



GOODPLANET.be

Meerjarenplan 2022-2026



GOODPLANET.be

Meerjarenplan 2022-2026

Inhoudstafel

Voorwoord	6
-----------------	---

Executive summary	8
-------------------------	---

Zo kwam dit meerjarenplan tot stand	10
---	----

Stand van zaken	11
1997-2017: 20 jaar educatie voor duurzame ontwikkeling	11
Terugblik 2017-2021	13
Vooruitblik 2022-2026	16

1. Dit is GoodPlanet	19
----------------------------	----

1.1 Visie	20
1.2 Missie	20
1.3 Waarden	22
1.4 Kerncompetenties van ons team	24
1.5 Interne en bestuurlijke organisatie	25

2. Aanpak	28
-----------------	----

2.1 Van educatie en gedragsverandering naar systeemverandering	28
2.2 Educatie voor duurzame ontwikkeling (EDO) en het 7E-model	29
2.3 Dit maakt onze aanpak zo... GoodPlanet	32
2.3.1 Innovatieve oplossingsgerichte acties	32
2.3.2 Sterke partnerschappen opzetten	33
2.3.3 Kwaliteit en impactmeting	34

3. Zo positioneren wij ons in 2022-2026	36
---	----

3.1 Maatschappij-analyse	36
3.2 Thematische programmawerking naar drie kerndoelgroepen	39
3.2.1 Prioritaire thematische programma's	40
3.2.1.1 Natuur	41
3.2.1.2 Circulaire economie	45
3.2.1.3 Voeding	49
3.2.2 Andere thematische programma's	53
3.2.2.1 Mobiliteit	53
3.2.2.2 Water	57
3.2.2.3 Energie	60
3.2.2.4 Klimaat	63
3.3 Sustainable Solutions: Bedrijven, organisaties & lokale overheden	65

4. Strategische en operationele doelstellingen 2022-2026 69

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

Operationele doelstelling 1.1: 69

We bieden leerkansen opdat kinderen en jongeren via positieve ervaringen nieuwe inzichten verwerven en duurzame handelingsperspectieven ontdekken.

Operationele doelstelling 1.2: 70

We ondersteunen onderwijsinstellingen bij het implementeren van een *whole school approach* voor duurzaamheid.

Operationele doelstelling 1.3: 70

We empoweren kinderen en jongeren om aan het beleid te participeren.

4.2 Strategische doelstelling 2: GoodPlanet inspireert en betreft werknemers, en stakeholders van ondernemingen, organisaties en lokale overheden bij de transitie naar een duurzame samenleving

Operationele doelstelling 2.1: 71

We verbreden en verdiepen het draagvlak voor duurzame transitie via activiteiten, kant-en-klaar of op maat.

Operationele doelstelling 2.2: 72

We ondersteunen MVO-managers en teams van medewerkers bij het opstarten en implementeren van duurzame initiatieven, intern of opgelegd door de overheid.

Operationele doelstelling 2.3: 72

We coördineren en promoten duurzaamheidslabels.

4.3 Strategische doelstelling 3: GoodPlanet inspireert en motiveert jong en oud in hun leefomgeving en in de vrijetijdssfeer om duurzaam samen te leven met elkaar en met de natuur

Operationele doelstelling 3.1: 73

We verbinden, activeren en ondersteunen jong en oud rond klimaat-vriendelijke, biodiverse en gezonde gedeelde groene buitenruimten.

Operationele doelstelling 3.2: 74

Via projecten met socio-culturele organisaties geven we kinderen en jongeren in maatschappelijk kwetsbare situaties kansen om mee te bouwen aan de transitie naar een duurzamere samenleving.

Operationele doelstelling 3.3: 74

Via campagnes in samenwerking met partners sporen we gezamenlijke doelpublieken aan tot duurzaam consumeren en samenleven.

Operationele doelstelling 3.4: 75

We creëren een netwerk van mensen die samen met GoodPlanet het voortouw nemen in de transitie naar een duurzame samenleving.

4.4 Strategische doelstelling 4: GoodPlanet is een warme, duurzame, gekende en financieel gezonde organisatie

Operationele doelstelling 4.1: 76

We zetten maximaal in op betrokkenheid en welbevinden van alle medewerkers, vrijwilligers, bestuurders en leden en op continue ontwikkeling.

Operationele doelstelling 4.2: 77

We tonen met onze interne werking het goede voorbeeld op het vlak van duurzaamheid.

Operationele doelstelling 4.3: 77

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

Operationele doelstelling 4.4: 78

We vergroten ons aandeel ongebonden inkomsten.

5. Financiering 79

De voornaamste uitgangspunten voor dit meerjarenplan waren:



Bart Devos



Jo Van Cauwenberge

Voorwoord

De laatste jaren van ons meerjarenplan 2017-2021 waren op zijn minst opmerkelijk te noemen. De covid-epidemie zette plots een rem op het terreinwerk van GoodPlanet. Onze 80 medewerkers, die normaal dagelijks over heel het land hun creativiteit en passie aanwenden om jong en oud te inspireren via workshops of coaching, zaten plots thuis achter hun bureau. Geen evenementen meer, geen teambuildings in bedrijven, nauwelijks externen toegelaten in de scholen. Dat was niet alleen een zware aanslag op het welzijn van het GoodPlanet-team dat er anders zo naar hunkert om duurzame impact te genereren, maar het was ook nefast voor de financiële gezondheid van onze organisatie.

Gedreven door een hardnekkig optimisme en positivisme en onder het motto '*never waste a good crisis*' maakten de bestuursorganen al snel werk van een grondige reorganisatie gericht op efficiëntie, het vergroten van onze maatschappelijke relevantie en impact en meer welzijn voor onze medewerkers. De teams in de verschillende programma's zetten hun creativiteit in voor de ontwikkeling van nieuwe concepten en ideeën: van nestelbossen tot waterambassadeurs, de 'eetbare school' of een 'klimaatcollage'. Het bruiste van de nieuwe ideeën.

Ondertussen groeide de interesse en het enthousiasme voor onze thema's en werking bij onze diverse doelgroepen die door de crisis anders gingen reizen, de natuur herontdekten, droomden van meer open zwemwater, op zoek gingen naar lokaal en duurzaam geteeld voedsel...

Sterk gemotiveerd door deze nieuwe perspectieven kijken wij vol ongeduld uit naar de nieuwe strategische periode 2022-2026. In 2022 viert GoodPlanet haar 25-jarig bestaan. In 2023 gaan we de internationale toer op: samen met onze collega's van het Instituut voor natuureducatie en duurzaamheid (IVN) uit Nederland organiseren we de algemene vergadering van de netwerkorganisatie *Foundation for Environmental Education* (FEE).

We zullen ook prioritair inzetten op het samenwerken met zij die het wat moeilijker hebben in onze maatschappij en we voelen ons geroepen om jongeren en 'minder jongeren' die nog niet overtuigd zijn van de hoogdringendheid van de klimaatcrisis mee aan boord te krijgen.

Dat het vijf voor twaalf is voor het klimaat willen we tot slot nog illustreren met een recent voorbeeld waardoor er in 2021 opnieuw geschiedenis werd geschreven: Het gewicht van alle door de mens geproduceerd materiaal is gelijk aan het gewicht van alle 1,1 biljoen ton biomassa op de planeet, dat betekent alle levensvormen, waarvan 90% bomen en planten. In 1900 was dit nog maar 3%! Tegen 2040 voorspelt men een stijging tot 2,2 biljoen ton. Bovendien is de totale massa mensen en veedieren twintig keer het gewicht van alle wilde dieren samen op onze planeet. Geen wonder dat ons tijdperk als het Antropoceen de geschiedenis ingaat.

Het is echter te laat om daarover pessimistisch te zijn. De zwartepiet doorschuiven naar anderen die de oorzaak zijn van de problemen of sterke oordelen vellen via sociale media brengt ook geen zoden aan de dijk. GoodPlanet zal de komende vijf jaar op een pragmatische en wetenschappelijk onderbouwde manier ten strijde trekken, met educatie en positieve acties.

Hopelijk ook samen met jou?

*Bart Devos, voorzitter bestuursraad
Jo Van Cauwenberge, directeur*

Executive summary

GoodPlanet gaat de beleidsperiode 2022-2026 in met een **nieuwe organisatiestructuur**. Onze tientallen duurzaamheidscoaches die dagelijks op pad gaan naar scholen en bedrijven om jong en oud te inspireren en te activeren voor een duurzame samenleving vormen nog steeds de basis en het hart van onze organisatie. We kozen er echter voor om onze **projecten te structureren per thematisch programma** en niet langer per doelgroep. Zo willen we de zowel de projecten rond eenzelfde duurzaamheidsthema als de verschillende thema's waarrond we werken nog meer met elkaar verbinden. Enkel voor onze **Sustainable Solutions-werking naar bedrijven, organisaties, steden en gemeenten** blijft de **doelgroepgerichte aanpak** behouden omwille van de specificiteit van deze werking. Deze strategische keuze heeft vooral een impact op ons organigram, maar zal de komende jaren uiteraard ook onze thematische werking naar onze doelpublieken en partners optimaliseren. Daarnaast groepeerden we ook al onze **interne ondersteunende diensten in eenzelfde departement**, onder leiding van een *Internal Affairs Director*. Nieuwe functies binnen dit departement zijn onder andere een HR-

manager en een ICT-manager.

Onze strategische doelstellingen blijven wel doelgroepgericht. Immers, onze interne thematische expertise en werking is slechts een middel om onze doelstellingen te bereiken bij individuele burgers, in scholen, in bedrijven, via samenwerkingen met steden en gemeenten... Dat is meteen ook wat GoodPlanet uniek maakt op het terrein: onze **brede, multi-thematische aanpak naar zeer diverse doelgroepen**. Toch schuiven we ook de komende periode drie **prioritaire thema's** naar voor: **natuur, voeding en circulaire economie**. Onze medewerkers, bestuurders en leden kozen ervoor om de prioritaire thema's van de vorige beleidsperiode te behouden. Waar mogelijk zullen we dus prioritair middelen inzetten op deze thema's.

De werking van GoodPlanet in en voor **scholen** is onze grootste troef. We blijven dus **hoge ambities** koesteren wat betreft het bereik en de impact van onze **divers aanbod** van educatieve workshops, leermiddelen, campagnes en schooltrajecten. De komende jaren zullen we enkele initiatieven uitrollen die deze **impact beter in kaart brengen**. Onze **GoodSchool DigiTool** zal ons bijvoorbeeld ondersteunen bij het meten van concrete impact van trajecten gericht op een *whole school approach*

voor duurzaamheid.

Naar **bedrijven** toe kijken we uit naar het vervullen van onze rol binnen de **Belgian Alliance for Climate Action**, een initiatief van *The Shift* en WWF dat de particuliere sector (zowel profit als non-profit) en academische instellingen uitnodigt het voortouw te nemen op het gebied van klimaatactie. GoodPlanet zal zich focussen op projecten die **minder hoogopgeleide medewerkers** betrekken bij de transitie naar een duurzamere werkomgeving. Daarnaast clusteren we onze werking rond **duurzaamheidslabels** opdat deze tegen 2026 uitgroeien tot gevestigde labels in Vlaanderen.

GoodPlanet heeft al van bij de oprichting van de vzw in 1997 veel aandacht voor de **sociale pijler** van duurzame ontwikkeling. Inclusief werken, maatschappelijk kwetsbare doelgroepen aanspreken: het zit in ons DNA en we hebben er jarenlange ervaring mee. Ook in onze interne werking komt deze waarde tot uiting: **diversiteit** binnen ons team vinden we een zeer belangrijke meerwaarde. In onze externe werking willen we de komende jaren opnieuw meer inzetten op het betrekken van **kinderen en jongeren in een maatschappelijk kwetsbare situatie** bij de transitie naar een duurzame samenleving.

Ook onze werking rond **groene, kwalitatieve buitenruimten**, zoals Ose Le Vert, Tiny Forests, nestelbossen en generatietuinen, krijgt een centralere plek binnen ons aanbod naar een breed publiek.

We willen nog **inclusiever** werken, zowel binnen het team als naar en met onze doelgroepen willen we dat niemand wordt uitgesloten. GoodPlanet zal nog meer inzetten op **participatieve projecten**, zoals bijvoorbeeld in de Waterklassen waar, na het educatieve luik, de jongeren ook beleidsvoorstellen voorleggen aan de lokale schepen. We geven jongeren een forum om hun stem te laten horen voor het klimaat of andere duurzaamheidsthema's, zoals in de jaarlijkse wedstrijd *Young reporter for the Environment* of de *Assemblée des Jeunes Wallons pour l'Environnement*.

Die ambitie en alle andere ambities in dit meerjarenplan willen en kunnen we uiteraard niet alleen waarmaken. **Sterke partnerschappen** met tal van stakeholders, zowel kleiner als groter, zowel binnen als buiten de natuur- en milieusector, ondersteunen ons bij het opzetten van **innovatieve, oplossingsgerichte acties** om onze doelstellingen te bereiken.

Zo kwam dit meerjarenplan tot stand

- De positieve evaluatie door de begeleidingscommissie en bijhorende verbeter suggesties, gekoppeld aan onze eigen evaluatie van de eerste beleidsperiode.
- De interne oefening rond de opbouw van een 'strategisch huis', een schematische voorstelling van alle essentiële elementen van onze strategie.
- De inzichten van het managementteam gekoppeld aan de inbreng van het volledige team via de nieuwe werking in thematische programma's.
- Een bijkomende maatschappij-analyse via twee bijzondere algemene vergaderingen.

Vervolgens werden deze uitgangspunten in een voorontwerp voor een strategie gegoten en in talrijke overlegmomenten getoetst aan de werkingen van externe partners en stakeholders. Zo waren onze partners AXA, Proximus, Fost Plus, Deloitte en The Shift ook aanwezig op onze eerste bijzondere algemene vergadering.

We zaten rond de tafel met de verantwoordelijken van WWF, *International Organisation for Success and Development* (IOSD), EnergieID, Factor4, *Youth for Climate*, *Join For Water*, Rikolto en verschillende ministers bevoegd voor onze thema's. De input uit deze overlegmomenten werd vervolgens waar nodig en mogelijk geïntegreerd in voornamelijk het deel positionering van dit meerjarenplan. Gesprekken met andere (potentiële) partners zullen wegens omstandigheden nog plaatsvinden na de deadline voor het indienen van deze strategie.

We zijn met andere woorden heel breed gegaan om input en feedback te verzamelen. Dat zien we uiteraard als een sterkte en grote meerwaarde voor de totstandkoming van dit meerjarenplan. Aan de andere kant was het een grote uitdaging om al deze input binnen een relatief korte tijdspanne te synthetiseren tot een helder meerjarenplan dat zowel intern bruikbaar is als vlot leest voor een buitenstaander. We hopen dat we in dat opzet geslaagd zijn.

Stand van zaken

Van 1997 tot 2017: 20 jaar educatie voor duurzame ontwikkeling

GoodPlanet ontstond in 1997 als de vzw Global Rivers Environmental Education Network Belgium, afgekort GREEN Belgium. Het begon dus allemaal met de thema's water en waterlopen als verbindingselement.

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

JO VAN CAUWENBERGE – OPRICHTER GREEN, DIRECTEUR GOODPLANET BELGIUM

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

GREEN maakte deel uit van een **internationaal netwerk** dat in de beginjaren actief was in meer dan 100 landen met als gemeenschappelijk doel water als verbindend thema gebruiken voor educatie voor duurzame ontwikkeling. Zo ontstond tijdens een internationale GREEN-conferentie



in 1998 het idee voor **Big Jump**. Deze intussen alom gekende campagne wil burgers jong en oud warm maken om mee te werken aan propere rivieren in Europa door een eenvoudige en toegankelijke symbolische actie: allen samen op hetzelfde moment in de rivier springen. De tweede zondag van juli 2006 was het eindelijk zover: de eerste volwaardige Big Jump in eigen land.

In de jaren volgend op de oprichting bleef duurzaam waterbeheer centraal staan in onze projecten. We brachten jongeren in ons land samen via lokaal wateronderzoek. We begeleidten hen om hun ideeën rond duurzame ontwikkeling te delen met jongeren wereldwijd, zoals toen we in 1999 samen met een Europese ngo het eerste 'Europees Jongerenparlement voor Water' organiseerden in het Zuid-Franse Espalion. In 2012 stonden we mee aan de wieg van het eerste 'Wereldjongerenparlement voor Water' in Marseille. Jongeren uit meer dan 80 landen wereldwijd gingen er in dialoog met de wereldleiders. Zo ontstond een nieuw internationaal netwerk.

Deze ervaringen bundelden we doorheen de jaren in gelijkaardige democratische projecten in ons land: **kinderraden en jongerenparlementen voor duurzame ontwikkeling**, zoals de kinderraden op

stedelijk niveau in Vlaanderen, het Brussels Jongerenparlement voor het Leefmilieu en de *Assemblée des Jeunes Wallons pour l'Environnement*. In deze raden begeleidden we kinderen en jongeren die zich buiten de schooluren engageren om zich in een thema van duurzame ontwikkeling te verdiepen en concrete beleidsvoorstellen te formuleren. Sommige voorstellen werden ook effectief uitgewerkt, zoals de unieke verzameling recepten 'Goed voor ons en voor de planeet': bedacht, bereid en goedgekeurd door jongeren. Onder andere door dit project werd in 2013 het thema duurzame voeding belangrijker binnen onze organisatie.

In 2001 lanceerden we onze **eerste watercampagne in Belgische scholen**. De scholen adopteerden een stukje van een lokale waterloop, deden er wateronderzoek, brachten de schoonheid of de problematiek ervan in beeld via kunst en wisselden deze ervaringen uit via een digitaal platform en kaart. In vele scholen werden '**GREEN-teams**' opgericht. Aan het einde van het schooljaar kwamen ze samen om ervaringen uit te wisselen. Ze vroegen GREEN om werk te maken van een **duurzamer afvalbeleid** in hun scholen. We gingen rond de tafel zitten met Fost Plus, Ovam en alle afvalintercommunes rond de uitwerking van een **educatieve workshop met als rode draad de Ladder van Lansink**. Na een testfase werd de workshop LABO (Leren Afval Beheren Op School) vanaf januari 2004 op grote schaal uitgerold in de Vlaamse lagere scholen. De balans op het einde van het jaar: 904 klassen - meer dan 18.000 kinderen - gesensibiliseerd. Later werd het project uitgerold over het hele land.

Ondertussen manifesteerde de klimaatverandering zich steeds duidelijker. De **aandacht voor de brede milieuproblematiek** nam toe. GREEN ontwikkelde tal van projecten die aan die toenemende bezorgdheid tegemoetkomen en pakte sinds 2002 nieuwe thema's aan: energie en klimaat, mobiliteit, duurzame consumptie en afvalbeheer, natuur en milieu. Zo startten we in Brussel een pilootproject met als doel het woon-schoolverkeer te verduurzamen en veiliger te maken.

Daarop volgde in samenwerking met de administratie Mobiel Brussel een ambitieus programma rond schoolvervoerplannen in de Brusselse scholen. Acht jaar later werd dit verankerd in het beleid.

We zetten ook nieuwe projecten op rond energiebesparing op school en duurzaam isoleren. Dit nam niet weg dat het thema water een belangrijke rol bleef spelen: van de tentoonstellingen *Troubled Waters* (2006) en *Water Awareness 2015 Solutions* (2015) in de senaat tot de grootschalige Europese campagne 'Waterdragers' (2009) voor de erkenning van water als fundamenteel mensenrecht.

In 2007, tien jaar na de oprichting, was GREEN Belgium uitgegroeid van een kleine vzw met drie deeltijdse krachten en twee projecten naar een werking met 30 medewerkers en 35 projecten.

Met de campagne 'Jongeren keren het klimaat', tegenwoordig gekend als de **GoodPlanet Challenges**, maakten we de slogan '*Think global, act local*' concreet: eenvoudige acties kunnen het verschil maken. In 2021 gaan nog altijd elk jaar honderden scholen de uitdaging aan om op vijf actiedagen samen het tij te keren. Ook dit project ontstond uit een voorstel van een door ons begeleid jongerenparlement.

