maakt jaarlijks een selectie van werkgroepen, studiedagen, publicaties en andere initiatieven van derden waaraan zij deelneemt.

Het NBV is lid van:

- *Vlaams Overleg Duurzame Ontwikkeling* vzw (VODO). Het NBV volgt de AV, en de werkgroepen beleid, landbouw en SPAC (sustainable production and consumption). NBV heeft ook een zetel in de Raad van Bestuur.
- *Bond Beter Leefmilieu* vzw (BBL). Het NBV volgt de AV.
- *11.11.11*. Het NBV volgt de AV.
- *Schone Kleren Campagne*. Het NBV maakt deel uit van de stuurgroep.
- ACW. Het NBV maakt deel uit van de werkgroep Verbruik.
- *Klimaatcoalitie*. Het NBV volgt de AV.
- *FSC – Fair Timber* vzw. Het NBV is stichtend lid en volgt de AV.
- EDO-NME-platform
- *Kauri*. Het NBV volgt de AV.
- *Rabad*, Brussels netwerk duurzame voeding

In 2008 nam het NBV deel aan:

- *Plan C*, transitie management OVAM Duurzaam materialenbeleid, team Wakkere samenleving. (ook in 2009)
- *BBL* overleg projectcoördinatoren (ook in 2009)
- Forum van OVAM rond milieuverantwoorde productie en consumptie (ook in 2009)
- Proefproject distributiesector OVAM & BECO (ook in 2009)
- Stuurgroep 'Duurzaam wonen en bouwen als hefboom voor educatie voor duurzame ontwikkeling' (Vlaamse overheid)
- Duurzaam van nine to five, Arbeid & Milieu (ook in 2009)
- Studiedag EVA rond klimaat & vlees
- Studiedag milieuvriendelijke overheidsopdrachten (VL)

In 2009 zal NBV dergelijke deelnames verderzetten. Zo is onder meer een deelname voorzien aan:

- Stakeholdermeeting Duurzame overheidsaankopen (Vlaamse overheid)
- OVAM: workshop 'instrumenten voor innovatief preventiebeleid'
- ...

Het NBV volgt (passief) de werkzaamheden van de Federale Raad Duurzame Ontwikkeling op (via VODO).

Het NBV onderschreef verschillende standpunten:

- eigen reactie op het voorontwerp Federaal Plan Duurzame Ontwikkeling
- Platform tegen voedselspeculatie van Réseau Financement Alternatif asbl en Netwerk Vlaanderen vzw
- Brief van EVA vzw aan minister Vanackere ivm vleesconsumptie en actieplan voeding en beweging
- EU richtlijn biobrandstoffen: schrappen doelstelling van 10 % biobrandstoffen in de transportsector (VODO)
- beleidsaanbevelingen rond vleesconsumptie en milieu & gezondheid (EVA vzw)
- Visietekst rond overheidsopdrachten (Vodo)
- adviestekst van EVA vzw Antwerpen rond duurzame voeding tav de stad Antwerpen
- Petitie Maatschappelijk Verantwoord Investeren

Het NBV werkte mee aan 3 projecten van andere organisaties:

- Project *Voeten op tafel* met KHLuven
- Project *Newsletter WWF*
- Green Bazaar
- Catering Fedorest

Zie actie 12.

Actie 50 – K I + Actie 51 – M I

NBV stelt in 2005 een communicatieplan op met heldere timing en opsomming van communicatiemiddelen en -kanalen.

Communicatieplan uitvoeren.

RESULTAAT 2008 & PLANNING 2009:

Het communicatieplan uit 2006 werd opgevolgd in 2008. Belangrijkste blikvanger is uiteraard de nieuwe homepage. In 2009 wordt nieuw drukwerk aangemaakt, nav de verhuizing naar Mundo-b. Zie ook actie 15.

Actie 52 – L 2

Platformtekst herwerken.

RESULTAAT 2008 & PLANNING 2009:

Geen acties voorzien in 2008 of 2009.

Operationele doelstelling 15: NBV wordt de gesprekspartner van de overheid inzake bewust verbruiken

Naar de overheid toe wil het NBV zich profileren als dé gesprekspartner voor wat bewust verbruiken betreft: het aanspreekpunt voor doorverwijzingen en het vinden van partners of sprekers voor projecten.

De meeste contacten met overheden of politieke actoren heeft het NBV n.a.v. concrete projecten of studiedagen en ter opvolging van het thema duurzame overheidsaankopen.

In 2008 en 2009 volgt het NBV op basis van het memorandum van 2007 en in samenwerking met VODO de nieuwe federale regering op. Allicht wordt in 2009 een memorandum opgesteld n.a.v. de Vlaamse verkiezingen.

Actie 53 – M 2 + Actie 54 – M 2

Lijst opstellen van sleutelfiguren binnen de lokale, Vlaamse en Federale overheid (in 2007)
Sleutelfiguren informeren, betrekken en mee afspreken.

RESULTAAT 2008 & PLANNING 2009:

De meeste contacten heeft het NBV nav concrete projecten of studiedagen en ter opvolging van het thema duurzame overheidsaankopen.

In 2008 en 2009 volgt het NBV op basis van het memorandum van 2007 en in samenwerking met VODO de nieuwe federale regering op. Allicht wordt in 2009 een memorandum opgesteld nav de Vlaamse verkiezingen.

Verder wordt een lijst met contactpersonen bij (subsidiërende) overheden bijgehouden.

Operationele doelstelling 16: Rol van het NBV in beleidswerking omtrent bewust verbruiken uitklaren

Een verdere rol inzake beleidswerking, het uitdragen van gemeenschappelijke standpunten en lobbywerk ten aanzien van politieke mandatarissen en andere actoren dient te worden uitgeklaard.

RESULTAAT 2008 & PLANNING 2009:

Het NBV voorziet jaarlijks enkele dagen om aan beleidswerk te doen. De standpuntentekst van NBV dient als basis voor dit werk. NBV besteedt aandacht aan beleidsinitiatieven inzake duurzame consumptie in z'n algemeenheid, bv. het hoofdstuk duurzame consumptie van het federale plan duurzame ontwikkeling.

Het NBV richtte een nieuwe (email)werkgroep beleid op in 2008, die het het makkelijker maakt om beleidswerk ism lidorganisaties uit te voeren.

Actie 55 – M 2

Discussie voeren en beslissen of het NBV zijn politiek draagvlak moet verbreden en aansluiting moet zoeken bij democratische politieke actoren.

RESULTAAT 2008 & PLANNING 2009:

NBV besteedt in principe aandacht aan beleidsinitiatieven inzake duurzame consumptie in z'n algemeenheid, bv. het hoofdstuk duurzame consumptie van het federale plan duurzame ontwikkeling, e.d. Jammer genoeg kon er wegens lage personeelsbezetting in de betreffende periode niet worden ingegaan op het productplan van de FOD Leefmilieu, hoewel dit een kerndocument is voor het thema van het NBV.

De oprichting van de nieuwe (email)werkgroep beleid in 2008 maakt het makkelijker voor NBV om beleidswerk uit te voeren.

Het NBV wordt regelmatig door verschillende overheden om advies gevraagd. Er werd beslist dat het NBV hoofdzakelijk op basis van lopende projecten en campagnes aan beleidswerk doet. Adviesvragen aan NBV worden individueel bekeken (prioriteit, tijd voor,...). Het NBV voorziet jaarlijks enkele dagen om aan beleidswerk te doen. De standpuntentekst van NBV dient als basis voor dit werk.

Actie 56 – M 2

Discussie voeren en beslissen over of het NBV aansluiting moet zoeken bij Europese koepels/netwerken en bij verwante Europese organisaties.

RESULTAAT 2008 & PLANNING 2009:

Contacten met buitenlandse organisaties gebeuren nog niet systematisch, wel ad hoc, bv. naar aanleiding van lopende projecten (bv. Blijve Bloemencampagne) of in het kader van brainstorming voor nieuwe projecten (bv. labelproject).

Operationele doelstelling 17: Sociaal draagvlak verbreden

Het NBV wil haar draagvlak verbreden in de sociaal-culturele sector, consumenten-, vak-, N-Z-, milieubeweging,... om de achterban van deze organisaties te sensibiliseren.

RESULTAAT 2008 & PLANNING 2009:

Het NBV onderhoudt contacten met organisaties uit de sociaal-culturele sector, vak-, consumenten- en vrouwenorganisaties in het kader van diverse projecten. Daarnaast waren er ontmoetingen met 11 lidorganisaties. Het NBV zal dergelijke contacten verder zetten in 2009. Zie ook OD 11.

Actie 57 – L 2

Contacten leggen en onderhouden met actoren uit de sociaal-culturele sector, consumenten-, vak-, N-Z-, milieubeweging,...

RESULTAAT 2008 & PLANNING 2009:

Het NBV onderhoudt contacten met organisaties uit de sociaal-culturele sector, vak-, consumenten- en vrouwenorganisaties in het kader van diverse projecten (Blijve Bloemen, Actie-onderzoek duurzame voeding, Jeans-campagne,...).

Er waren ontmoetingen met 11 lidorganisaties (KAV, OIVO, Vlaams ABVV, Fian Belgium, Max Havelaar, Poseco, SKC, Tandem, Velt, Vredeseilanden, WWF) en met minstens 9 andere partners (ACW, Réseau Eco-Consommation, Test-Aankoop, Kauri, Green Bazaar, Nederlands Bloemenberaad, FFP, Agora, Fian Germany). Deze contacten stonden in het teken van concrete projecten of vragen. Het NBV zal dergelijke contacten verder zetten in 2009 (minstens 10 contacten).

Zie ook acties 49 en 39.

7.

[STRATEGISCHE DOELSTELLING 5] Professionalisering interne werking

Het NBV zal een professionele en kwaliteitsvolle interne werking uitbouwen.

RESULTAAT 2008 & PLANNING 2009:

Het team van het Netwerk Bewust Verbruiken bestaat uit:

Personeel

Er is in 2008 en begin 2009 heel wat verandering op vlak van personeel: 4 nieuwe gezichten en ook 3 mensen die het NBV om uiteenlopende redenen verlieten. Abstractie makend van deze wijzigingen kunnen we zeggen dat het NBV 4 personeelsleden in dienst heeft (gemiddeld ongeveer 2,5 VTE).

- Brenda Lannoey, 60% VTE, verantwoordelijk voor de administratie (nieuwe functie) tot en met januari 2009
- Kathy Masolyn, 70% VTE, verantwoordelijk voor de administratie vanaf februari 2009
- Barbara Janssens, 70% VTE, projectmedewerker en verantwoordelijk voor:
 - Campagne Blijje Bloemen
 - Project Actie-onderzoek duurzame voeding
- Esmeralda Borgo, 80% VTE, in dienst tot mei 2008 en verantwoordelijk voor projectwerving, beleidswerk en netwerking en voor:
 - Project Productlabels
 - Project Newsletter WWF
- Emmelie Maertens, 100% VTE, de eerste stagiaire van het NBV, van december '08 tot en met februari '09
- Rob Renaerts, 50% VTE, in dienst vanaf januari 2009 en verantwoordelijk voor:
 - Project Productlabels
 - Campagne Jeans
- Tineke Van Engeland, 90% VTE, coördinator NBV vzw en verantwoordelijk voor:
 - Project Vormingen Milieuverlicht Verbruiken
 - Werkgroep Distributie
 - Project Newsletter WWF
- Sarah Lefevere, in dienst sinds 2004, was in 2008 afwezig wegens ziekte- en ouderschapsverlof en keert in 2009 uiteindelijk niet terug naar het NBV.

Vrijwilligers

Ook wat vrijwilligers betreft stopten twee medewerkers hun engagement.

- Guy Seeten, 20% VTE, medewerker website (2008)
- Elke Dierckens, 10% VTE, medewerker website (2008)
- Koen Marissen, 10% VTE, administratief medewerker (2008 & 2009)
- Jonatan Erferst, 10% VTE, medewerker website (2008 & 2009)



Operationele doelstelling 18: Financiering voor de werking bekomen

Het NBV zal de groeiende interesse in duurzaam verbruiken trachten te vertalen in structurele en projectmatige financiële middelen.

RESULTAAT 2008 & PLANNING 2009:

2008 en 2009 zijn het vierde en vijfde jaar dat het NBV structurele steun krijgt van de administratie Cultuur, in het kader van haar werking als beweging binnen het sociaal-cultureel volwassenenwerk. Het NBV krijgt van 2005 tem 2010 jaarlijks € 100.000 (vermeerderd met indexering) steun op het decreet sociaal-cultureel volwassenenwerk. Deze subsidiëring staat niet gelijk aan een erkenning.

In 2008 was een medewerker in dienst voor (o.a) projectwerving. NBV diende 6 projectvoorstellen in. In 2009 zal NBV opnieuw middelen uit het fonds projectwerving aanspreken om voldoende ruimte te hebben voor het uitwerken van nieuwe projecten.

Het NBV vindt financiële ondersteuning voor projecten bij de federale, de Vlaamse en de Brusselse overheid en bij enkele andere organisaties.

Actie 59 – K I

Financiering zoeken voor campagnes en projecten. Minstens 3 projectvoorstellen per jaar en dit aantal verhoogt naar het einde van de beleidsperiode toe.

RESULTAAT 2008 & PLANNING 2009:

In 2008 was een medewerker voor (o.a) projectwerving in dienst. Het NBV diende samen met verschillende partners 6 projectvoorstellen in. Er werden voorbereidingen getroffen voor nog vier andere projecten (zie actie I). In 2009 zal NBV opnieuw middelen uit het fonds projectwerving aanspreken om voldoende ruimte te hebben voor het uitwerken van nieuwe projecten.

