

Meerjarenplan 2017 - 2021



GOODPLANET.be

Foto cover:
©Yann Arthus Bertrand/ Altitude
Barrier reef, Queensland, Australia (16°55' S, 146°03' E)



GOODPLANET.be

GoodPlanet Belgium vzw

Edinburgstraat 26

1050 Brussel

T +32 (0)2 893 08 08

F +32 (0)2 893 08 01

info@goodplanet.be

www.goodplanet.be

Colofon

Redactie: Jo Van Cauwenberge, Peter Hulpiau, Kris Van Ingelghem, Ellen De Bock, Fanny Leroy en Séverine Hervé, in samenwerking met het volledige GoodPlanet-team

Eindredactie: Jo Van Cauwenberge, Ellen De Bock en Fanny Leroy

Vormgeving: Silke Janssens

Foto's: Yann Arthus-Bertrand, Dieter Telemans, Stéfanne Prijot, Fanny Leroy en anderen

Voor vragen en opmerkingen bij dit beleidsplan kan je terecht bij:
Jo Van Cauwenberge, directeur, j.vancauwenberge@goodplanet.be



Voorwoord



Bart Devos



Jo Van Cauwenberge

Beste GoodFriend, beste stakeholder, beste geïnteresseerde lezer,

Alvorens je mee te nemen op verkenning van wat wij samen met jou willen verwezenlijken in de komende 5 jaar, wensen wij iedereen te bedanken voor zijn of haar bijdrage aan het verhaal en de geschiedenis van GoodPlanet. Het is dankzij een diverse, creatieve en gedreven groep mensen (partners, teamleden, leden en bestuurders) dat GoodPlanet sinds 1997 groeit, en daarbij steeds verder zijn impact vergroot, zijn visie verruimt en zijn missie scherpstelt. Volgend jaar biedt onze 20ste verjaardag een uitgelezen kans om terug te blikken op 20 jaar impact, 20 jaar lessen leren, en 20 jaar boeiende partnerschappen.

Een 20ste verjaardag betekent ook een nieuwe voordeur. Tijd om na te denken over de maatschappij waarin wij opereren, de rol die wij in die maatschappij kunnen en willen spelen en de uitdagingen die zich daarbij stellen. GoodPlanet is rotsvast overtuigd om de komende jaren meer dan ooit te investeren in nieuwe partnerschappen, samenwerking met privé-sector en een groter aanbod naar het brede publiek toe. Bij deze nodigen we jou alvast uit om als ‘GoodFriend’ toe te treden tot ons netwerk van ambassadeurs die samen met het GoodPlanet-team de mensen rondom hen willen inspireren tot een duurzame levensstijl, in de eerste plaats door zelf duurzamer te leven. Door anderen te inspireren met eigen positieve acties worden GoodFriends een inherente schakel in de GoodPlanet-familie. Onze samenwerking met bedrijven en organisaties draagt niet alleen bij tot een duurzamere bedrijfs sfeer, maar laat ook toe om werknemers op de werkvloer te sensibiliseren en zo onze impact nog meer te vergroten.

Deze aandacht voor samenwerking met bedrijven en groot publiek doet niet af aan ons bondgenootschap met de jonge generaties. De jonge generaties zijn degene die wij op grote schaal op een positieve manier willen aanzetten tot duurzame keuzes. Meer nog dan jonge generaties sensibiliseren, willen wij jongeren ook zelf kansen geven om over te gaan tot actie en participatie, onder andere via intergenerationele samenwerking. Zelfs binnen de eigen organisatie geven we concrete uiting aan die ingesteldheid. Het is met veel plezier en overtuiging dat wij zelf, ondergetekenden, daar een voorbeeld van zijn.

Educatie rond duurzame ontwikkeling zal alleen maar in belang toenemen, als we als maatschappij de Duurzame Ontwikkelingsdoelstellingen tegen 2030 willen verwezenlijken. Educatie rond duurzame ontwikkeling heeft het potentieel om elk individu te inspireren en te mobiliseren, in het licht van uitdagingen die we enkel het hoofd kunnen bieden door samenwerking tussen alle stakeholders en wanneer iedereen bijdraagt.

Hopelijk tot ergens ‘on the road’,

Bart Devos, voorzitter
en
Jo Van Cauwenberge, directeur

Inhoudstafel

Voorwoord

Inhoudstafel

Zo kwam dit meerjarenplan tot stand

1. Dit is GoodPlanet

- 1.1 Missie
- 1.2 Visietekst
- 1.3 Kernwaarden

2. GoodPlanet als organisatie

- 2.1 1997-2017: 20 jaar educatie voor duurzame ontwikkeling
- 2.2 Interne en bestuurlijke organisatie

3. Zo positioneren wij ons in 2017-2021

- 3.1 Systeembenadering
- 3.2 Sustainable Development Goals
- 3.3 Prioritaire thema's
- 3.4 Permanente thema's
- 3.5 Aandachtsvelden
- 3.6 Actieniveaus en beoogde impact
- 3.7 Doelgroepen
- 3.8 Werking en methodieken per doelgroep

4. Strategische en operationele doelstellingen 2017-2021

4.1 Strategische doelstelling 1

GoodPlanet stelt kinderen en jongeren via de schoolomgeving in staat om zelf op een kritische manier bewuste, duurzame keuzes te maken en uit te dragen.

4.2 Strategische doelstelling 2

GoodPlanet inspireert en begeleidt werknemers om duurzame transities in de werkomgeving te versnellen.

4.3 Strategische doelstelling 3

GoodPlanet inspireert en motiveert jong en oud in hun leefomgeving en tijdens hun vrije tijd om duurzaam samen te leven met elkaar en met de natuur.

4.4 Strategische doelstelling 4

GoodPlanet is een gekende, warme en financieel gezonde organisatie.

5. Financiering

Zo kwam dit meerjarenplan tot stand

Het meest recente meerjarenplan (2010-2015) was permanent in ontwikkeling naar aanloop van een nieuw plan 2016-2021, aangepast aan onze sterk gegroeide organisatie: van 3 medewerkers bij de opstart in 1997 naar 58 medewerkers eind 2016 (44,70 VTE).

Om deze groei op een efficiënte manier op te vangen en de organisatie verder te ontplooiën, was er nood aan professionalisering op het vlak van administratieve en financiële diensten en personeelsbeleid. Ook het feit dat we ons als organisatie meer internationaal oriënteren, brengt een gewijzigde wetgeving en andere regels met zich mee.

GoodPlanet draagt participatie hoog in het vaandel. Die visie willen we ook intern waarmaken.

Eind 2012 startten we een participatief proces volgens de methodiek *appreciative inquiry* (waarderende aanpak) met het voltallig team en de leden van de raad van bestuur. Doelstelling: de organisatie als geheel in al zijn dimensies onder de loep te nemen. Uit de input van die brainstormdag vloeide een intern reorganisatietraject met 6 werven voort. Deze reorganisatie werd procesmatig aangepakt: we stelden een stappenplan en timing op. Het geheel werd bovendien overschouwd door een participatief samengestelde stuurgroep met multivertegenwoordiging: 2 bestuurders, 2 leden van het directiecomité, 2 vertegenwoordigers van het team en voorgezeten door een onafhankelijk persoon, namelijk Danny Jacobs, directeur Bond Beter Leefmilieu. Deze stuurgroep kreeg de volgende mandaten:

- begeleidingscomité voor het geheel van de 6 werven
- coördinatie tussen de werven en de raad van bestuur hierover adviseren
- groeperen van de resultaten van alle werven in een globaal missie-visie-waarden-strategie-document

WERF 1: administratie, boekhouding, financieel beheer en btw

Deze werf werd voornamelijk gedragen door de raad van bestuur. Hiervoor trokken we als organisatie bewust bestuurders aan met nuttige ervaring, bijvoorbeeld inzake het financieel beheer van bedrijven of juridische aspecten. Concrete resultaten? Wettelijk gezien zijn we (nog) niet verplicht tot het organiseren van overlegorganen. Toch doen we dit al proactief. Zo stelden we naar het voorbeeld van Bond Beter Leefmilieu een HR-raad samen. Deze raad stelde in een latere fase van werf 1 een tevredenheidsenquête op. De bevindingen leidden tot een specifieke strategische doelstelling rond welzijn op het werk.

WERF 2: organisatiestructuur- en cultuur

We gingen van start via een verkennend gesprek met federatie Bond Beter Leefmilieu. Zij raadden ons vanuit hun eigen positieve ervaringen aan om met WIVO samen te werken. Zij werken volgens dezelfde filosofie als GoodPlanet, namelijk de idee dat de medewerkers het hart en de echte kracht van de organisatie zijn. Samen met CFIP (centrum voor psychosociologische interventie en opleiding) gingen we cocreatief aan de slag met werf 2.

Fase 1: organisatietype en -structuur

In een eerste fase rond organisatiesociologie zochten we uit welk type organisatie GoodPlanet is volgens de methodiek Quinn en Cameron. Uit deze oefening bleek dat onze adhocratiecultuur een grote sterkte is. Via de reorganisatie wilden we dan ook vooral inzetten op verdere versterking van de andere cultuurtypes om te evolueren naar een evenwichtige organisatie. Een organisatie die aandacht heeft voor zowel haar extern imago en identiteit, als een klantgerichte houding naar haar doelgroepen toe. Maar ook een organisatie die mensen en middelen efficiënt wil inzetten. Hierbij denken we niet alleen aan dagdagelijkse efficiëntie. We kijken verder naar het welzijn van alle werknemers op lange termijn. Er werd een aanzet gegeven tot een meerjarenstrategie met als resultaat een samenvattend A3-plan. We namen de organisatiestructuur onder de loep en concretiseerden de bevindingen in een nieuw organigram met begeleidende organisatienota. Het volledige team werd betrokken bij de zoektocht naar de competenties die bij onze functies horen. Hiervoor speelden we per functie een bordspel met collega's die de functie uitoefenen en collega's die rechtstreeks of onrechtstreeks samenwerken met deze functie. Na de uitwerking van competentieprofielen per functie werd eveneens de basis gelegd voor functiebeschrijvingen.

Fase 2: organisatiecultuur

In een tweede fase merkten we dat we eigenlijk nog dieper in wilden gaan op de organisatiecultuur en meer bepaald de waarden van onze organisatie. We startten een participatief traject om de waarden te definiëren en te beschrijven aan de hand van concrete gedragingen die een bepaalde waarde uitdragen of net schaden. Bij deze denkoefening werd ons team

begeleid door coach Pascal Renders, dankzij de steun van Lunt Foundation. Na afronding van dit traject namen we de waarden van GoodPlanet mee op in de globale oefening rond missie-visie-waarden-strategie.

WERF 3: logistiek

De implementatie van ICT binnen GoodPlanet werd geoptimaliseerd, met als doel beter en efficiënter samenwerken. Hiervoor maakten we de omschakeling naar een toegankelijk systeem (Sharepoint) en ICT-oplossingen in de cloud. Belangrijke aspecten van deze omschakeling waren het (letterlijk) orde op zaken stellen, website-onderdelen uniformiseren en de uitbouw van een CRM-systeem (Customer Relationship Management).

Ook de stockageruimte en het archief van GoodPlanet werden aangepakt met als doel de beschikbare ruimte optimaal te benutten.

WERF 4: communicatie

Tot begin 2014 had GoodPlanet geen middelen voor een communicatieteam. De webmaster was de enige met een horizontale communicatiefunctie. Vanaf 2014 werd er een deeltijdse Nederlandstalige communicatiemedewerker aangesteld. Later werd het communicatieteam uitgebreid met een Franstalige communicatiemedewerker, medewerker pr & fundraising, grafisch vormgever en medewerker audiovisuele communicatie. De bewuste keuze om in te zetten op communicatie en de ambitie om de organisatie achter onze projecten naar voor te schuiven vertaalde zich in een strategisch plan voor externe communicatie. Deze denkoefening werd begeleid door coach Jean-Marc Petit, dankzij de steun van Lunt Foundation. De positieve evolutie op het vlak van externe communicatie zorgde ook

voor een opfrissing van de interne communicatie. Er werd een nieuw cocreatief concept uitgedacht voor de maandelijkse teamvergadering met als doel efficiënter overleg en optimale uitwisseling. Geïnspireerd door Bond Beter Leefmilieu lanceerden we ‘GoodNews’, een tweewekelijkse interne nieuwsbrief waarmee we in grote lijnen communiceren over onze algemene werking (bijvoorbeeld communicatie of personeelsbeleid) en het reilen en zeilen van onze projecten.

WERF 5 + 6: draagvlakverbreding en fondsenwerving

Tijdens de zomer van 2013 consulteerde GoodPlanet stakeholders en deskundigen inzake fondsenwerving:

- * Médéric Jacottin, fondsenwerfer bij de GoodPlanet Foundation in Frankrijk
- * Cédric du Monceau, meer dan tien jaar algemeen directeur bij WWF Frankrijk en voorzitter van ons voormalig fonds in de schoot van de Koning Boudewijnstichting
- * Ludwig Forest, filantropiemanager van de Koning Boudewijnstichting
- * Ilja De Coster, senior consultant fundraising
- * Etienne Verbist, Belgisch expert crowdfunding
- * Ann Vandenhende, CSR-manager bij Spadel, en Philippe Deconink, CSR-specialist bij Proximus, om dit gegeven vanuit de visie van onze bedrijfspartners te beschouwen
- * EVPA, European Venture Philanthropy Association

Op basis van deze consultatieronde trokken we enkele belangrijke conclusies. GoodPlanet zal in de toekomst wat betreft fondsenwerving focussen op samenwerking met ‘venture filantropen’. Op middellange termijn willen we een giften- en legatenbeleid ontwikkelen. Daarnaast willen we verder inzetten op echte partnerschappen met bedrijven: geen mecenaat, maar een win-win-samenwerking op lange termijn. Tot slot willen we verder inzetten op samenwerking met lokale besturen en opnieuw inzetten op Europese fondsen.