Na twee keer verhuizen als groeiende organisatie namen we in 2009 onze intrek in **Mundo-b**, het huis voor duurzame ontwikkeling aan de Naamsepoort in Brussel. We werden ook lid van de gelijknamige coöperatieve vennootschap die werd opgericht om de gezamenlijke aankoop van het gebouw voor te bereiden.

Een intern participatief proces leidde in 2010 tot een nieuwe strategie, deze keer voor het eerst voor een periode van vijf jaar. In dit plan, net zoals in al onze projecten, lieten we jongeren zoveel mogelijk zelf uitdagingen formuleren, omdat ze zo meer geneigd zijn tot gedragsverandering. In 2011 werden de eerste stappen gezet richting onze naamsverandering.

Samen met de *Fondation GoodPlanet*, gevestigd in Parijs en opgericht door de Franse fotograaf en cineast Yann Arthus-Bertrand, richtten we het GoodPlanet-fonds op in de schoot van de Koning Boudewijnstichting om onze samenwerking concreet vorm te geven. Het eerste project was de ontwikkeling van een educatief pakket over het thema bos, met 20 fotoposters van onder andere Yann Arthus-Bertrand, in het kader van het Internationaal jaar van de bossen. Alle Vlaamse lagere en secundaire scholen kregen dit pakket gratis aangeboden.

In 2013 ruilden we de naam GREEN Belgium voor GoodPlanet Belgium.

Zo werden we de Belgische partner in een internationaal netwerk opgericht door Yann Arthus-Bertrand, die meteen erevoorzitter werd van GoodPlanet Belgium.

Een jaar later vierden we samen met partners Fost Plus, de afvalintercommunales en de Vlaamse en Waalse overheid het **tienjarig bestaan van de afvalworkshops** in de 15.500e klas die een educatief medewerker van GoodPlanet over de vloer kreeg.

Tegelijkertijd daalde in deze periode het aantal projectoproepen gevoelig. Om een financieel gezonde organisatie te zijn en blijven werd **nauwere samenwerking met bedrijven**, waarbij ook het personeel van deze bedrijven gesensibiliseerd wordt, opgenomen in de nieuwe strategie. De basis van het programma *Sustainable Solutions* werd gelegd.

20 jaar na de oprichting was GoodPlanet uitgegroeid tot een organisatie met meer dan 50 medewerkers, tientallen vrijwilligers en een 60-tal projecten. Waterprojecten met kinderen en jongeren stonden nog altijd op de agenda, naast projecten die een breder publiek bereikten en meerdere duurzaamheidsthema's aankaarten: van *gepimpte* speelplaatsen tot GREEN-teams in bedrijven.

Terugblik 2017-2021

In de periode 2017-2021 zijn we erin geslaagd om heel wat vooruitgang te boeken wat betreft de drie thema's die we als prioritair markeerden: duurzame voeding van het veld tot op het bord, verbondenheid tussen mens en natuur en grondstoffengebruik binnen een circulaire economie. We blikken nog even terug op de opmerkelijkste projecten en de moeilijkste drempels.

Voor het thema duurzame voeding werd in Wallonië de Green Deal 'Cantine Durable' gelanceerd. In Vlaanderen daarentegen verliep dat niet rooskleurig: de sectoroverschrijdende Green Deal 'Gezonde en duurzame voeding op school', geïnitieerd in 2017, sprong ondanks een uitgebreide voorbereiding door tal van organisaties helaas af. Alle betrokken stakeholders bleven echter samenwerken met het departement onderwijs rond dit thema. Met onder andere mede-initiatiefnemers Rikolto (voorheen Vredeseilanden) en Fairtrade Belgium zetten we het engagement ook verder via ons gezamenlijk project **GoodFood@School**. Samen zetten we zowel op school- als op stedelijk niveau onze schouders onder een **duurzaam schoolbeleid rond voeding**. Samen initieerden we ook de **KlasCement-deelsite** 'Gezonde en duurzame voeding op school'. Daar vinden leerkrachten en directies die duurzame voeding op de kaart willen zetten makkelijker hun weg in het gevarieerde aanbod van leermiddelen. Met 'Gezond Leven' en *retailers* ontwikkelden we een project dat focust op gezonde versnaperingen.

Door ons in Wallonië aan te sluiten bij het *Collectif Cantines Durables*, hebben we ons engagement voor kwaliteitsvolle schoolkantines versterkt. Dit collectief brengt partners uit heel Wallonië samen met een gemeenschappelijk doel: een nieuw kantinemodel invoeren volgens een gemeenschappelijke methodologie.

Tot slot kregen jaarlijks honderden klassen een **GoodCook** op bezoek die de leerlingen liet proeven van gezonde groenten en fruit van bij ons.

De voorbije periode bundelden we onze jarenlange ervaring rond het kwalitatief vergroenen van buitenruimten en de daarbij horende participatieve processen en intergenerationele projecten in twee handleidingen: een '**Leidraad voor generatietuinen**' en een '**Toekomstvisie voor speelplaatsen**'. Uit deze laatste is het speelplaatsvergroeningsproject *Ose Le Vert* in Wallonië gegroeid. Er volgde ook een publicatie rond verduurzaming van crèches in samenwerking met ONE (*l'Office de Naissance et de l'Enfant*, de Waalse tegenhanger van Kind en Gezin) en de FWB (*Fédération Wallonie Bruxelles*), later heruitgebracht en verde uitgewerkt door de *Région Wallonne*.

Op die manier willen we met onze projecten niet alleen zoveel mogelijk burgers, maar ook beleidsmakers inspireren. Ondertussen dragen we de boodschap rond groene, gezellige en avontuurlijke speelplaatsen niet meer alleen (oef!) maar gezamenlijk uit via een **structureel overlegplatform** met alle betrokken actoren in Vlaanderen. Zo kunnen we met trots zeggen dat onze speelplaatsprojecten één en ander in beweging hebben gezet, zowel op beleidsvlak als in het onderwijsveld.

Daarnaast zetten we ook in op **nieuwe concepten die mensen verbinden met natuur in hun omgeving en met elkaar**, zoals generatietuinen, *Tiny Forests* en nestelbossen. Elk concept heeft een specifieke insteek.

In **generatietuinen** brengen we jong en oud via scholen en woonzorgcentra opnieuw dicht bij elkaar en bij de natuur.

Een ***Tiny Forest*** richt zich dan weer tot scholen en buurtbewoners. Bovendien kan dit concept snel en op vele plekken voor meer natuur en biodiversiteit in de buurt zorgen, niet in het minst in stedelijke omgevingen. Dat is niet alleen positief voor onze eigen gezondheid en welzijn, ook de natuur profiteert mee: *Tiny Forests* zorgen ervoor dat de bodem meer water kan vasthouden, verbeteren de luchtkwaliteit en gaan hittestress tegen.

In een **nestelbos** ligt de focus dan weer op zorg. We zetten naast natuurbeleving in op een aantal belangrijke 'nestelvaardigheden' als weerbaarheid en veerkracht, respect en probleemoplossend denken. Hierbij

richten we ons voornamelijk tot maatschappelijk kwetsbare doelgroepen. In 2021 begeleidden we in totaal al minstens zes woonzorgcentra bij het opzetten van een generatietuin, groeien de bomen in de eerste twee *Tiny Forests* in Schoten en Vorst en ontvingen we al tientallen jongeren in het eerste nestelbos 'Bellenbos' in Affligem.

Ook onze werking rond het thema **circulaire economie** werd de vorige beleidsperiode verder uitgebouwd met **vier grote, nieuwe projecten in samenwerking met relevante stakeholders**: de workshop 'Grondstoffenjacht' met Recupel en het zwerfvuiltraject '*The Litter Challenge*' met Colruyt voor leerlingen van het secundair onderwijs, een ondernemerstraject voor jongeren die de textielsector op z'n kop willen zetten met *Junior Argonauts*, Unizo en De Kringwinkel en tenslotte nog de uitbreiding tot schooltrajecten van onze afvalworkshops rond afvalbeheer met Fost Plus, Be WaPP en Ovam. Daarnaast zijn we trots op het feit dat we veertien jaar geleden als eerste een inzamelactie van oude gsm's in Vlaanderen organiseerden en ook vandaag nog altijd de grootste **gsm-inzamelactie** in scholen organiseren, samen met Proximus en Recupel. In 2021 telden we zo meer dan **170.000 gsm-toestellen** waarvan de grondstoffen opnieuw in de materialenketen ingeschakeld kunnen worden.

Voor de doelgroepen breed publiek en werknemers bleek het moeilijker om de impact van onze projecten te meten. Dat nemen we dan ook mee als aandachtspunt voor de opmaak van dit meerjarenplan, zowel wat betreft **impactmeting** als het opstellen van de juiste indicatoren.

Dat neemt niet weg dat we via jaarlijks terugkerende projecten als **Big Jump** of onze **duurzame wandelzoektochten** ('GoodWalk') in samenwerking met Cera duizenden mensen bereiken. Onze tentoonstellingen, waaronder '*To bee or not to bee*' werden geëvalueerd als succesvol. Toch merken we dat we hier logistiek gezien veel middelen aan moeten besteden, wat de aanpak niet steeds rendabel maakt. We kiezen er dus voor om de specifieke operationele doelstelling rond inspireren via beelden stop te zetten, maar

blijven deze aanpak wel waardevol vinden binnen projecten met partners. Snel bleek dat we het **GoodFriends-netwerk** iets te ambitieus formuleerden. Een netwerk voor 'iedereen die in actie komt voor de planeet' bleek een veel te omvangrijke doelgroep in verhouding tot de tijd en middelen die we hierin konden investeren. Na een herziening kreeg het concept een plek binnen onze communicatiestrategie.

Ook de verdere uitrol van ons aanbod naar ondernemingen toe zorgt voor extra bereik van breed publiek, onder andere via de **duurzaamheidslabels** die we sinds de vorige beleidsperiode beheren. We namen Blue Flag en Green Key in samenwerking met IEW (*Inter-Environnement Wallonie*) over en zorgden stapsgewijs voor een beter en meer professioneel beheer van deze labels in ons land. We slaagden erin om **Blue Flag opnieuw naar onze Belgische kust** te halen. Ook ons aanbod van activiteiten naar werknemers toe werd na enkele jaren van testen en experimenteren opnieuw onder de loep genomen, met een nieuwe catalogus als resultaat. We schrapten bijvoorbeeld onze bedrijfsversie van de campagne *GoodPlanet Challenges*. Deze werd wel positief onthaald door onze partner AXA, maar kon niet voldoende op maat aangepast worden aan de noden van de *business-to-business*-klant. De **'CSR Actions Days'** en de **coachingtrajecten** die we in meerdere bedrijven organiseerden en opzetten werden zowel door ons als door de partners positief geëvalueerd. Hier willen we dan ook op blijven inzetten. De samenwerking met kleine ondernemingen via Unizo werkte dan weer niet wegens gebrek aan interesse bij hun leden. Daarom besloten we om voortaan te focussen op middelgrote en grote ondernemingen en organisaties.

Wat betreft organisatieontwikkeling lag de focus de voorbije jaren op het opzetten van een **nieuwe organisatiestructuur waarbij onze thematische programma's centraal staan**. De belangrijkste stappen werden echter gezet: het nieuwe organigram is een feit en de verdere uitrol werd in de loop van 2021 voltooid.



Tot slot waren zowel 2019 als 2020 **financieel moeilijk** voor onze organisatie wegens vele **externe tegenslagen**: van het uitblijven van de regeringsvorming en de minder comfortabele financiële situatie van bepaalde partners tot de uitbraak van corona. In 2020 werden we door de RVA erkend als uitzonderlijk zwaar getroffen onderneming op basis van het percentage tijdelijke werkloosheid (58%) tijdens het tweede kwartaal. We draaiden maar liefst 30% omzetverlies terwijl het aantal projecten niet was gedaald. Dit vroeg wederom enorm veel flexibiliteit en veerkracht van ons team. We kijken dan ook bij het schrijven van dit meerjarenplan uit naar een meer comfortabele financiële situatie in de komende periode.

Vooruitblik 2022-2026

Wat betreft de **scholenwerking** zijn we tevreden over de resultaten en activiteiten van de operationele doelstellingen rond sensibilisatie en activatie. De ministers van de beleidsdomeinen waar we een erkenning voor hebben evalueerden deze werking zeer positief dankzij een consistente en consequente uitvoering van het meerjarenplan, indrukwekkende cijfers inzake activiteiten en bereik en een zeer hoge ambitie die in deze context waargemaakt wordt.

Die ambitie willen we dan ook voortzetten. We merken echter op dat er op Vlaams niveau alsminder middelen beschikbaar zijn voor educatieve trajecten gericht op duurzame resultaten binnen de schoolomgeving. Nochtans lezen we in de *'ESD for 2030 roadmap'* dat ook UNESCO het belang van onderwijs en acties in gemeenschappen benadrukt en prioriteit geeft, "aangezien daar de kans op duurzame verandering het grootst is".

Daarnaast willen we opnieuw meer inzetten op **beleidsparticipatie** van kinderen en jongeren via de schoolwerking. GoodPlanet heeft hier rond jarenlange ervaring opgebouwd en wil deze blijven inzetten om kinderen en jongeren een stem te geven in onder andere het klimaatdebat en hen burgerzin mee te geven via concrete ervaringen. We merken nog altijd veel interesse bij steden en gemeenten voor onze concepten zoals klimaatkinderraden en de *Assemblée des Jeunes Wallons pour l'Environnement*.

We zien twee pistes om in de komende beleidsperiode meer in te kunnen zetten op beleidsparticipatie. Enerzijds kunnen we door een betere impactmeting meer data verzamelen die ook op beleidsniveau interessant en relevant zijn. Anderzijds willen we ook onderzoeken hoe we de dimensie van beleidsparticipatie kunnen integreren in bestaande projecten. Dit biedt meer kansen dan hier enkel op in te zetten via projecten die beleidsparticipatie als hoofddoel hebben.

We koppelen de **bedrijfsgerichte werking** rond onder andere de duurzaamheidslabels los van de activiteiten die echt gericht zijn op de werknemers. We blijven echter inzetten op beide elementen. De duurzaamheidslabelwerking maakt een belangrijk deel uit van onze *Sustainable Solutions* werking.

Van zodra de coronacijfers dit opnieuw toelaten, gaan we op pad met onze nieuwe catalogus om via eenmalige activiteiten voor werknemers deuren te openen naar duurzame partnerschappen op langere termijn. Nieuwe accenten zijn specifieke activiteiten voor lager opgeleid personeel en op doelgroepen die mogelijk minder overtuigd zijn van de noodzaak van een duurzame transitie. We willen ook de mogelijkheden onderzoeken van activiteiten voor en samenwerking met toeleveranciers. Bedrijven betrekken (de impact van) hun leveranciers immers steeds meer in hun MVO-beleid. Daarnaast blijven we ook onze betrokkenheids- en coachingstrajecten aanbieden met een nog meer klantgerichte en gepersonaliseerde en activerende aanpak. We willen ook nog steeds een actieve bijdrage blijven leveren aan het bijsturen van het MVO-beleid van onze huidige partners.

GoodPlanet wordt door lokale overheden gezien als een sterke partner om in hun stad of gemeente kinderen, jongeren en burgers in het algemeen te sensibiliseren. We laten 'duurzame steden' los als thematisch programma en integreren deze werking binnen onze *Sustainable Solutions*-aanpak, waar de manier van werken beter bij aansluit. Subsidies zijn immers meer en meer verleden tijd en worden vervangen door openbare aanbestedingen van lokale besturen. Dit vraagt een snellere manier van schakelen en omwille van meer concurrentie ook een meer commerciële insteek (onze diensten en expertise 'verkopen' aan steden en gemeenten).

Door de gemeente of stad binnen onze werking op een meer globale manier te integreren, willen we ook een beter zicht krijgen op de GoodPlanet-projecten die binnen die gemeente of stad uitgerold werden of in de pijplijn

zitten naar onze verschillende doelgroepen toe. Rond welke thema's werken de scholen? Zijn er op het grondgebied uitbaters met een Green Key, Blue Flag of Green Flag Award? Vindt er in de gemeente een jaarlijkse Big Jump plaats? Dit zal toelaten om deze projecten te connecteren waar mogelijk en opportuun, om communicatie met verschillende ambtenaren en diensten op lokaal niveau beter te stroomlijnen en om samenwerkingen tussen gemeenten en steden te faciliteren.

Ook binnen onze werking naar een **breed publiek** willen we met een nieuwe aanpak meer coherentie scheppen en de activiteiten beter laten aansluiten bij de ambities van onze meerjarenstrategie.

Het succes van acties als Cera GoodWalk en Big Jump, elk met een bereik van duizenden deelnemers, toont aan dat partnerschappen een belangrijk en essentieel onderdeel zijn van onze werking naar een breed publiek. Dit element willen we dan ook centraler plaatsen in onze strategische aanpak. GoodPlanet heeft immers niet de middelen om zelfstandig acties en projecten op te zetten naar een breed publiek.

Deze samenwerkingen bieden ons bovendien kansen om doelgroepen te bereiken die we anders niet of moeilijker zouden bereiken. Daarom willen we de komende beleidsperiode binnen deze doelgroep extra focussen op **jongeren in maatschappelijk kwetsbare situaties**, in nauwe samenwerking met organisaties die deze doelgroepen al bereiken. Uit onderzoek bleek dat deze jongeren nog te weinig betrokken worden/zijn bij de transitie naar een duurzame samenleving. Organisaties die een werking hebben naar dit publiek zijn vragende partij voor concrete projecten die hen toelaten de stem en het engagement van deze jongeren ook te laten horen en zien binnen deze beweging.

We laten het concept onder de noemer GoodFriends varen, maar behouden de ambitie om te bouwen aan een **GoodPlanet-netwerk** dat verder gaat dan louter digitale communicatie. Het zal samengesteld worden uit experts die onze programmawerking inhoudelijk voeden, donateurs die

onze werking op financieel vlak ondersteunen, vrijwilligers die hun tijd en inzet geven en ambassadeurs die hun netwerk ter beschikking stellen.

De **interne werking** van GoodPlanet willen we de komende jaren verder professionaliseren. Alle ondersteunende diensten werden samengebracht in één departement, met als doel om de inhoudelijke werking – alle projecten en programma's – op efficiënte en kwalitatief hoogstaande wijze te ondersteunen.