- De campagne *Blijde Bloemen* kreeg de steun vanuit de Vlaamse Overheid, cel Ontwikkelingseducatie (2006-2008) en van de Nationale Loterij (Milleniumdoelstellingen, 2007-2009).
- Ism buitenlandse partners werd voor de campagne *Blijde Bloemen* een vervolg goedgekeurd bij de *Europese Unie* (2009-2011).
- Het project *Vormingen Milieuverlicht Verbruiken* werd gesubsidieerd vanuit de Vlaamse Overheid, LNE, cel NME (2006-2008).
- De *Jeanscampagne* wordt gesubsidieerd vanuit de Vlaamse Overheid, LNE, cel NME (2008-2010).
- Het project *Actie-onderzoek duurzame voeding* kreeg de steun van PODDO en VSDO (2006-2008).
- Het project rond de labeldatabanken kreeg/krijgt de steun van de Cel Sociale Economie (2007), de PODDO (2008-2009) en de FOD Leefmilieu (2009).
- In nauwe samenwerking met Velt en Vredeseilanden werd een projectvoorstel ingediend bij de PODDO rond de *verduurzaming van een federaal overheidsrestaurant* (2009).
- Het BIM kent het NBV subsidies toe voor zijn informatieve werking via websites en in het kader van Green Bazaar (2009).
- Daarnaast ontvangt NBV vergoedingen van WWF voor de Newsletter Ecologische voetafdruk (2007-2009) en van Green Bazaar voor deelname aan het selectiecomité (2008-2009).

Operationele doelstelling I9: Werken aan langetermijnplanning

Het NBV zal haar werking vertalen naar een langetermijnplanning.

RESULTAAT 2008 & PLANNING 2009:

Begin 2008 schreef NBV voor het eerst een vooruitgangsrapport voor 2008-2009, gebaseerd op het beleidsplan 2005-2010.

Overzicht houden over de langetermijnplanning van lid- en partnerorganisaties pakt NBV pragmatisch aan: via ontmoetingen en op vergaderingen.

Actie 60 – K I + Actie 62 – M I + Actie 64 – K I

Meerjarige beleidsplannen opstellen en deze jaarlijks verder invullen.

Jaarlijks aftoetsen van missie en afgeleide doelstellingen op AV.

Uiteenzetting over beleidsplan en jaarplan op Algemene Vergadering.

RESULTAAT 2008 & PLANNING 2009:

Op de AV's van maart 2008 & maart 2009 werd en wordt het jaarverslag en de jaarrekening van 2007, respectievelijk 2008 goedgekeurd, evenals het voortgangsrapport 2007-2008, respectievelijk 2008-2009. De acties kaderen in de missie en doelstellingen zoals voorzien in het beleidsplan 2005-2010.

In september 2008 werd het NBV bezocht door de visitatiecommissie met vertegenwoordigers van de administratie cultuur en een externe expert. Dat leverde een boeiend gesprek op waarin werd stil gestaan bij bijna 4 jaar NBV als beweging. De resultaten van dat bezoek, in de vorm van het visitatieverslag, worden meegenomen bij de voorbereiding van het nieuwe beleidsplan 2011-2015, waarmee gestart werd in 2008. Dit wordt uiteraard verder gezet in 2009, zodat het nieuwe beleidsplan begin 2010 kan worden ingediend.

Actie 61 – K I

Nagaan of lidorganisaties en andere partners hun langetermijnplanning willen uitwisselen in functie van een gezamenlijke werking.

RESULTAAT 2008 & PLANNING 2009:

Een overzicht van de langetermijnplanning van lid- en partnerorganisaties systematisch bijhouden is een immens werk. Het NBV pakt dit pragmatisch aan: via ontmoetingen, op vergaderingen, via brainstormen rond nieuwe projecten.

Operationele doelstelling 20: Interne werking van NBV als vereniging stroomlijnen

Voor een vlotte interne werking dient het NBV:

- naar de lidorganisaties toe zowel duidelijkheid te scheppen over de identiteit van het NBV en de rol van het “secretariaat”.
- de regels voor de interne werking (geëxpliciteerd in statuten en reglementen) te overdenken en verbeteren
- te komen tot een efficiënte taakverdeling binnen de Raad van Bestuur

RESULTAAT 2008 & PLANNING 2009:

Er waren bilaterale ontmoetingen met 11 lidorganisaties. Ook voor 2009 worden diverse ontmoetingen gepland met lidorganisaties (minstens 4).

In 2008 werd een standaarddocument opgesteld als basis voor samenwerkingsovereenkomsten bij samenwerkingsprojecten.

Actie 63 – K I

Regelmatig ‘bilateraal’ overleg tussen het secretariaat en netwerkleden.

RESULTAAT 2008 & PLANNING 2009:

Er waren bilaterale ontmoetingen met 11 lidorganisaties (KAV, OIVO, Vlaams ABVV, Fian Belgium, Max Havelaar, Poseco, SKC, BBL-Tandem, Velt, Vredeseilanden, WWF). Deze contacten stonden in het teken van concrete projecten of vragen.

Ook voor 2009 worden diverse ontmoetingen gepland met lidorganisaties (minstens 4).

Actie 65 – K I

Overleg met specifieke lidorganisaties met het oog op heldere taakverdeling en identiteitsafbakening.

RESULTAAT 2008 & PLANNING 2009:

Geen acties voorzien voor 2008 & 2009.

Actie 66 – M I

Huishoudelijk reglement, statuten, intentieverklaring (laten) doorlichten en aanpassen.

RESULTAAT 2008 & PLANNING 2009:

Deze taak, voorzien in 2008 wordt verschoven naar 2009 en toevertrouwd aan onze nieuwe administratief verantwoordelijke.

Actie 67 – K I

Evaluatie in 2005 van de rol van de verschillende 'geledingen' (beheerders, coördinator, voorzitter, AV,...), maken van heldere en haalbare taakafspraken.

RESULTAAT 2008 & PLANNING 2009:

Geen acties voorzien voor 2008 & 2009.

Actie 68 – M I

Bij gezamenlijke projecten en campagnes goede afspraken maken over verdeling van taken, inkomsten en uitgaven. Standaarddocument ontwerpen.

RESULTAAT 2008 & PLANNING 2009:

In 2008 werd een standaarddocument opgesteld als basis voor samenwerkingsovereenkomsten bij samenwerkingsprojecten.

Operationele doelstelling 2 I: Kwaliteitsbewaking

Het NBV zal werk maken van kwaliteitszorg en -bewaking.

RESULTAAT 2008 & PLANNING 2009:

De coördinator, tevens kwaliteitsverantwoordelijke, volgde een tweejarige opleiding Leiden van een Organisatie, bij Balans (Gent). Hier kwamen tal van kwaliteitsthema's aan bod.

Er werd een kwaliteishandboek opgesteld, met aandacht voor Kwaliteitsbeleid, Kwaliteits-systemen en Kwaliteitsprocedures. Naast het bestaande materiaal werden in 2008 verbeterprojecten en (nieuwe) beschrijvingen van processen toegevoegd aan dit handboek.

In 2008 werd gestart met de voorbereiding van het beleidsplan 2011-2015. Zo stelde zowel de RvB als de AV een SWOT op. In 2009 komen dromen voor de toekomst en opstellen van doelstellingen aan bod.

Er vinden tussentijdse en eindevaluaties plaats van de campagnes en projecten die het NBV voert.

Actie 69 – K I

Het NBV zal instrumenten uitwerken om aan kwaliteitsbewaking te doen.

RESULTAAT 2008 & PLANNING 2009:

De coördinator, tevens kwaliteitsverantwoordelijke, volgde een tweejarige opleiding Leiden van een Organisatie, bij Balans (Gent). Hier komen tal van kwaliteitsthema's aan bod en wordt getraind op vaardigheden die voor kwaliteitszorg ingezet kunnen worden.

Er werd een kwaliteishandboek opgesteld, met aandacht voor Kwaliteitsbeleid, Kwaliteitssystemen en Kwaliteitsprocedures. In 2008 werden naast het bestaande materiaal (missie, voorstelling NBV, strategische doelen, organogram, functiebeschrijvingen) verbeterprojecten en (nieuwe) beschrijvingen van processen uitgewerkt en toegevoegd aan dit handboek.

Qua verbeterprojecten kwamen in 2008 aan bod:

- Aanwerving administratief verantwoordelijke
- Afstemming administratie op vzw-wetgeving
- Visioen team
- Omgevingsanalyse team en bestuur
- Swot bestuur & AV
- Format voor evaluatie projecten
- Instructies, draaiboeken voor offertes, drukwerk,...
- Kader beleidswerking
- Nieuwe homepage NBV
- Voorbereiding optimalisering computernetwerk

Voor 2009 voorzien:

- Visioen AV
- Voorbereiden beleidsplan 2011-2015
- Huishoudelijk reglement
- Aanpassing tot stand komen functiekaart
- Aanpassing werkwijze functioneringsgesprek
- Aanpassingen homepage NBV
- Herwerking huisstijl, folder
- Verhuizing naar Mundo-B
- Optimalisering computernetwerk

In 2008 werd gestart met de voorbereiding van het beleidsplan 2011-2015. In 2008 stelde zowel de RvB als de AV een SWOT op ter voorbereiding van het beleidsplan 2011-2015. In 2009 komen dromen voor de toekomst en opstellen van doelstellingen aan bod.

Actie 70 – K 2

Evalueren en leren van ervaringen met betrekking tot campagnes & projecten.

RESULTAAT 2008 & PLANNING 2009:

Voor de campagne *Blijde Bloemen* waren er:

- eindevaluatie najaar 2008
- evaluatierapport in november 2008 (financieel en inhoudelijk)

Ook het onderzoeksproject rond *duurzame voeding* en het educatieve project *Vormingen milieuverlicht* *verbruiken* werden in het najaar van 2008 geëvalueerd.

Operationele doelstelling 22: Personeelsbeleid vorm geven

Het NBV wenst te werken aan een personeelsbeleid dat gericht is op het aantrekken van bekwame en gemotiveerde medewerkers die tevreden zijn en langdurig bij het NBV blijven.

RESULTAAT 2008 & PLANNING 2009:

Voor het personeelsbeleid waren de belangrijkste stappen in 2008:

- *aanwerving en onthaal nieuwe medewerker Brenda Lannoey (verantwoordelijke administratie)*
- *nieuwe verantwoordelijke voor personeelsadministratie*
- *coördinator volgde opleiding Leiden van een organisatie*
- *verbeteren klassemment personeelsdocumenten*

Aandachtspunten voor 2009:

- *aanwerving en onthaal nieuwe projectmedewerker Rob Renaerts & vervanging verantwoordelijke administratie Kathy Masolyn*

- **Kathy Masolyn, verantwoordelijke administratie, volgt introductie cursus sociaal-cultureel werk bij Socius, andere medewerkers volgen andere opleidingen**
- **aanpassen functiekaarten & functioneringsgesprekken volgens ander systeem**

Actie 71 – K I + Actie 72 – K I + Actie 73 – K I

Er wordt documentatie over personeelsbeleid opgevraagd.

Er wordt een personeelsbeleid uitgewerkt.

Arbeidsreglement en/of handleiding voor medewerkers opstellen

RESULTAAT 2008 & PLANNING 2009:

Het personeelsbeleid wordt verder uitgewerkt. Regelmatig wordt bij Sociare (werkgeversfederatie) documentatie over personeelsbeleid opgevraagd.

Aandachtspunten voor 2008 waren:

- Aanwerving en onthaal nieuwe medewerker Brenda Lannoey. Zij werd aangetrokken als verantwoordelijke administratie. (maart 2008)
- Nieuwe verantwoordelijke voor personeelsadministratie
- Functioneringsgesprek coördinator met voorzitter (juni 2008)
- Functioneringsgesprekken projectmedewerkers met coördinator (elk half jaar)
- Coördinator Tineke Van Engeland volgde opleiding Leiden van een organisatie bij Balans
- De opvang van nieuwe medewerkers werd gesystematiseerd (beknopte handleiding)
- verbeteren klassemment personeelsdocumenten

Aandachtspunten voor 2009:

- Aanwerving en onthaal nieuwe projectmedewerker Rob Renaerts (januari 2008)
- Aanwerving en onthaal vervanging verantwoordelijke administratie Kathy Masolyn (februari 2008)
- Vorming en opleiding: verantwoordelijke administratie volgt introductie cursus sociaal-cultureel werk bij Socius, andere medewerkers volgen andere opleidingen
- Aanpassen functiekaarten volgens ander systeem
- Aanpassen functioneringsgesprekken projectmedewerkers met coördinator (elk half jaar) volgens ander systeem

In haar aanwervingsprocedure houdt NBV rekening met een verhoogd bereik naar migranten toe. NBV vermeldt in elke vacature expliciet *'In het kader van een gelijke kansenbeleid worden allochtone medewerkers aangemoedigd zich kandidaat te stellen'*.

Daarnaast worden vacatures systematisch verspreid via:

- zelf op <http://www.minderhedenforum.be/vacaturesinput.htm>
- zelf op VMC www.vmc.be
- geplaatst via Jobkanaal – www.jobkanaal.be
- via vdab automatisch op www.kifkif.be

Operationele doelstelling 23: Vrijwilligersbeleid opzetten

Om de werking van het NBV uit te bouwen, zal het NBV beroep doen op vrijwilligers en daartoe een vrijwilligersbeleid opzetten.

RESULTAAT 2008 & PLANNING 2009:

Ook in 2007 kon het NBV rekenen op drie vaste vrijwilligers, voor de website en administratieve taken. In het kader van de campagne Blijve Bloemen werden enkele malen lossere vrijwilligers ingeschakeld.

De wetgeving op de vrijwilligers wordt opgevolgd en toegepast. In 2009 worden afsprakennota's met nieuwe vrijwilligers afgesloten.