Wat betreft onze financiële structuur willen we blijven inzetten op publiek-private samenwerkingen. Co-funding vinden we een belangrijk principe. Op termijn willen we eigen middelen vergaren die we ook kunnen gebruiken om nieuwe impulsen te geven in de maatschappij in het kader van duurzame ontwikkeling. Hierbij is en blijft het onze ambitie om de opbrengst die uit deze samenwerkingen voortvloeit te herinvesteren in projecten met maatschappelijke meerwaarde.

1. Dit is GoodPlanet

1.1 Missie

GoodPlanet inspireert jong en oud om een duurzame samenleving te realiseren, door positieve acties te ondernemen en expertise te delen.

1.2 Visietekst - Zo bouwen wij mee aan een duurzame toekomst

GoodPlanet is ervan overtuigd dat iedereen bewust kan handelen om een economisch efficiënte, maatschappelijk rechtvaardige en ecologisch volhoudbare ontwikkeling te garanderen. Voor de huidige en voor de toekomstige generaties.

We geloven dat educatie een rol van primordiaal belang speelt bij transitieprocessen. Educatie doet mensen inzien waarom een bepaalde transitie noodzakelijk is, welke rol zij daarbij kunnen spelen en hoe de (technische) ingrepen en veranderingen geïmplementeerd zullen worden. Hoe meer bewustwording, hoe meer gedragsverandering, hoe meer impact in de maatschappij. We stemmen onze programma's dan ook optimaal af op effectieve gedragsverandering.

We verruimen het referentiekader van onze doelgroepen door kennis op een creatieve en positieve manier te verspreiden. Via onze projecten maken we de ideeën achter duurzame ontwikkeling concreet en aantrekkelijk. Hierbij focussen we op een oplossingsgerichte, hoopvolle boodschap. We staan open voor dialoog en benaderen elke ‘andere’ met openheid van geest. We inspireren en stimuleren onze doelgroepen om deze acties samen met anderen in de praktijk te brengen, zonder hun autonomie en keuzevrijheid uit het oog te verliezen. Zo creëren we een dynamiek van inspiratie en actie met als uiteindelijk doel een bottom-up beleidsbeïnvloeding. We werken



in de eerste plaats met kinderen en jongeren in de schoolomgeving. We valoriseren deze expertise en we verzekeren de continuïteit van onze boodschap en acties door ons actieterrein (stap voor stap) te verbreden naar volwassenen in de werkomgeving en gezinnen/families in hun leefomgeving.

GoodPlanet is een warme organisatie met een duidelijke en transparante structuur waar medewerkers zich met passie inzetten en hun talenten ontplooiën. Ze zijn betrokken bij de organisatie en de besluitvorming. GoodPlanet is op financieel vlak een gezonde en onafhankelijke organisatie met respect voor zijn ethische code.

1.3 Kernwaarden

Gedeelde waarden vormen de kern van de organisatiecultuur. Ze zorgen ervoor dat medewerkers weten welk gedrag van hen wordt verlangd én maken duidelijk aan de buitenwereld waar de organisatie voor staat.

GoodPlanet verbindt

We geloven in de kracht van samen goede dingen doen. Verbondenheid is een belangrijk begrip voor GoodPlanet, zowel wat betreft onze interne werking als de manier waarop we met onze doelgroepen werken. We willen niet alleen mensen met elkaar verbinden, maar ook mensen opnieuw meer met de natuur verbinden.

“GoodPlanet zet in op synergiën met collega’s uit de milieubeweging. Een concreet voorbeeld is onze samenwerking met BOS+ in het kader van de recente projecten ‘De Boom In/Bosquets’ en ‘Olie drijft boven’. De doelstellingen en werking van GoodPlanet en BOS+ zijn niet volledig dezelfde en er wordt vanuit een verschillende context gewerkt. Binnen het samenwerkingsverband brengen wij de ervaring met het werken met de doelgroep aan, net als onze kennis van methodieken om deze doelgroep aan te spreken, ons uitgebreide scholennetwerk en onze expertise m.b.t. het thema duurzaamheid. BOS+ brengt kennis over specifieke bosthema’s aan, zoals de impact van olieontginning in de context van tropisch bos.”

Sara Stuyck – project manager



GoodPlanet is open van geest

GoodPlanet wil een toegankelijke organisatie zijn die open staat voor dialoog en uitwisseling van mening. We benaderen elke ‘andere’ dan ook met openheid van geest, zetten eventuele vooroordelen opzij en stellen ons oordeel uit. Binnen onze relaties willen we ons opstellen als een organisatie die de ‘andere’ als gelijkwaardige partner ziet en openstaat voor een dialoog in de twee richtingen. We blijven hierbij bescheiden en schuiven onze mening niet naar voor als de enige waarheid. Met andere woorden: we willen ons opstellen als expert om samen met scholen, ondernemingen, overheden en andere partners nieuwe handelingsperspectieven voor duurzame ontwikkeling te ontdekken. We stimuleren onze doelgroep om die acties in de praktijk te brengen, maar we verliezen hierbij niet uit het oog dat de keuze bij hen ligt. We vinden het eveneens belangrijk om onze relaties regelmatig te evalueren zodat we ons ook ten volle bewust zijn van de houding van de andere.

GoodPlanet is positief en oplossingsgericht

Iedereen kan verandering teweegbrengen en zo bijdragen tot de transitie naar échte duurzaamheid. We zijn daarin ambitieus en hoopvol, maar ook realistisch. Hoopvol omdat we geloven in mensen. We gaan ervan uit dat – als alle randvoorwaarden vervuld zijn – mensen ook van nature voor duurzame oplossingen zullen kiezen. We zijn ervan overtuigd dat iedereen een eigen verantwoordelijkheid heeft en die ook kan en wil nemen op voorwaarde dat de juiste context aanwezig is door het gevoel van onmacht weg te nemen. GoodPlanet wil dan ook samen met haar doelgroepen werken aan toekomstbeelden op lange termijn en hen nieuwe ideeën laten ontdekken. Steeds met een positieve insteek en nooit met opgeheven vinger.



GoodPlanet is innovatief en creatief

GoodPlanet is een pionier binnen de sector en heeft ook de ambitie om die positie te blijven waarmaken. Daarom hecht GoodPlanet veel belang aan innovatie. Hierbij onderscheiden we verschillende aspecten: inhoudelijk, thematisch, methodologisch, doelgroepen/partners, werkterrein en technologieën/media (waaronder communicatiemiddelen). Een innovatief proces binnen onze organisatie kan top down (gestuurd vanuit het directiecomité) of bottom up (vanuit de medewerkers) zijn, al dan niet in samenwerking met andere actoren. Elk innovatief idee willen we onderwerpen aan een marktonderzoek om af te toetsen of dat idee levensvatbaar is. Is het antwoord ja, dan willen we alles op alles zetten om dat idee te laten uitgroeien tot een concept en in latere fase een project. Hiervoor is aanpassingsvermogen en flexibiliteit nodig. Ook bij onze doelgroepen willen we creativiteit stimuleren. Als actiegerichte organisatie ligt de focus op doen.

2. GoodPlanet als organisatie



“In de periode 2013-2015 startten we in het kader van het verbeterings-traject en de interne reorganisatie van GoodPlanet een traject op met een kerngroep - samengesteld als dwarsdoorsnede van de organisatie (op vlak van functie, taal, leeftijd, anciënniteit, geslacht, ...)”

De opdracht was om zowel de bestaande als de nog te realiseren of te versterken waarden te benoemen. Deze kernwaarden werden dus bepaald in overeenstemming met het volledige team en de raad van bestuur. Elke medewerker van GoodPlanet wordt verwacht deze waarden te respecteren en mee uit te dragen.”

Awa Zaré – management assistant en lid van de werkgroep ‘kernwaarden’

2.1 Van 1997 tot 2017: 20 jaar educatie voor duurzame ontwikkeling

GoodPlanet groeide uit van een kleine vzw met 3 deeltijdse krachten in 1997, naar een werking met 30 medewerkers tien jaar later in 2007, tot een organisatie met 58 werknemers en tientallen vrijwilligers in 2016. Bij de start hadden we 2 projecten, in 2007 waren dat er al 35 en in 2016 hebben we dat aantal bijna verdubbeld tot een zestigtal projecten. Jaarlijks sensibiliseren de educatief medewerkers 300.000 kinderen en jongeren in Vlaanderen. Als partner van bedrijven die actief hun maatschappelijke rol opnemen en via sensibiliserende acties naar een breed publiek bereiken we jaarlijks ook 50.000 volwassenen. We nemen je graag mee op reis langs enkele mijlpalen die onze organisatie mee vormgaven.

Voorgeschiedenis

In de jaren tachtig ontwikkelde William Stapp, professor biologie aan de universiteit van Michigan (VS), een methode waarbij zijn studenten makkelijk en snel kwaliteitsmetingen in rivierwater konden uitvoeren. Tegelijkertijd bracht hij jongeren samen die langs dezelfde waterloop woonden, vaak grensoverschrijdend. Hij wilde ze bewust maken van hun gedeelde identiteit.

In 1989 kwamen studenten, burgers, waterspecialisten, verantwoordelijken van ngo's, wetenschappers, bedrijven en politici uit achttien landen bij elkaar om ideeën en ervaringen over milieueducatie uit te wisselen. 'Water en waterlopen als verbindingselement' was de invalshoek.

Tijdens de gesprekken ontstond het internationale netwerk Global Rivers Environmental Education Network, afgekort tot GREEN. Enkele jaren later was het actief in 135 landen.

Dichter bij huis legde professor Louis De Backer (UCL) zich rond 1985 toe op de kwaliteit van het grondwater. Van 1987 tot 1991 onderzocht hij via duizenden kinderen van de Waalse Scouts zo'n 10.000 waterbronnen. Met een teststripje peilden ze naar het nitraatgehalte. In 1991-92 liet Bond Beter Leefmilieu zich inspireren door deze actie en werd het Bronnen-project opgezet in Vlaanderen met VVKSM en JNM. De werkwijze was zo eenvoudig dat WWF in 1993 besloot om het aan alle Belgische lagereschoolkinderen aan te bieden. Dit Bronnenproject trok de aandacht van het Internationale GREEN-netwerk en de bezielers ervan werden gevraagd om er een Europese conferentie rond op te zetten met onderwijsinstellingen, ngo's, wetenschappers en beleidsverantwoordelijken uit heel Europa, Brazilië, de Verenigde Staten, Marokko ...

Professor Louis De Backer en Jo Van Cauwenberge, die als stagiair bij Bond Beter Leefmilieu het Bronnenproject opstartte en vervolgens deze actie uitrolde voor WWF in de scholen, richtten samen met 21 collega's van Belgische universiteiten, ngo's en het bedrijfsleven de vzw GREEN Belgium op in november 1997. De vereniging werd oorspronkelijk opgericht om over een juridische entiteit te beschikken voor de organisatie van de Europese conferentie 'Education for a new water ethics' die in 1998 met steun van UNESCO in België werd georganiseerd. Hieruit groeiden de eerste GREEN-projecten.

1997: Oprichting van de vzw Global Rivers Environmental Education Network Belgium, afgekort tot GREEN Belgium.

In de statuten die tot de oprichting van de vzw geleid hebben stond al een verwijzing naar de drie pijlers van duurzame ontwikkeling. De milieu-problematiek systemisch bekijken zit echt in ons DNA.



“Sinds mensenheugenis worden waterlopen gezien als scheidinglijnen tussen mensen. Ik zie water echter net als een essentieel verbindingselement tussen individuen, gemeenschappen en culturen.”

Jo Van Cauwenberge – oprichter GREEN Belgium en directeur GoodPlanet Belgium

1998: Internationale GREEN-conferentie

In het Vlaamse NME-centrum De Helix kwamen van 23 tot 25 oktober 1998, 80 professionals samen uit 20 landen die een gemeenschappelijk doel hebben: water als verenigend thema gebruiken voor Educatie voor Duurzame Ontwikkeling. Uit het netwerk en de dynamiek van de conferentie ontstaan tal van nieuwe ideeën, waarvan meerdere kort daarna uitgroeien tot een volwaardig project:

- Water, een Brug tussen Noord en Zuid: uitwisselingsprogramma over twee jaar rond water waarbij GREEN Belgium 20 Belgische, 10 Burkinese en 10 Senegalese scholen begeleidt, in samenwerking met een erkende ontwikkelings-ngo.
- Het Belgisch Watermanifest: dit pleidooi om water te beschermen als een gemeenschappelijk goed stelt de notie 'toegang tot drinkbaar water als mensenrecht' centraal en verbindt milieueducatie rechtstreeks met de Noord-Zuid-problematiek.
- Big Jump: deze campagne maakt iedereen warm om mee te werken aan propere rivieren in Europa door een eenvoudige en toegankelijke symbolische actie: allen samen op hetzelfde moment in heel Europa in de rivier springen.



1999: Leven met de Maas en Schelde

Vanaf het schooljaar 1998-1999 loopt in Vlaanderen het project Leven met de Maas en Schelde. Laatstejaars van het secundair onderwijs uit het hele stroomgebied van onze twee grote rivieren werken aan een actie-onderzoek rond een lokaal waterthema. 400 jongeren met de meest inspirerende projecten uit Vlaanderen, Wallonië, Brussel en Nederland komen samen en wisselen hun ervaringen uit over duurzaam waterbeheer in hun stroomgebied.

Verder van huis, in het Zuid-Franse Espalion, organiseert GREEN samen met de ngo 'Solidarity Water Europe' het eerste Europees Jongerenparlement voor Water (naar een idee uit het Watermanifest) met 80 jongeren uit Europese 15 landen. Er is een sterke jongerendelegatie uit België aanwezig. Om doeltreffender te kunnen inzetten op een aantal specifieke doelstellingen worden *drie spin-off vzw's* opgericht met elk een specifiek doel.