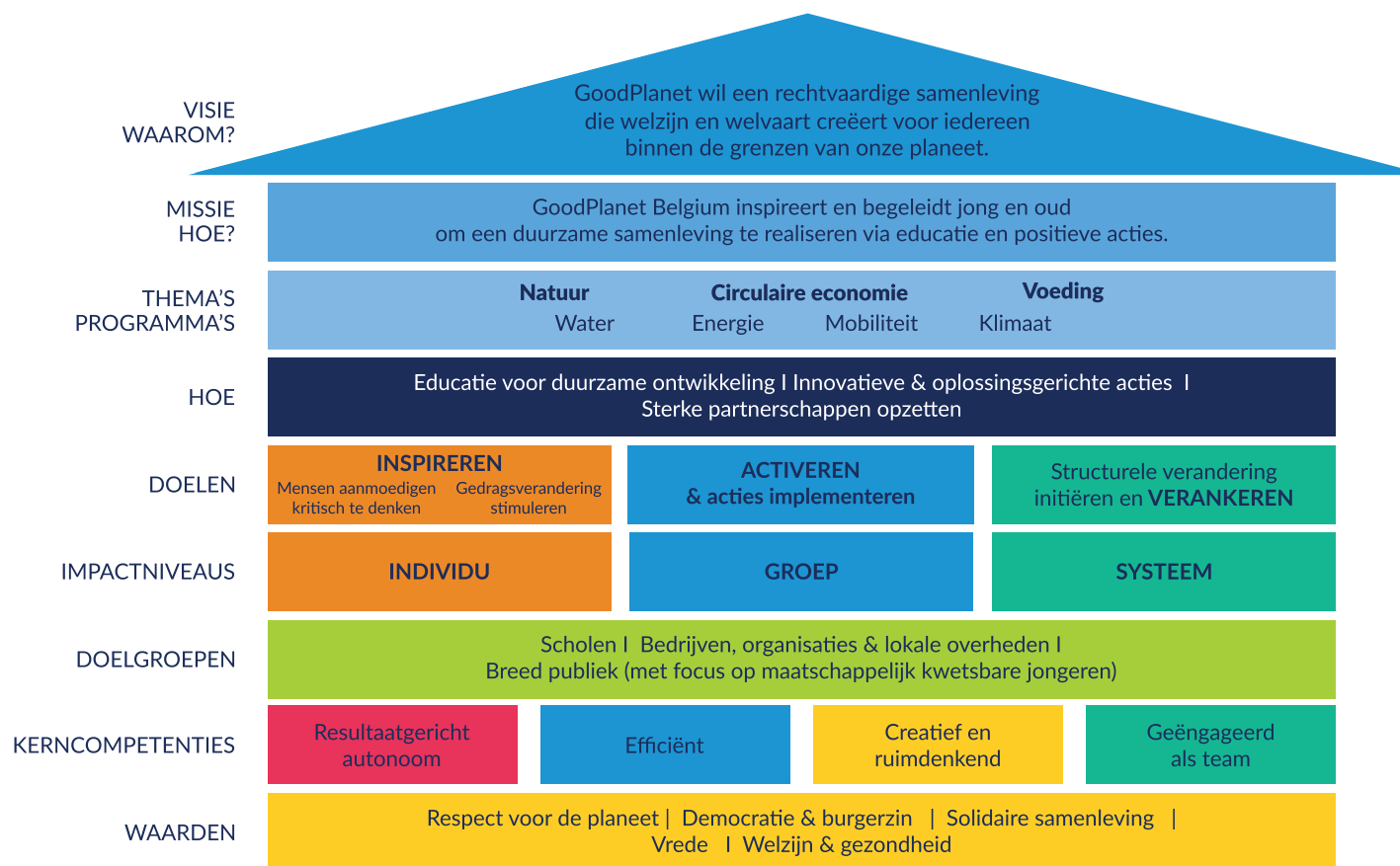
- Het **communicatieteam** centraliseert up-to-date communicatie-expertise. De komende jaren werken we aan het verder verbeteren van de communicatie vanuit de talrijke projecten, maar ook de corporate en projectoverschrijdende communicatie voor onze kerndoelgroepen zoals scholen wordt aangepakt. Daarnaast werken we ook aan een bredere bekendheid van GoodPlanet bij onze doelgroepen.
- Een aparte **HR-functie** is nieuw bij GoodPlanet sinds 2020. De basis voor een goede personeelswerking is er al, maar meerdere werven zijn nog onvoltooid. Dankzij een volwaardig personeelsbeleid willen we onze werking naar een hoger niveau tillen en de persoonlijke ontwikkeling van medewerkers faciliteren.
- Op **financieel** vlak gaan we voor een verdere stroomlijning van processen, zodat we op elk ogenblik een correct beeld hebben van de financiële situatie. Immers, een financieel gezonde organisatie kan niet bestaan zonder een transparante financiële opvolging.
- Op het vlak van **ICT** investeren we in een CRM-systeem waarin we al onze contacten bijhouden en hefboomen creëren voor communicatietrajecten op maat van onze vele subdoelgroepen. Dat systeem zal ook ons helpen om nieuwe opportuniteiten om te zetten naar concrete samenwerkingen. Verder willen we investeren in een planningsysteem om onze medewerkers efficiënter toe te wijzen aan de verschillende projecten.

1. Dit is GoodPlanet

In de aanloop naar het uitwerken van dit meerjarenplan deden we met het team en de algemene vergadering een oefening rond de opbouw van een 'strategisch huis': een schematische voorstelling van alle essentiële elementen van onze strategie. In de loop van dit traject kregen onze missie en visie een update. Onze thema's werden thematische programma's. Zo leggen we een duidelijke link met onze nieuwe organisatiestructuur waarin deze thematische programmawerking centraal staat.

De organisatiewaarden herformuleerden we tot kerncompetenties omdat ze een duidelijke link hebben met het gedrag en de attitudes die we verwachten van elke medewerker. We definiëren samen de maatschappelijke waarden die ons als organisatie en als team drijven. Deze waarden vervatten ook de aandachtsvelden die we in het vorig meerjarenplan beschreven. Zo is bijvoorbeeld welzijn en gezondheid voor ons meer dan een onderwerp waarvoor we in zoveel mogelijk projecten aandacht aan willen besteden: het is een waarde die vervat zit in alles wat we ondernemen. We nemen hieronder het **strategisch huis**

op ter illustratie en verduidelijken de elementen ervan stap voor stap doorheen dit meerjarenplan.



Het 'strategisch huis' van GoodPlanet

1.21 Visie

GoodPlanet wil een rechtvaardige samenleving die welzijn en welvaart creëert voor iedereen binnen de grenzen van onze planeet.

1.2 Missie

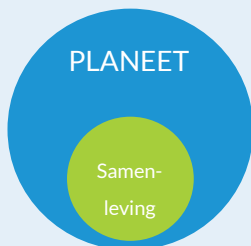
GoodPlanet Belgium inspireert en begeleidt jong en oud om een duurzame samenleving te realiseren via educatie en positieve acties.

De drie pijlers van duurzame ontwikkeling

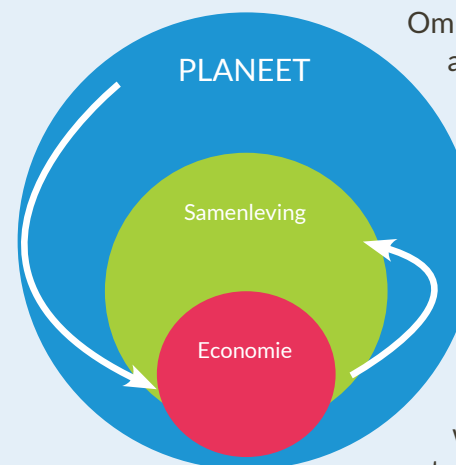
Het definiëren van drie grote pijlers is nog altijd een belangrijk uitgangspunt in nagenoeg elke theorie rond duurzame ontwikkeling. Wij volgen het model waarin de correlatie tussen de verschillende pijlers bijgestuurd is.



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 die de grenzen van de planeet respecteert.

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 onze visie op duurzame ontwikkeling en een duurzame samenleving.

De Sustainable Development Goals: een referentiekader

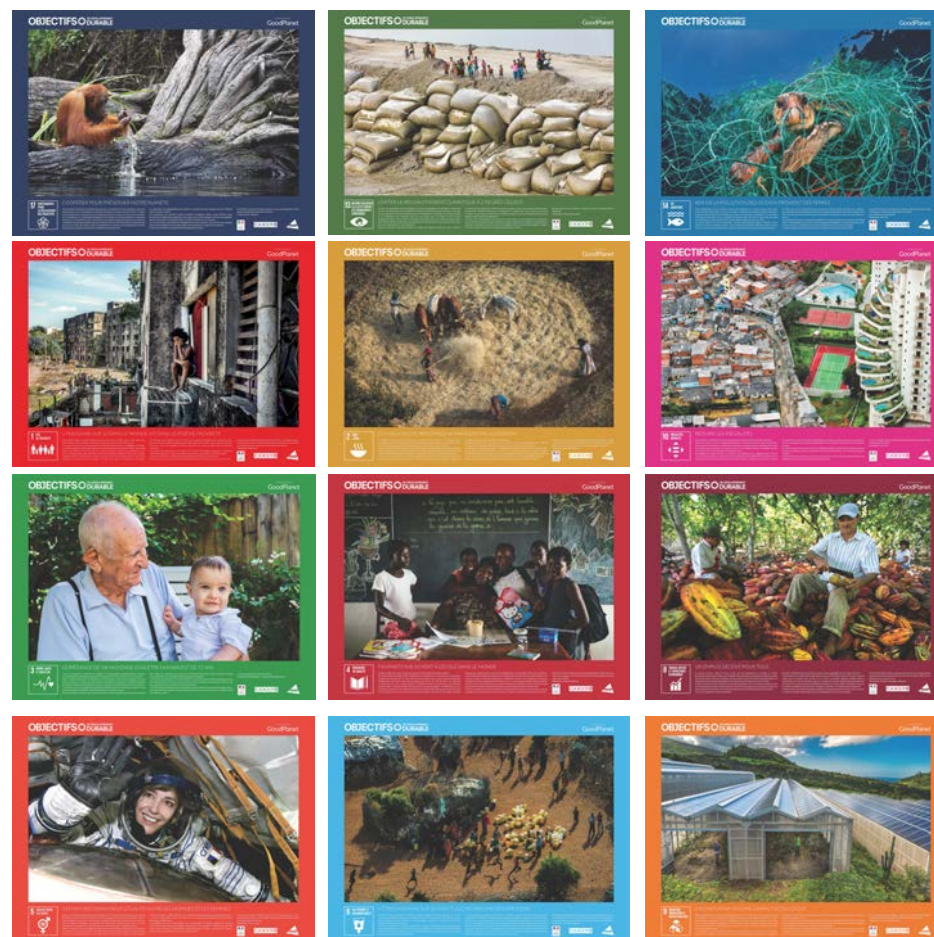


Deze 17 duurzame ontwikkelingsdoelen, gekend als 'SDG's, en de 169 bijhorende subdoelstellingen werden in september 2015 goedgekeurd door de Verenigde Naties. Een ambitieus actieplan voor mens, planeet en welvaart, dat de wereld grondig moet veranderen tegen 2030. Ook universele vrede in grotere vrijheid en een einde maken aan de armoede spelen er een hoofdrol in.

Op 26 september 2016 werd GoodPlanet samen met zeven andere organisaties en bedrijven gekozen tot de eerste 'SDG Voices' van ons land. Deze acht ambassadeurs van de duurzame ontwikkelingsdoelstellingen werden aangeduid door een onafhankelijke jury van journalisten, op initiatief van het Federaal Instituut voor Duurzame Ontwikkeling (FIDO) in samenwerking met *The Shift*. Onze organisatie maakt immers elke dag via diverse projecten en programma's effectief werk van het concretiseren van de SDG's. Als SDG Voice blijven we deze boodschap ook verder uitdragen. Waar mogelijk en relevant verwijzen we in onze projecten naar de SDG's als internationaal kader om deze beter bekend te maken bij de

brede bevolking. We volgen de ontwikkelingen en implementering van de SDG's in België verder op.

We onderzoeken de mogelijkheden om de posterreeks rond de SDG's van de GoodPlanet Foundation in Frankrijk, met beelden van onze erevoorzitter Yann Arthus-Bertrand, naar ons land te halen.



1.3 Waarden

GoodPlanet is een waardengedreven organisatie. Als vzw willen wij bijdragen aan een betere, duurzamere wereld waar solidariteit, vrede, democratie en burgerzin, welzijn en gezondheid en het algemeen belang (een economie ten dienste van de mensheid) gekoesterd worden.

Dit zijn de waarden die ons drijven en waar wij als organisatie voor staan, zowel bij de oprichting van de vzw via onze statuten als binnen onze werking anno 2021:

Respect voor de planeet

Het uitgangspunt voor de oprichting van GREEN vzw in 1997 waren de rivieren en stroomgebieden als natuurlijke grenzen. Mensen die langs dezelfde rivier wonen of in hetzelfde stroomgebied, delen het beschikbare water en moeten samen uitgaan van deze natuurlijke grenzen. Het opzet van GREEN vzw was van bij de start mensen binnen deze stroomgebieden samenbrengen en samen aansporen tot actie voor een duurzaam waterbeheer en een duurzamere leefomgeving. Dat respect voor onze planeet, voor de natuur en voor het werken, wonen en leven binnen de grenzen van onze planeet blijft vanzelfsprekend een belangrijke waarde en een belangrijk uitgangspunt binnen onze hedendaagse werking.

Vrede

Voor het internationale netwerk waarbinnen GREEN vzw in de beginjaren werkzaam was, was vrede veelbetekenend. Ook in Palestina en Israël waren er bijvoorbeeld leden van het bredere GREEN-netwerk actief. En niet alleen in die regio moesten mensen met verschillende culturen en religies dezelfde watervoorraden delen en beheren. Het GREEN-netwerk bracht jongeren van verschillende achtergronden samen rond duurzaamheid, en meer concreet rond symbolische projecten die een gezamenlijk beheer van rivieren, grondwaterlagen of stroomgebieden vooropstellen.

In de beginjaren van de werking van onze vzw hadden we meer internationale projecten, zoals ook uitwisselingsprojecten waarbij scholen van bij ons kennis en ervaring uitwisselden met scholen uit andere landen. Deze projecten hadden als doel respect bij te brengen voor andere volkeren en intercultureel leren te stimuleren. Zo kan ieder niet alleen meer kennis verwerven over en voeling krijgen met de eigen en de andere cultuur, maar ook met de impact daarvan op de planeet. Samen met onze internationale partners IOSD en *Young Water Solutions* onderzoeken we de komende periode hoe we de internationale dimensie terug meer in onze werking kunnen integreren. Omwille van de toenemende polarisatie in eigen land en wereldwijd willen we deze waarde echter expliciet behouden.

Democratie en burgerzin

GoodPlanet wil burgers van alle leeftijden aanmoedigen om actief te participeren bij het beschermen van onze natuurlijke hulpbronnen. Enerzijds via bestaande, democratische inspraakorganen en anderzijds door als organisatie zelf mogelijkheden te creëren waarbij burgers en beleidsmakers elkaar kunnen ontmoeten, in dialoog kunnen treden en samen actie ondernemen. Binnen onze werking uit deze waarde zich onder andere in de jarenlange ervaring die GoodPlanet heeft met het oprichten en begeleiden van lokale, regionale en internationale klimaatraden en jongerenparlementen. Ook door het toepassen van de principes van educatie voor duurzame ontwikkeling binnen heel wat van onze projecten willen we kritische burgerzin aanwakkeren bij kinderen en jongeren.

Solidaire samenleving

GoodPlanet heeft altijd al sterk ingezet op de sociale pijler van duurzame ontwikkeling als verbindend element binnen elk inhoudelijk thema. Via onze projecten stimuleren en vergroten we het gevoel van verbondenheid, solidariteit en begrip voor elkaar tussen personen, gemeenschappen, culturen en generaties. Omdat we willen dat iedereen een goed leven kan

opbouwen, hier en elders, en op een positieve manier deel kan uitmaken van de maatschappij. Diversiteit op het vlak van taal, leeftijd, gender, cultuur... zit dan ook in het DNA van onze organisatie en medewerkers. Hoe meer diversiteit, hoe groter de rijkdom aan kennis, ideeën en ervaringen.

Het aantal hulpbehoevende mensen verminderen en iedereen kansen bieden is een essentieel onderdeel van een rechtvaardigere en duurzamere samenleving. 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. GoodPlanet zal dan ook geen kansen laten liggen om via haar projecten bij te dragen tot de strijd tegen armoede en sociale ongelijkheid.

Welzijn en 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 biologisch geteelde groenten een hoofdrol spelen. Denk vaker de fiets nemen of te voet gaan wanneer mogelijk. Denk hernieuwbare energiebronnen in de plaats van vervuilende brandstoffen. Denk aan de fysieke en mentale voordelen van meer groen in de stad of op school enzovoort...



1.4 Kerncompetenties

Kerncompetenties zijn competenties die men verwacht van alle medewerkers, ongeacht hun functie. Ze zorgen ervoor dat onze medewerkers weten welk gedrag van hen wordt verlangd én maken duidelijk aan de buitenwereld waar de organisatie voor staat. Deze competenties benoemen zowel de bestaande als de nog te versterken competenties. We evalueren dit jaarlijks bij onze medewerkers via een persoonlijk ontwikkelingsplan.

In het vorige meerjarenplan maakten enkele van deze kerncompetenties deel uit van de organisatiewaarden. Tijdens het traject rond ons strategisch huis kwam naar boven dat deze 'waarden' eigenlijk beter als kerncompetenties gedefinieerd kunnen worden omdat ze duidelijk gekoppeld zijn aan gedrag. Om zo concreet mogelijk te omschrijven wat we verstaan onder onze kerncompetenties werden ze verduidelijkt met enkele typische gedragsregels.

Geëngageerd als team

- Ik behandel anderen met zorg en aandacht.
- Ik accepteer het uniek zijn van andere mensen.
- Ik heb aandacht voor de impact van mijn acties.
- Ik spreek met trots over de realisaties van de organisatie.
- Ik werk samen met anderen om de impact van de organisatie te maximaliseren.

Resultaatgericht autonoom

- Ik voer mijn taken zelfstandig uit en neem beslissingen op mijn niveau.
- Ik neem initiatief in mijn eigen werk: ik vraag collega's en leidinggevenden bijvoorbeeld om steun of advies indien nodig.
- Ik reflecteer over mijn functioneren en corrigeer waar nodig.
- Ik toon individuele verantwoordelijkheid voor mijn eigen leerproces, eigen resultaten en die van de organisatie.

Creatief en ruimdenkend

- Ik blijf op de hoogte van evoluties in mijn werkveld.
- Ik verken alle mogelijkheden en experimenteer met nieuwe pistes.
- Ik ga relaties aan met anderen met een open, waarderende houding.
- Ik draag bij tot creatieve groepsprocessen door actief naar anderen te luisteren en mijn eigen ideeën uit te drukken.
- Ik kan me aanpassen aan veranderende omstandigheden.
- Ik schakel gemakkelijk over naar een andere activiteit.
- Ik reageer vlot op onverwachte veranderingen.
- Ik pas me snel en effectief aan nieuwe situaties en denkkaders aan.

Efficiënt

- Ik kies mijn prioriteiten en voer ze uit binnen een gepaste timing.
- Ik ga bewust en zorgvuldig om met middelen, energie en werktijd (zowel die van mijzelf als die van anderen).
- Ik draag bij aan de ontwikkeling van procedures en werkmethoden om prestaties te optimaliseren.
- Ik plan en organiseer mijn werk en ga op een gestructureerde manier te werk.
- Ik anticipeer op mogelijke problemen.
- Ik verbeter mijn eigen competenties om de kwaliteit van mijn werk te optimaliseren.
- Ik verbeter continu en op eigen initiatief mijn eigen prestatiemotivatie. Daarbij blijf ik gefocust op de resultaatgebonden doelstellingen.
- Ik blijf gefocust op vooropgestelde doelstellingen en behaal resultaten door:
 - duidelijke doelstellingen te bepalen
 - deze doelstellingen te vertalen naar concrete acties
 - de verwachte resultaten SMART te maken
- Ik beëindig mijn werk binnen de afgesproken deadlines.

1.5 Interne en bestuurlijke organisatie

GoodPlanet is een warme organisatie met een duidelijke structuur, een open cultuur 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 met en betrokken bij de globale visie rond onze thema's en de gehele organisatie. Eigenaarschap is dus een belangrijk begrip. 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. Dat we diversiteit ook binnen ons team hoog in het vaandel dragen, bewijst het diversiteitslabel dat Actiris eind 2020 uitreikte aan onze organisatie.