Het NBV is lid van het Punt (Brussels steunpunt voor vrijwilligerswerk). Via dit kanaal melden zich regelmatig nieuwe vrijwilligers.

Actie 74 – M 2 + Actie 76 – L 2 + Actie 77 – L 2

Uitzoeken hoe het NBV vrijwilligers kan werven en contacten leggen met steunpunten voor vrijwilligerswerk

Afsprakennota voor vrijwilligers verfijnen.

(Nieuwe) vrijwilligers aantrekken en behouden. Het NBV mikt op minstens een paar vaste vrijwilligers actief bij het NBV vanaf 2008.

RESULTAAT 2008 & PLANNING 2009:

In 2008 kon het NBV rekenen op drie vaste vrijwilligers, voor de website, nieuwsberichten en voor administratieve taken (verzendingen,...).

In het kader van de campagne Blijve Bloemen werden enkele malen losse vrijwilligers ingeschakeld (op stands, actiedag, website, artikeltjes,...), die zich niet op langere termijn engageren. Zo zette zich in de loop van 2008 een vrijwilliger van vreemde origine in, nl. een Tunesische actievoerder.

De wetgeving op de vrijwilligers wordt opgevolgd en toegepast. Nieuwe vrijwilligers krijgen systematisch een introductiepakket en een afsprakennota met NBV. Het NBV heeft een verzekering Burgerlijke Aansprakelijkheid die ook afgestemd is op vrijwilligers en vrijwilligers krijgen een onkostenvergoeding (vooral voor verplaatsingen).

In 2009 zal het NBV, net als de vorige jaren, beroep doen op de vacature dienst van *het Punt* (Brussels steunpunt voor vrijwilligerswerk). Via dit kanaal melden zich regelmatig nieuwe vrijwilligers.

8.

Verhouding acties 2008 & planning 2009 tot beoordelingselementen decreet

Hieronder expliciteert het NBV hoe de acties Gepland voor 2007 zich verhouden tegenover de parameters of beoordelingselementen voorgeschreven door het decreet op het sociaal-cultureel volwassenwerk .

(SD = Strategische doelstelling, OD = Operationele doelstelling)

1. DE KNOWHOW EN EXPERTISE VAN DE BEWEGING MET BETREKKING TOT HET THEMA OF DE CLUSTER

2. DE WIJZE WAAROP DIE EXPERTISE VERDER WORDT ONTWIKKELD

Het thema van het NBV is bewust verbruiken, consumptie gericht op duurzame ontwikkeling. Het NBV brengt een veelheid aan lidorganisaties bij elkaar die elk op hun terrein specialist zijn voor een deelthema van duurzame ontwikkeling of duurzame consumptie. Het vernieuwende aan het NBV is dat deze deelthema's bij elkaar gebracht worden én vanuit de invalshoek 'consumenten/consumenten' worden benaderd. Hierdoor ontstaat een nieuwe vorm van expertise die gekenmerkt wordt door het samenbrengen en integreren van deelthema's, waardoor kennis en standpunten genuanceerd worden. (OD 11 & 13)

RESULTAAT 2008 & PLANNING 2009:

Zowel bij de campagne *Blijde Bloemen* als bij de projecten *Productlabels, instrument voor bewuste verbruikers* en *Actie-onderzoek duurzame voeding* komen zowel ecologische, sociale als economische duurzaamheid aan bod.

Het project *Vormingen Milieuverlicht Verbruiken* is een uitzondering omdat het de focus legt op milieuthema's, maar ook hier bracht het NBV de andere kenmerken (sociaal, economisch) in waar mogelijk. Ook de *Jeanscampagne* legt iets meer het accent op de milieu-aspecten. Rond kleding bestaat immers al heel wat informatiemateriaal over de sociale aspecten (via de Schone Kleren Campagne). Het is dan ook de bedoeling om aanvullend te werken op datgene wat reeds bestaat. Vandaar dat NBV voor dit project nauw samenwerkt met de Schone Kleren Campagne.

Ook bij de nieuwe projectideeën en -voorstellen (MVO in drankensector, project ism de distributiesector) wordt systematisch vertrokken van en aandacht besteed aan de geïntegreerde benadering.

In het kader van de campagne *Blijde Bloemen* (sociaal-culturele organisaties ondersteunen de campagne, KAV doet aan bloemschikken met Blijde Bloemen) en de projecten *Vormingen Milieuverlicht Verbruiken* (gesprekken in kader van behoeftedetectie, programmatie gratis lessen, aanbieden van databank vormingen) en *Actie-onderzoek duurzame voeding* (Gezinsbond partner in het project, werving gezinnen en communicatie) werd in 2008 samengewerkt met consumenten- en sociaal-culturele organisaties.

In 2005 en 2006 werd actief gewerkt aan ledenwerving. Sinds 2007 staat ledenwerving minder op de voorgrond. Toch zet NBV het proces verder. Ledenwerving is namelijk een langetermijnproces. Organisaties verkiezen soms om in de praktijk samen te werken, alvorens de stap naar lidmaatschap te zetten. In 2009 zal het NBV enkele sociaal-culturele organisaties met wie in de praktijk wordt samengewerkt vragen om lid te worden.

Veel projecten van NBV zijn gekenmerkt door een voorbereidende studiefase. Ook is er opbouw van know-how door concrete uitwisseling tussen partners en lidorganisaties in projecten. Op die manier scholen medewerkers en lidorganisaties zichzelf bij over bewust verbruiken of deelthema's.

- voor *Blijde Bloemen* werd informatie opgezocht en uitgewisseld ter voorbereiding van de achtergrondbrochure en info-avonden, via literatuur- en webonderzoek, via consultatie van buitenlandse organisaties en de bloemensector in België
- *Vormingen Milieuverlicht Verbruiken*: literatuurstudie, behoeftedetectie, syllabus lesgevers,...
- *Productlabels: instrument voor bewuste verbruikers*: inventaris van labels, opstellen en toepassen van beoordelingskader
- Het *Actie-onderzoek duurzame voeding* bekeek knelpunten en kansen voor duurzame voedingsconsumptie.
- Campagne *Jeans*: marktstudie, milieustudie,...
- Werkgroep distributie: uitwisseling over aankoop- en promotiebeleid supermarkten

Het NBV bouwde en bouwt verder op basis van het werk van de vorige jaren en verfijnt de middelen die nodig zijn om infovragen vlot te kunnen beantwoorden door het aanleggen van een geordend informatiesysteem (zowel elektronisch als fysiek):

- De lijst van e-zines en tijdschriften rond bewust verbruiken en duurzame ontwikkeling werd in 2008 geactualiseerd. Er werden enkele nieuwe tijdschriftabbonementen genomen (MO*, Genoeg,...) en de opvolging van de e-zines werd verdeeld onder de teamleden.

- Met de nieuwe homepage werd het linkssysteem herwerkt en een selectie gemaakt. Eind 2007 vermeldde NBV nog 575 links, eind 2008 zijn dat er 202. Vooral de links naar bedrijven werden verwijderd. Hiervoor verwijst het NBV door naar initiatieven van derden, zoals Green Bazaar, VIBE, MeMO-gids,... Hiervoor is een vrijwilliger verantwoordelijk.
- Elektronische documentatie wordt ofwel per project ofwel in het algemene klassemment bewaard. Voor de ontsluiting van elektronische documenten maakt het NBV gebruik van *Google Desktop Search*, een gratis tool die de documenten op computers doorzoekt op basis van trefwoorden.
- Pers- en nieuwsberichten van andere organisaties die relevant zijn voor NBV worden opgeslagen op het netwerk, volgens een klassemment per maand.
- Nieuwsberichten van het NBV en vragen gesteld aan NBV met bijhorende antwoorden worden nu ook bewaard in een folder op het netwerk.
- Met de nieuwe homepage werd het forum vervangen door commentaren/discussies per artikel. De mogelijkheid om vragen te stellen in de FAQ-rubriek bleek niet haalbaar met het huidige CMS-systeem. We verwachtten een stijging van de interactie, die echter uitbleef. Er wordt niet veel op de berichten gereageerd (38 reacties in 2008), minder dan met het forum het geval was. Vermoedelijk heeft dit te maken met de aard van de berichten: nieuwtjes die veelal naar sites van derden doorverwijzen. We plannen voor 2009 een grondige evaluatie van de nieuwe website.
- Tijdschriften, folders, brochures en andere documentatie die de voorbije jaren en het afgelopen jaar bij elkaar werden gebracht op het NBV-kantoor werden verder geklasseerd. Hier werkt een vrijwilliger aan mee.

Het NBV-secretariaat neemt deel aan tal van inhoudelijke werkgroepen, studiedagen, publicaties en andere initiatieven van leden of derden, onder meer om de inhoudelijke kennis over het thema bij te schaven.

Zie acties 9, 12, 14, 27, 46, 47, 49.

3. DE WIJZE WAAROP DE KNOWHOW WORDT ONTSLATEN

Het NBV realiseert de communicatie omtrent bewust verbruiken op verschillende manieren en niveau's (OD 9):

- tussen (lid)organisaties onderling
- van (lid)organisaties naar het publiek toe
- tussen (lid)organisaties en externen (bedrijven, overheden, onderzoekscentra)

Hiervoor worden diverse instrumenten ingezet (OD 8 & 9):

- website als startpagina voor wie info over bewust verbruiken zoekt op het net (met nieuwspagina, links, discussieforum)
- interne en externe mailinglijsten
- informatiebrochures (ook on-line)
- diverse overlegmomenten
- studiedagen/workshops
- standenwerking

Het NBV werkt haar ervaring met het voeren van campagnes en informatieverbreiding omtrent bewust verbruiken verder uit, waarbij ze enerzijds knowhow opbouwt omtrent het aanbieden van degelijk onderbouwde informatie, en anderzijds expertise ontwikkelt voor het opzetten van activiteiten omtrent de themacluster consumptie & duurzame ontwikkeling. (SD 2 & 3)

Bovendien voorziet het NBV een grondige evaluatie van deze werkwijze en de ontwikkeling van nieuwe informatie-instrumenten. Onder meer de integratie met informatiedragers van lidorganisaties zal worden onderzocht. (OD 8 & 10)

RESULTAAT 2008 & PLANNING 2009:

In mei 2008 lanceerde het NBV haar nieuwe website. Onze homepage is dé startpagina voor iedereen die iets over bewust verbruiken te weten wil komen. Qua bezoekersaantallen blijft onze homepage een succes. Met de lancering van de nieuwe site schakelden we ook over van de domeinnaam www.bewustverbruiken.org naar www.bewustverbruiken.be. Wat vind je op de nieuwe website?

- Er is nu een gids voor bewust verbruiken

- De homepage wordt wekelijks geactualiseerd met gemiddeld 2 nieuwsberichten: er verschenen 104 berichten in 2008.
- Er werd een sectie met veelgestelde vragen aan de site toegevoegd.
- Er wordt gewerkt met een tagcloud zodat artikels via de voornaamste trefwoorden toegankelijk zijn
- Links
- Een kalender (aangevuld door een vrijwilliger)
- Er is een automatisch gegenereerde sitemap.
- Een rubriek 'wat is NBV'?
- Een overzicht van geprogrammeerde vormingen en van de vormingen op aanvraag, afkomstig van www.verlicht.be
- Een zoekvak.

De nieuwe website van het NBV is het geschikte instrument om de inventaris van bronnen weer te geven. Dit gebeurt op verschillende manieren:

- via tags (trefwoorden) zijn artikelen met doorverwijzingen op de site toegankelijk
- in de gids wordt per thema doorverwezen naar nuttige websites, publicaties, boeken, rapporten,...
- een lijst van educatieve pakketten en sprekers is gerealiseerd via het project verlicht.be en geïntegreerd op de NBV-homepage.

In dit stadium ving en vangt het NBV infovragen hoofdzakelijk op via e-mail, en in iets mindere mate via telefoon.

De elektronische mailinglijsten met nieuwsberichten zijn het communicatiemiddel bij uitstek van het NBV met de buitenwereld. Er zijn drie lijsten met samen ongeveer 1100 abonnees: [NBV nieuws], [NBV activiteiten] en [NBV vacatures]. We mikken op een stijging tegen eind 2009. In 2008 werden in totaal 192 elektronische nieuwsberichten verstuurd. Voor 2009 voorzien we een gelijkaardig aantal berichten.

Interne mailinglijsten voor bestuurders, werkgroepen en leden worden regelmatig gebruikt. Op de algemene mailinglijst [NBV leden] zijn alle lidorganisaties met minstens één mailadres geabonneerd. Voor de uitwisseling rond een specifiek project of campagne bezit elke werkgroep ook een eigen mailinglijst, zo zijn er mailinglijsten voor 6 werkgroepen.

Voor de campagne Blijve Bloemen werden de uitgebreide achtergrondbrochure en de aantrekkelijke affiche, aangemaakt in 2007, verder verdeeld via website, stands, op aanvraag, bij activiteiten.... Deze materialen zullen in 2009 geactualiseerd worden in het kader van het Europese voortzettingproject.

Ook voor de Jeanscampagne is in 2009 de aanmaak van een brochure voorzien.

De plannen voor gemeenschappelijke webdatabanken die er waren sinds 2005, zijn ondertussen opgeborgen. Op projectmatige schaal werden wel realisaties bereikt: de labeldatabanken van partners werden vervangen door een gezamenlijke. De vormingendatabank is verbonden aan de databank van Prettig Geleerd en er zijn exportmogelijkheden voor partnerorganisaties.