NME-Link Brussel: Nederlandstalig netwerk van Brusselse NME-actoren. Ontstaat na een haalbaarheidsonderzoek in opdracht van de Koning Boudewijnstichting voor de oprichting van een publiek-private netwerk-organisatie rond NME en Educatie voor Duurzame Ontwikkeling in Vlaanderen én Brussel. In Vlaanderen neemt de overheid zelf het initiatief in handen. Voor de Nederlandstalige actoren in Brussel blijft er een noodzaak. Alle Brusselse en een aantal Vlaamse actoren sluiten zich aan bij het netwerk.

Huis voor Water en Leven: Samen met nog twee andere actoren die in Brussel educatieve projecten rond water en ethiek willen uitrollen (Delphus en Planète Vie) wordt een tweetalige vzw opgericht die de basis legt voor een educatief programma rond duurzaam waterbeheer voor Brussel: Waterklassen moeten de Brusselse jeugd de nodige kennis en vaardigheden aanreiken, het Brussels Jongerenparlement voor Water wordt voorbereid.

Belgische Vereniging voor het Wereldwatercontract: Een netwerk van tal van ngo's en andere maatschappelijke actoren, die samen, geïnspireerd door het Watermanifest van Riccardo Petrella, het Belgisch Watermanifest schrijven. Het is de bedoeling om dit manifest zoveel mogelijk bekend te maken in België en een groot aantal handtekeningen te verzamelen die op Rio+10 overhandigd werden aan de wereldleiders. De vzw werd voorgezeten door Z.K.H. Prins Laurent, het secretariaat werd waargenomen door GREEN.

2000: Millennium Young People's Congress

Naar aanleiding van de millenniumwissel wordt GREEN de Belgische partner van het 'Millennium Young People's Congress'. Er wordt samengewerkt met de biologie-olympiade en met het KBIN om een delegatie van 3 Belgische jongeren samen te stellen die hun ideeën over duurzame ontwikkeling mogen delen met jongeren van over heel de wereld in Honolulu, Hawaï. Meer dan 300 jongeren komen samen in het KBIN voor een denk- en doedag rond duurzame ontwikkeling.

2001: Van Bron tot Monding

Lancering van een eerste campagne rond water in de Belgische scholen. De scholen adopteren een stukje van een lokale waterloop, doen er wateronderzoek, brengen de schoonheid ervan en/of de problematiek in beeld via kunst en wisselen deze ervaringen uit via een digitaal platform en kaart. In vele scholen worden 'GREEN-teams' opgericht.

In Brussel wordt het eerste Brussels Jongerenparlement voor Water georganiseerd in het Brussels parlement.

Verder van huis in Barcs, in Hongarije, wordt het tweede Europees Jongerenparlement voor Water georganiseerd.

2002: Energie, mobiliteit en Rio +10

De klimaatverandering manifesteert zich steeds duidelijker. De aandacht voor de brede milieuproblematiek neemt toe. GREEN ontwikkelt tal van producten die aan die toenemende bezorgdheid tegemoetkomen en pakt sinds 2002 uit met nieuwe thema's: energie en klimaat, mobiliteit, duurzame consumptie en afvalbeheer, natuur en milieu.

Op vraag van ANRE (nu VEA) wordt een eerste educatief pakket ontwikkeld rond energie voor de lagere scholen. Achteraf volgen het secundair, beroeps- en technisch onderwijs.

De leerlingen en leerkrachten van de GREEN-teams komen op het einde van het schooljaar samen om ervaringen uit te wisselen. Ze vragen GREEN om werk te maken van een duurzamer afvalbeleid in hun scholen.

In Brussel start een pilootproject met als doel het woon-school verkeer te verduurzamen en veiliger te maken. Een initiatief van NME-Link Dit in drie wijken i.s.m. de mobiliteitsorganisaties (Pro Vélo, Cyclo, COREN, BRAL ...)

Verder van huis volgt de kers op de taart voor de Belgische Vereniging voor het Wereldwatercontract, die daarna ook ophoudt te bestaan. Samen met de Vlaamse en Waalse minister van Leefmilieu wordt een conferentie georganiseerd op Rio+10 in Johannesburg, waar meer dan 200.000 handtekeningen onder het Belgisch Watermanifest worden overhandigd aan het Zuid-Afrikaans voorzitterschap en tal van excellenties (o.a. Nelson Mandela en de Prins van Nederland vereren ons met hun bezoek).

2003: SPLASH

Geel is gaststad voor de 160 jongeren uit 29 landen die deelnemen aan SPLASH, het derde Europese Jongerenparlement voor Water. Samen met 200 Belgische jongeren spoort de delegatie met de speciaal ingelegde Splashtrein naar Brussel-Luxemburg voor een dialoog met Euro-parlementariërs en vertegenwoordigers van de Europese Commissie in het halfroond van het Europees Parlement.

2004: LABO in 904 klassen

Reeds in 2003 startte een overleg tussen GREEN, Fost Plus, Ovam en alle afvalintercommunales rond de uitwerking van een educatieve workshop met als rode draad de 'Ladder van Lansink', LABO (Leren Afval Beheren Op School) genaamd. Na een testfase wordt de workshop vanaf januari 2004 op grote schaal uitgerold in de Vlaamse lagere scholen. De balans op het einde van het jaar: 904 klassen of meer dan 18.000 kinderen gesensibiliseerd. Later werd het project uitgerold over heel België met de naam 'MIR' in het Frans (Module d'Initiation au Recyclage et à la gestion des déchets).

2005 Eerste Assemblée des Jeunes Wallons pour l'Environnement

Het democratisch project *Assemblée des Jeunes Wallons* pour l'Environnement gaat van start tijdens het schooljaar 2005-2006 en evolueert sindsdien constant. Om de twee jaar komen jongeren van de derde graad secundair onderwijs samen in een besluitvormingsorgaan (assemblée). Ze verdiepen zich in een thema van duurzame ontwikkeling en formuleren concrete voorstellen. Het daaropvolgend jaar focussen ze op de uitwerking van deze ideeën. Binnen dit project wordt er steeds samengewerkt met de bevoegde minister.

2005: GREENergy: energie sparen op school

De Morgen, 9 juni 2005

Scholen in de Westhoek besparen 139.000 euro op elektriciteitsfactuur

Toen de milieuvereniging GREEN een educatief project voor energiebesparing voorstelde, sprong het Veurnese Koninklijk Atheneum op de kar. De organisatie had middelen kunnen loswerken van het Electrabelfonds om met leerlingen in 22 scholen in België projecten op te starten.

Net als 21 andere scholen verspreid over België ondernamen de leerlingen van de 'voortrekkersklas' in het Veurnese atheneum nog tal van andere activiteiten: het potentieel voor energiebesparing opmeten in de keuken, het (sluip)verbruik meten van de elektrische toestellen op school, computers afzetten, een energiedebat met het gemeentebestuur.

In het totaal bespaarde de scholengemeenschap van de Westhoek in een jaar tijd maar liefst 139.000 euro. "Wij zijn in 2003 begonnen met de actie 'relighting' in de klaslokalen en bureaus van onze scholen", legt directeur Ronny Moureaux van de scholengroep uit. "De armaturen van de neonverlichting werden vervangen door een systeem met dubbele spiegels en digitale ontsteking, zodat er minder krachtige lampen in konden. Op andere plaatsen kwamen er spaarlampen. Directe besparing: 38 procent. We deden het uit financiële overwegingen, want door de vele landelijke scholen heeft de scholengemeenschap het financieel moeilijk. En het is belangrijk voor Kyoto."

2006: Een mobiel waterjaar

Op Wereldwaterdag (22 maart) start de tentoonstelling Troubled Waters in de Senaat in samenwerking met topfotograaf Dieter Telemans en de ngo Protos. Bij de tentoonstelling hoort ook een boek (waarvan er 3.000 exemplaren verdeeld worden) en een educatief pakket voor het secundair onderwijs (verspreid naar alle Belgische secundaire scholen).

De tweede zondag van juli is het eindelijk zo ver: de eerste volwaardige Big Jump in eigen land. GMF en BBL springen als eerste mee op de kar of beter in het water.

In samenwerking met de administratie Mobiel Brussel starten we een ambitieus programma rond Schoolvervoerplannen in de Brusselse scholen. 8 jaar later zal dit verankerd worden in het beleid.

2007: GREEN bestaat 10 jaar

Met de campagne Jongeren keren het klimaat (later GoodPlanet Actions en daarna GoodPlanet Challenges) maakt GREEN de slogan Act locally, think globally concreet: eenvoudige acties kunnen het verschil maken. Elk jaar gaan honderden scholen de uitdaging aan om op 5 actiedagen samen het tij te keren. De naam en het concept van dit project zijn ontstaan uit ideeën en voorstellen van de deelnemers aan de 'Assemblée des Jeunes Wallons pour l'Environnement'.

In juli 2007 verhuisde GREEN van de Koningsstraat naar de Antwerpselaan in hartje Brussel. Parallel werd de coöperatieve vennootschap 'Huis voor duurzame ontwikkeling' opgericht om de gezamenlijke aankoop van een gebouw aan de Naamsepoort voor te bereiden. GREEN zal daar eind 2008 of begin 2009 definitief intrekken.

Een eerste grondige reorganisatie volgt en leidt tot de opslorping van de twee resterende spin off vzw's NME-Link Brussel en Huis voor Water en Leven.

Het jaar wordt afgesloten met de viering van 10 jaar GREEN. 10 wijzen uit diverse sectoren (o.a. Riccardo Petrella, Dirk Draulans, Dirk Barrez, Nadine Gouzée en Benoît Derenne) geven punten op 10 jaar impact en delen hun visie voor de komende 10 jaar.

2008: Iso-Leren

Het project van het jaar wordt Iso-Leren. 30 scholen van het deeltijds, beroeps en technisch onderwijs, richtingen bouw en hout, engageren zich om hun laatstejaarsleerlingen op te leiden tot deskundige isoleer-krachten. Na een interne vorming verzorgd door VIBE, de Isolatieraad en de Bouw-unie, gaan onze educatief medewerkers de boer op om deze jongeren kennis te laten maken met de laatste isolatietechnieken en -materialen. De geleerde kennis en vaardigheden kunnen ze in de praktijk brengen in een werf. Ze gaan samen met hun leerkrachten en GREEN-coach het dak van een school of publiek gebouw isoleren. Later werd het project ook in Wallonië gelanceerd onder de naam 'Iso-Lidaire'.

2009: Waterdragers

1,1 miljard mensen hebben geen toegang tot drinkbaar water. Op Wereldwaterdag 2009 lanceert GREEN samen met partners uit heel Europa een grootschalige campagne om water te erkennen als fundamenteel mensenrecht. Een symbolische actie met meer dan 1000 jongeren aan het Atomium sluit de actie af.



2010: Strategie 2010-2015

Een intern participatief proces leidt tot een nieuwe strategie, deze keer voor het eerst voor een periode van 5 jaar. In al onze projecten laten we jongeren zoveel mogelijk zelf uitdagingen formuleren. Zo zijn ze meer geneigd tot gedragsverandering.



“In 2010 gaf ik me op voor een waterdebat in de senaat. Ik was toen 17 jaar. Niet zozeer het thema boeide mij, wel het feit dat het meisje op wie ik een oogje had ook zou deelnemen. Voor ik het wist maakte ik deel uit van de Belgische delegatie voor het Wereld Water Forum in Istanbul. Ik raakte enorm geboeid door water en werd in 2012 verkozen tot voorzitter van het

Wereld Jongerenparlement voor Water. Ondertussen heb ik een eigen organisatie die jongeren wereldwijd de kans geeft om drinkwaterprojecten op te richten in hun eigen regio. Dat ene debat, die ene kans die ik gekregen heb via GoodPlanet, heeft mijn leven enorm veranderd.”

Bart Devos – bestuurder GoodPlanet

2011: Fonds GoodPlanet en posterreeks Yann Arthus-Bertrand

GREEN en de GoodPlanet Foundation die gevestigd is in Parijs en opgericht door de Franse fotograaf Yann Arthus-Bertrand hebben goesting om samen te werken en richten een fonds op in de schoot van de Koning Boudewijnstichting op hun samenwerking concreet vorm te geven. Het eerste project is de ontwikkeling van een educatief pakket met 20 fotoposters van onder andere Yann Arthus-Bertrand over het thema Bos, in het kader van het Internationaal jaar van de bossen. Hiervoor wordt nauw samengewerkt met het ANB en de Federatie Wallonië Brussel. Alle Vlaamse lagere en secundaire scholen krijgen dit pakket gratis aangeboden.



2012: Eerste Wereld Jongeren Waterparlement

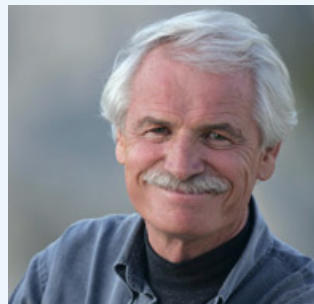
In Marseille wordt ter gelegenheid van het 6de Wereld Water Forum het eerste Wereld Jongeren Waterparlement georganiseerd i.s.m. het Internationaal Water Secretariaat en andere internationale wateractoren. Jongeren uit meer dan 80 landen wereldwijd gaan er in dialoog met de wereldleiders. Een nieuw internationaal netwerk is geboren.

2013: Receptenboek *Nos bonnes recettes pour la planète*

Deze unieke verzameling recepten werd bedacht, bereid en goedgekeurd door jongeren van 10 tot 18 jaar. Het doel? Via een ecologische, gezonde en smakelijke manier van koken iedereen sensibiliseren voor duurzame voeding. Het receptenboekje richt zich specifiek tot ouders, leerkrachten, opvoeders en schoolkoks opdat ze kinderen en jongeren goesting kunnen geven in voeding die zowel goed is voor ons als voor de planeet.