"In het bestuursorgaan van GoodPlanet worden ideeën en projecten getoetst aan ieders ervaring en gevoeligheid om die uit te dragen met als gezamenlijk doel elke dag opnieuw aan een 'GoodPlanet' te bouwen. De grote diversiteit binnen ons team van bestuurders qua leeftijd, gender en achtergrond is daarbij een enorme troef." ELISABETH DE BETHUNE, BESTUURDER

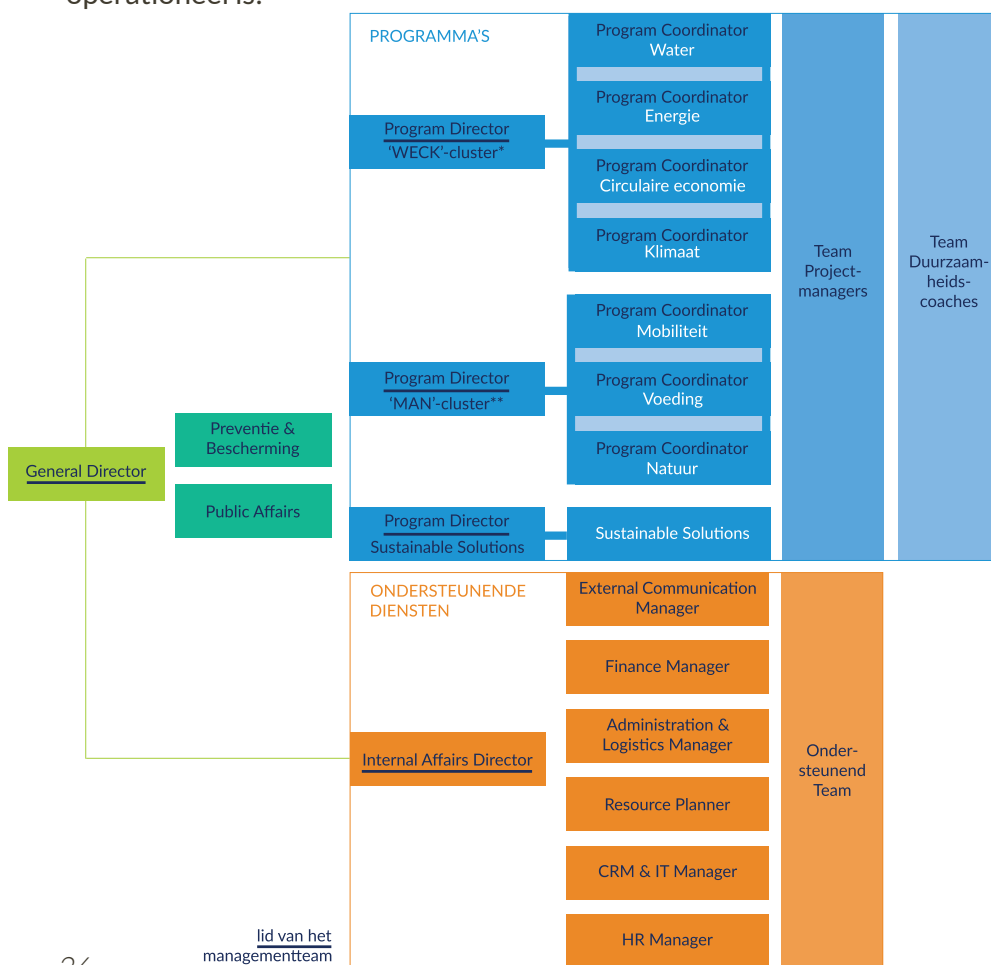
Het bestuursorgaan neemt het beheer en bestuur van de organisatie op zich en is naast een beslissingsorgaan eveneens een advies- en controleorgaan. De leden komen minstens zes keer per jaar samen. De leden van de algemene vergadering zijn referentiepersonen die ons bijstaan bij onze werking, elk vanuit 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.

De dagelijkse leiding van de organisatie is in handen van het directiecomité, dat in 2020 omgedoopt werd tot managementteam.

In 2019 drong zich immers een herstructurering op omwille van de

substantiële groei van het aantal werknemers en projecten. Waar we de voorbije jaren vooral projectmatig werkten, wilden we vanaf 2019 stap voor stap evolueren naar een werking in programma's. Binnen deze programma's worden verschillende projecten thematisch geclusterd. Een belangrijk uitgangspunt hierbij is de uitwisseling van kennis, methodieken en ervaringen optimaler faciliteren.

Dit proces resulteerde in een organigram dat sinds september 2020 operationeel is:



"Als coach bij GoodPlanet sta je in het midden van alle actie. De apotheose, zeg maar, van een doordachte uitwerking van het GoodPlanet-team om duurzaamheid op een educatieve en inspirerende manier over te brengen op onze doelgroepen."

STEVEN VAN BRUSSEL, DUURZAAMHEIDSCOACH

De projectmedewerkers heten voortaan duurzaamheidscoaches omdat deze term de lading beter dekt en tegelijkertijd breder toepasbaar is naar verschillende doelgroepen toe dan 'educatief medewerker'. Samen met de projectmanagers vormen zij nog altijd de solide basis van onze organisatie. Zij trekken er elke dag op uit om onze doelgroepen te inspireren, te motiveren en te activeren. De projecten worden echter niet meer gegroepeerd per voornaamste doelgroep, maar per thematisch programma. Enkel wat betreft *Sustainable Solutions* en duurzame steden blijft de doelgroepgerichte aanpak overeind omwille van de specificiteit van deze werking. Aan het hoofd van elk thematisch programma staat een *Program Coordinator*. Zij zorgen voor de opbouw en verankering van thematische expertise. De programmacoördinatoren zijn het aanspreekpunt voor de projectmanagers in hun team en overzien het geheel van de werking van hun programma op organisatorisch en financieel vlak. De programma's worden samengebracht in drie clusters: WECK (water, energie, circulaire economie en klimaat) en NAM (natuur, voeding, mobiliteit) en *Sustainable Solutions*. Aan het hoofd van elke cluster staat een *Program Director*.

Het managementteam kreeg een totaal nieuwe samenstelling, zowel op het vlak van functies als van personen. Waar in het vorige organigram het directiecomité bestond uit de algemeen directeur en de coördinatoren per doelgroep (scholen, ondernemingen, breed publiek), bestaat het huidige managementteam uit de *General Director*, de *Internal Affairs Director* en de drie *Program Directors*. Alle ondersteunende diensten rapporteren aan de *Internal Affairs Director*. Binnen dat team is er een focus op processen en systemen, met als uiteindelijke doel de werking van GoodPlanet efficiënt

en kwalitatief hoogstaand te ondersteunen. In vergelijking tot vroeger werden enkele nieuwe rollen in het leven geroepen, met name voor HR, *Resource Planning* en CRM en IT-ondersteuning, naast de al bestaande rollen op het vlak van communicatie, financiën en administratie. Die rollen zijn niet allemaal voltijds, want we willen de omvang van de ondersteunende diensten aanpassen aan de omvang van de gehele organisatie.

Naast de programmawerking en de ondersteunende diensten staan er nog twee rollen in het organigram. De rol van Preventie & Bescherming wordt waargenomen door de HR-manager. De rol van *Public Affairs* wordt opgenomen door de *General Director*. Met dat laatste wordt de externe focus van de algemeen directeur benadrukt.

Het organigram is dus grondig herschikt en enkele nieuwe rollen werden toegevoegd, omdat de medewerkers hier uitdrukkelijk om vroegen en onze groeiende organisatie daar nood aan had. We willen echter nog altijd een zo vlak mogelijke organisatie blijven, met enkel het aantal managementlagen noodzakelijk om het welbevinden van onze medewerkers en een efficiënte, performante werking te garanderen. Ook het principe van **subsidiariteit** en autonoom werken blijft overeind: we leggen de besluitvorming waar het kan zo laag mogelijk. Waar nodig lassen we wel controleprocessen in, zeker wanneer mensen nog moeten groeien in een bepaalde functie. De invoering van het systeem van direct leidinggevenden maakt de hele structuur zo transparant mogelijk voor onze werknemers. Iedereen heeft nu zijn eigen referentiepunt binnen de organisatie. De direct leidinggevende neemt de halfjaarlijkse evaluaties voor zijn rekening, verzorgt het onthaal en is het aanspreekpunt voor alles wat projectoverstijgend is.

Deze nieuwe organisatiestructuur zal een stevige basis bieden voor onze

werking in de komende beleidsperiode. Het centraliseren van de voorheen versnipperde HR-bevoegdheden door het aanstellen van een *HR-Manager* laat toe om dit proces globaal verder op te volgen en bij te sturen waar nodig.

GoodPlanet wil een organisatie zijn waarbinnen de medewerkers, de bestuurders, de leden van de algemene vergadering, de vrijwilligers en de ambassadeurs een goede onderlinge band hebben en elkaars werk valoriseren en versterken. Omdat een groot deel van het team meestal niet op kantoor werkt en elkaar weinig fysiek ontmoet, blijven we hierop inzetten. We gaan op zoek naar financieel haalbare systemen en initiatieven, zowel *top-down* als *bottom-up*, om mensen betrokken te houden, uitwisseling te bevorderen en informatie te laten doorstromen. We houden hierbij rekening met een goed evenwicht tussen enerzijds de meerwaarde van elkaar écht ontmoeten en de efficiëntie van een online bijeenkomst en anderzijds de afwisseling tussen bijeenkomen met de voltallige groep en in kleinere teams.

"Ik hou van afwisseling en van een stevige uitdaging. Voor beide vond ik mijn gading bij GoodPlanet. Steeds mocht ik samen met mijn leidinggevenden en collega's op zoek gaan naar de best mogelijke invulling van mijn talenten en vaardigheden. Zo heeft GoodPlanet bijgedragen aan mijn persoonlijke ontplooiing en is mijn job een deeltje van mezelf geworden waar ik heel fier op ben."

VERENA RENIERS, HR-MANAGER

2. Aanpak

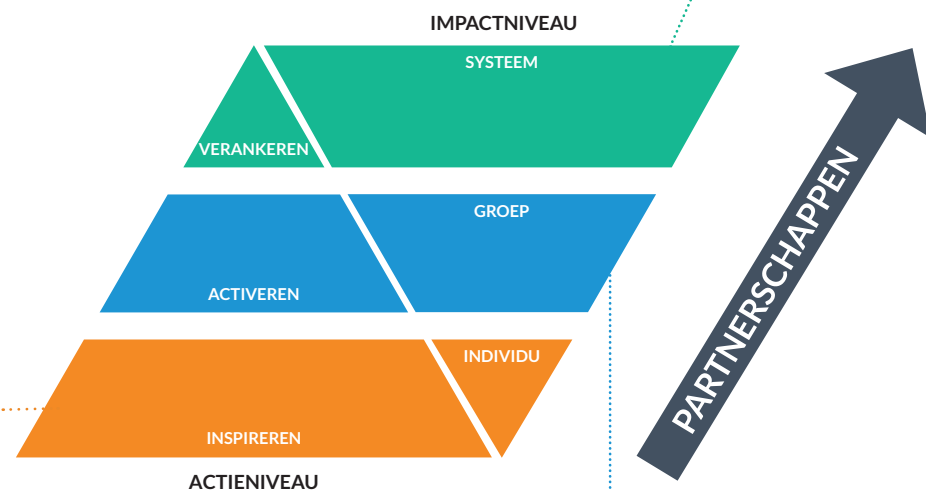
2.1 Van educatie en gedragsverandering naar systeemverandering

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 ons piramideschema verduidelijken we op welke niveaus we met deze doelgroepen samenwerken en welke impact we per actieniveau voor ogen hebben.

GoodPlanet inspireert HET INDIVIDU

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. Met onze sensibiliserende activiteiten bereiken we een breed en divers publiek en mikken we op educatie en gedragsverandering op individueel niveau. Hierbij focussen we op een oplossingsgerichte, hoopvolle boodschap. Zo motiveren onze medewerkers met afvalworkshops voor kleuters, lager- en secundair onderwijs dagelijks honderden kinderen en jongeren om afval te voorkomen, te hergebruiken of correct te sorteren. In 2020 gaven we meer dan 10.000 kinderen 'goesting' in seizoensgroenten en -fruit van bij ons. Sinds 2016 ontdekken jaarlijks duizenden mensen duurzame plekjes en initiatieven in Belgische steden via de wandelzoektocht Cera GoodWalk. Ook op de werkvloer nemen we mensen mee in een duurzaam verhaal via teambuildings en workshops.



GoodPlanet activeert DE GROEP

In een volgende stap komen we met verschillende actoren binnen een groep (bijvoorbeeld scholen, bedrijven of organisaties) tot concrete acties die verandering als doel hebben. We stimuleren hen om deze acties samen met anderen in de praktijk te brengen, zonder hun autonomie en keuzevrijheid uit het oog te verliezen. Zo kwamen in 2020 meer dan 3000 leerlingen in actie voor *The Litter Challenge*. Ze bedachten samen meer dan 130 innovatieve oplossingen voor het zwerfvuilprobleem en een beter afvalbeleid op hun school. Tussen 2017 en 2021 werkten we met meer dan 100 scholen aan een groenere speelplaats en tussen 2017 en 2019 zetten we in meer dan 85 scholen duurzame voeding op het menu.

GoodPlanet verankert HET SYSTEEM

Tot slot willen we die engagementen verankeren in de samenleving, onder andere 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. Daarnaast ontwikkelen we op basis van onze eigen ervaring met het terreinwerk een overkoepelende visie die we op een concrete en aantrekkelijke manier delen met beleidsmakers. Zo creëren we een dynamiek van inspiratie en actie met als uiteindelijk doel een bottom-up beleidsbeïnvloeding.

Onze in 2017 gepubliceerde 'Toekomstvisie voor schoolspeelplaatsen' bundelt onze ervaringen rond groene, gezellige en avontuurlijke speelplaatsen in een handleiding die niet alleen schooldirecties maar ook beleidsmakers, lokale besturen en architecten inspireert. Sinds 2018 kunnen we in alle scholen van het katholiek onderwijs van de Vlaamse Gemeenschap met een paar klikken een energiemonitoring opzetten via onze GoodSchool DigiTool en Energie-ID. Dankzij deze samenwerking gebeurt dit bovendien haast automatisch: de scholen hoeven hun meterstanden niet zelf in te geven. De monitoring maakt het mogelijk om de cijfers in de lessen te integreren en om educatieve acties op maat van de school te organiseren. In 2021 volgde ook het GO!-onderwijs.

"In een tijd waarin zoveel gesproken wordt over 'ontzorgen', is dat net de essentie van onze samenwerking met GoodPlanet. Als onderzoekscentrum zien wij het als onze plicht en eer om jongeren en minder jongeren mee te nemen in ons wetenschapsverhaal, maar kunnen wij onze mensen niet voortdurend vrij maken om daarbij de gids te zijn. GoodPlanet doet dat voor ons, leidt samen met ons medewerkers op als spreekbuis voor de onderwerpen die ons na aan het hart liggen. GoodPlanet zorgt er ook voor dat scholen en leerkrachten 'ontzorgd' worden door een project af te leveren dat naadloos in het onderwijsaanbod kan ingeschoven worden."

DÉSIRÉE DE POOT, PERSWOORDVOERDER VITO NV

2.2 Educatie voor duurzame ontwikkeling (EDO) en het 7E-model

Bij onze eenmalige workshops in scholen richten we onze aanpak voornamelijk op de principes van educatie voor duurzame ontwikkeling, met een hoofd-hart-handen aanpak. We focussen met andere woorden niet alleen op het overdragen van kennis, maar ook op aspecten als emoties, waarden en dingen zelf uitproberen. Zo willen we een kritische burgerzin aanwakken bij kinderen en jongeren. Deze activiteiten lenen zich er niet altijd toe om optimaal in te kunnen zetten op duurzame gedragsverandering. Er zijn immers gemiddeld 100 dagen nodig om gedrag te veranderen. Bovendien vertrekt niet elke deelnemer van hetzelfde uitgangspunt. Tijdens een workshop zetten we de eerste stappen richting gedragsverandering en vertonen we samen *tastgedrag*: we bieden het gewenste gedrag op laagdrempelige manier aan en testen het samen uit. Voor de deelnemers die al inzicht en intenties hebben, kan dit de stap naar gedragsverandering zijn.

In activerende trajecten met scholen of bedrijven waarbinnen we een gedragsverandering en impact in de directe omgeving tot doel stellen, integreren we zoveel mogelijk hefboomen uit het 7E-model om de kloof tussen denken en doen te overbruggen. Ook in onze communicatie en/of werking naar een breed publiek proberen we zoveel mogelijk in te spelen op deze zeven hefboomen.

We willen als organisatie de voorbeeldrol die we opnemen wat betreft de aanpak rond educatie voor duurzame ontwikkeling blijven nastreven. Zo was GoodPlanet al jaren voor deze pandemie bezig met het opzetten van projecten rond *outdoor* educatie, om maar één voorbeeld te noemen. De komende jaren willen we intern opnieuw inhoudelijk meer verdiepend werken rond de modellen die we hierna kort beschrijven.

Bij de aanwervingen binnen onze educatieve projecten gaan we op zoek naar meer medewerkers met een achtergrond in de pedagogische of gedragswetenschappen. Op basis van hun impulsen en de input vanuit het team willen we de inzichten rond en evoluties van gebruikte en nieuwe modellen toetsen aan de praktijk. Deze verdieping willen we ook meer stroomlijnen met onze impactwerking. Want daar draait het tenslotte om: kunnen we door onze werking op deze modellen te enten in de praktijk een duurzame impact hebben bij onze doelgroepen en in de maatschappij?

Educatie voor duurzame ontwikkeling

GoodPlanet gelooft dat educatie een rol van primordiaal belang speelt bij transitieprocessen. Educatie is echter veel meer dan het overdragen van kennis of het informeren van een bepaalde doelgroep. Zeker als je met die educatie tot doel stelt om kinderen en jongeren niet alleen te leren denken over, maar ook actief te laten werken aan een duurzame samenleving. Daarom baseren we onze aanpak nog steeds op de principes van educatie voor duurzame ontwikkeling die de Vlaamse overheid samen met GoodPlanet en andere stakeholders in 2010 uitwerkte in de brochure 'De vlag en de lading': het aanreiken van leerkansen die leiden tot het vergaren van interdisciplinaire kennis, systeemdenken bevorderen, ruimte voorzien voor waardenontwikkeling en emoties, verbreden, verbinden en integreren. Bovendien heeft onze actiegerichte aanpak aandacht voor zowel de inhoud als het leerproces.

"Super vet, ik wist echt niet dat zoiets kon. Dat er water in de grond zat, wist ik wel, maar dat het zo warm is..."

OWEN, LEERLING, NA EEN GOODPLANET-RONDELEIDING
IN DE LEERCENTRALE AARDWARMTE IN MOL

Gedragsverandering via het 7E-model

"Tussen weten en doen gaapt een kloof van verleidingen en gewoontes."

Fran Bambust, bezieler van het 7E-model, voegde nieuwe inzichten toe aan het bestaande 4E-model. Naast het verruimen van je referentiekader zijn er meerdere hefboomen die iemand tot gedragsverandering kunnen aanzetten. Het 7E-model beschrijft 7 hefboomen die belangrijk zijn om een onwetend iemand aan te zetten tot duurzame gedragsverandering. En alle stappen tussen die twee uitersten in. Deze hefboomen hebben een versterkend effect op elkaar: hoe meer hefboomen je toepast op een doelgroep, hoe meer kans dat die doelgroep het gewenste gedrag zal stellen. Soms kan één hefboom ook tot gedragsverandering leiden, afhankelijk van de doelstelling en de 'stap' waarin de doelgroep zich bevindt. Idealiter zetten educatie en communicatie dus in op zoveel mogelijk hefboomen, wanneer gedragsverandering het doel is. Bijeenmalige workshops in een schoolse context is dit niet steeds mogelijk. Kinderen en jongeren zijn dan bovendien nog volop bezig met het ontwikkelen van hun persoonlijke waarden, normen en referentiekader, de bouwstenen voor hun gedrag, wat het interessanter maakt om daarop in te zetten via EDO. Bij activiteiten voor volwassenen, bijvoorbeeld op de werkvloer, zetten we echter wel steeds in op gedragsverandering via de hefboomen van het 7E-model.

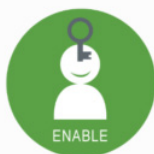
We willen bij dit luik rond gedragsverandering ook duidelijk aanhalen dat we onze projecten die individuele gedragsverandering of verandering binnen groepen vooropstellen zien als een schakel om systeemverandering te bereiken. Toegepast op het 7E-model zien we bijvoorbeeld zowel bij ENABLE als EXEMPLIFY een belangrijke rol voor de overheid, en ook voor scholen en bedrijven als systeem. Met andere woorden: bij een eenzijdige focus op individuele gedragsverandering leg je de verantwoordelijkheid niet altijd op de juiste plaats.

We lichten met enkele voorbeelden toe hoe we de hefbomen van het 7E-model integreren binnen onze projecten. Uiteraard bevatten onderstaande projecten meer hefbomen dan enkel de beschreven hefboom:



EXPERIENCE - een positieve ervaring aanbieden

Tijdens onze GoodCook-workshops bijvoorbeeld vertrekken we vanuit de ervaring: kijken, voelen, snijden, ruiken, proeven. Vanuit een plezierige ervaring wordt kennis gedestilleerd.



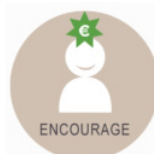
ENABLE - het mogelijk maken, faciliteren

Als je jongeren bijvoorbeeld leert dat plantaardige voeding goed is voor hen en voor de planeet, moet de schoolomgeving er ook voor zorgen dat ze die keuze kunnen maken.