In de bevraging bij lidorganisaties (2006) werd het integratie-thema van informatiedragers meegenomen. De resultaten van de bevraging geven een indicatie van de vaak uiteenlopende visies op een gemeenschappelijk e-zine en nieuwswebsite bij de leden. Dit punt werd in 2008 besproken in de Raad van Bestuur, waarbij de optie opengehouden wordt om stappen tot integratie te zetten op gebied van bv. een tijdschrift. Ook is duidelijk dat een gemeenschappelijke standenwerking voor een aantal lidorganisaties interessant is, onder meer omdat het erg intensief is voor hen om elk afzonderlijk op standenmarkten te staan. Het is echter onmogelijk om zonder extra middelen hier verder op in te zetten.

Zie acties 27, 28, 29, 30, 33, 34, 35, 36.

4. DE WIJZE WAAROP HET RUIME PUBLIEK RECHTSTREEKS OF ONRECHTSTREEKS WORDT BENADERD, INCL. DE INSPANNING OM ANDERE PUBLIEKSGROEPEN AAN TE TREKKEN

Het NBV bereikt via campagnes en projecten, waarbij gebruik gemaakt wordt van een sociaal-culturele methode, een brede doelgroep. Ze doet dit door:

- te werken aan een evenwichtig ledenbestand, waarin organisaties van alle aspecten van bewust verbruiken vertegenwoordigd zijn én actief meewerken, zodat ook hun achterban bereikt en betrokken kan worden. (OD 11 & 12)
- contacten te leggen en onderhouden met actoren uit de sociaal-culturele sector; milieu-, consumenten-, vak-, N-Z-beweging,... (OD 17)
- in haar activiteiten expliciet rekening te houden met enkele specifieke doelgroepen (zie actie 19: ouderen, jongeren, kansarmen, vrouwen, de steeds kleiner wordende gezinnen, de groeiende groep mensen die op zoek is naar 'een goed gevoel',...) (OD 6)
- niet alleen een werking gericht op consumenten te voorzien, maar ook overheden, bedrijven en ngo's op hun consumptiegedrag of duurzaam ondernemen aan te spreken. (OD 6)

RESULTAAT 2008 & PLANNING 2009:

De primaire doelgroep van NBV, met name consumenten, is ook in 2008 de belangrijkste doelgroep. Zij werden hoofdzakelijk aangesproken in de campagne Blijje Bloemen.

Ook twee projecten van NBV houden verband met consumenten: Actie-onderzoek duurzame voeding (actie-onderzoek bij een 15-tal voorbeeldgezinnen met communicatie naar breder publiek via media) en Vormingen Milieuverlicht Verbruiken (doelgroep: leden van sociaal-culturele organisaties).

In 2007 & begin 2008 werden voorbereidingen getroffen voor projecten gericht op specifieke doelgroepen, met name mensen in armoede, allochtonen en senioren. Sinds juni 2008 werd geen tijd meer gevonden voor de opvolging hiervan. Vanaf midden 2009 komt weer ruimte om dergelijke projectvoorbereidingen verder te zetten. Dan zal ook bepaald worden welke doelgroepen prioritair aan bod komen.

In 2007 & begin 2008 werden voorbereidingen getroffen voor projecten gericht op specifieke doelgroepen, met name mensen in armoede, allochtonen en senioren. Sinds juni 2008 werd geen tijd meer gevonden voor de opvolging hiervan. Vanaf midden 2009 wordt weer ruimte gemaakt om dergelijke projectvoorbereidingen verder te zetten. In 2009 zal in samenspraak met AV en RvB bepaald worden welke doelgroepen prioritair aan bod komen:

- Het NBV besliste eind 2006 om uit te zoeken hoe ze projecten voor de doelgroep **kansarmen** kan ontwikkelen. In 2007 hebben hierover bilaterale gesprekken plaats gevonden met verschillende (lid)organisaties die een (deel)werking hebben rond deze doelgroep. Dit resulteerde in een projectidee waarbij in de eerste plaats zou worden onderzocht of een campagne gericht naar mensen met een laag inkomen zinvol is (zijn er win-win situaties?) en hoe die er best uit zou zien (welke methodieken moeten worden toegepast, welke valkuilen moeten worden vermeden).
- Er hebben ook bilaterale gesprekken plaats gevonden rond het idee om een werking op te zetten rond de doelgroep **allochtonen**: *Allochtone duurzame verbruikers*. Deze inspanningen zijn stopgezet toen bleek dat één van de lidorganisaties (Ecolife) hierover al een werking aan het opzetten was. Ecolife liet ondertussen weten dat het niet verder deze piste zal bewandelen.
- In 2008 werd binnen NBV een projectfiche opgesteld over hoe de doelgroep actieve **senioren** bereikt kan worden. Vervolgens zouden gesprekken kunnen worden aangeknoopt met seniorenorganisaties (Okra,...).

Dank zij onze samenwerking met VODO (Vlaams Overleg Duurzame Ontwikkeling), en de oprichting van een nieuwe VODO **werkgroep SPAC** (sustainable production and consumption) heeft NBV nu extra mogelijkheden om samen te werken met organisaties actief rond nieuwkomers (Forum voor etnisch-culturele minderheden), vluchtelingen (Vluchtelingenwerk), armen (Vlaams Netwerk van Organisaties waar armen het woord nemen) en vrouwen (Vlaamse Vrouwenraad).

De doelgroep bedrijven kwam in 2008 sterk aan bod in verschillende activiteiten van NBV:

- In de campagne Blijje Bloemen werden de contacten met de bloemensector verder gezet.
- Op de online databank, www.labelinfo.be, vinden bedrijven eerstelijnsinformatie over verschillende labels, inclusief contactadressen en links voor meer info.

- De werkgroep distributie beoogt een samenwerking met de distributiesector
- In de jeanscampagne wordt de kledingsector expliciet benaderd als partner en doelgroep.
- Netwerk Bewust Verbruiken zetelt in de stuurgroep van de Schone Kleren Campagne, die een uitgebreide werking heeft rond kledingbedrijven.

De doelgroep overheid als consument werd door de AV in 2008 bekrachtigd als belangrijke doelgroep. NBV nam deel aan studiedagen rond duurzame overheidsaankopen en volgt het thema ook op in de werkgroep SPAC (Duurzame productie & consumptie) van VODO. Duurzame overheidsaankopen worden door NBV behandeld in de campagne Blijve Bloemen en het overzicht van labels op de website www.labelinfo.be is ook gericht aan overheidsadministraties.

In 2009 zet NBV haar inspanningen verder om een verscheidenheid aan doelgroepen te bereiken. Consumenten, bedrijven en overheden blijven daarbij de belangrijkste doelgroepen.

Het NBV heeft 24 verschillende organisaties weten te betrekken bij diverse campagnes en de voorbereiding van projecten. Het gaat om 19 lidorganisaties en 5 andere partners. De organisaties die het actiefst betrokken waren bij NBV-projecten zijn Velt, Ecolife, Max Havelaar en VIBE. Voor 2009 voorziet het NBV minstens 25 verschillende organisaties te betrekken bij diverse campagnes en projecten.

Het NBV onderhoudt contacten met organisaties uit de sociaal-culturele sector, vak-, consumenten- en vrouwenorganisaties in het kader van diverse projecten (Blijve Bloemen, Actie-onderzoek duurzame voeding, Jeans-campagne,...).

In 2005 en 2006 werd actief gewerkt aan ledenwerving. Sinds 2007 staat ledenwerving minder op de voorgrond. Toch zet NBV het proces verder. Ledenwerving is namelijk een langetermijnproces. Organisaties verkiezen soms om in de praktijk samen te werken, alvorens de stap naar lidmaatschap te zetten. In 2009 zal het NBV enkele sociaal-culturele organisaties met wie in de praktijk wordt samengewerkt vragen om lid te worden.

Het NBV mikte op minstens 2 nieuwe leden in 2008 en dat lukte: Centrum voor Natuur- en Milieueducatie (CVN) en Solidariteitsfonds traden toe. Ook voor 2009 verwachten we 2 nieuwe lidorganisaties.

Zie acties 19, 20, 22, 39, 40, 42, 44, 45, 57.

5. DE CREATIVITEIT, DE DIVERSITEIT EN DE ORIGINALITEIT VAN DE GEHANTEERDE METHODEN, EVENALS DE EFFECTIVITEIT ERVAN

Evaluatie en vernieuwing van bestaande methoden en instrumenten met het oog op diversiteit is voor het NBV erg belangrijk. Het NBV ontwikkelt voor volgende aspecten van haar methodiek nieuwe en originele invullingen:

- de gehanteerde netwerkmethodieken (OD 2)
- de gehanteerde communicatieinstrumenten (OD 10)
- verschillende campagnes (OD 3) met nieuwe campagnemethodieken (Actie 11)
- verschillende soorten projecten (OD 4)
- de diversiteit aan doelgroepen (OD 6)
- de diversiteit aan thema's (Actie 13)

Het NBV is alert met betrekking tot de effectiviteit van zijn activiteiten. Hiervoor verwijzen we door naar de acties over kwaliteitszorg (zie verder).

RESULTAAT 2008 & PLANNING 2009:

In de campagne *Blijve Bloemen* worden enkele nieuwe campagne methodieken ingezet: het educatief spel ontwikkeld in samenwerking met het *Centrum voor Informatieve Spelen (CIS)*, info-avonden, een mobiele tentoonstellingsstand de *Blijve Bloemenmobiel*, e-cards. Het was voorzien om in 2008 te zullen werken rond mobilisatie door petitie, opstart platform, vormingsaanbod leerkrachten,... Dit werd uiteindelijk niet opportuun geacht.

In het onderzoeksproject *duurzame voeding* werkte het NBV voor het eerst aan een actie-onderzoek. Nieuwe methodieken die hierbij werden gebruikt: registratie en coaching van gezinnen, wetenschappelijk onderzoek ism KULeuven. Tevens werd naar een breed publiek gecommuniceerd aan de hand van een blog.

De samenwerking in de schoot van het NBV kwam tot uiting in:

- Campagne *Blij Bloemen*
- Campagne *Jeans*
- Project *Labels, instrument voor bewuste verbruikers*
- Project *Actie-onderzoek duurzame voeding*
- Project *Vormingen Milieuverlicht Verbruiken*

De campagnes *Blij Bloemen* en *Jeans* en het project *Labels* lopen door in 2009.

Ook nam NBV in 2008 deel aan 4 projecten van anderen:

- Project *Voeten op tafel (beëindigd in 2008)*
- Project *Newsletter WWF (ook nog in 2009)*
- Project *Catering Fedorest (ook nog in 2009)*
- Project *Green Bazaar (ook nog in 2009)*

Vanuit NBV werden 6 subsidie-aanvragen uitgewerkt voor samenwerkingsprojecten:

- Project *Voedingslabels doorgelicht* bij de Coördinatieceel Duurzame Ontwikkeling, deze aanvraag werd niet goedgekeurd.
- Project *Sensibilisering rond labels voor bouwproducten & elektro* werd ingediend bij FOD Leefmilieu. Dit project werd goedgekeurd.
- Ism buitenlandse partners werd voor de campagne *Blij Bloemen* een vervolg ingediend bij de *Europese Unie* onder de noemer *Fair Flowers, a gift to all involved*.
- Nog voor de campagne *Blij Bloemen* werd een aanvraag ingediend voor een *actie rond secretaressedag* bij de Coördinatieceel Duurzame Ontwikkeling, deze aanvraag werd niet goedgekeurd.
- In nauwe samenwerking met Velt en Vredeseilanden werd een projectvoorstel ingediend bij de POD DO rond de *verduurzaming van een federaal overheidsrestaurant*.
- Er werd een projectvoorstel geschreven rond *Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen in de drankensector*, dat zal worden ingediend in 2009, omdat er nog overleg is rond de opzet met de potentiële financierder (Vlaamse Administratie Tewerkstelling).

Verder werden voorbereidingen getroffen voor projecten rond:

- Klimaat & Verbruik
- Geld in relatie tot duurzame consumptie
- Doelgroep Senioren
- Distributiesector

Rond een selectie van deze thema's zal in 2009 verder gewerkt worden door het uitdiepen van de samenwerkingsverbanden en het (aanpassen en her)indienen van projectvoorstellen voor subsidies.

Ook speelde het NBV in 2008 regelmatig projectoproepen door aan lidorganisaties. In 2009 zal dit ook gebeuren. Bovendien zal NBV ook in 2009 suggesties verzamelen voor samenwerkingsverbanden en bij het uitwerken van nieuwe ideeën zoveel mogelijk z'n leden en externe partners betrekken.

Ten slotte worden thematische discussies georganiseerd: in 2008 was er één over de distributiesector. In 2009 vindt allicht geen discussie plaats omdat de aandacht gaat naar de voorbereiding van de volgende beleidsperiode.

Zie acties 1, 3, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 18, 19, 20, 22.

6. DE COMMUNICATIE MET HET PUBLIEK, DE AANDACHT VOOR DE MEDIA

De communicatie naar het publiek geschiedt via diverse kanalen en met behulp van diverse communicatiemiddelen waarvan de voornaamste zijn: pers en media, artikels in tijdschriften van leden en niet-leden, de eigen website, informatiebrochures, mailinglijsten, folders en strooibriefjes.

Het NBV zal deze communicatiemix in de toekomst verder ontwikkelen. Niet alleen worden – zoals in het verleden – voor alle campagnes en projecten afzonderlijke communicatieplannen uitgewerkt (OD 5, actie 15), ook voor het NBV als geheel wordt een eigen communicatieplan opgesteld en uitgevoerd met bijzondere aandacht voor zowel algemene als gespecialiseerde pers en media (geschreven pers, radio, televisie, internet,...). (OD 14, actie 50 & 51)

RESULTAAT 2008 & PLANNING 2009:

Het communicatieplan uit 2006 werd opgevolgd in 2008. Belangrijkste blikvanger is uiteraard de nieuwe homepage. In 2009 wordt nieuw drukwerk aangemaakt, nav de verhuizing naar Mundo-b.