2013: GREEN wordt GoodPlanet, de Belgische partner in een internationaal netwerk opgericht door Yann Arthus-Bertrand, die meteen erevoorzitter wordt van GoodPlanet Belgium.

“GoodPlanet Belgium heeft een pedagogische ervaring die sterk erkend wordt door de Belgische scholen en overheden. Ik ben ervan overtuigd dat GoodPlanet een nieuwe manier gevonden heeft om mensen aan te spreken en hen bewust te maken van de grote uitdagingen van vandaag en morgen.”



Daarnaast heeft GoodPlanet Foundation ervaring met het opzetten van partnerschappen met economische spelers en het coachen van bedrijven op het vlak van maatschappelijk verantwoord ondernemen. Na de eerste contacten werd het dan ook al snel duidelijk dat de expertise en ervaring van beide organisaties voor een sterke synergie zorgt. Een samenwerkingsovereenkomst waarbij beide organisaties hun eigenheid behouden was dus een logische volgende stap. Ik ben ervan overtuigd dat GoodPlanet een nieuwe manier gevonden heeft om mensen aan te spreken en hen bewust te maken van de grote uitdagingen van vandaag en morgen.”

Yann Arthus-Bertrand - erevoorzitter GoodPlanet Belgium

2014: 10 jaar workshops afvalbeheer en –preventie

GoodPlanet viert samen met haar partners Fost Plus, de afval-intercommunales en de Vlaamse en Waalse overheid het 10 jarig bestaan van de educatieve afvalworkshops. De 15.500e klas krijgt de MIR/LABO-workshop.



“We zijn ervan overtuigd dat ons samenwerkingsverband met Fost Plus en de intergemeentelijke samenwerkingsverbanden voor afval een niet te onderschatten stempel drukt op de hoge recyclagecijfers van huishoudelijk afval. We bereiken duizenden kinderen en jongeren rechtstreeks, 3 keer in hun schoolloopbaan: van bij het begin van hun schoolcarrière in de kleuterklas, een tweede keer in het lager onderwijs, tot aan het moment waarop ze stilaan op eigen benen staan. Via deze gratis workshops moedigen we hen aan om naast efficiënte recyclage in te zetten op hergebruik en preventie (‘reuse’ en ‘reduce’). De aanvragen overstijgen nog steeds het aanbod. Elk jaar moeten we klassen teleurstellen.”

Peter Hulpiau – coördinator onderwijswerking

2014: Sustainable Solutions

Het aantal projectoproepen daalt gevoelig. GoodPlanet wil een financieel gezonde organisatie zijn en blijven. Nauwere samenwerking met bedrijven, waarbij ook het personeel van deze bedrijven gesensibiliseerd wordt, wordt opgenomen in de nieuwe strategie. De basis van het programma Sustainable Solutions wordt gelegd.

2015: WAW 2015

Op Wereldwaterdag komen meer dan 1000 kinderen en jongeren naar het Warandepark in Brussel voor de grootste Walk for Water in het kader van het samenwerkingsverband Wereldwaterdag@school. 11.900 mensen bezoeken de tentoonstelling Water Awareness 2015 Solutions in de Senaat en maken kennis met de 3981 oplossingen die verzameld werden in het kader van deze campagne voor duurzaam waterbeheer.

2016: GoodPlanet pimpt speelplaatsen

De grijze, gebetonneerde speelplaats heeft haar tijd gehad. De speelplaats van morgen is kleurrijk, gezellig en kwalitatief. Tijdens schooljaar 2016-2017 nemen 141 Waalse basisscholen deel aan de eerste editie van het project Ose le Vert, *recrée ta cour*. In 2017 zal het project uitbreiden naar het Brussels Hoofdstedelijk Gewest. In Vlaanderen is het project Pimp je Speelplaats al toe aan een derde editie: jaarlijks worden er 25 scholen gecoacht en financieel ondersteund bij de herinrichting van hun buitenruimte. Doorheen al deze projecten worden er bomen geplant, wilgenhutten gebouwd, poelen aangelegd, insectenhutten en nestkasten getimmerd, moestuinen voorbereid of gewoon lapjes grond teruggegeven aan de wilde natuur. De leerlingen worden hierbij nauw betrokken. Naast meer natuur en biodiversiteit op school staat ook hun welzijn centraal.

2.2 Interne en bestuurlijke organisatie

GoodPlanet is een warme organisatie met een duidelijke, vlakke en transparante structuur en met eenheid van visie. Medewerkers zijn betrokken bij de organisatie en de besluitvorming. Onze collega's zijn trots op hun projecten, maar voelen zich ook verbonden aan en betrokken bij de gehele organisatie. 'Ownership' is dus een belangrijk begrip, zowel projectgebonden als corporate. Dat houdt ook een collectieve verantwoordelijkheid in, bijvoorbeeld op het vlak van communicatie of het zoeken naar en het vinden van financiële middelen. Onze werknemers zetten zich met passie in voor onze missie en kunnen binnen de organisatie hun talenten ontplooiën. Over dat laatste waken onze talent-managers, een specifieke functie die aantoont dat onze organisatie op dit vlak geen kansen onbenut wil laten. Om dit allemaal te realiseren, hecht GoodPlanet belang aan een sterk HR-beleid, dat aandacht heeft voor diversiteit, maar ook voor aangename en gezonde werkomstandigheden.

De kern van het GoodPlanet-team is de groep projectmedewerkers. Zij trekken er elke dag op uit om onze doelgroepen te inspireren, te motiveren en te activeren. Bij de reorganisatie zijn we dan ook zoveel mogelijk vanuit deze kern vertrokken en hebben we getracht deze zo centraal mogelijk te stellen om onnodige bureaucratie te vermijden. De uitgangspunten die hieruit volgen zijn o.a. het beperken van het aantal managementlagen (vlakke organisatie) en de besluitvorming zo laag mogelijk leggen waar mogelijk (subsidiariteit).

De raad van bestuur neemt het beheer en bestuur van de organisatie op zich en is naast een beslissingsorgaan eveneens een advies- en controleorgaan. De leden komen minstens 6 keer per jaar samen. De leden van de algemene vergadering zijn referentiepersonen die ons bijstaan bij onze werking, elk vanuit hun eigen expertise, ervaring en netwerk. Zij nemen de door de wet vastgelegde beslissingen, maar zijn bovenal adviseurs die actief bijdragen aan de ontwikkeling van de organisatie.

GoodPlanet wil een organisatie zijn waarbinnen de medewerkers, de bestuurders, de leden van de algemene vergadering en de ambassadeurs een onderlinge band hebben en elkaars werk valoriseren en versterken. Aangezien een behoorlijk deel van het team meestal op de baan is en elkaar weinig ziet, zetten we echt in op de maandelijkse teamvergaderingen met het voltallige team (een plenaire sessie gevolgd door werkgroepen), jaarlijkse teamdagen en vormingsdagen en een nieuwjaarsbijeenkomst opdat iedereen zich optimaal verbonden voelt met het reilen en zeilen van de volledige organisatie en alle deelwerkingen.



3. Zo positioneren wij ons in 2017-2021

3.1 Systeembenadering

GoodPlanet bouwt mee aan een duurzame samenleving. Het definiëren van 3 grote pijlers is nog steeds een belangrijk uitgangspunt voor nagenoeg elke theorie rond duurzame ontwikkeling. Wij volgen echter het model waarin de correlatie tussen de verschillende pijlers bijgestuurd is.

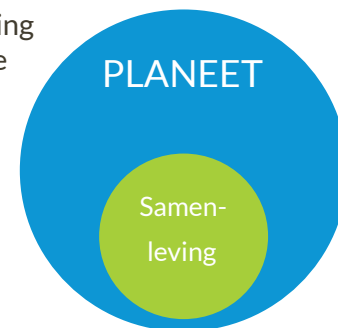
De eerste pijler die we bekijken is die van de planeet. Hiermee wordt bedoeld: de fysieke planeet, alle flora en fauna en het concept leefmilieu.

Zonder onze planeet, biodiversiteit en grondstoffen kunnen we niet leven, net zoals elk ander wezen op de planeet. Onze biosfeer leefbaar houden is dan ook geen streefdoel, het is een basisvereiste.



De mens is een kuddedier en heeft zich door de eeuwen heen steeds gemanifesteerd als samenleving. Het doel van een samenleving is gemeenschappelijk de overlevingsstrijd te overstijgen en tijd vrij te maken voor culturele ontplooiing.

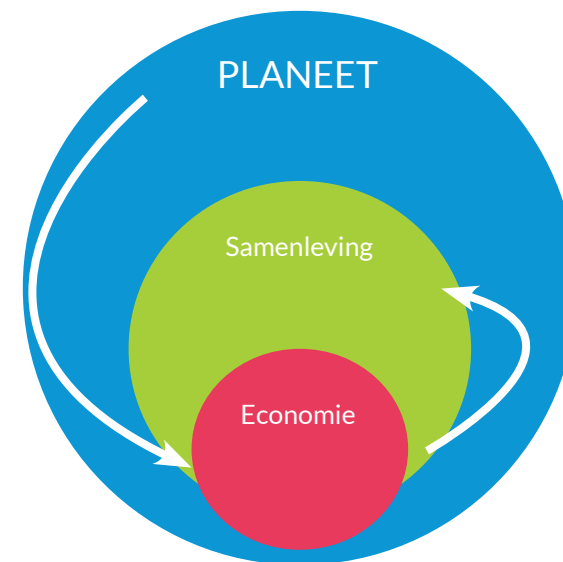
Om dit doel te bereiken, is elke samenleving afhankelijk van hoe ze omgaat met de grondstoffen en middelen binnen haar bereik. De manier waarop een samenleving omgaat met de grondstoffen en middelen geleverd door de planeet, is via een economisch systeem. Zonder samenleving is er ook geen sprake van een economie.



Om die reden kunnen we, net zoals we de samenleving ondergeschikt stellen aan het leefmilieu, ook de economie ondergeschikt maken aan de samenleving. We streven dus naar een economie ten dienste van de samenleving en die de grenzen van de planeet respecteert.

Dit geeft volgend model als herwerking van het 3P-model:

Dit model, waarin de planeet de economie ondersteunt om de samenleving tot een hoger welzijnsniveau te brengen, zonder daarbij uit het oog te verliezen hoe deze pijlers zich tot elkaar verhouden, is een model dat échte duurzaamheid kan bewerkstelligen en vormt dus ook de basis voor de onze globale aanpak.



3.2 Sustainable Development Goals

Een ambitieus transitieprogramma voor duurzame ontwikkeling, gebaseerd op de internationale doelstellingen voor duurzame ontwikkeling en het Global Action Programme.

De 17 [Sustainable Development Goals \(SDG's\)](#) en de 169 bijhorende subdoelstellingen werden in september 2015 goedgekeurd door de Verenigde Naties. Een ambitieus actieplan voor mens, planeet en welvaart, dat de wereld grondig moet veranderen tegen 2030. Ook universele vrede in grotere vrijheid en een einde maken aan de armoede spelen er een hoofdrol in. GoodPlanet werkt vanuit haar eigenheid rond een selectie van deze maatschappelijke uitdagingen.



Op 26 september 2016 werd GoodPlanet samen met 7 andere organisaties en bedrijven gekozen als 'SDG Voice'. Deze 8 ambassadeurs van de duurzame ontwikkelingsdoelstellingen werden aangeduid door een professionele jury, op initiatief van The Shift en het Federaal Instituut voor Duurzame Ontwikkeling (FIDO). De uitdaging, de SDG's bekend maken bij onze doelgroepen, was ons op het lijf geschreven. Deze 17 doelstellingen voor een betere wereld zitten immers volledig vervat in ons DNA. Elke dag maken we via onze diverse projecten en programma's effectief werk van het concretiseren van de SDG's. We kozen er dan ook voor om een communicatieplan uit te rollen dat de SDG's via onze bestaande projecten bekendmaakt. Het plan voor een betere wereld, concreet, tastbaar, maar vooral: op mensenmaat.

Zowel op nationaal als internationaal niveau enten we onze werking eveneens op het [Global Action Programme \(GAP\)](#) van UNESCO. Dit actieplan is de opvolger van de periode 2005-2014, door de Verenigde Naties uitgeroepen tot decennium van Educatie voor Duurzame Ontwikkeling. Omdat het onze ambitie is deze strategie mee vorm te geven, vragen we in 2016 een accreditatie aan bij zowel de Verenigde Naties als bij UNESCO. Het Global Action Programme kadert eveneens binnen de Sustainable Development Goals.



3.3 Prioritaire thema's

Tot 2021 focussen we binnen onze brede werkingscontext op 3 prioritaire thema's.

- Duurzame voeding: van het veld tot op het bord
- Verbondenheid met de natuur
- Circulaire economie en materialenbeheer

Deze thema's schuiven we naar voor wanneer de mogelijkheid zich voordoet. We zoeken proactief middelen om er extra op in te zetten. Voor elk prioritair thema formuleren we bovendien een ambitieuze doelstelling die impact beoogt op 3 actieniveaus: individueel, peergroup en maatschappij.

Duurzame voeding: van het veld tot op het bord



Voeding is een primaire behoefte. Daarnaast heeft eten belangrijke culturele en sociale aspecten.

Dagelijkse moeten we beslissen wat er op tafel komt en deze keuze heeft ook een ethische dimensie: gezondheid, milieuimpact, dierenwelzijn, rechtvaardige verdeling, enzovoort.

Maatschappelijk kader

De eerste landbouwrevolutie stelde de mens na verloop van tijd in staat om via dierlijke en plantaardige (+ paddenstoelen) zelfgeteelde producten in zijn voedsel te voorzien. Dit had een diepgaande impact op socio-cultureel, economisch en politiek vlak. Deze overgang heeft de mensheid voor altijd in een bepaalde richting gezet maar heeft ook heel wat negatieve gevolgen met zich meegebracht.