ENTHUSE - enthousiasmeren

Bij onze speelplaatsprojecten beginnen we niet met budgetten, moeilijke plannen en to do's, maar met droombeelden van hoe een groene en avontuurlijke speelplaats eruit kan zien. We geven mensen goesting door een inspirerend toekomstbeeld te schetsen.



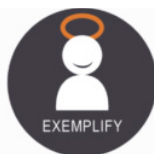
ENCOURAGE - belonen en ondersteunen

Via onze campagne 'Zie ze groeien' kunnen leerkrachten een gratis groeipakket aanvragen. Daarin zitten voornamelijk enkele zaadzakjes om een schoolmoestuin op te starten. Op zich geen grote kost voor een school, maar toch vliegen de 1500 pakketten jaarlijks de deur uit. Het ter beschikking stellen van de groeipakketten moedigt leerkrachten aan om echt voor die schoolmoestuin te gaan. De eerste stap is gezet. GoodPlanet begeleidt hen met nieuwsbrieven en educatief materiaal bij alle volgende stappen.



ENGAGE - betrekken

Elke tweede zondag van juli springen duizenden burgers over heel Europa in rivieren om aandacht te vragen voor proper water. Deze collectieve actie brengt mensen op de been omdat het aspect 'samen ergens aandacht voor vragen' een belangrijk deel uitmaakt van de campagne.



EXEMPLIFY - het goede voorbeeld geven

Wij verwachten dat onze duurzaamheidscoaches uiteraard ook zelf het goede voorbeeld geven. En we proberen ook leerkrachten op het belang daarvan te wijzen. Onze coaches lunchen nog wel eens in een leraarskamer waar de leraren tevreden terugblikken op de afvalworkshops, maar waar aluminiumfolie, apart verpakte koekjes en wegwerpbekers de normaalste zaak blijven.



ENLIGHTEN - informeren

Kennis verspreiden en leerkansen bieden maakt een belangrijk deel uit van onze educatieve aanpak. Die beperkt zich allerm minst daartoe, maar ontkent ook het belang ervan niet. Als je niet weet wat er aan de hand is, of waarom iets zou moeten veranderen, waarom zou je het dan doen? Tijdens onze rondleidingen in de aardwarmtecentrale in Mol ontdekken leerlingen alles over deze energievorm, en wat er verkeerd gaat met andere energiebronnen. We zullen dus nooit enkel onze doelgroepen informeren over problemen, maar steeds ook over mogelijke oplossingen.

2.3 Dit maakt onze werking zo... GoodPlanet

Onze manier van werken wordt getypeerd door innovatieve projecten die haalbare en aantrekkelijke oplossingen naar voor schuiven voor duurzaamheidsvraagstukken. Dat doen we niet alleen: partnerschappen en samenwerking maken een essentieel onderdeel uit van onze aanpak. We hechten tot slot veel belang aan een kwalitatieve invulling van onze projecten en maken de komende vijf jaar een prioriteit van het meten van de impact die we als organisatie op het terrein hebben.

"GoodPlanet staat voor mij voor een continu beleef- en leerproces. Vanuit eigen expertise en ervaringen heb ik kunnen bouwen aan een weg, ondersteund en omringd door mensen met eenzelfde doel. Vol mogelijkheden om innovatief, creatief en kritisch te zijn, en te zoeken. We kunnen elkaar constant inspireren en ontdekken hoe we samen kunnen beantwoorden aan noden in de samenleving. Het is fijn om daar soms eens bij stil te staan."

ANNA LEONARD, PROGRAM COÖRDINATOR

2.3.1 Innovatieve en oplossingsgerichte acties

Binnen onze projecten laten we de complexe uitdagingen waar onze wereld voor staat aan bod komen, maar we focussen op actie en oplossingen. We gaan moeilijke of negatieve boodschappen niet uit de weg, maar willen onze doelgroepen vooral meenemen in een positief toekomstverhaal en hen 'empoweren' om oplossingen en alternatieven te bedenken voor die duurzamere toekomst. Een GoodPlanet-workshop zal dus steeds eindigen met een positieve, hoopvolle en oplossingsgerichte insteek: bouwen aan een duurzame samenleving is best complex, maar zo kunnen we samen het tij keren.

GoodPlanet hecht daarbij veel belang aan innovatie. We zijn wat dat betreft dan ook een pionier binnen de sector en we hebben de ambitie om die positie te blijven waarmaken. Binnen de brede term innovatie 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 managementteam), *bottom up* (vanuit de medewerkers) of een organische mix van beide zijn, al dan niet in samenwerking met andere actoren. Een 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 dat in een latere fase geïntegreerd kan worden binnen onze projecten.

"GoodPlanet is een superteam van enthousiaste, geëngageerde, maar ook kritische medewerkers die een positieve impact willen hebben met een sterke focus op positieve oplossingen. We slagen erin om met beperkte structurele middelen een duurzame werking uit te bouwen en samen met onze grote groep partners onze missie te verwezenlijken."

SIMON REIJNIERS, MANAGEMENT TEAM

2.3.2 Sterke partnerschappen opzetten

De Verenigde Naties maken van samenwerking een topprioriteit voor het realiseren van de Duurzame Ontwikkelingsdoelen. Ook voor GoodPlanet zijn samenwerking en verbinding sleutelwoorden. We willen een toegankelijke organisatie zijn die openstaat voor dialoog en uitwisseling van meningen. 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.

Sinds onze oprichting in 1997 werken we samen met publieke partners, scholenkoepels en andere organisaties, zowel binnen als buiten de natuur- en milieusector, en ook met privépartners. Deze samenwerkingen bieden kansen om in te zetten op een multithematische en thema-overschrijdende aanpak, om meer mensen te bereiken en om een duurzamer eindresultaat te behalen. Waar mogelijk zetten we bij voorkeur dan ook in op cocreatieve projecten waarin de partners een actieve rol opnemen, ter aanvulling van onze kant-en-klaar-projecten (zoals al uitgestippelde workshops of educatieve tools).

De samenwerking met privépartners kan verschillende vormen aannemen: Een workshop voor de medewerkers, een activiteit uitwerken voor de



klanten of de handen in elkaar slaan in het kader van een scholenproject. Deze partnerschappen met bedrijven zien we als een werk van lange adem. Met één gezamenlijk project starten als partnerschap is mooi, maar om duurzaam te zijn moet het engagement verder gaan en bekijkt GoodPlanet het op lange termijn en in een brede context van duurzame ontwikkeling en maatschappelijk verantwoord ondernemen. Deze benadering slaagt niet altijd, want is afhankelijk van mensen in de teams waarmee we samenwerken. Maar als het slaagt, levert het telkens een win-win-win op voor de maatschappij, het bedrijf en GoodPlanet. Om te beslissen of we al dan niet met een onderneming in zee gaan, gaan we niet over één nacht ijs. We volgen hierbij onze ethische code en schakelen indien nodig ons ethisch comité in, dat is samengesteld uit twee leden van de algemene vergadering, een bestuurder en een afgevaardigde van het team. Dit comité adviseert het Management Team en het Bestuursorgaan.

Ook tijdens de coronasituatie werd het belang van sterke partnerschappen zeer duidelijk: de meerderheid van onze partners reageerde begripvol en oplossingsgericht. Ze lieten onze samenwerking niet zomaar vallen omdat corona de geplande activiteiten niet meer toeliet.

GoodPlanet Belgium is al meer dan 20 jaar een gewaardeerd lid van de Foundation for Environmental Education (FEE). De organisatie blijft bijdragen aan wereldwijde duurzaamheid door in te zetten op positieve, oplossingsgerichte actie via onze Blue Flag, Green Key en Young Reporters for the Environment programma's, en dit voor zeer diverse doelgroepen in België. Wij feliciteren GoodPlanet met de lancering van een nieuwe strategie die de positieve impact van hun organisatie op de planeet zal maximaliseren in een tijd waarin een duidelijk en gericht engagement noodzakelijk is. FEE heeft het geluk te kunnen rekenen op een sterk wereldwijd netwerk van leden zoals GoodPlanet. Dat netwerk hebben we nodig om onze eigen GAIA 20:30-strategie te helpen uitvoeren: in het komende decennium willen we vooruitgang boeken op het vlak van klimaatactie, bescherming van de biodiversiteit en vermindering van de milieuvervuiling.

DANIEL

SCHAFER, CEO FEE

2.3.3 Kwaliteit en impactmeting

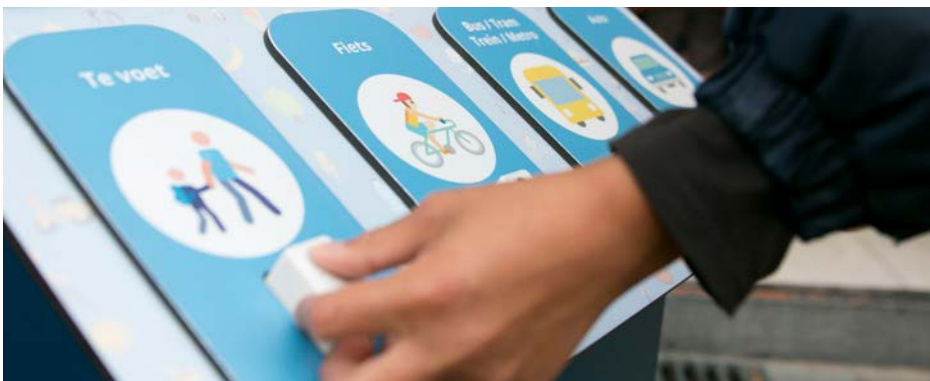
Het 7E-model en de EDO-principes zijn geen exacte wetenschap. Daarom blijft het belangrijk om regelmatig te evalueren en bij te sturen. Dit kunnen we enkel doen door nauw contact met onze doelgroepen, zoals we bijvoorbeeld gaan doen met de 'GoodPlanet Ambassadeurs-scholen'. In deze scholen testen we nieuwe leer- en meetmethodieken uit. Zo'n school kan als voorbeeld fungeren voor andere scholen.

Impactmeting vinden we niet alleen intern belangrijk met het oog op kwalitatieve acties en projecten die echt een verschil maken, maar ook onze partners en financierders willen graag weten wat de impact was van een bepaald project.

Impactmeting

Om duurzame partnerschappen op te zetten is impactmeting onmisbaar. We integreren dit in onze werking door in eerste instantie zoveel mogelijk concrete, meetbare doelstellingen te bepalen. Zowel wat betreft het bereik als de concrete impact van onze projecten. Hierbij kunnen we bijvoorbeeld ook de stappen op de ladder van gedragsverandering en/of de hefboomen van het 7E-model integreren, zoals aan het einde van de workshop een intentie formuleren. Dat is meteen ook de beste voorspeller van gedrag.

Impact meten ligt het meest voor de hand bij het opzetten van trajecten waarmee we een concreet resultaat in de schoolomgeving vooropstellen. De impact van deze schooltrajecten willen we de komende periode monitoren via onze GoodSchool DigiTool. Denk aan het energie- en kraanwaterverbruik op school of de hoeveelheid pmd-afval die ingezameld werd. Deze data wordt op lange termijn gemonitord, eventueel aangevuld met historische data om zo ook de evolutie in kaart te brengen. Op die manier levert de tool niet alleen voor onze organisatie en partners, maar ook voor de school waardevolle data die zij kunnen integreren in hun lessen. De tool werd bovendien ontwikkeld en vormgegeven om ook



de leerlingen zelf maximaal te betrekken bij het verduurzamen van de schoolomgeving. Want het stopt uiteraard niet bij het verzamelen van data: dankzij de metingen kunnen we samen bepalen wat de volgende stap of actie kan zijn om de schoolomgeving nog duurzamer te maken.

De impact van educatie voor duurzame ontwikkeling, dus bijvoorbeeld van een workshop, kan je echter niet meten door louter te evalueren of de kennis van de leerlingen vergroot is. Daarom willen we de komende periode onderzoeken hoe we de impact van dit soort projecten, bijvoorbeeld eenmalige workshops, op een gerichte, relevante, betekenisvolle en haalbare manier kunnen meten. Momenteel brengen we binnen enkele projecten al via nulmetingen en enquêtes na afloop de evolutie bij de doelgroep in kaart. Zo kunnen we achterhalen of deelnemers aan een workshop stappen gezet hebben op de ladder van gedragsverandering. We hebben ook een tiental enquêtekiosken ter beschikking waarmee bijvoorbeeld leerlingen via een eenvoudige druk op de knop van hun keuze kunnen antwoorden op een vraag als 'hoe kwam je vandaag naar school'? De antwoorden worden meteen geregistreerd in de *cloud*. Na afloop van

de actie krijgt de school een visueel overzicht van de resultaten. Deze kiosken worden gedurende een korte periode op school geïnstalleerd.

Het bereik van onze projecten zullen we op klas- en schoolniveau nauwgezet monitoren via onze centrale CRM-database, waarin alle scholen in België zitten, wat ons toelaat om het aantal bereikte klassen per project en per thematisch programma te meten. We kunnen bijvoorbeeld bijhouden rond hoeveel thema's een school samenwerkt met GoodPlanet, maar ook welke scholen we nog niet bereiken. Ook onze activiteiten voor andere doelgroepen zullen we via dit systeem monitoren.

De cijfers die GoodPlanet als terreinorganisatie op grote schaal kan verzamelen, kunnen ook een belangrijke rol spelen naar beleidsmakers toe of binnen communicatie naar pers en breed publiek.

Kwaliteitsmeting

Daarnaast willen we ook blijven inzetten op kwalitatieve evaluaties. Dat doen we nu al binnen een groot aantal projecten en dus op grote schaal, via digitale evaluaties die de leerkrachten meteen na de workshop invullen. Deze evaluaties geven ons de nodige inzichten om ons aanbod te optimaliseren en om terug te koppelen naar onze partners. Onze CRM-database en GoodSchool DigiTool zullen ons hierbij ondersteunen.

3. Zo positioneren wij ons in 2022-2026

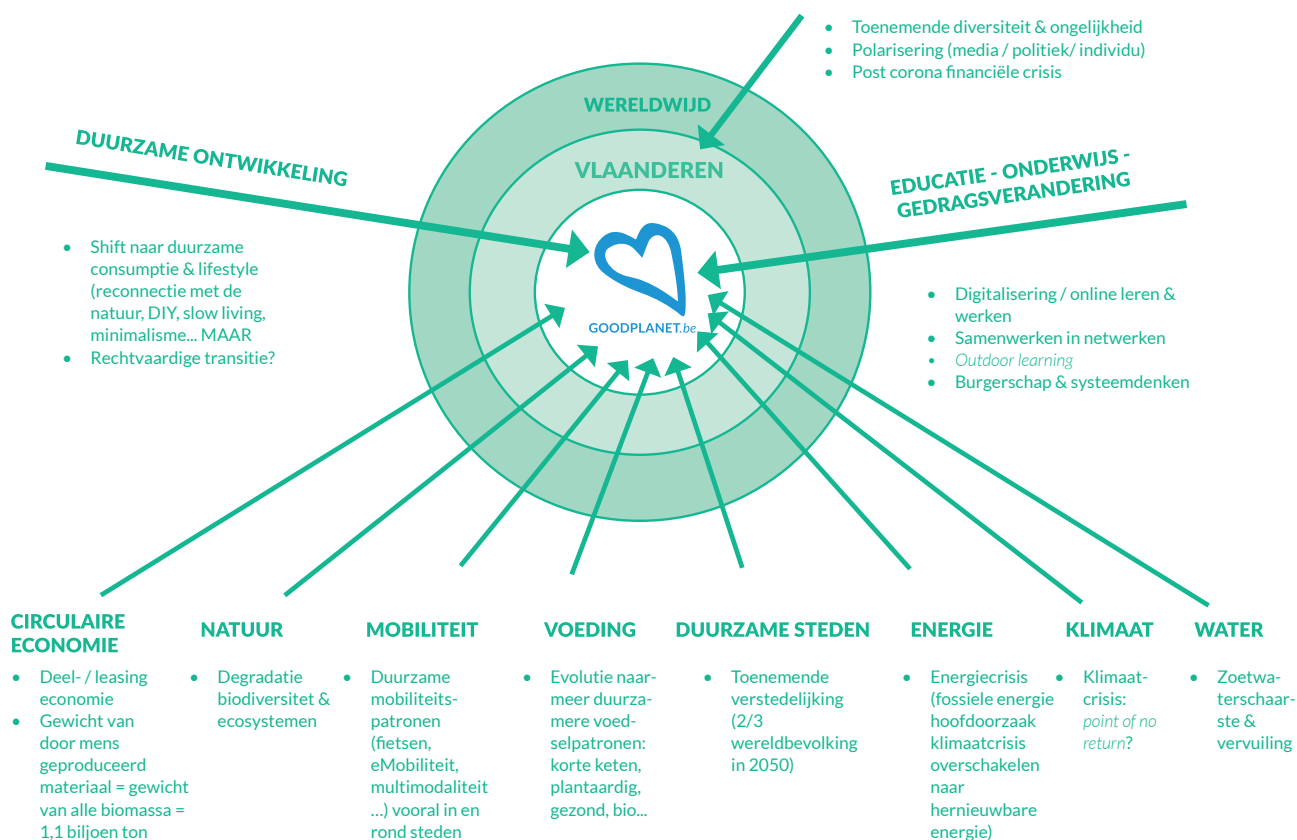
3.1 Maatschappij-analyse

Waarom & hoe?

Als eerste stap in onze positionering voor de komende vijf jaar namen we tijd om naar de wereld rondom ons te kijken. Welke zijn de belangrijkste maatschappelijke trends, beleidsprioriteiten, problemen, uitdagingen en behoeften waar GoodPlanet op moet inspelen?

We startten deze oefening in de zomer van 2020 met het team en onze stakeholders. We baseerden onze maatschappij-analyse op de lectuur van de Visie 2050 van de Vlaamse Overheid, de Europese Green Deal, de SDG's en een DESTEP-analyse.

De belangrijkste trends werden op twee impactassen gezet: impact op de wereld rond ons en impact op de organisatie. Twee bijzondere algemene vergaderingen, en enkele team-, managementmeetings en raden van bestuur analyseerden verder. We vatten even onze blik op ons werkveld anno 2021 samen.



Samengevatte maatschappij-analyse

Sinds 2016, het jaar waarmee het vorige meerjarenplan startte, is de wereld enorm veranderd. Klimaatbetogingen, corona, TikTok: om maar drie dingen te noemen waar in 2016 nog niemand van gehoord had, maar die een enorme impact hebben op ons kleine België en ook op GoodPlanet. Een strategie bepalen voor de komende vijf jaar is dan ook niet evident: in de wereld van vandaag zijn onzekerheid en onvoorspelbaarheid constanten geworden. Toch moeten we ons werk oriënteren op de belangrijkste maatschappelijke problemen, behoeften en uitdagingen met betrekking tot milieu.

De grootste maatschappelijke uitdaging situeert zich op ecologisch vlak - net de kernthema's van GoodPlanet: de tanende biodiversiteit en verwoesting van ecosystemen, de intensieve voedselproductie met verwoestende effecten van industriële vleesconsumptie en visvangst en de 'plastic soup' in de oceanen.

De klimaatcrisis is de laatste jaren in sneltempo hoog op de agenda gekomen van zowel beleidsmakers, de bedrijfswereld als de publieke opinie. De vrees is er dat er een kantelpunt zit aan te komen waarna herstel onmogelijk wordt. Belangrijke klimaatwetenschappers stellen dat we nog één of twee decennia hebben om het tij te keren en onze planeet te redden.

Opeconomisch vlak zien we hoopvol aan dat de transitie naar een circulaire economie en een omslag naar hernieuwbare energie is ingezet. Dat zal nodig zijn, als je weet dat voorspeld wordt dat in 2050 de energievraag wereldwijd met 80% zal zijn gestegen.

Een naar onze mening enorm kantelpunt diende zich aan in 2021: De hoeveelheid door de mens geproduceerde materialen - beton, asfalt, metaal, plastic... - op aarde weegt nu méér dan de biomassa op onze planeet. Een systeemverandering dringt zich op: er moeten grenzen gesteld worden aan de groeigerichte economie, aan het korte termijn winstgedreven economisch model dat uiteindelijk tot de destructie van onze planeet zal leiden.