Voor een overzicht van de persaandacht die het NBV kreeg in 2008, verwijzen we naar bijlage 2. Het is de eerste keer dat NBV een globaal overzicht opstelde. In de toekomst zal dit worden verdergezet.

De pers werd gecontacteerd bij de lancering van de nieuwe website van het NBV. (zie actie 28)

In 2006 werd een **communicatieplan** opgesteld, waarin ook aandacht is voor de relaties met de pers. Dit plan werd verder uitgevoerd in 2008 en is in 2009 aan actualisering toe. Zo werd voor het eerst systematisch een persknipselmap aangelegd.

Het uitgebreide **persbestand** werd ook in 2008 geactualiseerd. In 2008 zou het NBV nagaan of het adressenbestand on-line kan worden bijgehouden. Via een intranet kan NBV het zo ook toegankelijk maken voor lidorganisaties. Dit is nog niet gerealiseerd. In 2009 zal de nieuwe administratieve medewerker het adressenbestand van NBV, inclusief perslijst, in zijn totaliteit efficiënter organiseren.

Ook was het de bedoeling de periodiciteit, deadlines en verschijningsdata van een selectie aan gespecialiseerde pers (tijdschriften van sociaal-culturele organisaties) reeds te verzamelen in 2007, maar wegens tijdsgebrek in de voorbij jaren, is het realistischer deze actie niet meer in te plannen.

Voor de campagne *Blijve Bloemen* werden persberichten verstuurd. De campagne en *Netwerk Bewust Verbruiken* kwamen in verschillende media waaronder een TV-reportage. De algehele probleemsituering werd door verschillende media opgenomen (zie ook boven bij actie 9 en bijlage 2).

In 2008 werd de pers gecontacteerd ivm de lancering van de *databank productlabels*, dit zal ook gebeuren in 2009. Zie bijlage 2

Ook de resultaten van het Actie-onderzoek duurzame voeding werden aan de pers voorgelegd: via een website, artikels en een persconferentie. Resultaten in bijlage 2

De belangrijkste communicatiekanalen zijn de project- en campagnemiddelen: postkaarten, brochures en websites www.etenisweten.be, www.blijvebloemen.be, www.infolabel.be, www.verlicht.be. Daarnaast zijn er de algemene middelen: website www.bewustverbruiken.be en de mailinglijsten (zie boven).

Zie ook bij overzicht van de projecten (verder) en bij de wijze waarop de knowhow wordt ontsloten (eerder).

Zie acties 9, 12, 15, 27, 28, 34, 36 en 50..

7. DE INTERNE SAMENHANG VAN HET BELEIDSPLAN EN DE REALITEITSWAARDE ERVAN

Er lopen twee rode draden door het beleidsplan van het NBV: de eerste heeft te maken met de themakeuze, met name het bewust verbruiken, de tweede heeft te maken met de werkvorm, met name samenwerking & netwerking. Deze twee elementen nemen bij alle strategische doelstellingen uit het beleidsplan een centrale plaats in, waaruit een sterke samenhang blijkt.

De doelstellingen zijn ambitieus, want het NBV wil voor diverse pistes een toekomstige werking

ontwikkelen (qua doelgroep, thematiek, aard van de activiteiten). Maar ze zijn ook realistisch, daar het NBV die toekomstige activiteiten op een open wijze heeft omschreven, waardoor onvoorziene elementen een plaats kunnen krijgen. Bovendien wil het NBV een aantal pistes in eerste instantie onderzoeken, zonder reeds bij voorbaat vast te leggen dat ze nuttig en haalbaar zijn.

RESULTAAT 2008 & PLANNING 2009:

Op de AV's van maart 2008 & maart 2009 werd en wordt het jaarverslag en de jaarrekening van 2007, respectievelijk 2008 goedgekeurd, evenals het voortgangsrapport 2007-2008, respectievelijk 2008-2009. De acties kaderen in de missie en doelstellingen zoals voorzien in het beleidsplan 2005-2010.

In september 2008 werd het NBV bezocht door de visitatiecommissie met vertegenwoordigers van de administratie cultuur en een externe expert. Dat leverde een boeiend gesprek op waarin werd stil gestaan bij bijna 4 jaar NBV als beweging. De resultaten van dat bezoek, in de vorm van het visitatieverslag, worden meegenomen bij de voorbereiding van het nieuwe beleidsplan 2011-2015, waarmee gestart werd in 2008. Dit wordt uiteraard verder gezet in 2009, zodat het nieuwe beleidsplan begin 2010 kan worden ingediend.

Zie acties 60, 62 en 69.

8. DE AARD EN DE OMVANG VAN DE EDUCATIEVE ACTIVITEITEN EN DE WERKMATERIALEN

9. DE ACTIES EN DE CAMPAGNES

Een belangrijke hoeveelheid van de mensen en middelen uit het beleidsplan 2005-2010 van het NBV, gaan naar de uitwerking van socio-culturele activiteiten waarmee het NBV haar educatieve en maatschappelijke activeringsfunctie wil ontwikkelen. Doorheen haar campagnes en projecten werkt het NBV aan een eigen invulling van een socio-culturele methodiek waarbij interventiestrategieën, processen en werk- en handelingsprincipes worden uitgebouwd die zijn afgestemd op de educatieve en maatschappelijke activeringsfunctie die het NBV zich aanmeet.

Het NBV heeft in het verleden reeds een ruime ervaring met publiekscampagnes opgebouwd en wenst deze verder te zetten. (OD 3) Het NBV wil haar impact met dergelijke campagnes vergroten door een grootschalige campagne met tal van belangrijke partners voor te bereiden. (Actie 10) Daarnaast zullen diverse projecten worden opgezet, bijvoorbeeld op vlak van vorming, participatie van consumenten, lezingen, overleg met sectoren, informatieverbreiding, acties, onderzoek, charters of andere. (OD 4)

RESULTAAT 2008 & PLANNING 2009:

In 2008 voerde het NBV 2 campagnes en 3 projecten uit:

- In samenwerking met FIAN Belgium, Velt en Max Havelaar liep tot september 2008 de campagne Blijje Bloemen, gericht op een rechtvaardige en duurzame bloemenindustrie in Noord en Zuid. Deze campagne maakt consumenten bewust omtrent de arbeidsomstandigheden bij bloemenkwekers in het Zuiden en de impact op het milieu die de bloemenproductie en -distributie met zich meebrengt.
- Daarnaast werd in oktober van start gegaan met de voorbereidingen van Let your blue jeans talk... green: een campagne om het brede publiek bewust te maken van de milieu- en sociale effecten van kleding (in het bijzonder jeans). De campagne wordt in oktober 2009 gelanceerd.
- Vormingen Milieuverlicht Verbruiken: behoefte detectie, databank, gezamenlijke bekendmaking, opleiding van vormingswerkers,... (afgerond in 2008)
- Actie-onderzoek duurzame voeding, onderzoek omtrent knelpunten en kansen voor duurzame voedingsconsumptie. (afgerond in 2008)
- Productlabels: instrument voor bewuste verbruikers: inventaris, webdatabase, beoordeling van labels, dialoog met overheid,... (loopt door in 2009)
- Ten slotte werd binnen de werkgroep distributie een nieuwe campagne voorbereid rond duurzame aankopen in de distributiesector. Deze voorbereidingen lopen verder in 2009.

Ook nam NBV deel aan vier projecten van derden:

- Voeten op Tafel, interactief en wetenschappelijk onderbouwd project om 10-14 jarigen bewust te maken van de ecologische voetafdruk verbonden aan hun eetgewoonten. (afgerond in 2008)
- Newsletter Ecologische voetafdruk van WWF (loopt door in 2009)
- Green Bazaar: NBV zetelt in het selectiecomité van deze on-line gids voor duurzame producten & leveranciers (loopt door in 2009)
- Verduurzaming catering Fedorest: op vraag van PODDO en onder leiding van Velt, advisering van een federaal overheidsrestaurant (loopt door in 2009)

Van mei 2007 tot mei 2008 werd een nieuwe medewerker aangeworven met als taak (onder meer) projectwerving. Daardoor kon NBV verschillende nieuwe projecten voorbereiden. In 2007 & 2008 werden voorbereidingen getroffen voor projecten rond cosmetica, geld, armen, allochtonen en senioren. Er werd voor de meeste ervan nog geen subsidiedossier opgesteld. Sinds juni 2008 werd geen tijd meer gevonden voor de opvolging hiervan. Vanaf midden 2009 wordt weer ruimte gemaakt om dergelijke projectvoorbereidingen verder te zetten. In 2009 zal in samenspraak met AV en RvB bepaald worden welke thema's prioritair aan bod komen:

- Project *Duurzame schoonheid? Cosmetica doorgelicht*. Dit project werd ingediend bij het federale PODDO, maar niet goedgekeurd.
- *Geld in relatie tot duurzame consumptie*. Eind 2007 werd een brainstorm gehouden met organisaties die op één of andere wijze actief zijn rond het thema geld, een optie is om een campagne te voeren rond duurzaam sparen & beleggen.
- *Onderzoek naar de haalbaarheid en de relevantie van een werking over bewust verbruiken gericht naar mensen met een laag inkomen*. In 2007 hebben verschillende bilaterale gesprekken plaats gevonden. Daaruit is gebleken dat het om een gevoelig thema gaat en dat deze doelgroep momenteel overbevraagd is.
- *Allochtone bewuste verbruikers*. Ook dit projectidee beoogt het beter bereiken van minder vanzelfsprekende doelgroepen met het thema bewust verbruiken. In 2007 is inspiratie opgedaan in het buitenland. Meer bepaald is gezocht naar methodieken om allochtonen te benaderen. Er is ook bilateraal overleg geweest hieromtrent met verschillende leden.
- *Doelgroep senioren*. In 2008 werd binnen het NBV-team een projectfiche opgesteld voor een project met senioren.

Zie acties 9, 10, 12, 14, 21, 22.

10. DE AANDACHTVOOR SAMENWERKING EN NETWERKVORMING MET ANDERE ORGANISATIES

Het *Netwerk Bewust Verbruiken* is precies opgericht omdat haar leden van oordeel zijn dat samenwerking tussen nieuwe en oude sociale bewegingen, en tussen vertegenwoordigers vanuit de consumenten-, derdewereld-, milieu- en andere bewegingen een krachtige motor kan zijn voor het aanbrengen van andere, meer ethische consumptiepatronen. Ook al is het NBV als vzw een entiteit op zich (uit praktische overwegingen), het heeft precies als bestaansreden organisaties actief in verschillende gebieden en met verschillende doelgroepen dichter bij elkaar te brengen. De hele werking van het NBV is dan ook gebaseerd op netwerking en het smeden van nieuwe verbanden.

RESULTAAT 2008 & PLANNING 2009:

De netwerkfunctie van het NBV kwam in 2008 tot uiting in 12 concrete samenwerkingen. De belangrijkste zijn de campagne *Blijje Bloemen*, de Jeanscampagne, het project *Vormingen Milieuverlicht Verbruiken*, het project *Productlabels* en het project *Onderzoek: Is duurzame voeding duur?*. Daarnaast werden 10 (vervolg)projecten voorbereid, wat resulteerde in 6 subsidieaanvragen. Kenmerkend is dat bij al deze projecten steeds meerdere partners betrokken zijn. Ten slotte nam NBV in 2008 deel aan 4 projecten van anderen. De nieuwe projecten worden opgestart in 2009, mits bijkomende financiering.

Het NBV heeft 24 verschillende organisaties weten te betrekken bij diverse campagnes en de voorbereiding van projecten. Het gaat om 19 lidorganisaties en 5 andere partners. De organisaties die het actiefst betrokken waren bij NBV-projecten zijn Velt, Ecolife, Max Havelaar en VIBE. Voor 2009 voorziet het NBV minstens 25 verschillende organisaties te betrekken bij diverse campagnes en projecten.

Aan het einde van 2008 telde NBV 42 leden. In de loop van het jaar werden Centrum voor Natuur- en Milieueducatie (CVN) en Solidariteitsfonds opgenomen als nieuwe leden. Alle leden onderschrijven de platformtekst, een intentieverklaring en betaalden een lidmaatschapsbijdrage. In 2009 hoopt NBV minstens 2 nieuwe leden aan te trekken.

De leden kwamen in 2008 bij elkaar op twee Algemene Vergaderingen, in werkgroepen, op een discussiesessie en op een bijeenkomst waar nieuwe projectvoorstellen werden uitgedacht. Daarnaast werden interne mailinglijsten ingezet voor de communicatie over initiatieven van NBV en haar leden. NBV zet deze bijeenkomsten in 2009 op gelijkaardige manier verder.

Het NBV is lid van *Vlaams Overleg Duurzame Ontwikkeling vzw (VODO)*, *Bond Beter Leefmilieu vzw (BBL)*, *11.11.11.*, *Schone Kleren Campagne*, *ACW werkgroep Verbruik*, *Klimaatcoalitie*, *Fair Timber vzw (FSC)*, *EDO-NME-platform*, *Kauri* en *Rabad*. Daarnaast neemt het NBV-secretariaat deel aan een selectie van werkgroepen, studiedagen, publicaties en andere initiatieven van leden of derden.

Zie acties 1, 2, 3, 4, 5, 44, 49, 57.

11. HET ENGAGEMENT VAN VRIJWILLIGERS EN BEHEERDERS

Zoals vermeld in het beleidsplan mag de rol van vrijwilligers binnen het NBV niet onderschat worden. Tot voor eind 2004 had het NBV geen permanent personeelslid in dienst. Ook na 2005 wenst het NBV beroep te blijven doen op vrijwilligers en daartoe een heus vrijwilligersbeleid op te zetten, omdat we overtuigd zijn van het belang van een goede omkadering voor vrijwilligers (Zie OD 23).