De industriële revolutie bracht een volgende belangrijke stap in onze voedselvoorziening. Door de massale beschikbaarheid van fossiele brandstoffen en nieuwe technieken (machines- chemische hulpstoffen - verwarmde teelten) kon de bedrijfsvoering in de land- en tuinbouw en de visserij alsook transport, opslag en verwerking enorm evolueren. Parallel nam de impact op het milieu (land- en zeegebruik, water- , bodem- en luchtkwaliteit, persistente stoffen, fosfaatverlies, erosie, biodiversiteitsverlies, klimaat, energieverbruik, vernietiging van zeebodems), de economie (globalisering, prijsevoluties, overproductie, mono- of oligopolisering) en het sociaal weefsel (globalisering – landbezit – dominantie op zee –kwetsbaarheid van voedselproducenten) enorm toe.



Waar willen we naartoe?

Voedsel als basisrecht. GoodPlanet is ervan overtuigd dat de groeiende wereldbevolking op een duurzame en biologische manier gevoed kan worden. Dat honger verleden tijd en voedselzekerheid een feit wordt. Dat kan door de vlees- en visconsumptie voldoende terug te dringen. Korte keten, seizoensgebonden aanbod en ecologische teelt gaan hierbij hand in hand met eerlijke prijzen zodat de lokale producenten rendabel kunnen werken. De impact op hoger vernoemde vlakken vermindert dankzij een aangepaste bedrijfsvoering en een hertekend distributie- en verwerkingmodel (o.a. door tegengaan van kwaliteitsverlies en verspilling). We gaan voedselmonopolies tegen om verlies aan diversiteit (ook op genetisch vlak) door eenzijdige inzet op bulkgoederen en monoculturen te vermijden. Bij genetische manipulatie en inzet van hulpproducten wordt het verzorgings-principe gehanteerd.

De Vlaming houdt bij zijn voedingskeuze dus zoveel als mogelijk rekening met deze criteria, voor onze eigen gezondheid en voor die van de planeet:

Vlees en vis minderen

Lokaal

Ecologisch geteeld in een gezonde bodem

Eerlijke prijzen, hier en elders

Seizoensgebonden

Zo pakken we dat aan tot 2021

Bevorderen van verbondenheid van het publiek met voedselproductie en -producenten is een belangrijk middel om bewust te leren omgaan met voedselkeuzes. Inzicht in de ecologische en maatschappelijke impact van voedselvoorziening en mogelijke duurzame alternatieven kunnen helpen om onderbouwde keuzes te maken. Samen met voeding bezig zijn (voedselteams, samen koken, samen eten) heeft ook een grote sociale meerwaarde.

GoodPlanet gaat samen met haar doelgroepen op zoek naar de oorzaken van en vooral de mogelijke oplossingen voor onevenwichtig gebruik op ecologisch, sociocultureel, economisch en politiek vlak, met gepaste aandacht voor de complexiteit van het thema. In samenwerking met andere partners gaan we de komende jaren voor een specifieke insteek, namelijk duurzame voeding op het menu van alle schoolkantines, gelinkt aan een educatief programma over duurzame voeding. Deze ambitieuze doelstelling willen we realiseren aan de hand van enkele sterke pilootprojecten en in samenwerking met 3 andere trekkers: Vredeseilanden, Fairtrade Belgium, Bond Beter Leefmilieu en Inter Environnement Wallonie. Daarnaast sensibiliseren we het groot publiek voor duurzame en gezonde voedselkeuzes, zowel thuis, buitenshuis als op de werkvloer.

Onze keuze voor dit thema vloeit eveneens voort uit een interesse en expertise die al jaren groeiende is binnen zowel het team als de raad van bestuur. Het is een onderwerp dat dicht bij de mensen staat. Iedereen is op een of andere manier met voeding bezig en voelt zich dus automatisch aangesproken en betrokken. We willen bovendien een duidelijke link maken met gezondheid.

Verbondenheid met de natuur

Maatschappelijk kader

De kinderen van vandaag geraken stilaan vervreemd van de natuur. Ze spelen amper buiten, komen zelden of nooit in het bos en weten er slechts weinig over. “Groenten? Die komen toch gewoon uit de supermarkt?” De kloof tussen het kind en de directe natuur wordt steeds groter. Nochtans zijn bijvoorbeeld bossen een ideale speel- en leeromgeving voor kinderen. Kinderen die vaak in bos en natuur spelen blijken zowel geestelijk als lichamelijk gezonder. Buiten in de natuur spelen en leren prikkelt de fantasie, stimuleert de creativiteit en ondernemingszin. De kinderen geraken ‘verwonderd’ en komen zelfstandig tot ontdekkingen en inzichten in ecologische relaties. Via ervaringsgericht leren en systeemdenken krijgen ze inzicht in de complexe werkelijkheid.

Waar willen we naartoe?

Mensen voelen zich (opnieuw) meer verbonden met ‘hun’ natuur, van kinds af aan. Ze beseffen bovendien dat de natuur meer is dan een aangename plek om te vertoeven. De biodiversiteit levert ons gigantisch veel diensten die onontbeerlijk zijn voor ons leven en welzijn. Daarom dromen we van plaatsen, groot en klein, waar de natuur ongestoord mag groeien en bloeien. Meer mensen vinden het belangrijk om de lokale biodiversiteit te beschermen en een duwtje in de rug te geven door zich in te zetten voor meer natuur in de nabijheid van iedereen.



Zo pakken we dat aan tot 2021

GoodPlanet zet in op de inrichting van groene en kwalitatieve buitenruimte met aandacht voor ieders welzijn. Doorheen de jaren bouwden we intern een unieke expertise op rond speel- en leergroen, verbondenheid met de natuur en natuurbeleving, in schoolse en buitenschoolse context. Door samen met andere actoren in het werkveld en het beleid het voorbeeld te stellen, willen we dat teams de principes van speel- en leernatuur automatisch integreren bij de (her)aanleg van speelplaatsen en de inrichting van buitenruimtes in initiatieven voor kinderopvang. Op langere termijn willen we bereiken dat projecten als ‘Pimp je speelplaats’ gedragen en opgelegd worden door het beleid. We stimuleren ook ondernemingen en woonzorgcentra om de groene bedrijventerreinen en buitenruimte in kmo-zones in te richten met elementen die zowel vergroening als het welbevinden van werknemers en buurtbewoners bevorderen. Daarnaast organiseren we workshops, projecten en evenementen om jong en oud te laten proeven van natuurbelevingsactiviteiten. Daarbij staat de natuur centraal en is ze meer dan het decor voor spel. We zetten natuur in de stad in de kijker en inspireren mensen om zelf activiteiten te organiseren door de mogelijkheden voor natuurbelevingsactiviteiten te laten zien. Hierbij willen we in de komende jaren concreet inzetten op intergenerationale projecten en teambuildingsactiviteiten.

Circulaire economie en materialenbeheer

Maatschappelijk kader

Na de industriële revolutie veranderde de aard van het afval dat de mensheid produceerde. De mens slaagde erin om aan steeds hoger tempo mineralen en fossiele bodemschatten te ontginnen. De geologische cycli waarin deze fossiele bodemschatten ontstaan daarentegen, zijn traag. Bovendien worden hernieuwbare grondstoffen ook sneller geëxploiteerd dan dat ze aangevuld worden. Daarenboven ontstond er een ongebreideld consumentisme in de Westerse wereld in de jaren na de Tweede Wereldoorlog. Bovendien veranderde de aard van het afval. Van vooral organisch naar anorganisch. Met daarenboven een exponentiële groei van dat laatste in de vorm van kunststoffen (verpakkingen en gebruiksvorwerpen). De toenemende technologische innovaties gingen te lang hand in hand met een toename aan complexe en gevaarlijke afvalstoffen. Heel dit industrieel gebeuren veroorzaakt een enorm gebruik van water en energie en levert gigantisch veel afval op. De groeiende interesse voor, onderzoek naar en experimenten met andere consumptie- en productiemethoden vormen dan ook de basis voor GoodPlanet om haar verschillende doelgroepen aan te spreken, te inspireren en te laten evolueren naar deze initiatieven om zo de opschaling ervan aan te vuren.



Waar willen we naartoe?

Talvaninitiatieven om het gebruikende exploitatie van primaire grondstoffen te verminderen zien het levenslicht. Programma's van overheden en niet-gouvernementele organisatie bezig met duurzaamheid mikken op een circulaire economie. Ze boksen op tegen een ongebreideld consumentisme, hier sterk ingeburgerd, op andere plaatsen in de wereld sterk in opmars. GoodPlanet mikt er op om consumenten, vanaf jonge leeftijd, te wijzen op alternatieven. Door hen mee te nemen in een verhaal dat begint bij klassieke productiepatronen, van grondstof tot afval, geprogrammeerde veroudering en een marketingmachine die onze behoeftenbeleving tracht te beïnvloeden naar een verhaal van circulaire economie, over gesloten technische en biologische kringlopen, over duurzaamheid van producten in de klassieke zin van het woord. Wij geloven in de kracht van de consument. Wat hij niet hoeft, zal de economie steeds minder produceren.

De 'consument' wordt 'gebruiker'. Het draait om de functie van het voorwerp, het 'goed' wordt benaderd als een 'dienst'. Zo ontstaat er een druk op het productiesysteem om productontwerpen te herzien opdat die langer meegaan, herbruikbaar zijn en slechts in laatste instantie recycleerbaar zijn.

Anders gezegd, GoodPlanet wil deze transitie naar een circulaire economie economisch systeem bedoeld om de herbruikbaarheid van producten en grondstoffen te maximaliseren en de waardevermindering te minimaliseren) stimuleren door in te zetten op consumentengedrag en op burgerzin. Enerzijds ontdekken we samen hoe we als consument deze andere productievormen kunnen stimuleren, anderzijds ontdekken we samen de kwalijke gevolgen van afval zonder nieuwe (economische) bestemming: Het is vaak persistent, beïnvloed leefomgeving en gezondheid, heeft een enorme financiële en maatschappelijke kost.

Zo pakken we dat aan tot 2021

Het GoodPlanet-programma rond afvalworkshops voor het onderwijs (van kleuter over lager tot secundair), in samenwerking met Fost Plus, de afvalintercommunales en de drie gewesten, is al meer dan 10 jaar een vaste waarde. We blijven inzetten op de opgebouwde knowhow en de geleverde resultaten door dit veelgevraagd aanbod continu te optimaliseren en de impact te versterken. Dat betekent concreet: streven naar 100% propere scholen waar goed tot perfect gesorteerd wordt en met aandacht voor afvalpreventie ingebed in het schoolreglement. Sinds 2007 zetten we naast kennis en vaardigheden wat betreft de Europese afvalstrategie (recycle, reuse, reduce) ook in op duurzame keuzes in onze workshops met adolescenten in het secundair onderwijs. De kracht van deze programma's zit hem in het uitdagen van de leerlingen (op hun niveau) om tot andere oplossingen te komen. Hen zelf tot oplossingen laten komen draagt bij aan het aanmoedigen van actief burgerschap. Dat lokt op zijn beurt uit dat ook een typisch probleem waarvan de oorzaak ligt in het negeren van de eigen verantwoordelijkheid, zwerfvuil, een belangrijk thema is in dit kader.

Tot slot vloeit daar een visie op een andere manier van consumeren uit. Vanuit diverse 'probleemstellingen' (op macro, meso en microniveau) met betrekking tot afval dagen we onze doelgroepen uit om andere scenario's te verkennen en omarmen.

Onze focus verlegt zich van het einde van het productgebruik naar alle stappen die ervoor komen. We gaan op zoek naar de oorzaken van het onevenwichtig gebruik van grondstoffen op ecologisch, economisch en politiek vlak. We verkennen de gevolgen op milieu, klimaat, samenleving en economie. En tot slot reiken we de tools aan om op zoek te gaan naar mogelijke oplossingen.

3.3 Permanente thema's

Naast deze 3 prioritaire thema's werkt GoodPlanet rond 5 permanente thema's en hun bijhorende maatschappelijke uitdagingen.

1. Water
2. Energie
3. Mobiliteit en verkeersveiligheid
4. Klimaatverandering
5. Zeeën en oceanen

Water

Integraal waterbeheer en duurzaam watergebruik moeten leiden tot een significante verbetering van het grond- en oppervlaktewater, bij ons en elders. Tegelijkertijd moet iedereen wereldwijd toegang hebben tot kwalitatief en betaalbaar drinkwater en sanitair.

In onze projecten rond water, van workshop tot jongerenparlement, reiken we inzichten aan over water elders in de wereld, brengen we de principes van integraal waterbeheer over en leren we mensen hoe ze zelf kunnen bijdragen aan het verbeteren van de waterkwaliteit en -kwantiteit in Vlaanderen (bijvoorbeeld door rationeel watergebruik, infiltratie van regenwater, groendaken ...) We sporen hen aan tot internationale solidariteit en het verkleinen van hun watervoetafdruk.

De klemtoon voor de verdere sensibilisatie rond de waterproblematiek leggen we bij het breed publiek via onder andere de voortzetting van Big Jump (een programma voor de verbetering van de waterkwaliteit van onze rivieren waarbinnen we willen inzetten op duurzamere partnerschappen met lokale besturen), de overname van het project 'Blue Flag' van de Foundation for Environmental Education (programma voor duurzame ontwikkeling van stranden en jachthavens door middel van strikte criteria op het gebied van waterkwaliteit, milieumanagement, veiligheid en milieueducatie) en een nieuw programma 'Wild Rivers' (een Europees programma om de zeldzame waterlopen die reeds een zeer goede kwaliteit hebben te vrijwaren van degradatie).