Maar de vraag naar wie de actor moet zijn om zo'n systeemverandering te realiseren is nog niet beantwoord. Zal het van de beleidsmakers moeten komen? Die blijken trager dan ze zouden willen te kunnen ageren. Van de bedrijven, de burgers? Die wijzen steeds naar de beleidsmakers voor systeemveranderingen en een rechtvaardige transitie.

Feit is dat het een samenspel zal worden van alle actoren. En dat kennis en het aanreiken van andere denkkaders in onderwijs, het werkveld en naar alle burgers bepalend zullen zijn. Kortom: het werk van GoodPlanet is nog nooit zo noodzakelijk en relevant geweest als vandaag.

De thema's (klimaat, natuur, water, mobiliteit, circulaire economie, voeding en energie) waar GoodPlanet rond werkt zijn de laatste jaren veel hoger op de agenda gekomen van zowel burgers, overheden als bedrijven. Met als uitschieters klimaat en natuurherstel en reconnectie met de natuur.

Het besef van een op handen zijnde klimaatcrisis groeit. En ook het bewustzijn dat we allen een duurzamere weg moeten inslaan, zowel op individueel, collectief als systeemniveau. GoodPlanet is zich daar enorm van bewust en werkt naar duurzame gedragsverandering als aanreiker van een breed en complementair palet oplossingen zowel op individueel, collectief als op systeemniveau.

Mensen willen leren wat ze moeten doen, GoodPlanet gelooft in de kracht van educatie om mensen daarheen te leiden.



De samenleving wordt meer verstedelijkt, divers en meertalig. GoodPlanet staat daar historisch erg sterk: in veel van onze projecten zetten we al jaren in op inclusie en bereiken diverse doelgroepen. Daarmee overstijgt GoodPlanet het klassieke 'witte' middenklasseprofiel waar de milieusector zo mee worstelt.

Het onderwijs is door covid getransformeerd naar een hybride tussen contact- en online onderwijs. Ook bedrijven maakten een omslag naar gedeeltelijk tot volledig online thuiswerk. Maar het is gebleken: de kracht van GoodPlanet ligt duidelijk in contactonderwijs. GoodPlanet speelt uiteraard in op de enorme digitale versnelling die op gang is gebracht door de coronacrisis met het ontwikkelen van meer digitale educatieve tools en online communicatie, maar er is ook zoveel dat níét digitaal kan – daarom ziet GoodPlanet het online onderwijs en tools als ondersteunend. De focus van het educatieve, gedragsveranderende werk zal nog meer komen te liggen op buiten- en natuur-ervaringen en leren door live interactie in de praktijk. Buitenles in het onderwijs is deels een antwoord op een zoektocht naar nieuwe covid-proof vormen van onderwijs. GoodPlanet heeft de expertise om daar heel sterk op te kunnen inspelen.

Ook de rol van de leraar is veranderd naar een meer coachende (in plaats van een kennis-reproductieve) rol. GoodPlanet heeft een educatieve visie die daar perfect op aansluit: leren kritisch denken, tonen dat er alternatieven en oplossingen zijn om planeetvriendelijker te leven en onze doelpublieken begeleiden naar duurzame gedragsverandering.

"GoodPlanet geeft me de mogelijkheid om bijzonder flexibel te werken en me, omringd door een tof team, te verdiepen in verschillende thema's en doelgroepen die maatschappelijk relevant zijn. Projectmatig werken en verschillende projecten gelijktijdig coördineren houdt in dat je altijd het overzicht bewaart, deadlines haalt en met verschillende partners samenwerkt. De projecten brengen heel uiteenlopende taken met zich mee. Een divers team vraagt best wat people management. Die uitdagingen, in combinatie met het vertrouwen dat ik krijg om mijn job uit te oefenen, maakt en houdt het boeiend."

ELKE LAMBRECHTS, PROJECT MANAGER

3.2 Thematische programmawerking naar drie kerndoelgroepen

We lichtten het al toe: GoodPlanet kiest om haar drie kerndoelgroepen scholen, bedrijven en het brede publiek, thematisch te benaderen. Eerst een woordje over die drie doelgroepen.

Drie kerndoelgroepen

GoodPlanet richt zich in de eerste plaats naar **kinderen en jongeren in scholen**. We bereiken hen in de eerste plaats via de school want daar brengen ze een flinke hap van hun leven door. Scholen zijn daarom onze eerste en belangrijkste toegangspoort om kinderen en jongeren te bereiken. Maar GoodPlanet ambieert meer: we willen hen voorbereiden op actief burgerschap. Dit doen we al jaren in de door workshops, leermiddelen, teams te coachen, campagnes op maat uit te werken zoals onze inmiddels ingeburgerde multithematische campagne **GoodPlanet Challenges**.

We startten in de vorige beleidsperiode al met een werking in **bedrijven en organisaties**. Onze expertise rond duurzame gedragsverandering van scholen naar bedrijven brengen via was een logische stap die met succes werd genomen en waar we op willen voortbouwen. Het idee was en blijft om de opbrengst die we via deze partnerschappen en activiteiten realiseren te herinvesteren in projecten met een maatschappelijke meerwaarde.

"Het is onmogelijk om je als vakleerkracht op een dergelijke manier te verdiepen in elk onderwerp dat je wenst te geven."

CORINE, GEEFT LES IN HET VRIJ HANDELS- EN SPORTINSTITUUT IN BRUGGE, OVER THE LITTER CHALLENGE



De GoodPlanet Challenges:
vijf duurzame themadagen per schooljaar!

We merkten echter dat ook vele **lokale overheden** interesse toonden in onze werking op het tweede en derde impactniveau: groep en systeem. We begeleidden verschillende trajecten zoals MVO-beleidsplannen en spelen verder in op deze duidelijke nood door deze doelgroep van bedrijven uit te breiden naar lokale overheden.

Via sensibiliserende acties bereikt GoodPlanet ook een **breed publiek** buiten de werk- en schooluren. We richten ons hierbij 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 minder makkelijk te bereiken zijn (bijvoorbeeld maatschappelijk kwetsbare jongeren of arbeiders).

We nemen liever met velen een kleine stap vooruit dan een grote stap met een kleine groep al overtuigen.

Over wie hebben we het dan? Onderzoek uit de UK en Duitsland leert ons dat zo'n 14% van de bevolking zich al actief inzet voor de klimaatproblematiek. Daartegenover staan echter de 20% ontkenner die resoluut tegen zijn. Er is ook een 66% 'onbewogen meerderheid', waarvan 33% onverschillig is: 'misschien moeten we wel iets doen, maar het hoeft niet' en de andere 33% bereid is om iets te doen maar ze 'weten niet wat'. Vooral die laatste groep, daar richten we ons op. Mensen die al openstaan voor initiatieven voor een duurzame samenleving of er momenteel nog niet echt mee bezig zijn, maar er ook geen grote weerstand tegen voelen.

Naast deze aanzienlijke impact op individueel en groepsniveau streeft GoodPlanet ook naar een meer structurele impact op onze maatschappij. De creatieve ideeën van GoodPlanet inspireerden al menig beleidsmaker.

We benaderen alle doelgroepen op een holistische manier. Leerlingen hebben ouders, werknemers hebben kinderen, leerkrachten hebben ook een gezin. Onze activiteiten zijn dan ook gericht op ontmoeting tussen jong en oud, allochtoon en autochtoon, arm en rijk, bewoners van stad en platteland...



Thematische programma's

Tot 2026 focussen we binnen onze brede werkingscontext naar al onze doelgroepen op zeven duurzaamheidsthema's die we in de vorige beleidsperiode in een thematische programmawerking onderbrachten:



Programma Natuur



Programma Circulaire economie



Programma Duurzame voeding



Programma Mobiliteit



Programma Water



Programma Energie



Programma Klimaat

3 PRIORITAIRE PROGRAMMA'S

Dit deden we om organisatorische redenen en omdat we onze thematische expertise willen verdiepen. Inhoudelijk blijven we echter een systeembenadering naar voor schuiven, waarbij we binnen onze multithematische werking de verbanden tussen deze verschillende programma's niet uit het oog verliezen. Het programma klimaat in het bijzonder zal door alle andere programma's geweven worden, omdat de concrete oplossingen daarin aangereikt worden.

3.2.1 Prioritaire thematische programma's

Van deze zeven programma's zijn er drie prioritair. Dat wil zeggen dat we in deze programma's impact beogen op drie actieniveaus: individu, groep en systeem en een aanbod uitwerken voor alle drie de kerndoelgroepen van GoodPlanet. In welke concrete projecten deze impact wordt gemaakt voegen we toe per programma. Dit zal uiteraard evolueren in de loop van de komende vijf jaar.

We leiden de lezer graag per thematisch programma door de maatschappelijke tendenzen, waar GoodPlanet naartoe wil en hoe we dat zien aan te pakken tot 2026.



3.2.1.1. Programma Natuur

Maatschappelijk kader

De biodiversiteit, de diversiteit in levende wezens en biotopen, en dus het leven op aarde, staat wereldwijd onder zware druk - door klimaatverandering, verstedelijking, fragmentatie, habitatvernietiging, overexploitatie ... en is daardoor in verval. De mens is er oorzaak van maar maakt zoals elk levend wezen deel uit van de natuur en is er afhankelijk van, als bron van voeding en water, via bodem en bestuiving ...

In onze actuele westerse context zijn velen steeds minder bewust van deze connectie tussen mens en natuur. Steden breiden uit: vandaag leven twee op drie Europeanen en bijna 3,9 miljard mensen wereldwijd - meer dan de helft van de wereldbevolking! - in steden. Tegen 2030 wordt voorspeld dat twee derde van de wereldbevolking in een stad zal leven. Vlaanderen is al grotendeels verstedelijkt en ook hier heeft dat gezorgd voor het kelderen van ons contact met natuur: we zitten vaker voor het scherm, kinderen spelen minder buiten, ouderen blijven meer binnen, jongeren *chillen* op het verharde plein - vaak het enige in de buurt. Zo raken velen altijd meer ge-de-connecteerd van, onbekend met, letterlijk ver verwijderd van de natuur. Zo zijn we ons minder bewust van hoe hard we natuur nodig hebben, hoe goed ze ons kan doen, waardoor ook de intentie vermindert om er op lange termijn zorg voor te dragen.

Dit besef is wel aan het groeien: tijdens de pandemie herontdekten we massaal het groen - en het belang ervan - in onze onmiddellijke omgeving. Maar er is méér nodig.

Gezondheid is onlosmakelijk verbonden met biodiversiteit en contact tussen mens en natuur. In een context van dalende fysieke en mentale gezondheid, armoede en bevolkingsgroei is een kwalitatieve en aangename leef-, leer- en werkomgeving waar kansen liggen voor actief contact met natuur voor persoonlijk welzijn van groot belang, hetgeen de wetenschap steeds meer bevestigt. We hebben nood aan wat natuur ons kan bieden: rust, even tot onszelf komen, speelkansen, leermogelijkheden, buiten zijn. Door en in de natuur worden we geprikkeld - we fantaseren, creëren, bewegen en krijgen zin om te ondernemen. We gaan zelfstandig op onderzoek en ontdekken, raken verwonderd en leren de natuur al doende kennen. In het groen vertoeven maakt je lichamelijk en geestelijk gezonder. De natuur bevordert de creativiteit, motoriek, sociale ontwikkeling...

We missen niet alleen een connectie met de natuur, maar ook met elkaar en met onze buurt. Er is nood aan sociale cohesie, sociaal weefsel en intergenerationele contacten: dingen die bij uitstek via ontmoeting in de buitenruimte lokaal aangepakt kunnen worden.

Waar wil het Programma Natuur naartoe?

Het programma natuur maakt prioriteit van drie luiken: biodiversiteit, de connectie tussen mens en natuur, gezondheid en samenleven.

Ten eerste willen we de achteruitgang van de **biodiversiteit** een halt toeroepen. Want enkel sterke ecosystemen kunnen op lange termijn hun weldadig effect laten gelden. We dromen van kwalitatieve natuur, die beschermd en gepromoot wordt door iedereen. Voldoende en diverse plekjes die in verbinding staan met elkaar en die aangepast zijn aan de veranderingen van het klimaat. Geen hitte-eilanden meer, maar plekken die verkoeling bieden, water opvangen en bufferen en waar infiltratie mogelijk is.

Ten tweede geloven we in het enorme belang van **connectie met de natuur**, een evenwichtige relatie tussen mens en natuur. We streven naar een samenleving waarbij de mens zich bewust op een duurzame en authentieke manier verbindt met de natuur en er zorg voor draagt en waar burgers mentaal en fysiek gezond zijn.

We streven bovendien naar een samenleving die zich baseert op samenwerking en die verbindend werkt, tussen burgers, verenigingen en beleid.

Tenslotte geloven we in de sterke link tussen natuur, **gezondheid en samenleven**. Verbinden is hier het kernwoord: lokale partners en groepen samenbrengen in en rond de buitenruimte, de handen in elkaar slaan en samen aan het werk gaan, samen nadenken, planten, spelen. We zoeken samen in trajecten naar concrete oplossingen op maat voor de buitenruimte en/of het gebruik ervan, gepast voor de locatie en de groep. Zo willen we een gedragen visie creëren die de partners op termijn autonoom in hun dagelijkse werking implementeren. We willen hierbij het lokaal sociaal netwerk vergroten, samenwerkend en ontmoetend. In onze projecten reiken we uit naar een diversiteit aan individuen en groepen,

een afspiegeling van de samenleving. We gaan lokaal en ook bovenlokaal op zoek naar bijvoorbeeld organisaties voor mensen in kwetsbare situaties waarmee ruimte kan gedeeld worden, intergenerationele en/of interculturele ontmoetingen kunnen plaatsvinden en expertise kan uitgewisseld worden. We versterken elkaars werk en bereiken onze gezamenlijke doelstellingen. Om maximale impact te hebben is samenwerking, ook bovenlokaal, tussen actoren en sectoren en op verschillende niveaus nodig.



Zo pakt het Programma Natuur dat aan tot 2026

Het Programma Natuur zet in op projecten die kwaliteitsvolle natuur en mensen samenbrengen. We creëren met betrokkenen waardevolle natuur of herwaarderen ze, we verbinden mensen met natuur. Deze natuur verbindt mensen dan weer met elkaar. Men beleeft de natuur samen, leert van deze ervaringen en wordt aangezet om biodiversiteit te versterken en er zorg voor te dragen. Het programma natuur brengt, door de focus op verbinding, bij uitstek verschillende doelgroepen samen - de werking laat zich daarom niet makkelijk opsplitsen per doelgroep.

In en rond scholen, steden & gemeenten

Uitgerust met onze expertise rond natuurbeleving, speel- en leergroen en *outdoor learning*, ondersteunen we bij de inrichting, beheer en het gebruik van (toekomstige) oases. We zoeken naar opportuniteiten om de ruimtes samen te verbeteren, open te stellen en te delen. Deze plekken kunnen diverse voordelen bieden – educatief, recreatief, samenleven, gezondheid, geborgenheid ...

We leveren zo een bijdrage aan biodiversiteit, klimaatadaptatie en -mitigatie, en werken aan groene plekken in de buurt waar je kan ontmoeten, spelen en leren, met aandacht voor ieders welzijn. We plaatsen natuur in verharde omgeving centraal en inspireren mensen om samen te werken aan groene speelpleintjes, ontmoetingsruimte, tuinen aan woonzorgcentra, buitenschoolse opvanginitiatieven, schoolspeelplaatsen, bedrijventerreinen of verloren tussenruimtes. Op die manier stimuleren we om zelf verder stappen te ondernemen en zorg te dragen voor onze omgeving en natuur.

Met kinderen, begeleiders, ouderen trekken we naar buiten en beleven we de natuur, we leren-beleven-spelen. Al onze activiteiten bieden een kans tot natuureducatie in de brede zin en voor iedereen. Hierbij gaan we uit van de principes van *outdoor learning* en *outdoor teaching* - termen die men kent, maar vaak niet weet hoe juist toe te passen of onzeker is om

"Ik had een hekel aan de school en ze zagen mij daar ook niet veel meer. Mijn schooldirecteur trok grote ogen toen hij me om 8u 's morgens aantrof op school om met mijn vrienden en GoodPlanet aan de slag te gaan om een 'voedselbos' aan te planten. Ik had geen idee wat dit was, maar nu de eerste bessen er zijn ben ik daar wel blij mee."

IMANE, JONGE DEELNEMER AAN HET PROGRAMMA
MOVE FOR THE WORLD VAN ONZE PARTNER IOSD

ermee te beginnen. De expertise van GoodPlanet blijkt nog altijd waardevol: de handige fiches van 'De Boom In' met natuurspelen per graad werden in 2020 gemiddeld dertig keer per dag gedownload!

Bij *outdoor learning* ontwikkelen kinderen bijna onbewust eigen talenten en vaardigheden zoals beweging, evenwicht, exploratie en constructie maar ook samenwerking en zelfregulatie. Via ervaringsleren worden ze zich bewust van de omgeving rondom hen en de waarde van natuur. Ze verwerven basis-ecologisch inzicht, leren systeemdenken en leren de complexiteit van het natuurlijk systeem en de verhouding tussen mens en natuur kennen. Via dit contact en leerproces worden ze gestimuleerd tot verantwoordelijke en bewuste burgers.

Buitenruimtes, openbaar of privé, zijn plaatsen die ontmoeting en ontdekking stimuleren, waar een netwerk kan worden verbreed, waar mensen vrij in contact komen met elkaar en samenleven versterken. GoodPlanet integreert in de huidige culturele en intergenerationele diversiteit in haar projecten, met verhoogde aandacht voor kwetsbare kinderen en jongeren, omdat vooral deze groep vaak minder toegang tot natuur heeft ondanks een grote behoefte aan en voordeel bij meer natuurbeleving.

Ook werknemers komen tijdens teambuildings dicht bij de natuur, zichzelf en elkaar te staan.

GoodPlanet is innovatief en zet expertise in waar nodig, antwoordend op tendensen en noden in de samenleving. We spelen in de komende vijf jaar al zeker in op een vastgestelde nood en vraag naar:

- **Generatietuinen**, om van buitenruimtes in onder andere woonzorgcentra een interessante groene en dynamische plek te maken.
- **Nestelbossen**, educatieve speelbossen waar zorg, welzijn en talentontwikkeling centraal staan. In verschillende nesten (creanest, ploeternest, geluksnest, droomnest, denknest, kampvuurnest, een muziek-nest, klim-nest...) wordt op verschillende manieren gespeeld en voluit in contact met de natuur gewerkt op vaardigheden zoals weerbaarheid en veerkracht, respect en probleemoplossend denken.
- **Inrichting van avontuurlijke speelplekken** en -plaatsen wordt steeds gekender, maar roept nog veel vragen en twijfels op en er blijkt nog steeds veel ondersteuning nodig. We blijven onze expertise en coachings inzetten in zowel scholen, crèches als openbare ruimtes.
- **Tiny Forests©**, kleine natuuroases in de stad, die stapstenen vormen voor biodiversiteit, die ingaan tegen de effecten van klimaatverandering en waar burgers, werknemers en kinderen kunnen leren, ontmoeten, ontspannen.
- **Ontharding & vergroening van tuinen**, want Vlaanderen bestaat voor 9% uit tuinen. Helaas ook met veel 'milieumisdadig' gazon en verharding: een grote uitdaging om biodiverse mini-oases te creëren. Hier gaat GoodPlanet zeker op inzetten (met o.a. 'Tuiny Forests').

Naar bedrijven

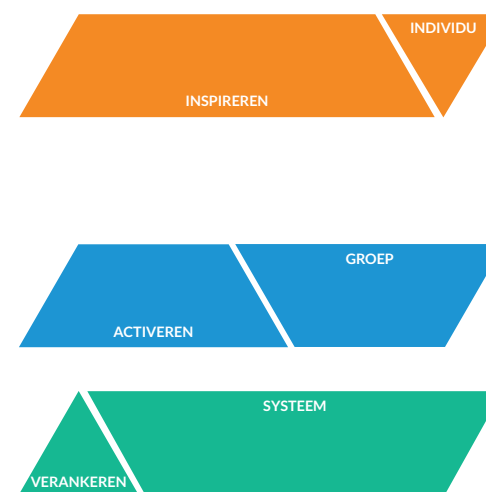
Naar bedrijven toe zet het programma Natuur in op teambuildings voor en in samenwerking met bedrijven die werknemers dichterbij natuur brengen en/of biodiversiteit op het terrein versterken via team-uitdagingen,

vrijwilligerswerk of gezamenlijke aanplantingen van gedeelde groene buitenruimtes. Participatie en verbinding zijn hierbij altijd de kernwoorden.