RESULTAAT 2008 & PLANNING 2009:

In 2008 kon het NBV rekenen op drie vaste vrijwilligers, voor de website, nieuwsberichten en voor administratieve taken (verzendingen,...). In het kader van de campagne Blijve Bloemen werden enkele malen losse vrijwilligers ingeschakeld (op stands, actiedag, website, artikeltjes,...), die zich niet op langere termijn engageren.

De wetgeving op de vrijwilligers wordt opgevolgd en toegepast. Nieuwe vrijwilligers krijgen systematisch een introductiepakket en een afsprakennota met NBV. In 2009 zal het NBV, net als de vorige jaren, beroep doen op de vacature dienst van *het Punt* (Brussels steunpunt voor vrijwilligerswerk). Via dit kanaal melden zich regelmatig nieuwe vrijwilligers.

Eind 2008 werd de raad van bestuur gewijzigd: Hannelore Coene werd vervangen door Lieve Vercauteren (beiden van Vredeseilanden). Lynn Massant volgde dan weer Magda Demeyer op (beiden van Verbruikersateljee). Magda Demeyer stond mee aan de wieg van het NBV in 1998, zij wordt hartelijk bedankt voor haar inspanningen! In 2009 wordt nog gezocht naar extra bestuurders.

Zie acties 39, 41, 42, 74, 76.

12. DE MATE VAN PROFESSIONALISERING

Ondanks het feit dat het NBV, zoals in de vorige paragraaf aangegeven, voor zijn voortbestaan tot nu toe voor het grootste gedeelte afhankelijk is van een vrijwillige inzet, getuigen de resultaten ervan dat vrijwilligers én tijdelijke werkrachten zich op professionele wijze hebben ingezet. Deze lijn zet NBV vanaf 2005 verder. Alle operationele doelstellingen en acties onder SD 6, dragen bij tot de uitbouw van deze professionaliteit in de toekomst.

RESULTAAT 2008 & PLANNING 2009:

Er is in 2008 en begin 2009 heel wat verandering op vlak van personeel: 4 nieuwe gezichten en ook 3 mensen die het NBV om uiteenlopende redenen verlieten. Abstractie makend van deze wijzigingen kunnen we zeggen dat het NBV 4 personeelsleden in dienst heeft (gemiddeld ongeveer 2,5 VTE).

- Brenda Lannoey, 60% VTE, verantwoordelijk voor de administratie (nieuwe functie) tot en met januari 2009
- Kathy Masolyn, 70% VTE, verantwoordelijk voor de administratie vanaf februari 2009

- Barbara Janssens, 70% VTE, projectmedewerker en verantwoordelijk voor:
 - Campagne Blijde Bloemen
 - Project Actie-onderzoek duurzame voeding
- Esmeralda Borgo, 80% VTE, in dienst tot mei 2008 en verantwoordelijk voor projectwerving, beleidswerk en netwerking en voor:
 - Project Productlabels
 - Project Newsletter WWF
- Emmelie Maertens, 100% VTE, de eerste stagiaire van het NBV, van december '08 tot en met februari '09
- Rob Renaerts, 50% VTE, in dienst vanaf januari 2009 en verantwoordelijk voor:
 - Project Productlabels
 - Campagne Jeans
- Tineke Van Engeland, 90% VTE, coördinator NBV vzw en verantwoordelijk voor:
 - Project Vormingen Milieuverlicht Verbruiken
 - Werkgroep Distributie
 - Project Newsletter WWF
- Sarah Lefevere, in dienst sinds 2004, was in 2008 afwezig wegens ziekte- en ouderschapsverlof en keert in 2009 uiteindelijk niet terug naar het NBV.

De coördinator, tevens kwaliteitsverantwoordelijke, volgde een tweejarige opleiding Leiden van een Organisatie, bij Balans (Gent). Hier kwamen tal van kwaliteitsthema's aan bod.

Er werd een kwaliteitshandboek opgesteld, met aandacht voor Kwaliteitsbeleid, Kwaliteitssystemen en Kwaliteitsprocedures. Naast het bestaande materiaal werden in 2008 verbeterprojecten en (nieuwe) beschrijvingen van processen toegevoegd aan dit handboek.

In 2008 werd gestart met de voorbereiding van het beleidsplan 2011-2015. Zo stelde zowel de RvB als de AV een SWOT op. In 2009 komen dromen voor de toekomst en opstellen van doelstellingen aan bod.

Er vinden tussentijdse en eindevaluaties plaats van de campagnes en projecten die het NBV voert.

Voor het personeelsbeleid waren de belangrijkste stappen in 2008:

- aanwerving en onthaal nieuwe medewerker Brenda Lannoey (verantwoordelijke administratie)
- nieuwe verantwoordelijke voor personeelsadministratie
- coördinator volgde opleiding Leiden van een organisatie
- verbeteren klassemment personeelsdocumenten

Aandachtspunten voor 2009:

- aanwerving en onthaal nieuwe projectmedewerker Rob Renaerts & vervanging verantwoordelijke administratie Kathy Masolyn
- Kathy Masolyn, verantwoordelijke administratie, volgt introductie cursus sociaal-cultureel werk bij Socius, andere medewerkers volgen andere opleidingen
- aanpassen functiekaarten & functioneringsgesprekken volgens ander systeem

2008 en 2009 zijn het vierde en vijfde jaar dat het NBV structurele steun krijgt van de administratie Cultuur, in het kader van haar werking als beweging binnen het sociaal-cultureel volwassenenwerk. Het NBV krijgt van 2005 tot 2010 jaarlijks €100.000 (vermeerderd met indexering) steun op het decreet sociaal-cultureel volwassenenwerk. Deze subsidiëring staat niet gelijk aan een erkenning.

In 2008 was een medewerker in dienst voor (o.a) projectwerving. NBV diende 6 projectvoorstellen in. In 2009 zal NBV opnieuw middelen uit het fonds projectwerving aanspreken om voldoende ruimte te hebben voor het uitwerken van nieuwe projecten.

Het NBV vindt financiële ondersteuning voor projecten bij de federale, de Vlaamse en de Brusselse overheid en bij enkele andere organisaties.

Er waren bilaterale ontmoetingen met 11 lidorganisaties. Ook voor 2009 worden diverse ontmoetingen gepland met lidorganisaties (minstens 4).

In 2008 werd een standaarddocument opgesteld als basis voor samenwerkingsovereenkomsten bij samenwerkingsprojecten.

Zie acties 59 tot en met 77.

13. INTERCULTURALISERING

Vooruitlopend op toekomstige beleidsontwikkelingen wil NBV in dit hoofdstuk eveneens aantonen wat ze onderneemt op vlak van interculturalisering.

NBV zal op twee niveau's inspanningen treffen rond interculturalisering:

- Intern: personeels- en vrijwilligersbeleid (in eerste instantie op vlak van aanwervingen), betrokkenheid van partnerorganisaties (op langere termijn lidmaatschap van migrantenorganisaties en zelfs deelname aan bestuur).
- Extern: qua doelpubliek wil NBV ook migranten bereiken met haar campagnes, projecten en algemene communicatie.

RESULTAAT 2008 & PLANNING 2009:

Intern:

Sinds 2006 werkt het NBV met een gewijzigde aanwervingsprocedure, zodat deze ook rekening houdt met een verhoogd bereik naar migranten toe. Sindsdien vermeldt NBV in elke vacature expliciet 'In het kader van een gelijke kansenbeleid worden allochtone medewerkers aangemoedigd zich kandidaat te stellen'.

Daarnaast worden vacatures systematisch verspreid via:

- zelf op <http://www.minderhedenforum.be/vacaturesinput.htm>
- zelf op VMC www.vmc.be
- geplaatst via Jobkanaal – www.jobkanaal.be
- geweigerd op www.cultuurnet.be
- via vdab automatisch op www.kifkif.be

Voor de *Blijde Bloemencampagne* zette zich in de loop van 2008 een vrijwilliger van vreemde origine in (Tunesische actievoerder).

Extern:

Dank zij onze samenwerking met VODO (Vlaams Overleg Duurzame Ontwikkeling), en de oprichting in 2007 van een nieuwe VODO **werkgroep SPAC** (sustainable production and consumption) heeft NBV nu extra mogelijkheden om samen te werken met organisaties actief rond nieuwkomers (Forum voor etnisch-culturele minderheden), vluchtelingen (Vluchtelingenwerk), armen (Vlaams Netwerk van Organisaties waar armen het woord nemen) en vrouwen (Vlaamse Vrouwenraad).

In 2007 & begin 2008 werden voorbereidingen getroffen voor projecten gericht op specifieke doelgroepen, met name mensen in armoede, allochtonen en senioren. Sinds juni 2008 werd geen tijd meer gevonden voor de opvolging hiervan. Vanaf midden 2009 wordt weer ruimte gemaakt om dergelijke projectvoorbereidingen verder te zetten. In 2009 zal in samenspraak met AV en RvB bepaald worden welke doelgroepen prioritair aan bod komen:

- Het NBV besliste eind 2006 om uit te zoeken hoe ze projecten voor de doelgroep **kansarmen** kan ontwikkelen. In 2007 hebben hierover bilaterale gesprekken plaats gevonden met verschillende (lid)organisaties die een (deel)werking hebben rond deze doelgroep. Dit resulteerde in een projectidee waarbij in de eerste plaats zou worden onderzocht of een campagne gericht naar mensen met een laag inkomen zinvol is (zijn er win-win situaties?) en hoe die er best uit zou zien (welke methodieken moeten worden toegepast, welke valkuilen moeten worden vermeden).
- Er hebben ook bilaterale gesprekken plaats gevonden rond het idee om een werking op te zetten rond de doelgroep **allochtonen**: *Allochtone duurzame verbruikers*. Deze inspanningen zijn stopgezet toen bleek dat één van de lidorganisaties (Ecolife) hierover al een werking aan het opzetten was. Ecolife liet ondertussen weten dat het niet verder deze piste niet verder te bewandelen.
- In 2008 werd binnen NBV een projectfiche opgesteld over hoe de doelgroep actieve **senioren** bereikt kan worden. Vervolgens zouden gesprekken kunnen worden aangeknoopt met seniorenorganisaties (Okra,...).

Zie actie 19, 72.

A

[BIJLAGE I] Personeelsplan 2005-2009

			Aantal dagen					
			Resultaat			Planning		
NETWERKING			2005	2006	2007	2008	2008	2009
OD01/02/12/20	Interne werking	Leden (contacten) en AV (voorbereiden, verslag, vergadering)	20,5	13,3	17,3	14,6	17,0	15,0
OD11	Evenwichtig ledenbestand, ledenwerving	Contacten met potentiële leden	2,5	5,8	1,5	0,1	5,0	2,0
OD20	Interne werking & RvB	Raad van bestuur (voorbereiden, verslag, vergadering)	3,0	8,5	7,2	5,5	8,0	9,0
OD06/14/17	Netwerking, nieuwe doelgroepen, draagvlak, profilering	Aanwezigheid en vertegenwoordiging op AV's, bij andere verenigingen, contacten met derden, communicatieplan	17,8	16,5	28,0	17,6	26,0	28,0
			43,8	44,2	54,0	37,7	56,0	54,0
PROJECTEN & CAMPAGNES								
OD03/04/13	Campagnes	Bloemen & jeanscampagne	220,7	158,6	114,1	78,2	89,0	181,0
OD03/04/13	Lopende projecten		46,2	47,5	183,0	110,9	94,0	87,5
			266,9	206,1	297,1	189,1	183,0	268,5
INFORMATIE								
OD05/08/09/10	Informatiepunt	Inhoudelijke vragen beantwoorden, FAQ, website, nieuwsberichten, dokuwiki, documentatiebeheer,...	11,8	20,3	30,6	40,9	29,5	36,0
OD07	Knelpunten wegwerken	Onderzoek, visievorming rond knelpunten, voorstellen van oplossingen	0,0	0,0	2,1	0,5	5,0	1,0
OD15/16	Beleidswerking	Gesprekspartner overheid, beleidswerking uitklaren	1,0	13,0	20,7	15,4	13,0	25,0
			12,8	33,3	53,4	56,8	47,5	62,0
PROJECTWERVING								
OD18	Financiering en projectwerving	Contacten leggen, gesprekken voeren, projecten schrijven en voorbereiden	25,0	72,9	62,0	39,5	62,0	70,5
			25,0	72,9	62,0	39,5	62,0	70,5
INTERNE WERKING								
OD19	Lange termijn planning en beleidsplanning	Beweging, jaarverslag, beleidsplan, FOV, Socius	3,6	12,2	14,9	10,4	15,0	20,0
OD21	Kwaliteitszorg	Nota's, registratie, voorbereiding KZ	3,5	10,9	16,9	26,1	18,0	26,0
OD22	Personeelsbeleid	Personeelszaken, lonen	6,4	5,8	11,4	22,1	18,0	20,0
	Vorming	Zelf studiedagen of cursussen volgen	1,0	14,7	26,9	8,6	19,0	19,5
OD23	Vrijwilligersbeleid	Vrijwilligers werven, opvolgen, wetgeving volgen,...	3,0	0,7	1,6	2,1	5,0	3,5
			17,6	44,2	71,7	69,3	75,0	89,0
ALGEMEEN								
ALG	Werkoverleg	Werkoverleg, verslag of voorbereiding, teamactiviteiten en uitstappen	13,5	16,4	31,1	27,8	30,0	30,0
	Mail	Mails (en post) opvolgen (los van projecten!)	22,0	18,4	19,9	22,0	19,0	23,0
	Administratie	Boekhouding, facturen, vzw-wetgeving, invullen uurschema	6,8	14,4	14,8	26,3	16,5	26,0
	Onderhoud	Algemene boodschappen, afwas, opruimen, stoortijd, computers	1,9	7,6	14,5	21,9	14,5	22,0
	Afwezig	Ziekte of verlof		7,4	22,4	28,1		12,5
			44,2	64,2	102,8	126,1	80,0	113,5
TOTAAL			410,3	464,7	641,0	518,5	503,5	657,5