We organiseren en nemen deel aan grensoverschrijdende projecten rond water en jongerenparticipatie op internationaal niveau, bijvoorbeeld door het ondersteunen en huisvesten van het 'World Youth Parliament for Water' of dichterbij ons een Schelde en Maas Jongerenparlement.

Via de spin-off 'Young Water Solutions', die we ondersteunen om uit te groeien tot een zelfstandige internationale vzw, gaan we op zoek naar middelen die jongeren wereldwijd kansen geven om de toegang tot water en sanitair in hun eigen regio te verbeteren.

Energie

Aan de hand van de energiedriehoek ('trias energetica') promoten we rationeel energieverbruik (REG). Dit model bestaat uit drie stappen. Als eerste stap ga je spaarzaam om met energie en beperk je je verbruik zoveel mogelijk (licht uit als je een ruimte verlaat, deur dicht als de verwarming aan staat, isoleren, ...) In een volgende stap kies je maximaal voor duurzame hernieuwbare energiebronnen (groene stroom, zonnepanelen of zonneboiler, ...) Als laatste stap zorg je voor zuinige toestellen als je toch energie uit fossiele, niet-hernieuwbare brandstoffen nodig hebt (spaarlamp, LED-verlichting, ...)

Via begeleide trajecten in scholen en in de werkomgeving, willen we de energiedriehoek meer ingang doen vinden en samen concrete acties bedenken om dit model toe te passen. We grijpen mogelijkheden om trajecten op te zetten die deze principes integreren in opleidingen voor een duurzame bouwsector en zo jongeren uit het technisch en beroeps-onderwijs kansen te geven op de 'groene' arbeidsmarkt. Via campagnes sporen we onze doelgroepen aan om dankzij eenvoudige handelingen rationeel om te springen met energie en zo mogelijk te investeren in duurzame energiebronnen en energie-efficiëntie. Hierbij benaderen we het beschikken over energie als een basisrecht en hebben we aandacht voor het terugdringen van energiearmoede. Bijkomend zetten we in op draagvlakvergroting voor infrastructuurwerken in functie van duurzame en alternatieve energiebronnen en -vormen.

Mobiliteit en verkeersveiligheid

Als eerste stap zien we het beperken van het aantal kilometers, vervolgens hanteren we het STOP-principe: Stappen - Trappen - Openbaar vervoer - Privévervoer. Net als de Europese 3 R-strategie, waarop we ons baseren voor onze projecten rond grondstoffen, geeft dit model een hiërarchie aan wat betreft de verschillende vervoerwijzen. Stappen geniet de voorkeur, privévervoer is de minst wenselijke mobiliteitsvorm. We willen dat meer mensen de keuze voor een bepaald vervoermiddel op basis van het STOP-principe maken. Ook binnen een traject kan je verschillende mobiliteitsvormen combineren, afhankelijk van de mogelijkheden en context. Zo kunnen we komen tot een intelligente mobiliteitsmix met aandacht voor milieupact, leefbaarheid en ruimtegebruik.

We begeleiden scholen bij het realiseren van een multimodale en veilige mobiliteit in de schoolomgeving en sensibiliseren werknemers om de meest duurzame vervoervorm te kiezen voor woon-werkverkeer. Daarbij leggen we de link met gezondheid en bewegen. Ook bij activiteiten en evenementen voor een breed publiek motiveren we mensen om zich duurzaam te verplaatsen. Wanneer privévervoer de enige redelijke optie is, promoten we autodelen, carpoolen en het gebruik van efficiënte voertuigen met een duurzame energiebron.



Klimaatverandering

Het klimaat verandert. En ieder van ons speelt daar een rol in: wat we eten en drinken, wat we dragen, hoe we ons verplaatsen, wat we kopen en weer weggooien, hoe we onze huizen bouwen en tuin inrichten, ... Het



goede nieuws is dus dat ook iedereen iets kan doen om het tij te keren. Daar focussen we op in onze klimaatwerking. We leggen bovendien de link met mensen en hun leefomgeving elders op deze planeet. Onze dagdagelijkse keuzes hebben immers vaak een impact ver van ons bed. En het zijn net die mensen die nu al problemen ondervinden door de klimaatverandering.

Via workshops, leermiddelen, toonstellingen en campagnes stellen we eenvoudige handelingen voorop die individueel weinig moeite kosten, maar een grote impact hebben als we er allemaal samen voor gaan.

Zeeën en oceanen

Meer dan 70% van onze planeetoppervlakte wordt ingenomen door water. Zeeën en oceanen zijn niet alleen bron van alle leven, ze blijven dit bepalen op tal van domeinen. Denk aan: weer en klimaat, als ecosysteem en voedsel-bron, als opvangplaats voor CO2 en vervuiling, als transportroute, recreatieplaats, enzovoort. Daarnaast is de mens steeds op jacht naar olie en gasreserves in de zee-en oceaانبodems. Dit belang staat in schril contrast met de maatschappelijke én educatieve aandacht voor zeeën en oceanen. Om leefbare zeeën en oceanen door te kunnen geven aan de volgende generaties moeten maritieme ecosystemen dringend beschermd worden en moet de vervuiling en de druk ernstig verminderen. Het publiek beter informeren over de impact van onze huidige keuzes op de zeeën en oceanen én dit linken aan de gevolgen voor de toekomst van onze planeet lijkt ons meer dan ooit nodig. Educatie rond visconsumptie en -beheer of

milieubewuste recreatie aan zee (kustwater en strand) kan hierbij onder andere aanleiding geven tot concrete handelingsperspectieven. We brengen de kwaliteit van het rivierwater in verband met de maritieme waterkwaliteit (zie ook 'Blue flag' hierboven) en we linken onze omgang met plastics aan de maritieme systemen. Het vergroten van het draagvlak voor meer zorg voor zeeën en oceanen en het maken van duurzame economische en politieke keuzes is het uiteindelijke doel.

3.5 Aandachtsvelden

De volgende 4 aandachtsvelden zijn verbindend voor alle thema's.

De sociale pijler van duurzame ontwikkeling

Bij het uitrollen van deze thema's tot volwaardige programma's op al onze actieniveaus en voor al onze doelgroepen, zetten we eveneens sterker dan ooit in op de sociale pijler van duurzame ontwikkeling als verbindend element binnen elk inhoudelijk thema.

Samen-leven

Via onze projecten stimuleren en vergroten we het gevoel van verbondenheid, solidariteit en begrip voor elkaar. Omdat we willen dat iedereen een goed leven kan opbouwen, hier en elders, en op een positieve manier deel kan uitmaken van de maatschappij. Waar mogelijk leggen we de focus op samen actie ondernemen. We maken dit ook concreet door zelf samen te werken met andere actoren om de vooropgestelde doelen te realiseren.

Gendergelijkheid

Doorheen al onze projecten willen we ook aandacht hebben voor ieders welbevinden en welzijn door gelijkheid tussen personen van elk geslacht voorop te stellen. Soms kaarten we die ongelijkheid ook rechtsreeks aan: in 2016 organiseerden we ter gelegenheid van Internationale Vrouwendag in de senaat een debat over het thema gendergelijkheid waarbij jongeren,

politici en prominente persoonlijkheden met elkaar in dialoog gingen. Elke vorm van discriminatie op basis van geslacht en meer specifiek tegenover vrouwen en meisjes een halt toeroepen is een fundamenteel mensenrecht en een essentieel onderdeel van een evolutie naar een duurzame samenleving.

Armoede

Het aantal hulpbehoevende mensen verminderen en iedereen kansen bieden is een essentieel onderdeel van een rechtvaardigere en duurzamere samenleving. GoodPlanet zal dan ook geen kansen laten liggen om hieraan mee te werken via haar projecten. Armoede in al haar vormen bestrijden is één van de grootste uitdagingen waar de mensheid de dag van vandaag voor staat. Honderden miljoenen mensen wereldwijd moeten elke dag opnieuw strijden om hun basisbehoeften te vervullen. Ook in ons land leven heel wat mensen in maatschappelijk kwetsbare omstandigheden.



Duurzame werkgelegenheid

Duurzame economische groei stimuleren en waardig werk voor iedereen realiseren. GoodPlanet ontwikkelt en promoot waar mogelijk jobs vanuit de principes van 'blue & green economy'. Zo integreerden we via een begeleid traject duurzame isolatietechnieken gekoppeld aan een communicatietraining in de beroepsrichting bouw. GoodPlanet begeleidde in samenwerking met Tracé Brussel ook al trajecten in Brusselse scholen rond duurzaam bouwen. Zo geven we jongeren de kans om de uitdagingen van duurzame ontwikkeling een plaats te geven in hun professionele opleiding en in hun persoonlijke groei. In 2016 kende GoodPlanet de Young Talent Award toe aan de jonge ondernemers van Do Eat. Deze award is een specifieke prijs voor de jeugd binnen de Belgian Business Award for the Environment van het Verbond van Belgische Ondernemers (VBO).

Duurzame steden

De verstedelijking blijft toenemen. Dat maakt de mogelijke impact van positieve initiatieven op het vlak van duurzame ontwikkeling in steden enorm groot. GoodPlanet versterkt die impact door deze projecten, initiatieven of bedrijven in de kijker te zetten. De laatste jaren zijn er immers bij burgers, stadsbesturen, ondernemers en creatievelingen heel wat vernieuwende initiatieven gegroeid die ervoor zorgen dat we naar duurzamere steden evolueren. Door te focussen op oplossingen voor stedelijke uitdagingen en deze mee in de kijker te zetten, maakt GoodPlanet mensen warm voor duurzame en veerkrachtige steden en dragen we zo bij tot de ontwikkeling ervan.

Gezondheid

GoodPlanet hecht veel belang aan het concept van verbondenheid, met elkaar en met de natuur. Maar elke vorm van verbondenheid begint bij onszelf. Zorg dragen voor elkaar en voor de planeet begint met zorg dragen voor onszelf. Een gezonde geest in een gezond lichaam. Dat is het ideale uitgangspunt om op je eigen niveau verder te kunnen groeien in verbondenheid met anderen, de spullen die ons omringen, de samenleving en onze planeet. Met andere woorden: een gezonde levenswijze is bevorderend voor een duurzame omgang met onze planeet. Het omgekeerde geldt echter ook: goed voor onze planeet zorgen en kiezen voor duurzame alternatieven heeft een positieve impact op onze gezondheid. Denk lokale, afvalarme en seizoensgebonden voeding, waarbij ecologisch geteelde groenten een hoofdrol spelen. Denk vaker de fiets nemen of te voet gaan wanneer mogelijk. Denk hernieuwbare energiebronnen. Denk aan de fysieke en mentale voordelen van meer groen in de stad, thuis, op school of op het werk. Enzovoort.

Een bewuste keuze voor een multi-thematische aanpak.

“GoodPlanet gaat uit van een multi-thematische aanpak, net omdat duurzame ontwikkeling een complex gegeven is waarin verschillende thematieken verweven zijn met de ecologische, sociale en economische context. Die veelzijdigheid is de sterkte van GoodPlanet. We hebben een enorm divers team, met verschillende achtergronden, opleidingen, kennis, vaardigheden, interesses, dromen en talenten. Uiteraard kunnen we niet permanent even intensief werken rond al deze thema’s. Onze focus zit ‘m echter in de manier waarop we werken en niet de thema’s zelf. Toch willen we via prioritaire thema’s ook een inhoudelijke focus naar voor schuiven binnen de thematische verscheidenheid en veelzijdigheid waaraan we houden en waarvoor onze partners steeds weer de weg naar GoodPlanet vinden als het om duurzaamheidsvraagstukken gaat.”

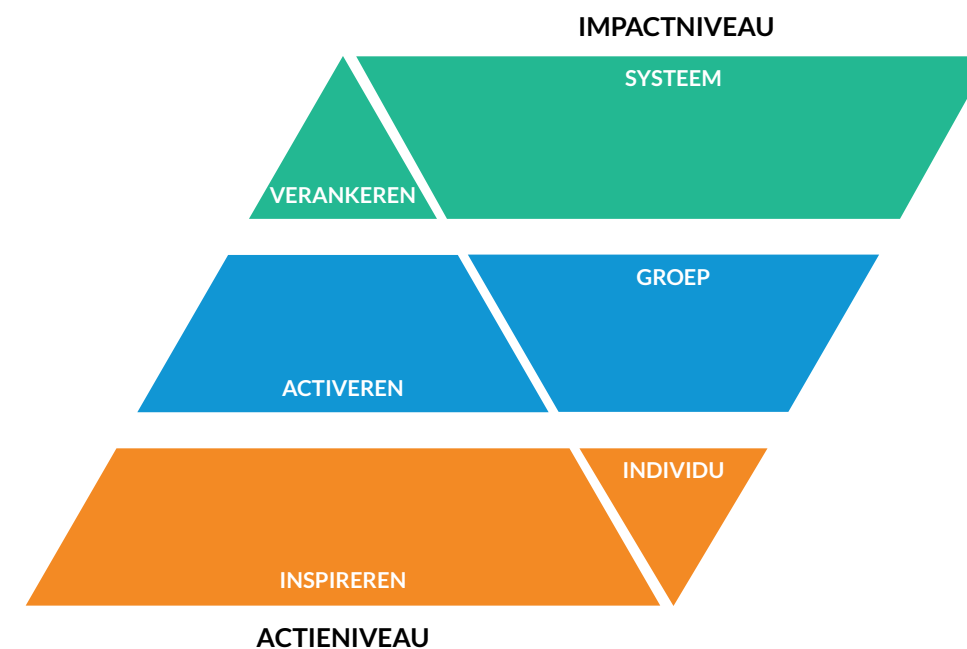
Kris Van Ingelghem – senior expert



3.6 Actieniveaus en beoogde impact

GoodPlanet is een organisatie die voornamelijk op het terrein aanwezig is en nauw samenwerkt met haar doelgroepen om via concrete, oplossingsgerichte projecten met duurzame resultaten bij te dragen tot ruimere transitiedoelen.