Partners & samenwerkingen

In de natuur- en milieusector werken vele partners met dezelfde doelstellingen, zoals bijvoorbeeld in de campagne 'Samen voor Biodiversiteit'. Het is belangrijk dat we elkaar versterken om maximale impact te hebben. We bouwen dan ook verder aan brede samenwerkingsverbanden, wisselen kennis en ervaringen uit met andere actoren in en buiten de sector, verenigingen, onderzoeks- en andere instellingen en overheden, van Universiteit Antwerpen tot het Instituut voor natuureducatie en duurzaamheid (IVN) (NL), *Keep Britain Tidy* (UK), MOS, GoeGespeeld!, Bellenbos, ONE, FWB, Natagora, Arktos of Minor-Ndako vzw. Met ieders eigen expertise in specifieke thema's of (kwetsbare) groepen kunnen we elkaar versterken.

Beoogde impact per project



- Vergroening van speelplaatsen (Ose Le Vert, Vitamine Verte (ONE), ...)
- Outdoor learning
- Teambuildings
- Generatietuinen
- Nestelbossen
- Tiny Forest© & 'Tuiny Forest'
- Expertise rond avontuurlijke speelplekken



3.2.1.2. Programma Circulaire economie

Maatschappelijk kader

De voorbije jaren veranderde de maatschappelijke kijk op afval. De slogan 'Afval bestaat niet' raakte steeds meer ingeburgerd. Het courante lineaire model (ontginnen-produceren-gebruiken-weggoaien) maakte plaats voor een circulair model. Om het simpel uit te leggen: verbind het einde van de lijn (afval) met het begin (grondstoffen) en je krijgt een cirkel: afval wordt grondstof. De impact doorheen de hele keten van het lineaire productie- en consumptiemodel is te groot. De circulaire economie wil deze impact verminderen door hoogwaardige, functionele en veilige producten, die langer meegaan en ontworpen zijn voor hergebruik, reparatie en hoogwaardige recyclage. Een hele reeks nieuwe duurzame diensten (product-als-een-dienst-modellen) en digitale oplossingen zullen tot een betere levenskwaliteit, innovatieve jobs en verbeterde kennis en vaardigheden leiden. Duurzame producten, diensten en bedrijfsmodellen worden de norm en GoodPlanet trekt actief mee aan de kar.

In het onderwijsveld heeft circulaire economie nog geen plaats gekregen in de eindtermen in Vlaanderen, ook niet in de hernieuwde eindtermen voor de 2e graad secundair onderwijs. Duurzaamheid in het algemeen - mede

dankzij GoodPlanet - gelukkig wel, zij het vaag. Het is nochtans belangrijk dat jongeren vertrouwd raken met het idee van circulaire economie. Mede door de herwaardering van reparatieberoepen, waaronder klassieke en nieuwe ambachten, moet ook ons onderwijs inspelen op deze trends. GoodPlanet zal blijven ijveren voor ambitieuzere eindtermen met een prominente rol voor circulaire economie. In Wallonië is er de 'socle de compétences', waar circulaire economie niet vermeld wordt. Ook daar is er werk aan de winkel.

En toch wordt de wereld voorlopig niet méér, maar net minder circulair. Sinds 2020 verbruikt de wereldeconomie meer dan 100 miljard ton aan materialen in één jaar: we verbruiken 60 procent meer dan wat de aarde kan leveren in een jaar. Of: we hebben 1,6 aardes nodig om aan onze consumptiebehoeften te voldoen. Dat is onhoudbaar.

De snelste winst voor het milieu is te halen in sectoren met veel consumenten - producten die vaak aangeschaft worden en van relatief weinig grondstoffen zijn gemaakt - zoals verpakkingen en textiel. Maar we breiden ons aandachtsveld uit; enkele afvalstromen worden op regionaal en Europees niveau naar voor geschoven als vitaal: elektronica en ICT, textiel en de bouwsector.

De hoeveelheid afval van elektrische en elektronische apparatuur neemt momenteel met 2 % per jaar toe en is daarmee nog altijd één van de snelst groeiende afvalstromen in de Europese Unie (EU). Geschat wordt dat

*Uit 'Een nieuw actieplan voor een circulaire economie, voor een schoner en concurrerender Europa, 11/03/2020

minder dan 40 % van het elektronische afval in de EU wordt gerecycleerd.* Naar schatting wordt wereldwijd minder dan 1 % van alle textiel gerecycleerd tot nieuwe textielproducten. Een stap in de goede richting is dat tegen 2025 op Europees niveau een gescheiden inzameling van textiel(-afval) verplicht wordt.

"De leerlingen waren heel enthousiast. De begrippen urban mining en circulaire economie zijn nu goed gekend en dat is knap voor 15-jarigen. Ik zou de workshop zeker aanraden. Ze hebben veel bijgeleerd op een toffe manier."

ANN, GEEFT LES IN SYNTRA SINT-NIKLAAS, OVER DE WORKSHOP GRONDSTOFFENJACHT

Waar wil het Programma Circulaire economie naartoe?

Met circulaire economie als prioritair thema kiest GoodPlanet voor een regeneratief welzijns- en groeimodel waarbij meer aan de planeet en de maatschappij teruggegeven wordt dan onttrokken. We streven naar een verminderd en zo efficiënt mogelijk gebruik van natuurlijke grondstoffen. Het versnellen van de dematerialisatie maakt ons minder afhankelijk van de mondiale grondstoffenmarkt. De EU beschikt over een goed functionerende markt voor secundaire grondstoffen van hoge kwaliteit. Steden spelen hierin een belangrijke rol, want ze bieden enorme opties voor het ontginnen van die secundaire grondstoffen (*urban mining*) en het sluiten van lokale waardenketens.

We onderschrijven twee principes in het GoodPlanet programma Circulaire economie: 'Less is more' en 'Assez is genoeg'. Het 5R-model is onze leidraad.

Less is more: minder afval, en de toch gebruikte en noodzakelijke materialen zo lang mogelijk in omloop houden.

Assez is genoeg: de tijd van overvloed en overdaad is voorbij. We hebben niet meer nodig dan we nodig hebben. Van bezit naar gebruik (deel- en lease-economie)

Het 5R-model

Het 'triple R-model'- gebaseerd op de ladder van Lansink- is voorbijgestreefd. Nieuwe modellen bestaan uit 5 tot 10R's en vormen een combinatie tussen de modellen 'ladder van Lansink' en de 'technische cyclus' van de *Ellen McArthur Foundation*. GoodPlanet gaat in zijn educatieve activiteiten uit van het volgende 5R model: Rethink (herdenken) - Reduce (verminderen) - Re-use (hergebruiken) - Repair (herstellen) - Recycle (recycleren).

De eerste R (Rethink - herdenken) is essentieel om zowel duurzame gedragsverandering op individueel niveau te weeg te brengen als om maatschappelijke en systeemveranderingen te kunnen verwezenlijken.

Rethink HERDENKEN

We leggen hier het 5R-model uit gericht op individueel consumentengedrag. Systeem herdenken. Moet je iets echt bezitten of enkel gebruiken? Ook je consumptie bekijken en evalueren of je een aankoop echt nodig hebt.

Reduce VERMINDEREN

Investeren in gebruik van duurzame, natuurlijke ethisch verkregen materialen die lang meegaan.

Re-use HERGEBRUIKEN

Geef door of verkoop producten aan een volgende gebruiker. Gebruik zelf ook tweedehands of geef dingen een nieuwe bestemming.

Repair HERSTELLEN

Onderdelen van producten (laten) herstellen in plaats van de producten in zijn geheel te vervangen.

Recycle RECYCLEREN

Optimaal sorteren, inzamelen en laten recycleren.

Via praktische en positieve voorbeelden tonen we jong en oud, arm en rijk, op individueel, groeps- en systeemniveau, dat 'Less is more' en 'Assez is genoeg' haalbaar en wenselijk maar ook urgent zijn voor een duurzame toekomst op onze planeet.

GoodPlanet behoudt zijn positie als voortrekker om huidige systemen voor inzameling te helpen optimaliseren. Via educatie en sensibilisering dragen we bij aan een zuivere aanlevering van materiaalstromen om zo de kringlopen en waardenketens te sluiten.

GoodPlanet is voor beperkingen op *single-use* materialen. Voor de productie van plastic moet het gebruik van secundaire grondstoffen de norm worden.

Het programma Circulaire economie neemt ook een duidelijk standpunt in tegen zwerfvuil. De impact ervan op de natuur en onze omgeving is immers groot.

Zo pakt het Programma Circulaire economie dat aan tot 2026

Naar kinderen en jongeren toe

Rethink

Jonge mensen stellen gevestigde waarden in vraag. Ze herdenken, hertekenen en vinden heruit - kortom, ze zijn van nature innovatief. We maken de brug maken en tonen hen de weg naar positieve en haalbare alternatieven zoals lokale maakfabrieken, kleine stedelijke ondernemingen ... Initiatieven die ontstaan vanuit de noodzaak om samen een regeneratieve stad op te bouwen.

Via participatieve 'Jonge consumenten-dialogen' willen we dat innovatieve van jongeren uit het secundair en hoger onderwijs en in hun vrije tijd aanboren, en onder meer benutten om het duurzaamheidsbeleid van partnerbedrijven (bijvoorbeeld Proximus) te beïnvloeden richting meer circulaire bedrijfsmodellen en circulair design ('*nature based solutions*').

Reduce

De 'Zero afval'-levensstijl wint steeds meer terrein. Via educatieve projecten, trajecten en doe-het-zelf-workshops in scholen geven we tools om gedragsverandering mogelijk te maken (enable). De *GoodPlanet Challenge* 'Missie Minder' in samenwerking met MOS zet deze thematiek één keer per jaar extra in de *spotlights*. In Wallonië heet de *Challenge* 'Zéro Déchêts' en loopt er in samenwerking met Région Wallonne.

We hebben ook een aanbod om crèches te coachen richting 'Zero afval - crèches'.

Afval verminderen zorgt voor minder zwerfvuil. Gedragsbeïnvloedende technieken (waarbij mensen subtiel worden gestimuleerd naar gewenst gedrag) zullen een belangrijke rol innemen in onze workshops naar secundaire scholen toe over bijvoorbeeld openbare netheid.

Repair / Re-use

GoodPlanet gaat samenwerkingen aan om specifieke kennis over bepaalde kringlopen begrijpelijk te kunnen overbrengen (elektronica, ICT, textiel, circulair bouwen ...). Voor elektronica en ICT wil GoodPlanet zo werk maken van 'het recht op repareren', waarbij we via intergenerationele projecten herstellingsvaardigheden aan kinderen en jongeren aanleren op school en daarbuiten. Voor textiel willen we het succesformat van 'Wake-up Shake-up Start-up' nieuw leven inblazen en starten we met 'textielraces'.

Recycle

GoodPlanet behoudt zijn positie als voortrekker om huidige systemen voor inzameling te helpen optimaliseren. Met het GoodPlanet-programma voor scholen in samenwerking met Fost Plus, Be WaPP en OVAM blijven we hier actief werk van maken.

We blijven inzetten op gezamenlijke projecten met beheersorganismen (Recupel, Bebat, Valorlub ...).

'GoodPlanet is al jaren onze deskundige en gewaardeerde partner voor onze educatieve vormingen. Het enthousiasme van de coaches is een surplus!'

ADRIAAN LOWET, COMMUNICATION MANAGER FOST PLUS

Naar groot publiek

We passen het 5R-model ook deels toe op het groot publiek.

In onze werking naar burgers en jonge mensen in hun vrije tijd (events en festivals) of via *ploggen* (tijdens het joggen of wandelen afval oprapen als een sociaal en ecologisch instrument) sensibiliseren we over openbare netheid en tonen we de impact van de problematiek.

Daarnaast activeren we burgers door gespreks- en infoavonden over het thema recyclen in hun nabije omgeving. We luisteren naar de bezorgdheden die leven in de gemeenschap en pakken het informatief, ludiek en interactief aan.

Naar bedrijven

De belangrijke rol van bedrijven en experimentele start-ups in de overgang naar circulaire economie mogen we niet vergeten. Partnerschappen zijn dan ook cruciaal. Daarom zal GoodPlanet, waar mogelijk en opportuun, een rol opnemen in circulaire *Green Deals*.

Binnen bedrijven willen we medewerkers coachen om meer circulair en duurzaam aan de slag te gaan. Ons aanbod duurzame teambuildings zal blijven bestaan uit workshops rond *zero waste*, correct sorteren... We geven trainings aan bijvoorbeeld poets- en onderhoudspersoneel om iedereen mee aan boord te krijgen. Daar komen nieuwe workshops bij zoals 'Waarom onze biodiversiteit nood heeft aan een circulaire economie'.

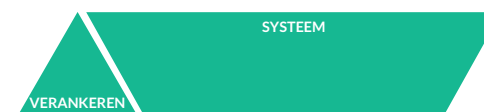
Beoogde impact per project



- Workshops in scholen in samenwerking met FostPlus, OVAM, Be WaPP, Recupel en Bebat
- Educatief pakket in samenwerking met Valorlub, Papier.be en Vito
- Workshops in scholen in samenwerking met Limburg.net
- Actiedag 'Missie Minder'



- Traject zwerfvuil 'The Litter Challenge'
- Zero-Waste-trajecten
- Reparatie-skills bij jongeren



- GSM-inzamelactie
- E-waste/Textiel-race
- Jongeren-ambassadeurs Circulaire Economie
- Circulaire *Green Deals*



1.2.1.3. Programma Voeding

Maatschappelijk kader

De overgang naar een duurzaam voedselsysteem wordt elke dag noodzakelijker en dringender. Tegen 2050 zal de wereldbevolking bijna tien miljard bedragen. Naar schatting moet de voedselproductie met 50% toenemen om de groeiende wereldbevolking te voeden, terwijl de landbouwgrond en de watervoorraden uitgeput raken en de druk op de voedselproductie door de klimaatverandering toeneemt. Herhaalde gezondheids crises, overexploitatie van hulpbronnen, vernietiging van ecosystemen, afname van de werkgelegenheid in de landbouw, schuldenlast van de producenten... herinneren ons dagelijks aan de noodzaak en de urgentie van het planeetvriendelijker maken van ons eetpatroon.

België is geen uitzondering op deze wereldwijde situatie. Meer in het bijzonder worden kinderen en jongeren in hun gezins- en schoolcontext te vaak geconfronteerd met een te vet en te zoet dieet dat niet rijk genoeg is aan fruit en groenten en worden ze daardoor sterker getroffen door overgewicht. Uit onderzoek* blijkt dat volwassenen nog meer last hebben

van overgewicht dan jongeren: één op de vijf jongeren (tussen 2 en 17 jaar) heeft overgewicht, tegenover één op de twee volwassenen! Om deze trend om te buigen moeten we dus bij de jongeren beginnen en voedsel opnieuw centraal stellen als bron van hun welzijn en gezondheid - én die van onze planeet.

We weten dat de voedselvoorzieningsketen ongeveer 34% van de mondiale broeikasgas-emissies genereert. Door de overgang naar planeetvriendelijkere voedselsystemen te ondersteunen en burgers te begeleiden bij het veranderen van hun consumptiegewoonten, kan dit percentage omlaag. Een beperking van onze consumptie van dierlijke, vette, zoute, zoete en ultrabewerkte producten levert gezondheidsvoordelen en draagt bij aan het indijken van de klimaatopwarming. Essentieel daarbij is het evenwicht te herstellen tussen de inname van dierlijke en plantaardige eiwitten en gezonde, duurzame voedingskeuzes te maken (meer lokale, seizoensgebonden producten, geteeld met respect voor het milieu en binnen de grenzen van onze planeet). Dat is ook waar overheden naar streven met de invoering van Green Deals (zoals de Eiwitshift in Vlaanderen voor de overgang naar meer plantaardige eiwitten) - en die GoodPlanet uiteraard steunt.

De laatste tien jaar is de consumptie van biologische en lokale voeding meer *mainstream* geworden. Toch moeten er nog heel wat uitdagingen

* 'Het Vlaams Gezondheidsonderzoek' van 2018

worden aangegaan: plantaardige en ecologisch geteelde voeding betaalbaar maken voor iedereen en tegelijk een eerlijke prijs garanderen voor de producenten en de duurzaamheidsvereisten versterken. Sociaal kwetsbare bevolkingsgroepen moeten immers ook toegang hebben tot kwalitatief goed en duurzaam voedsel. Zij worden over het algemeen het meest getroffen door problemen van overgewicht en zwaarlijvigheid, want het goedkoopste voedsel is niet het meest gezonde en planeetvriendelijke. Daarom moeten we naar een duurzaam en betaalbaar voedselsysteem voor iedereen.

Waar wil het Programma Voeding naartoe?

Onze ambitie is bij te dragen tot de totstandkoming van een duurzaam voedselsysteem van veld tot bord door de Belg en in het bijzonder de jeugd aan te moedigen gezonde en verantwoorde voedingskeuzes te maken met het oog op gezond en duurzaam voedsel voor iedereen, nu en in de toekomst, binnen de grenzen van een gezonde planeet.

'Duurzame voeding' (milieuverantwoord, planeetvriendelijk) bevat voor ons deze aspecten :

- zo lokaal mogelijk geproduceerd (weinig transport)
- in een korte keten verkocht (maximale opbrengst voor de producent)
- ecologisch geteeld (zonder schade aan de bodem en het milieu)
- zo plantaardig mogelijk
- zo puur mogelijk (zo weinig mogelijk bewerkt en verwerkt met industriële processen)
- smaakvol
- met zo weinig mogelijk verpakking verkocht
- met zo weinig mogelijk voedselverspilling in het proces van veld/ dier tot bord
- met respect voor alle actoren in de voedselketen (de producenten en hun werknemers in het bijzonder)
- betaalbaar en toegankelijk voor iedereen

Om deze doelstellingen te bereiken, zijn we er bij GoodPlanet van overtuigd dat kinderen, jongeren en volwassenen in staat moeten worden gesteld om opnieuw contact te maken met hun voedsel. In onze methodologie is het culinaire experiment belangrijk, om smaken en onbekende alternatieven te ontdekken, om het plezier van samen eten maken centraal te stellen. Dit zijn twee essentiële pijlers van voeding, evenals het ontwikkelen van kennis over de impact van voeding op ons milieu en onze levenskwaliteit. Door onze complete aanpak van veld tot bord kan iedereen de rijkdom van het contact met de aarde (her)ontdekken en het verband leggen tussen gezonde en duurzame voeding en het behoud van de natuur en de biodiversiteit.

Tot slot willen we bijdragen aan een duurzamer voedselaanbod in Belgische scholen door kantines te begeleiden, op basis van de in 2013 door de vzw *Influences-végétales* ontwikkelde methode waarbij het doel is om leerlingen een smakelijke maaltijd aan te bieden, vol leven, zo lokaal mogelijk, meer plantaardig, toegankelijk voor iedereen en tegen een eerlijke prijs.

We dragen bij aan de uitvoering van het Belgisch en Europees beleid (*Farm to Fork Strategy*) op het vlak van voeding, milieu, landbouw, gezondheid, klimaat en gelijke kansen.

Zo pakt het Programma Voeding dat aan tot 2026

In scholen

We zetten verder in op grootschalige bewustmaking van leerlingen, leerkrachten en ouders. We ondersteunen hen bij het maken van verantwoorde keuzes voor gezond en duurzaam eten.

We moedigen hen aan om na te denken over voedselkeuzes door kritische denkvaardigheden te ontwikkelen.

In onze workshops moedigen we een overwegend plantaardig dieet aan. In onze **GoodCook**-workshops, die we sinds 2017 samen met Delhaize ontwikkelden en uitrolden, staat het aanmoedigen en aanleren van de consumptie van seizoensgebonden en lokale groenten en fruit centraal.

Een ander voorbeeld zijn de workshops 'PlantAardig (w)eten', waarbij de leerlingen plantaardige voeding op een ludieke manier ontdekken.