B

[BIJLAGE 2] Persbereik 2008

Onderzoek Duurzame Voeding

Artikels/advertenties/persbericht	Datum	Mediatype
Persbericht april 2008: lancering blog etenisweten.be		
Persbericht 28 07 2008: uitnodiging studiedag		
Persbericht 04 09 2008: VVA en studiedag		
duurzaamnieuws.nl, De Duurzaamlijst voor nieuws, opinie en overleg		
http://www.duurzaamleuven.be/index.php?option=com_content&task=view&id=58&Itemid=58&date=2008-10-01		website
http://www.socius.be/?action=nieuws_list&thema=&page=7		website
http://www.emis.vito.be/index.cfm?PageID=358&BNews_ID=259_		website
Radio Centraal in Antwerpen	24/04/08	website
Rupelkoerier		Radio – interview
Vrouw & Wereld	juni 2008	artikel
http://red-de-ijsbeer.blogspot.com/2008/04/eten-is-weten.html		tijdschrift
http://www.socius.be/?action=nieuws_detail&nieuws=1014&titel=www.etenisweten.be&thema=129		website
De Standaard	24/04/08	website
http://www.11.be/index.php?option=content&task=category&sectionid=110&id=1044		krant
http://www.11.be/index.php?option=content&task=category&sectionid=110&id=1030		website
Ledenblad KAV		website
Gezinsbond, Koop zo	30/05/08	tijdschrift
www.ecolife.be/nieuwsbrief/2008-1/NB_2008_1.htm		tijdschrift
www.donderdagveggiedag.be/blog/sarahs_lifestyle_blog		E-zine
Seizoenen	15/05/08	website
Seizoenen	15/07/08	
Seizoenen	15/09/08	
RADIO 2 Oost Vlaanderen	18/09/08	
http://www.vilt.be/nieuwsarchief/detail.phtml?id=19332		Radio – interview
Q music	18/09/08	E-zine
Belga		Radio – interview
Gezinsbond, Koop zo	26/09/08	
het nieuwsblad	06/09/08	tijdschrift
Kerk en Leven – artikel	13/09/08	krant
Kerk en Leven – lezersbrief	08/10/08	krant
the planet times: http://www.theplanettimes.com/duurzaamheid_consuminderen.html		krant
Nest		krant en webiste
www.greenway.be/nieuws/		tijdschrift
nieuwsbrief EVA		website
EVA magazine	01/10/08	E-zine
Pime www.pime.be		tijdschrift
Vodo.be		website
MOS		website
vegetarisme.be		website
Biotheek, netknipsles	25/09/08	website
		E-zine

Blij Bloemen Campagne

Artikels/advertenties/persbericht	Datum	Mediatype
Velt seizoenen	01/01/07	Aankondiging
Behoud de begeerte folder	Febr 2007	Publicatie
Eva-magazine	Jun 2007	Publicatie
Feeling	Jul 2007	vermelding
Arbeid en milieu	Jul-aug-sept	Artikel
Memo-groene gids	01/10/07	Publicatie
Gazet van Antwerpen	14/08/08	Artikel
Het laatste nieuws	14/08/08	Artikel
RAAK	Juli-aug 2008	Artikel
Behoud de begeerte folder	Febr 2008	Publicatie
oxfam wereldwinkels	01/01/07	Aankondiging
Kluwer- Sociaal welzijnsmagazine	01/05/08	Publicatie
Biogenieten gids 2008	2008	vermelding
KAV wereldt	2007	Artikel
KAV - praktische school	2008	boekje
KAV – vrouw en wereld	2008	Artikel
Puur	01/05/08	Aankondiging
Puur	01/03/08	Artikel
seizoenen	01/03/08	Artikel
ACV duurzaamheidsdag	01/06/07	Aankondiging
seizoenen	01/12/07	Publicatie
ABVV- de nieuwe werker	01/04/08	Artikel
ABVV	01/05/08	folder

Digitale media

nieuwsblad	http://www.nieuwsblad.be/Article/Detail.aspx?ArticleID=B368332070214
vilt	http://www.vilt.be/nieuwsarchief/detail.phtml?id=12738
net online	http://www.netonline.be/actueel/algemeen_nieuws_detail.asp?art=B368332
indymedia	http://www.indymedia.be/nl/node/7281
indymedia	http://www.indymedia.be/en/node/7270
zita	http://www.zita.be/2/161567/1/ngos-lanceren-op-valentijn-campagne-blij-bloemen.html
Msn-news	http://news.be.msn.com/binnenland/Article.aspx?cp-documentid=3002724
De Standaard	http://www.standaard.be/Artikel/Detail.aspx?artikelid=B368332070214
Socius	http://www.socius.be/?action=nieuws_detail&nieuws=455&titel=Blij+Bloemen+-+Eerlijk+bloeit+het+langst&thema=129
agripres	http://www.agripres.be/start/artikel/226058/nl
Het laatste nieuws	http://www.hln.be/hlns/cache/det/art_378710.html?wt.bron=hlnRPArtikels
Pub	http://www.pub.be/nl/modules/news/newsview.jsp?idarticle=1171459842694_34002

ontwikkelingssamenwerking Vlaanderen	http://docs.vlaanderen.be/buitenland/ontwikkelingssamenwerking.htm
Radio 1	http://www.h-vv.be/website/v2/media/radioDetails.php?id=48 Uitzending in het vrije woord
	http://www.vrijzinnighumanisme.be/5_radio-tv/513_radio070226.htm
mvo	http://www.mvovlaanderen.be/pageview.aspx?id=214&naid=477
duurzaam nieuws	http://www.insnet.org/nl/insnl_headlines.rxml?id=6120
14/02/08	
vrt nieuws do 13/02	
Gazet van Antwerpen	http://www.gva.be/nieuws/economie/default.asp?art=%7BEC3AC896-038C-4F1E-AFFA-9F007CB5391C%7D
oxfam wereldwinkels	http://www.oww.be/pageview.aspx?pv_mid=6223
leuven	www.leuven-centraal.org/Valentijn-op-rozen
Ft Hasselt	hasseltisverkocht.worldshake.org/mapperdemaps/valentijnverkocht.html
Het belang van Limburg	www.hbvl.be/nieuws/Economie/default.asp?art=%7B5395D642-6052-48FB-9011-A6B581F0C04B%7D
agripres	www.agripres.be/start/artikel/297770/nl
duurzaam nieuws	www.insnet.org/nl/insnl_odw.rxml?category=menswaarden
nieuwsblad	www.nieuwsblad.be/Article/Detail.aspx?articleid=KQ1O1MP7
Ft gemeente	www.fairtradegemeente.net/newsflash.aspx?id=119
De Standaard	http://www.standaard.be/Artikel/Detail.aspx?artikelId=kq1o1mp7
nieuwsblad	http://www.nieuwsblad.be/Article/Detail.aspx?articleID=kq1o1mp7
blog	http://kleinebeetjes.blogspot.com/2007/02/blije-bloemen.html
duurzaam nieuws	http://www.insnet.org/nl/insnl_headlines.rxml?id=6120&photo
Antwerpen	www.antwerpen.be
	http://red-de-ijsbeer.blogspot.com/2008/02/blije-bloemen.html
01/05/08	
	http://www.ivv.be/online/artikel.asp?pid=11083&artikel=7139&rubriek=1
	http://www.vlaamsabvv.be/online/artikel.asp?pid=10841&artikel=6950&rubriek=1
11/05/08	
	http://www.oradio.be/nieuws/nieuws_detail.php?record=5612
	http://home.euphony.net.be/bioshopklimop/Documenten/e-nieuwsbrief_17_jaargang_4.pdf
15/08/08	
	http://www.agripres.be/start/artikel/329395/nl
	http://www.nieuwsblad.be/Article/Detail.aspx?articleID=MV1V9TLM
	http://www.rotselaar.be/index.aspx?ID=0&SGREF=3220&CREF=14838
	http://www.11.be/index.php?option=com_events&task=view_detail&agid=30536&year=2008&month=07&day=31&Itemid=28

Vormingen Milieuverlicht Verbruiken

Naam	Datum	Onderwerp
BBL basisb@bbel	februari 2008	training lesgevers
VormingPlus Kempen	voorjaar 2008	artikel verlicht.be
Vademecum VormingPlus Midden- en Zuid West-Vlaanderen	voorjaar 2008	artikel verlicht.be
Het Punt Nieuwsbrief	maart 2008	artikel verlicht.be
Sociaal Welzijnsmagazine	mei 2008	advertentie
Socius E-zine	07/05/08	artikel lesgevers
Seizoenen	Mei-juni 08	lesgeverskaart
WWF Footprint Newsletter 16	05/06/08	artikel lesgevers
Contactblad Liberale Vrouwen	augustus 2008	artikel verlicht.be

Links

CVN	http://www.c-v-n.be/dynpages/links.asp?id=5
Dag van de aarde (BBL)	http://www.bondbeterleefmilieu.be/dagvandeearde/index.php/203
Duurzame Info	http://www.duurzame-info.be/durable.cgi?taal=_nl&doelpubliek=publiek&id_teksten=2813
Ecocare	http://www.ecocare.be/links.php
Ecolife	http://www.ecolife.be
enneemee blog	http://enneemee.blogspot.com/2008/08/vormingen-milieubewust-verbruiken.html
Greenpeace	http://www.greenpeace.org/belgium/nl/takeaction/greenspeaker
Groenhuis	http://groenhuis.org
Ik geef leven aan mijn planeet	http://www.vip.biodiv.be/nl/index.php?option=com_content&task=view&id=13&Itemid=28
Jeugdwerknet	http://jeugdwerknet.be/nieuws/item/3721
Kom uit uw kot	http://www.deverenigdeverenigingen.be/kuuk/index.php/5/
Mixette	http://www.mixette.com/portfolio.htm
Netwerk Bewust Verbruiken	http://bewustverbruiken.be/vormingsoverzichtconsumenten.html
NME Inventaris	http://nme.milieuinfo.be/front.cgi?action=aanbodniveau1&doelgroep=157
OIVO	http://www.oivo-crioc.org/NL/links/consommationdurable/10873
Pethers webstek	http://www.pether.be/eco-planetary_links.htm
PPO	http://www.ppo.be/5000_index.asp?l=1&5000=8&YYYY=2008
Prettig Geleerd (Socius)	http://www.prettiggeleerd.be/index_socius.php?artikel=PG_OVER
Socius E-zine	http://www.socius.be/?action=artikel_detail&artikel=407&thema=
Stageforum	http://www.stageforum.be/page.aspx?id=_SF_links
Tintelijn	http://www.tintelijn.be/component/option,com_weblinks/catid,15/Itemid,32/
Velt	http://www.velt.be/joomla/index.php?option=com_content&task=view&id=837&Itemid=322
Vibe	http://www.vibe.be/agenda/
Vibe - zoekertjes	http://www.vibe.be/index.php/50/#lesgevers
Vibe - nieuwsbrief	http://www.vibe.be/leden/nieuwsbrief.php/3
Vibe - persbericht	http://www.vibe.be/prikbord/persberichten/detail.php?id=72
Vibe - links	http://www.vibe.be/index.php/55/
Vibe- jobs	http://www.vibe.be/index.php/49/
Vibe- vorming aanvragen	http://www.vibe.be/index.php/74/
VOB	http://www.vob-ond.be/Nieuw.html
Word wat je wil	http://www.wordwatjewil.be/page/451.aspx

Labels

Nederlands

Visie: 04/04/08 artikel: kopen volgens etiquette

website Radio 1: 27/03/08

Triodos Magazine

<http://www.knack.be/weekend/nl/news/articles/a6462-article.jsp>

<http://www.hln.be/hln/nl/957/Belgie/article/detail/169547/2008/02/13/Labelinfo-be-geeft-uitleg-over-productlabels.dhtml>

<http://www.demorgen.be/dm/nl/989/Binnenland/article/detail/169547/2008/02/13/Labelinfo-be-geeft-uitleg-over-productlabels.dhtml>

<http://www.velt.be/Joomla/index.php>

http://www.socius.be/?action=nieuws_detail&nieuws=907&titel=Lancering+online+databank+over+productlabels&thema=129

<http://www.commsa.be/> (klik op Creative Award 2007)

<http://www.acw.be/content/view/1279/>

http://www.prettiggeleerd.be/index_socius.php

<http://www.vormingplusbrugge.be/icms/web/php/index.php>

<http://www.socialeconomie.be/homepage.aspx>

<http://new.trends.be/nl/index.jsp>

Frans

http://www.lecho.be/article/Infolabel.be_aide_les_consommateurs_a_dechiffrer_les_labels.6275220

<http://www.arte.tv/fr/recherche/1926278.html> (en savoir plus)

<http://www.befair.be/>

Website Netwerk Bewust Verbruiken vzw

Artikels/advertenties/persbericht	Datum	Mediatype
Biotheek Netknipsels 241	15/05/08	
CVN krant, 38ste jaargang nr. 2	april – mei – juni 2008	
Goed Gevoel	juli 2008	
Zone 03	11/06/08	
Zone@BXL	18/06/08	
Zone 09	24/06/08	artikel: afvalzak op dieet
PIME-nieuwsbrief	september 2008	
Wegwijs in het netwerk Natuur en Milieu West-Vlaanderen	2008	
Tapas – magazine voor sp.a leden	nr. 6	
http://www.socius.be/?action=nieuws_detail&nieuws=1032&titel=www.bewustverbruiken.be%2C+jouw+gids+om+duurzaam+te+consumeren&thema=129		
http://www.emis.vito.be/index.cfm?PageID=359&BNews_ID=263		
http://www.lne.be/doelgroepen/consumenten/nme-volwassenen		
http://www.duurzame-info.be/durable.cgi?taal=_nl&doelpubliek=publiek&id_teksten=3510		



[BIJLAGE 3]

Overzicht doelstellingen en acties NBV beleidsperiode 2005 - 2010

(SD = Strategische doelstelling, OD = Operationele doelstelling)

SD 1: Netwerking omtrent bewust verbruiken

OD 1: Investeren in netwerking

- Actie 1: Het NBV is permanent alert voor nieuwe samenwerkingsmogelijkheden (zowel met lid-, niet-lid- als buitenlandse organisaties), het secretariaat stimuleert leden om samenwerkingsvoorstellen te doen en doet zelf suggesties.
- Actie 2: Organisaties worden uitgenodigd tot overleg op diverse vergaderingen. NBV streeft naar minstens 2 Algemene Vergaderingen en minstens 5 bestuursvergaderingen per jaar.
- Actie 3: Het gebruik van diverse instrumenten voor uitwisseling tussen netwerkleden wordt voortgezet.
- Actie 4: Erover waken dat bij alle activiteiten die door NBV worden opgezet, meerdere netwerkpartners (minimaal 2) betrokken worden, waarvan minstens 1 lidorganisatie.
- Actie 5: Alle netwerkleden worden op de hoogte gehouden van initiatieven die het NBV opzet, zodat iedereen de kans heeft om een inbreng te doen, mee te werken of mee te denken.
- Actie 6: Nadenken over hoe om te gaan met cultuurverschillen tussen diverse bewegingen (vb. milieu- vs. N/Z-beweging vs. consumentenorganisaties) binnen het NBV.