Aan de hand van onderstaand schema verduidelijken we op welke niveaus we met deze doelgroepen samenwerken en welke impact we per actieniveau voor ogen hebben.



GoodPlanet inspireert

Met onze sensibiliserende activiteiten bereiken we een breed en divers publiek en mikken we op gedragsverandering op individueel niveau. Zo motiveren onze medewerkers met afvalworkshops voor kleuters, lager- en secundair onderwijs dagelijks gemiddeld meer dan 500 kinderen en jongeren om afval te voorkomen, te hergebruiken of correct te sorteren. Jaarlijks nemen zo’n 200.000 kinderen en jongeren deel aan de campagne GoodPlanet Actions door met een eenvoudig gebaar, zoals het eten van een lokale appel als tussendoortje, allemaal samen een wereld van verschil te maken.

GoodPlanet activeert

In een volgende stap komen we met verschillende actoren van een gemeenschap tot concrete acties die verandering in de grotere groep als doel hebben. Zo begeleiden we energieteams in verschillende overheidsgebouwen, voornamelijk gevangenissen. Het opzet van zo’n ‘GreenTeam’ is dat een aantal medewerkers binnen het gebouw zich vrijwillig en actief inzet voor een duurzamere werkomgeving. Voor het project Pimp je speelplaats begeleiden onze medewerkers schoolteams bij het inrichten van hun speelplaats, met meer natuur en het welzijn van elk kind als centrale insteken.

GoodPlanet verankert

Tot slot willen we die engagementen verankeren in de samenleving aan de hand van participatieve projecten. Binnen deze projecten werken we intensief samen met een relatief kleine groep mensen, maar stellen we als eindresultaat een grote en brede impact voorop.



“Sinds 2014 zijn Brusselse scholen wettelijk verplicht om in kaart te brengen hoe kinderen zich verplaatsen om naar school te komen. Dit resultaat is een bekrachtiging van het werk en de inspanningen van GoodPlanet en de scholen die deelnamen aan het project ‘Schoolvervoerplannen’. De belangrijke eerste stap richting bewustwording en concrete acties voor een multimodale, duurzame en veilige mobiliteit maakt nu deel uit van de Brusselse wetgeving.”

Julie Godart – project manager

“Voor het Belgische SPA-water leek een partnership ons zo helder als water omdat de thema’s van GoodPlanet zoals een ‘duurzaam beheer van het bos, het water en de biodiversiteit’ volledig aansluiten bij onze bedrijfsmissie om het beste van de natuur, zuiver natuurlijk water, te beschermen, voor ons vandaag maar ook voor de komende generaties.”

Ann Vandenhende, MVO-manager bij Spadel



3.7 Doelgroepen

GoodPlanet richt zich in de eerste plaats naar **kinderen en jongeren**. We bereiken hen bij voorkeur via de school, want daar brengen ze een flinke hap van hun leven door. **Scholen** zijn daarom onze belangrijkste en essentiële toegangspoort om kinderen en jongeren te bereiken en hen voor te bereiden op actief burgerschap. We willen hier dan ook volop op inzetten, maar gaan ook verder en blijven mensen doorheen hun verdere levensloop sensibiliseren. Daarom is GoodPlanet eveneens partner van ondernemingen die actief hun maatschappelijke rol opnemen. De opbrengst die we via deze partnerschappen en activiteiten met **werknemers** realiseren, herinvesteren we in projecten met een maatschappelijke meerwaarde.

Via sensibiliserende acties bereikt GoodPlanet ook een **breed publiek buiten de werk- en schooluren**. We richten ons hierbij dus niet enkel op kinderen en jongeren, maar ook op gezinnen en families.

We nemen niet de gemakkelijkste weg maar richten ons vooral naar die **doelgroepen die we nog van het belang van een ecologische levensstijl moeten overtuigen**. Liever met velen een kleine stap vooruit dan een grote stap met een kleine groep al overtuigden. Mensen die al open staan voor initiatieven voor een duurzame samenleving of er momenteel nog niet echt mee bezig zijn, maar ook geen grote weerstand voelen met betrekking tot onze boodschap (vergelijkbaar met de ‘early & late majority’ in het model van de ‘technology adoption life cycle’). Naast deze aanzienlijke impact op individueel en groepsniveau (bedrijven, scholen, verenigingen en openbare besturen), streeft GoodPlanet ook naar een meer structurele impact op onze maatschappij. De creatieve ideeën van GoodPlanet inspireerden al menig beleidsmaker.

We benaderen deze drie doelgroepen op een holistische manier. Leerlingen hebben ouders, werknemers hebben kinderen, leerkrachten bezoeken ook in hun vrije tijd wel eens een tentoonstelling. Onze activiteiten zijn dan ook gericht op ontmoeting rond onze thema’s en boodschap: ontmoeting tussen jong en oud, allochtoon en autochtoon, arm en rijk, stadsmensen en plattelandsmensen, ...

“Onze partner Umicore moedigt zijn medewerkers aan om te kiezen voor een klimaatvriendelijke bedrijfswagen. Als die keuze, naast een besparing op het vlak van CO2, ook resulteert in een financiële besparing ten opzichte van de wagen waarop de werknemer volgens zijn loonpakket recht heeft, schenkt de HR-afdeling van Umicore het uitgespaarde bedrag onder andere aan GoodPlanet. Dankzij deze gift kan ons educatief team trajecten voor kinderen en jongeren begeleiden rond een door de school gekozen klimaatgerelateerd thema.”

Bram Soenens – project manager



3.8 Werking en methodieken per doelgroep

Kinderen en jongeren op school

GoodPlanet heeft een uitgebreid vormingsaanbod naar scholen toe. We gaan zelf naar de scholen toe met onze workshops, maar worden soms ook uitgenodigd door bijvoorbeeld gemeenschapscentra die dan op hun beurt scholen uitnodigen voor een bepaald thematisch programma. Daarnaast ontwikkelen we leermiddelen en campagnes, die we voornamelijk online aanbieden. We promoten ze enerzijds via onze eigen kanalen en medewerkers die dagelijks in tientallen scholen aanwezig zijn en anderzijds via onze partners in het Vlaams onderwijsnetwerk (zoals KlasCement), provinciale beurzen en bijeenkomsten voor leerkrachten. Scholen die een stapje verder willen gaan, kunnen intekenen op heel wat begeleide trajecten. Dat kan op klasniveau of op schoolniveau. Binnen een traject op schoolniveau werken we vaak met één of meerdere voortrekkersklassen. We verbinden leerlingen, het schoolteam en eventueel externe stakeholders van de school om tot concrete acties te komen en deze in te bedden in de werking van de klas of school. Waar mogelijk gaan we een stap verder en brengen we kinderen en jongeren uit verschillende scholen samen om beleidsaanbevelingen te formuleren.

Op basis van ‘De vlag en de lading’, de EDO-publicatie van LNE, maakten we een eigen EDO-checklist voor onze vormingen en leermiddelen. Daarnaast is ook het Global Actions Program van Unesco (strategie educatie voor duurzame ontwikkeling) een referentiekader voor onze werking met kinderen en jongeren.

Werknemers in hun werkomgeving

Via onze acties in samenwerking met ondernemingen creëren we zowel impact in de werking van de onderneming zelf als bij de individuele medewerkers. We bekijken steeds hoe we onze activiteiten kunnen inpassen in de werking van de onderneming en laten aansluiten bij hun strategie en/of MVO-programma. Hiervoor werken we samen met managementteams van verschillende afdelingen, zoals MVO, communicatie of HR. We organiseren activiteiten op de werkvloer, zoals een infostand met ludiek spel of teambuilding, om werknemers te sensibiliseren. Die activiteiten worden vaak doorgetrokken naar evenementen van de onderneming naar een breder publiek van klanten, familie van de werknemers en andere stakeholders. We zetten eveneens trajecten op die concrete duurzame maatregelen op de werkvloer als doel hebben en begeleiden de werknemers bij dit proces van activatie en communicatie.

Breed publiek in de vrijetijdssfeer

Onze activiteiten bereiken ook een breed publiek buiten de school- en werkuren. We schuiven een aantrekkelijk beeld van een duurzame samenleving naar voor door te focussen op verbondenheid met de natuur en tussen mensen onderling. Dat doen we via natuurbelevingsactiviteiten en evenementen die natuurrijk buitenspel promoten, maar ook met tentoonstellingen die de schoonheid van natuur en dus ook het belang van duurzame ontwikkeling in beeld brengen. Hiervoor kunnen we als exclusieve Belgische partner van de internationale GoodPlanet Foundation gebruik maken van het rijk beeldarchief van bekend fotograaf en cineast Yann Arthus-Bertrand. We brengen steeds een positieve boodschap, bijvoorbeeld door te inspireren aan de hand van goede praktijkvoorbeelden en oplossingen. Samenwerking met partners is een rode draad binnen ons programma om een breed publiek te bereiken.



“Met de campagne Water Awareness 2015 Solutions verzamelden we bijna 4000 grote en kleine oplossingen voor de waterproblematiek bij ons en elders. Deze positieve verhalen van waterhelden werden verwerkt in een tentoonstelling die rondreist in binnen- en buitenland.”

Elke Lambrechts - project manager



4. Strategische en operationele doelstellingen 2017-2021

4.1 Strategische doelstelling 1

GoodPlanet stelt kinderen en jongeren via de schoolomgeving in staat om zelf op een kritische manier bewuste, duurzame keuzes te maken en uit te dragen.

We vergroten het referentiekader van kinderen en jongeren door educatie voor duurzame ontwikkeling en een systeembenadering centraal te stellen in onze activiteiten en projecten.

Vanuit globaal perspectief (UNESCO, EDO, SDG) ontdekken we samen met alle onderwijsactoren (leerkrachten, directie, ouders en oudercomités, brede scholen, inrichtende macht, onderwijsondersteunende diensten, onderwijsnetten en koepels) nieuwe handelingsperspectieven voor duurzame ontwikkeling en bestendigen we bestaande. Samen met andere actoren dragen we via onze ervaring op het terrein bij aan de verdere ontwikkeling van het (Vlaams) EDO-beleid.

OD 1.1 GoodPlanet reikt kennis en vaardigheden aan opdat kinderen en jongeren nieuwe inzichten verwerven en duurzame handelingsperspectieven ontdekken.

Door het aanreiken van kennis & vaardigheden komen kinderen en jongeren tot nieuwe inzichten. Hiervoor hanteren we verschillende werkvormen en methodieken, steeds met aandacht voor waarden en emoties. Die nieuwe inzichten bieden nieuwe handelingsperspectieven, wat uiteindelijk zal leiden tot een keuze of gedragsverandering. Omdat we beseffen dat vooral jonge kinderen nog niet alles zelf kunnen beslissen, stellen we hen in staat de boodschap verder uit te dragen, bijvoorbeeld naar hun ouders toe.

Indicatoren en streefwaarden:

- Jaarlijks werken we met 25% van de onderwijsinstellingen rond EDO-projecten.

- Tussen 2017 en 2021 zijn we actief in 60% van de scholen van de Vlaamse gemeenschap.

OD 1.2 GoodPlanet ‘empower’ onderwijsinstellingen om de pijlers van duurzame ontwikkeling te verankeren in hun drie rollen.

Een school heeft bovenal een pedagogische rol, waarbij de kwaliteit van onderwijs en leerprocessen centraal staat. Daarnaast is de school een organisatie met een welbepaald beleid. Tot slot heeft de school een maatschappelijke rol als ‘brede school’. We willen dat scholen niet alleen aan educatie voor duurzame ontwikkeling doen, maar de pijlers van duurzame ontwikkeling ook verankeren, uitdragen en zichtbaar maken in hun twee andere rollen. Zo willen we een duurzame schoolomgeving scheppen die bijdraagt aan het behalen van onze strategische doelstelling naar onze doelgroep kinderen en jongeren. In 2021 heeft GoodPlanet ingezet op trajecten die verschillende actoren van de schoolomgeving verbinden en een concrete impact in de schoolgemeenschap beogen.

Indicatoren en streefwaarden:

- In 2017 hebben we een geïntegreerde database voor al onze onderwijsprojecten.
- In 2018 maken we het engagement van onze doelgroepen via onze projecten ook zichtbaar via een online tool (interactieve kaart) met het oog op uitwisseling van ervaringen.
- Van 2019 tot 2021 focussen we op uitwisseling en interactie met de scholen in ons netwerk en ondersteunen we hen bij het verbinden van de verschillende projecten en thema's.
- Tegen 2021 tekent 10% van de scholen in op meerdere projecten van GoodPlanet.

OD 1.3 GoodPlanet laat kinderen en jongeren participeren aan het beleid.

Via bottom-up participatie en vanuit onze eigen kennis en expertise geven we in 2021 het beleid met betrekking tot onze thema's mee vorm, zowel op lokaal, gewestelijk als internationaal niveau.

Indicatoren en streefwaarden:

- We zetten jaarlijks minstens 1 participatief traject met kinderen en jongeren op.
- Het aantal participatieve processen met beleidsbeïnvloeding als doel stijgt.
- We gaan actief op zoek naar innovatieve participatietechnieken.

OD 1.4 Samen met andere actoren gaan we voor meer scholen met een groene speelplaats met aandacht voor ieders welbevinden, een gezonde refter voor mens en milieu en een goed afvalbeleid.

Van nu tot 2021 willen we met de scholen in ons netwerk inzetten op onze prioritaire thema's natuur, duurzame voeding en grondstoffen. Deze ambitieuze doelstelling willen we bereiken in samenwerking met partners.

Indicatoren en streefwaarden:

- Tegen 2021 vergroenen minstens 100 scholen hun speelplaats en zetten ze hierbij het welzijn van ieder kind centraal.
- Tegen 2021 dragen minstens 100 scholen de principes van duurzame voeding uit via onder andere het catering-aanbod.
- Tegen 2021 gaan we in samenwerking met de intercommunales in minstens 100 scholen op zoek naar oplossingen voor een beter afvalbeheer binnen het kader van de Europese 3R-strategie.

4.2 Strategische doelstelling 2 GoodPlanet inspireert en begeleidt werknemers om duurzame transitie in de werkomgeving te versnellen.

We bouwen duurzame partnerships uit met ondernemingen die op zoek zijn naar 'shared value' door via hun producten en diensten een oplossing te bieden voor sociale, ethische en milieu-uitdagingen en een positieve impact te hebben op de samenleving.

De samenwerking gebeurt op vraag van de ondernemingen zelf. Binnen die samenwerking ligt onze expertise niet bij de transitie op zich. De activiteiten van ons Sustainable Solutions-programma voor de werkomgeving en de communicatie daarrond creëren en verbreden een draagvlak voor het MVO-beleid en stuwen het transitieproces binnen de onderneming voort. Om de uiteindelijke transitie te doen slagen is het uiterst belangrijk dat medewerkers zich betrokken voelen, correct geïnformeerd zijn over de komende veranderingen, eraan meewerken en ertoe bijdragen en op termijn binnen het eigen team impulsen geven. We staan MVO-managers bij met raad en daad gedurende dit transitieproces.

OD 2.1 We organiseren samen met de werknemers activiteiten om het draagvlak voor duurzame transitie binnen de onderneming te verbreden en te verdiepen.

Tegen 2021 hebben we diverse activiteiten georganiseerd in samenwerking met verschillende ondernemingen, klein en groot: van workshops en infostands op de werkvloer, tot teambuildings en tentoonstellingen. We vinden het steeds belangrijk om optimaal samen te werken met de werknemers. Wij brengen de inhoud aan, samen met hen leggen we de link met de bedrijfsvoering van de onderneming en bekijken we welke activiteit we op welke manier kunnen laten aansluiten bij hun dagdagelijkse werking.

Indicator en streefwaarde:

- Tegen 2021 bereikt het programma Sustainable Solutions jaarlijks 10.000 werknemers.

OD 2.2 We trainen en coachen teams van medewerkers bij de initiatie en implementatie van duurzame initiatieven, intern of opgelegd door de overheid.

Tegen 2021 hebben we meerdere trajecten opgezet met als doelstelling samen naar een concrete duurzame verandering toe te werken. De initiatieven kunnen van de werknemers zelf komen, opgelegd worden door het management of door de overheid (zoals bij de sorteerregels).

Indicator en streefwaarde:

- We streven ernaar om tegen 2021 jaarlijks met 5 ondernemingen op dit niveau samen te werken.

OD 2.3 We adviseren ondernemingen om hun MVO-beleid vorm te geven, vanuit onze expertise op inhoudelijk en methodologisch vlak.

In 2021 zijn we door meer MVO-managers gekend omwille van onze expertise en succesvolle reeds bestaande partnerschappen. We reiken MVO-managers de nodige expertise en methodieken aan om beslissingen of uitdagingen kaderend binnen het MVO-beleid te vertalen naar de werknemers toe.

Indicator en streefwaarde:

- Van nu tot 2021 breiden we jaarlijks ons partnernetwerk uit met 2 grote ondernemingen.

4.3 Strategische doelstelling 3 GoodPlanet inspireert en motiveert jong en oud in hun leefomgeving en tijdens hun vrije tijd om duurzaam samen te leven met elkaar en met de natuur.

We zien opportuniteiten om onze expertise met de doelgroep kinderen en jongeren in de schoolomgeving te valoriseren naar andere doelgroepen toe. Daarom richten we ons ook tot kinderen en jongeren, samen met hun ouders en familie, in de vrijetijdssfeer.

Ook na de school- en werkuren verbinden we mensen met elkaar en met de natuur. Dat doen we door de schoonheid van mens en natuur te benadrukken en in de kijker te zetten. Via inspirerend beeldmateriaal laten we zien waarom een duurzame samenleving belangrijk en noodzakelijk is. Hierbij benadrukken we dat duurzaam leven niet moeilijk hoeft te zijn. Dat elk duurzaam gebaar, hoe eenvoudig ook, waardevol is en dat iedereen het kan. Een simpele geste heeft een grote impact als we het allemaal samen doen. Daarom start GoodPlanet ook met een netwerk van GoodFriends: mensen die elkaar en anderen inspireren voor een duurzame samenleving, door kleine gebaren die een grote impact hebben als we ze allemaal samen doen.

OD 3.1 We zetten mensen aan tot nadenken over de noodzaak en mogelijkheden van een duurzame samenleving aan de hand van beelden.

In 2021 hebben we een aantal samenwerkingen opgezet met partners, voornamelijk in de sector van cultuurbeleving. We focussen onze projecten op media waarin kunst, zoals foto en film, centraal staat. Door de natuur wereldwijd en alle mensen op onze planeet via film- en fotoprojecten een stem te geven, zien meer mensen in waarom duurzame ontwikkeling belangrijk en noodzakelijk is.

Indicatoren en streefwaarden:

- We organiseren jaarlijks minstens één film-evenement of expo voor minstens 500 bezoekers.
- We rollen elk nieuw film- en fotoproject van onze erevoorzitter Yann Arthus-Bertrand via activiteiten in Vlaanderen uit.
- Tegen 2021 beschikken we als kenniscentrum ook over een professioneel foto- en videoarchief rond onze verschillende thema's.

OD 3.2 We sporen mensen aan tot duurzaam samenleven via eenvoudige acties/handelingen/alternatieven.

In 2021 hebben we enkele grote campagnes opgezet die een breed publiek bereiken via ons eigen netwerk en via het netwerk van onze partners (leden, klanten, medewerkers en familie...)

Indicatoren en streefwaarden:

- Jaarlijks zetten we minstens 1 publiekscampagne op.
- Tegen 2021 hebben we minstens 300.000 mensen aangezet tot actie.

OD 3.3 We verbinden, activeren en ondersteunen mensen die in actie komen voor een duurzame samenleving.

In 2021 zijn we erin geslaagd een netwerk van GoodFriends op te bouwen die samen met ons onze missie nastreven, elk met hun eigen expertise, mogelijkheden en netwerk.

Indicatoren en streefwaarden:

- Tegen 2021 komen 15.000 mensen in actie én dragen ze onze boodschap mee uit door zich in te schrijven als GoodFriend/ambassadeur van GoodPlanet.
- Tegen 2021 hebben we een aantrekkelijk duurzaam aanbod voor mensen die zich inschrijven als GoodFriend.



“Voor de educatieve projecten van GoodPlanet fotografeerde ik de wereldwijde waterproblematiek. Zo werkten we samen aan de tentoonstelling Troubled Waters. De beelden raakten de bezoekers. We kregen heel regelmatig de vraag ‘hoe kan ik zelf een deel worden van de oplossing?’ Hieruit groeide het idee voor een tentoonstelling die oplossingen en ideeën van waterhelden wereldwijd naar voor schuift. De expo Water Awareness 2015 Solutions reist nog steeds rond om mensen te inspireren.”

Dieter Telemans - huisfotograaf en ambassadeur

4.4 Strategische doelstelling 4:

GoodPlanet is een gekende, warme en financieel gezonde organisatie.

We willen de organisatie achter onze projecten duidelijk en sterk positioneren. In het verleden zette GoodPlanet voornamelijk haar projecten in de kijker. We willen dat onze doelgroepen en partners in de toekomst weten wie we zijn, waarvoor we staan en wat we doen. En we willen mensen aan onze organisatie binden opdat we samen onze missie uitdragen. Een organisatie die gekend en erkend wordt door een sterke achterban, kan op verschillende vlakken meer impact teweegbrengen.

We investeren dan ook in ons team opdat ze onze doelgroepen niet alleen in functie van hun project of activiteit tegemoet treden, maar als medewerker van de organisatie GoodPlanet. We willen dat iedereen zich betrokken voelt bij de organisatie en willen investeren in een lerende organisatie door uitwisseling van kennis en vaardigheden.

Je kan echter pas impact hebben en gedragsverandering beogen bij je doelpubliek als je als ‘boodschapper’ ook zelf goed in je vel zit. Vanuit onze verbindende kernwaarde willen we het welbevinden voor de werknemers, de vrijwilligers, de bestuurders en de leden optimaliseren.

Naast deze focus op menselijk kapitaal zijn we een financieel gezonde, autonome en onafhankelijke organisatie. We blijven continu streven naar

meer diversificatie van onze financiële middelen opdat we ook op financieel vlak zo onafhankelijk mogelijk willen zijn. Dit gebeurt echter steeds met respect voor de interne ethische code. De gemaakte winst wordt geher-investeerd in projecten voor kinderen en jongeren. Op die manier willen we een stabiele organisatie zijn, die ademruimte heeft in goede en minder goede tijden. Een organisatie die daardoor ook snel kan inspelen op actuele maatschappelijk noden.

OD 4.1 We zetten maximaal in op betrokkenheid en welbevinden van alle medewerkers, vrijwilligers, bestuurders en leden en op uitwisseling van kennis, methodieken en ervaringen.

‘Practice what you preach’: ook intern willen we mensen verbinden en volop blijven inzetten op participatie. Tegen 2021 is de uitwisseling tussen medewerkers, vrijwilligers, bestuurders en leden nog steviger ingebed in onze werking. Uitwisseling zien we ruim: niet alleen op inhoudelijk vlak, maar ook wat betreft methodieken, financiële aspecten, communicatie, ICT-vaardigheden, talenten ...

Indicatoren en streefwaarden:

- 95% van de medewerkers voelt zich goed in zijn/haar functie.
- We organiseren jaarlijks minstens 10 uitwisselingsmomenten met de medewerkers en 2 uitwisselingsmomenten voor het brede team (medewerkers, vrijwilligers, bestuurders en leden en ambassadeurs).
- We zetten verder in op de werking van de HR-raad en de ontplooiing van de functies van talent manager en vertrouwenspersoon.

OD 4.2 We benutten kansen en gaan op zoek naar opportuniteiten om GoodPlanet als organisatie bekend te maken.

Van nu tot 2021 hebben we bij lopende projecten extra aandacht voor corporate communicatie. Via onze partnerschappen gaan we proactief op zoek naar mogelijkheden om onze organisatie en onze boodschap aan een zo breed mogelijk publiek te leren kennen.

Indicatoren en streefwaarden

- Jaarlijks zetten we via minstens 2 partnerorganisaties of partner-ondernemingen in op corporate communicatie.
- In 2021 kennen 2 keer meer Belgen GoodPlanet (op basis van de nulmeting eind 2015). 90% van de mensen die ons kennen heeft een positief beeld van de organisatie GoodPlanet.

OD 4.3 We ontwikkelen een programma om ongebonden inkomsten te vergaren.

In 2021 hebben we succesvolle stappen gezet om onze inkomsten te diversifiëren en zien we daarvan ook al een eerste concreet resultaat.

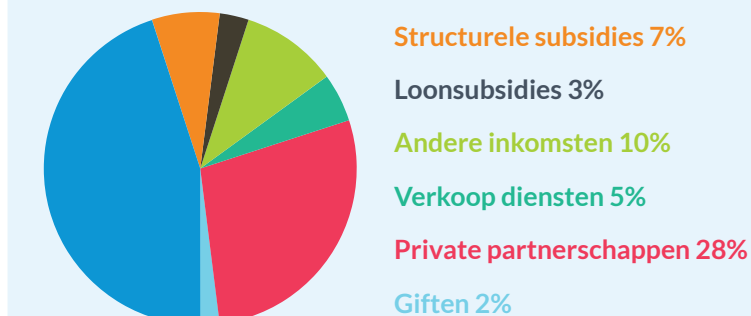
Indicatoren en streefwaarden:

- Tegen 2021 brengt het programma Sustainable Solutions jaarlijks 150.000 euro netto op.
- Tussen en 2017 en 2021 verdriedubbelen we het bedrag dat we ontvangen via giften en donaties.
- Tegen 2021 zijn we met 800.000 euro in ons bestemd fonds voor sociaal passief geëvolueerd richting een gezonde financiële buffer in functie van ons personeelsbestand.
- Tegen 2021 realiseren we een jaarlijkse ongebonden inkomst van 10% van ons jaarbudget.

5. Financiering

Het financieel beleid van GoodPlanet wordt bepaald door de raad van bestuur en voorbereid door het directiecomité. We kozen voor een 4-ogenprincipe: boekhouder, controller, penningmeester en bedrijfsrevisor - commissaris (extern).

Inkomsten 2016



Uitgaven 2016



Uitgaven en opbrengsten

GoodPlanet besteedt de uitgaven aan de uitvoering van haar beleidsplan. Educatie voor duurzame ontwikkeling via concrete acties is arbeidsintensief, wat verklaart dat ongeveer 75% van de uitgaven naar lonen gaat. Verder zijn er de projectkosten en ongeveer 7% werkingskosten. Een beperkt percentage (2 tot 4%) gaat naar organisatieontwikkeling.

De opbrengsten zijn divers. Projectsubsidies, openbare aanbestedingen en partnerschappen met bedrijven vormen de grootste bron van inkomsten. Verder zijn er sponsoring, giften, eigen opbrengsten (zoals betalende workshops), loonsubsidies (Maribel en Vlaamse Ondersteuningspremie) en slechts 7% structurele subsidies (LNE, VGC en Leefmilieu Brussel).

GoodPlanet is erkend door de FOD Financiën om fiscale attesten uit te reiken sinds 2001.

Voor de financiering in de toekomst hebben we een strategie uitgewerkt gebaseerd op volgende pijlers: meer partnerschappen met bedrijven, opnieuw inzetten als partner in Europese projecten, venture filantropie, een giften- en legatenbeleid uitwerken en meer samenwerkingen met lokale besturen.



Samen maken we van
onze planeet
een **GoodPlanet.**