OD 2: Nieuwe netwerkmethodieken ontwikkelen

- Actie 7: Lidorganisaties bevragen over een evaluatie van de huidige middelen waarmee aan netwerking gedaan wordt.
- Actie 8: Indien nodig nieuwe middelen uitwerken, testen en opnemen in het jaarprogramma.

SD 2: Campagnes en projecten omtrent bewust verbruiken

OD 3: Gezamenlijke campagnes omtrent bewust verbruiken stimuleren en faciliteren

- Actie 9: Campagnes omtrent bewust verbruiken opzetten. Het NBV voert 1 campagne in 2005 en streeft ernaar minstens 2 campagnes te voeren vanaf 2006.
- Actie 10: Grootchalige campagne met duidelijke taakafspraken voorbereiden en voeren. Minstens één voorbereiden en starten in 2009.
- Actie 11: Nieuwe campagnemethodieken uitdenken en ontwikkelen die mensen effectief aanzetten tot gedragsverandering. Minstens 1 nieuwe methodiek per campagne uittesten.

OD 4: Gezamenlijke projecten omtrent bewust verbruiken stimuleren en faciliteren

- Actie 12: Het NBV zal zoveel mogelijk gezamenlijke projecten stimuleren en faciliteren. Minstens 1 project in 2005 en vanaf 2006 in stijgende lijn.
- Actie 13: Gemeenschappelijke werking opzetten omtrent nieuwe thema's of lidorganisaties stimuleren om hierin actief te zijn. Eerst inventariseren welke deze zijn.
- Actie 14: Thematische discussiewerkshops inrichten voor lidorganisaties met het oog op uitwisseling van standpunten.

OD 5: Het thema bewust verbruiken op de maatschappelijke en politieke agenda houden

- Actie 15: De media tot partner maken: mediagenieke acties voeren, aantrekkelijke persberichten schrijven, persconferenties voeren, persbeleid op maat opstellen, duurzame relaties met journalisten, nieuwsdiensten, redacties ontwikkelen, medewerking van BV's,...
- Actie 16: Visie dat bewust verbruiken kan bijdragen tot werkgelegenheid ontwikkelen en verspreiden.
- Actie 17: Onderzoeken hoe het NBV kan aansluiten bij het meerwaardenbesluit van de minister van Tewerkstelling (omtrent meerwaardeneconomie).

OD 6: Nieuwe doelgroepen bereiken

- Actie 18: Gemeenschappelijke werking gericht op consumenten verder uitwerken.
- Actie 19: Evenwichtige doelgroepbenadering: in projecten/campagnes rekening houden met doelgroepen ouderen, jongeren, kansarmen, vrouwen, met de steeds kleiner wordende gezinnen, met de groeiende groep mensen die op zoek is naar 'een goed gevoel',...
- Actie 20: Gemeenschappelijke werking omtrent bedrijven (producenten en distributie) opzetten.
- Actie 21: Gemeenschappelijke werking omtrent overheid als consument opzetten
- Actie 22: Werking voor (lid)organisaties als consumenten uitwerken.

OD 7: Voorstellen uitwerken om knelpunten voor bewust verbruiken weg te werken

- Actie 23: Consumentenonderzoek stimuleren en inventariseren.
- Actie 24: Inventariseren waarover de consumenten te weinig informatie ter beschikking heeft.
- Actie 25: Gemeenschappelijke inventaris maken in 2007-2008 van (nieuwe en bestaande) instrumenten om bewust verbruiken te bevorderen.
- Actie 26: Overleg met bedrijfssectoren, overheden, socio-culturele organisaties, ... over knelpunten en mogelijkheden voor bewust consumeren.

SD 3: Informatie over bewust verbruiken verspreiden

OD 8: NBV profileert zich als hét informatiepunt voor wat betreft bewust verbruiken

- Actie 27: NBV als centraal infopunt verder vorm geven. De rol die het NBV op dit vlak speelt wordt doorheen de jaren van de beleidsperiode 2005-2009 steeds groter.
- Actie 28: Website als startpagina voor al wie op zoek is naar info over bewust verbruiken verder ontwikkelen.
- Actie 29: Het NBV zal de inventaris van bronnen voor bewust verbruiken verder ontwikkelen en actualiseren.
- Actie 30: Veelgestelde vragen worden op de website opgevangen, via het discussieforum en de uitbouw van een FAQ-lijst.
- Actie 31: Onderzoeken of en hoe het NBV naar de buitenwereld toe kan functioneren als een soort van 'eerstelijns hulp'.
- Actie 32: Nagaan of een gemeenschappelijke standenwerking of een gezamenlijke standjesmarkt gewenst is en zo ja, dit opnieuw opnemen en uitwerken (inventaris interessante stands, taakverdeling, kostenverdeling, werkwijze,...).
- Actie 33: De wenselijkheid nagaan van de integratie van informatiedragers van lidorganisaties met elkaar en met informatiedragers van het NBV (vb. discussieforum, elektronische nieuwsbrief, tijdschriften,...), artikelen aanleveren voor in elkaars tijdschriften en hoe dit best te organiseren.

OD 9: Voorzien in informatie-uitwisseling over bewust verbruiken op diverse niveaus

- Actie 34: Door middel van een elektronische nieuwsbrief met archivering van berichten op de website zorgt het NBV voor een vlotte toegankelijkheid van persberichten, onderzoeksresultaten, aankondigingen van activiteiten, nieuwe websites, publicaties, weetjes, interviews, campagnes, petities en standpunten,...
- Actie 35: Het NBV blijft gebruik maken van de interne mailinglijsten voor bestuurders, diverse werkgroepen, leden in het algemeen,...
- Actie 36: Kwaliteitsvolle informatiebrochures maken. De voorgaande brochures grondig evalueren.

OD 10: Nieuwe instrumenten voor informatie-uitwisseling ontwikkelen

- Actie 37: De huidige instrumenten (website, mailinglijsten, discussieforum, brochures) worden aan een grondige evaluatie onderworpen.
- Actie 38: Er worden suggesties verzameld voor nieuwe instrumenten en de meest zinnige / haalbare worden uitgewerkt.

SD 4: Kwaliteitsvolle partner worden

OD 11: Werken aan een evenwichtig ledenbestand met ruime impact op het gebied van bewust verbruiken

- Actie 39: Meer investeren in het betrekken van consumenten-, N-Z en socio-culturele organisaties.
- Actie 40: Gesprekken met nieuwe of potentiële lidorganisaties of wanneer de contactpersoon er vervangen wordt (soort aanwezigheidspolitiek).
- Actie 41: Analyse van het ledenbestand met oog op evenwicht inzake thema's en aard van de organisatie (gewicht en grootte).
- Actie 42: Wervingsbeleid voor nieuwe leden ontwikkelen en uitvoeren. NBV streeft ernaar dat tegen 2009 minstens 8 nieuwe organisaties lid zijn geworden.
- Actie 43: Rol van bedrijven in het NBV uitklaren via discussie op RvB en in AV.

OD 12: Organisaties motiveren tot engagement

- Actie 44: Organisaties beter betrekken bij projecten & campagnes. Verspreid over alle projecten & campagnes minstens 10 lidorganisaties in 2005, in stijgende lijn nadien.
- Actie 45: Oog hebben en het ondernemen van stappen voor een aangename omkadering en aantrekkelijke uitstraling.

OD 13: NBV bestrijkt het volledige gebied van bewust verbruiken en integreert de diverse deelthema's

- Actie 46: Zowel bij het uitdenken van nieuwe activiteiten, projecten en campagnes als bij het uitvoeren ervan wordt gewaakt over dit evenwicht in thema's.
- Actie 47: Waken over de diversiteit aan activiteiten, campagnes en projecten zodat verschillende thema's naast elkaar aan bod komen en verschillende lidorganisaties betrokken worden.

OD 14: NBV investeert in duidelijke profilering en naambekendheid.

- Actie 48: Eigen secretariaat inrichten en communiceren als vaste stek naar de buitenwereld toe.
- Actie 49: Ons profiel en de meerwaarde ervan binnen diverse bewegingen (consumenten, sociale economie, milieu, derdewereld,...) duidelijk maken. Discussie over de wenselijkheid van workshops/uitwisselingsdagen.
- Actie 50: NBV stelt in 2005 een communicatieplan met heldere timing en opsomming van communicatiemiddelen en -kanalen.
- Actie 51: Communicatieplan uitvoeren
- Actie 52: Platformtekst herwerken.

OD 15: NBV wordt de gesprekspartner van de overheid inzake bewust verbruiken

- Actie 53: Lijst opstellen van sleutelfiguren binnen de lokale, Vlaamse en Federale overheid (in 2007)
- Actie 54: Sleutelfiguren informeren, betrekken en mee afspreken.

OD 16: Rol van het NBV in beleidswerking omtrent bewust verbruiken uitklaren

- Actie 55: Discussie voeren en beslissen over of het NBV zijn politiek draagvlak moet verbreden en aansluiting zoeken bij democratische politieke actoren.
- Actie 56: Discussie voeren en beslissen over of het NBV aansluiting moet zoeken bij Europese koepels/netwerken en bij verwante Europese organisaties.

OD 17: Sociaal draagvlak verbreden

- Actie 57: Contacten leggen en onderhouden met actoren uit de socio-culturele sector, consumenten-, vak-, N-Z-, milieubeweging,...

SD 5: Professionalisering interne werking

OD 18: Financiering voor de werking bekomen

- Actie 59: Financiering zoeken voor campagnes en projecten. Minstens 3 projectvoorstellen per jaar en dit aantal verhoogt naar het einde van de beleidsperiode toe.

OD 19: Werken aan lange termijnplanning

- Actie 60: Meerjarige beleidsplannen opstellen en deze jaarlijks verder invullen.
- Actie 61: Nagaan of lidorganisaties en andere partners hun lange termijnplanning willen uitwisselen in functie van een gezamenlijke werking.
- Actie 62: Jaarlijks aftoetsen van missie en afgeleide doelstellingen op AV.

OD 20: Interne werking van NBV als vereniging

- Actie 63: Regelmatig 'bilateraal' overleg tussen het secretariaat en netwerkleden.
- Actie 64: Uiteenzetting over beleidsplan en jaarplan op Algemene Vergadering.
- Actie 65: Overleg met specifieke lidorganisaties met het oog op heldere taakverdeling en identiteitsafbakening.
- Actie 66: Huishoudelijk reglement, statuten, intentieverklaring (laten) doorlichten en aanpassen in 2006.
- Actie 67: Evaluatie in 2005 van de rol van de verschillende 'geledingen' (beheerders, coördinator, voorzitter, AV,...), maken van heldere en haalbare taakafspraken.
- Actie 68: Bij gezamenlijke projecten en campagnes goede afspraken maken over verdeling van taken, inkomsten en uitgaven. Standaarddocument ontwerpen.

OD 21: Kwaliteitsbewaking

- Actie 69: Het NBV zal instrumenten uitwerken om aan kwaliteitsbewaking te doen.
- Actie 70: Evalueren en leren van ervaringen met betrekking tot campagnes & projecten.

OD 22: Personeelsbeleid vorm geven

- Actie 71: Er wordt documentatie over personeelsbeleid opgevraagd.
- Actie 72: Er wordt een personeelsbeleid uitgewerkt.
- Actie 73: Arbeidsreglement en/of handleiding voor medewerkers opstellen

OD 23: Vrijwilligersbeleid opzetten

- Actie 74: Uitzoeken hoe het NBV vrijwilligers kan werven en contacten leggen met steunpunten voor vrijwilligerswerk
- Actie 76: Afsprakennota voor vrijwilligers verfijnen.
- Actie 77: (Nieuwe) vrijwilligers aantrekken en behouden.