De workshop 'GoodCook Quest' sluit aan op de eerste GoodCook en helpt leerlingen verantwoorde keuzes te maken voor een gezond en duurzaam eetpatroon.

Met het project '**Zie Ze Groeien**' bieden we scholen een zadenpakket en educatief materiaal aan. Door samen een schoolmoestuin aan te leggen komen leerlingen opnieuw in contact komen met voedselteelt en de aarde

en het telen van voedsel. We online *community* van leerkrachten rond dit thema.

We ontwikkelen het project '**Eetbare School**', gebaseerd op de principes van de in 1995 door Alice Waters in de Verenigde Staten in het leven geroepen '*Edible Schoolyard*'. De Eetbare School is een langetermijnproject waarbij voedingseducatie centraal komt te staan in de schoolwerking. Het project neemt leerlingen, leerkrachten en ouders mee op een educatief, leuk en smakelijk parcours waarbij alle aspecten van gezonde en duurzame voeding aan bod komen. Door moestuinen en voedselbossen aan te leggen, komen de leerlingen weer in contact met de aarde en herontdekken ze de oorsprong van gezond voedsel. We zullen ook schoolkantines ondersteunen bij hun transitie, zodat elke leerling de kans krijgt om gezond te eten op school.

Het is essentieel dat we bijdragen aan de verbetering van het voedselaanbod in Belgische scholen. Daarom zetten we onze acties in Wallonië met het *Collectif Développement Cantines Durables* verder. Hierbij zetten we een nieuw kantinemodel op: een **duurzame kantine**, die voeding aanbiedt van topkwaliteit (vol leven, zo lokaal mogelijk en meer plantaardig), voor iedereen toegankelijk en aan een eerlijke prijs. We willen onze ervaring en expertise die we in Wallonië hebben ontwikkeld graag uitrollen in het hele land door sterke partnerschappen aan te gaan met andere verenigingen in Brussel en Vlaanderen.

Door in het hele land "**Soep-Snack**"-ketens op te zetten, werken we enerzijds aan de immuniteit van alle kinderen, en steunen we anderzijds de ecologische en lokale groenteteelt. Met dit project kunnen we op lange termijn korte ketens creëren en leerlingen een gezond, smaakvol en duurzaam alternatief bieden voor tussendoortjes die vaak te vet en te gesuikerd zijn.



In bedrijven en organisaties

We sensibiliseren werknemers in teambuildings en workshops rond het thema duurzame voeding, door hen opnieuw in contact te brengen met hun voedsel en alle actoren van het voedselsysteem (producenten, verwerkers, distributeurs, maaltijdleveranciers...) en de impact van voedsel(keuzes) op onze gezondheid en de klimaatverandering.

We streven ernaar om leidinggevenden in bedrijven te ondersteunen bij het verduurzamen van het voedselaanbod op de werkplek.

We maken professionals in de kinderopvang bewust van het belang van het introduceren van gezonde en duurzame voeding vanaf zeer jonge leeftijd.

We dragen bij tot de opleidingen van koks in hotel- en restaurantscholen, om hen bewust te maken van de beginselen van duurzame voeding en hen in staat te stellen deze in hun toekomstige beroepspraktijk te integreren.

In steden en gemeenten

We ondersteunen steden en gemeenten bij de uitvoering van projecten rond gezonde en duurzame voeding in hun kantines. We helpen bij de sensibilisering van burgers, bijvoorbeeld via '**Food Parties**', waar burgers de uitdagingen van duurzaam voedsel worden besproken en burgers het alternatieve voedselaanbod in hun buurt leren kennen in een boeiende en interactieve workshop. Of via '**Disco Soep**'-evenementen, waarbij samen soep wordt gekookt met voedseloverschotten en het probleem van voedselverspilling op een actiegerichte en gezellige manier onder de aandacht gebracht wordt.

Met sociaal kwetsbare jongeren

We mobiliseren sociaal kwetsbare jongeren om zich in te zetten rond het thema voeding. Voeding smeedt namelijk banden tussen culturen en toegang tot gezonde en duurzame voeding draagt bij tot het verminderen van ongelijkheden.

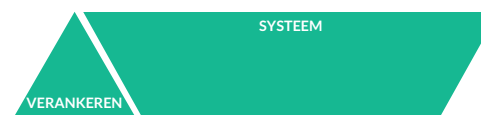
Beoogde impact per project



- Zie Ze Groeien
- Workshops zoals GoodCook, PlantAardig (w)eten



- Eetbare School



- Green Deal gezonde & voeding op school
- Soep-Snack-keten
- Coaching duurzame (School) kantines

3.2.2 Andere thematische programma's

Naast de drie prioritaire werkt GoodPlanet in nog vier thematische programma's en hun bijhorende maatschappelijke uitdagingen:

-  Mobiliteit
-  Water
-  Energie
-  Klimaatverandering



3.2.2.1 Programma Mobiliteit

Maatschappelijk kader



Het overwicht van de auto in steden, dorpen en het platteland is het resultaat van politieke en economische keuzes die eind jaren vijftig zijn gemaakt en waarvan we 70 jaar later nog altijd de gevolgen ondervinden. Het overwicht van de auto heeft geleid tot een nijpend tekort aan openbare ruimte, vermindering

van groene ruimte, verharding van de bodem en de daaruit volgende temperatuurstijging en watertekort, vermindering van de biodiversiteit, vermindering van sociale interacties, negatieve perceptie van veiligheid en zekerheid, verkeersongevallen, toename van luchtverontreiniging, lawaai en koolstofemissies, verlies aan bewegingsautonomie van kinderen... De autodominantie van vandaag heeft zijn oorsprong in het idee dat de auto de enige vrije vorm van vervoer is en dat de andere vervoerswijzen submodi zijn.

Internationaal is men duidelijk aan het terugkomen op dit idee. In grote steden, zoals New York, Madrid, Kopenhagen ... worden de stadskernen heroverd door actievere modi.

Ook in België groeit het besef dat een autocentrische mobiliteit niet *future proof* is. Dat besef dringt al verder door dan bij enkele 'geitenwollen

sokken'. Stad en platteland staan niet gelijk in dit proces. Vooral de steden kreunen het sterkst onder de gevolgen van de 20e-eeuwse visie op mobiliteit. Het is net in de meeste centrumsteden dat we de laatste jaren al duurzame mobiliteitsveranderingen zien plaatsgrijpen zoals de invoering van zone 30 en fietszones. Volgens VIAS is de privé-auto het populairste vervoermiddel van de Belgen. Het gebruik van de auto varieert naargelang de afgelegde afstand, maar blijft ook voor korte afstanden dominant: één op de vier verplaatsingen voor afstanden van minder dan 5 kilometer wordt met de auto gedaan.

Het is dan ook geen wonder dat vervoer één van de sectoren is die de meeste broeikasgassen uitstoot: in België een kwart van de totale uitstoot. Duurzame mobiliteit kan en zal dus een belangrijke rol spelen in een transitie naar een koolstofarme samenleving.

Het is duidelijk dat we afmoeten van die voorkeur voor de auto als vervoersmiddel en gaan voor een *modal shift* naar méér verplaatsingen met een duurzaam transportmiddel. Dit kan alleen mede worden bereikt als we alle betrokkenen - van schoolgaand kind tot minister - de juiste kennis aanreiken en begeleiden.



Waar wil het Programma Mobiliteit naartoe?

Het mobiliteitsprogramma van GoodPlanet wil stevig bijdragen aan een samenleving waarin bewuste actieve en collectieve mobiliteitskeuzes worden gemaakt. We bouwen mee aan straten op mensenmaat, waar actieve gebruikers vooropstaan en waar de openbare ruimte rechtvaardig wordt verdeeld. Ons doel op lange termijn is het gebruik van de meest belastende reismiddelen bewust te verminderen, d.w.z. ons op een actieve manier te verplaatsen en te weten waarom we dat doen.

GoodPlanet kiest ervoor zich alleen te richten op personenvervoer. GoodPlanet wil het gebruik van vervuilende vervoermiddelen terugdringen door het bevorderen van het gebruik van klimaatneutrale alternatieven (stappen, fietsen, step), het openbaar vervoer en deelsystemen en alles wat daarbij komt kijken (infrastructuur, toegankelijkheid, kennis, plaats in de openbare ruimte ...).

GoodPlanet gaat daarbij uit van een aangepast STOP-principe (Stappers, Trappers, Openbaar Vervoer en Personenvervoer) met inbegrepen gedeelde mobiliteit (deelfiets, deelstep, deelauto), micromobiliteit (step), semi-actieve mobiliteit (elektrische fiets en e-step) en milieuvriendelijk(er) gemotoriseerd vervoer (elektrische motor en motor op waterstof).

GoodPlanet heeft zich tot nu toe vooral toegelegd op lokale mobiliteit (nationale schaal), maar GoodPlanet wil geleidelijk zijn plaats innemen in het educatie over lange-afstandsmobiliteit (internationale schaal), voornamelijk door het spoorvervoer te promoten ten koste van vliegverkeer.

In de interne werking en ten aanzien van zijn partners zal GoodPlanet steeds de impact van de eigen verplaatsingen analyseren en naar de minst vervuilende en impactvolle oplossing voor het milieu en de levenskwaliteit zoeken (bijvoorbeeld: vervoer van workshopmateriaal per fiets, gedeelde wagenverhuur, intermodaliteit ...).

Zo pakt het Programma Mobiliteit dat aan tot 2026

Algemeen wil GoodPlanet bijdragen aan een meer duurzame mobiliteit door de verbetering van de luchtkwaliteit rond scholen, het gebruik van het openbaar vervoer aan te moedigen en te bevorderen, actieve mobiliteit in stedelijke gebieden aan te moedigen en te bevorderen, bewoners aan te moedigen de openbare ruimte terug te winnen en het belang in te zien van het delen van de openbare ruimte, de interne en externe verplaatsingen naar de school te analyseren, gegevens verzamelen en concrete oplossingen voorstellen in de vorm van workshops, de (her-) organisatie van de verplaatsingen (lopen, fietsen ...) en de infrastructuur (fietsenstallingen, schoolstraten ...).

Mobiliteitsgedragsverandering stimuleren

We helpen scholen en bedrijven duurzame mobiliteit en verkeersveiligheidsalternatieven te ontdekken aan de hand van positieve concrete ervaringen in actiegerichte workshops.

We onderzoeken en bevorderen de *modal shift* van hoofdzakelijk op de auto gebaseerd vervoer naar duurzame vervoerswijzen zoals openbaar vervoer en fietsen.

Kritische geest over mobiliteit ontwikkelen

We stimuleren actief burgerschap door samen met burgers acties en projecten op te zetten en bottom-up initiatieven te ondersteunen.

We moedigen aan tot nadenken over onze mobiliteitskeuzes door kritisch denken te ontwikkelen als vast pedagogisch element in elk van onze workshops en projecten.

We moedigen mensen aan om positieve verandering in onze samenleving te bewerkstelligen door collectief actie te ondernemen; systeemverandering bereikt men niet door individuele gedragsverandering. Een inspiratie is *Filter Café Filtré*, een burgerbeweging die sinds 2018 actie voert tegen luchtvervuiling bij schoolpoorten.

Mobiliteits-systeemverandering nastreven

We bevorderen deelsystemen, afstappen van individueel wageneigendom en het overstappen van de ene vervoerswijze naar de andere.

We laten kinderen meedenken over de verdeling van de openbare ruimte waar zij ook gebruik van maken. Zo streven we naar een impact op de individuele en collectieve verbeelding van mobiliteit. Een mobiliteit aangepast aan kinderen is een mobiliteit aangepast aan iedereen.

Concreet ontwikkelen we vanuit het programma mobiliteit tot 2026 ons aanbod in Vlaanderen verder naar alle drie de kerndoelgroepen van GoodPlanet (scholen, bedrijven en het grote publiek).

In scholen

We blijven van mening dat een brede aanpak, zoals in schoolvervoersplannen, de beste manier is om het functioneren van een schoolgemeenschap met betrekking tot haar mobiliteit te analyseren en veranderingen mogelijk te maken.

Daarom zullen we zoveel mogelijk scholen blijven steunen bij de ontwikkeling van hun schoolvervoersplannen.

We zijn van mening dat de leerlingen met verschillende vervoermiddelen moeten kunnen experimenteren om ze in hun gewoonten te integreren. Daarom zullen we scholen projecten blijven aanbieden waarbinnen ze kunnen experimenteren met actieve vervoerswijzen, zoals onze projecten met **Voetgangersbrevetten** (Gele en Groene Veter) of ons multimodaliteitsbrevet, de **SAM Pass**. In deze *Safe & Active Mobility Pass* maken jongeren van de middelbare school kennis met actieve en collectieve vervoermiddelen en leren zich zelfstandig te verplaatsen op scooters, fietsen en te voet (om het achterbank-syndroom en de ouder-taxi te vermijden).

We versterken het experimenteren met duurzame mobiliteit vanaf de jongste leeftijd met actiegerichte workshops op scholen. Door middel van de activiteiten "**Met kleine pasjes door onze wijk**" voor de kleuterscholen en "**We bewegen in de wijk**" voor de lagere scholen, ontdekken de kinderen mobiliteit en de gevolgen daarvan voor de schoolomgeving. "**Sketch Up**" voor het basisonderwijs gaat over het ontdekken van het STOP+ principe.

In "**GoodAir**" meten de leerlingen de luchtkwaliteit en zoeken naar oplossingen die dan aan de gemeente worden voorgelegd, zoals het aanleggen van schoolstraten.

Wij zijn ervan overtuigd dat workshop-trajecten meer effect sorteren. Ons project **MobX Adventure** voor lagere scholen is een goed voorbeeld, want wij interveniëren drie keer in dezelfde klas rond het thema openbaar vervoer en mobiliteit in de stad. Over het algemeen zijn we voorstander van deze aanpak, hoewel eenmalige workshops niettemin een eerste kennismaking vormen die meestal gevolgd wordt door een langer traject.

We zullen het openbaar vervoer in de stad en in meer landelijke omgevingen blijven bevorderen. Onze projecten **MobX Adventure** (basisonderwijs) en **MobXperience** (secundair) dragen daartoe bij. Door middel van verschillende activiteiten (raadsels, wetenschappelijke experimenten, uitdagingen, enz.) worden leerlingen ertoe aangezet na te denken over verschillende thema's, zoals duurzame en verantwoorde mobiliteit of veiligheid en burgerschap in het openbaar vervoer.

Bij bedrijven, organisaties, steden en gemeenten

We helpen bedrijven duurzame mobiliteitsalternatieven te ontdekken door positieve praktijkervaringen in actiegerichte evenementen. We zullen activiteiten blijven aanbieden om te experimenteren met vouwfietsen, klassieke en elektrische scooters, om de mensen bewust te maken van de mogelijkheden van multimodaliteit, de combinatie van actief vervoer voor de eerste of de laatste kilometer met openbaar vervoer (trein, carpooling, enz.).

Wij zijn van plan om aan onze bewustmakingsworkshops een beschouwing over internationaal reizen toe te voegen, met als doel het vervoer per spoor te bevorderen, dat minder impact heeft dan het luchtvervoer.

Bij het grote publiek

In samenwerking met de bewoners werken we actief aan de vermindering van het aantal auto's in de stad en van hun impact, bijvoorbeeld door ruimte vrij te maken die door auto's gebruikt wordt om te parkeren en groene ruimten aan te leggen voor ontmoeting en spel, en door buurtprojecten op te zetten waarbij de openbare ruimte gedeeld wordt, zoals 'Ontmoetingsbubbels'. Net als bij onze andere doelgroepen willen we ons publiek begeleiden bij hun veranderingen, zoals het geval zal zijn bij onze steun aan de Mobility Coach-dienst in het Brusselse Gewest. Onze doelstelling van een stad op mensenmaat wordt ook ondersteund door ons project "**Beleef de Stad 30**", waarbij we het grote publiek bewustmaken van de voordelen van 30 km/u zones in de stad. Tijdens een wandeling door de wijk meten de deelnemers decibels, snelheid en de *modal split*.

Met kwetsbare jongeren

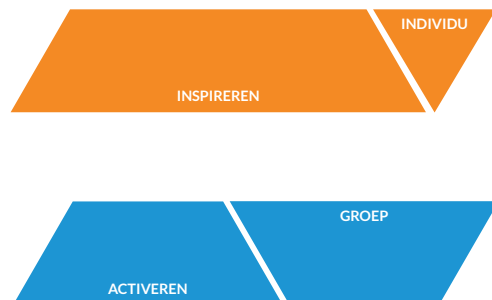
Wij streven naar *empowerment* rond mobiliteitskwesties, luchtkwaliteit, verkeersveiligheid, openbare ruimte, sociale ongelijkheid door gedeelde mobiliteit (fiets/scooter/gedeelde auto). We geloven dat er voor GoodPlanet een belangrijke rol is weggelegd om de mensen voor te lichten over de veranderingen in de sociale codes, om de boodschap over te brengen dat de auto niet langer het symbool is van sociaal succes en

ook niet langer de enige vorm van vervoer. Om dit te bereiken willen we samenwerken met organisaties die relevante ervaring hebben met dit soort publiek.

Sterke mobiliteits-partnerschappen

Dit programma kan alleen worden uitgevoerd via sterke en duurzame bestaande publieke en private partnerschappen, maar ook via complementariteit en afstemming tussen actoren die actief zijn in onze sector van duurzame mobiliteits-educatie. We blijven met hen afstemmen en zoeken naar nieuwe synergieën en inspiratie om samen zoveel mogelijk impact te maken op de duurzame mobiliteit van de burgers van morgen.

Beoogde impact per project



- Workshops in scholen (Met kleine pasjes/ We bewegen in onze wijk, Sketch up, GoodAir, SAM-Pass, MOBX-Adventure)
- Samenwerking met openbare vervoersmaatschappij
- Agile Mobility Challenge
- Teambuilding
- Begeleide trajecten in scholen



3.2.2.2 Programma Water

Maatschappelijk kader

Het eerste thema van GoodPlanet, gestart als GREEN, was water. Daarom zal het ons altijd nauw aan het hart blijven liggen. In de 25 jaar dat GoodPlanet bestaat hebben we meegewerkt aan vele uitdagingen rond water op nationaal en internationaal niveau (bijvoorbeeld 'Water als mensenrecht', Jongerenwaterparlementen, *Young Water Solutions* en *Big Jump*).

De uitdagingen op vlak van duurzaam waterbeleid zijn er niet minder op geworden, integendeel. In de afgelopen jaren is het thema droogte in ons land en in heel Europa sterk op de voorgrond gekomen. Watertekorten in de zomer en plaatselijke overstromingen als gevolg van hevige regenval zijn tekenen van de globale klimaatverandering. De aanpassing aan een veranderend klimaat vergt een heroverweging en heroriëntatie van het huidige bodembeheer. Water moet beter kunnen infiltreren om zo lang mogelijk voor mens en natuur ter beschikking te staan. De verharding van de bodem is een extra infiltratiebarrière: België is een van de meest verharde landen in Europa (7.18% procent van de oppervlakte is verhard).

Naast deze effecten is er nog steeds vervuiling met nutriënten, chemicaliën en (micro-) kunststoffen. Ook bleek dat in 2020 tot 14% van de Vlaamse huishoudens niet is aangesloten op een rioleringsnetwerk. Deze problemen maken veel rivieren in ons land nog ongeschikt om in te zwemmen en vormen een bedreiging voor de biodiversiteit. Hoge

waterbehandelingskosten hebben er ook toe bijgedragen dat drinkwater de laatste jaren flink duurder is geworden en dus minder toegankelijk voor de sociaal zwakkeren.

De corona-pandemie, met zijn herontdekking van de lokale natuur als bron voor recreatie en ontspanning, bewees eens te meer dat er gebrek is aan toegang tot lokale wateren om te zwemmen. Er is al weinig toegankelijk zwemwater. Daarnaast is het overal verboden te zwemmen, tenzij toegelaten – in tegenstelling tot Nederland, waar het omgekeerde geldt.

Gelukkig - en terecht - wint het waterthema weer aan belang bij overheden. De Vlaamse *Blue Deal* is hier een sprekend voorbeeld van.

Ook internationaal krijgen water en milieu weer een hogere prioriteit, als we kijken naar de *Green Deal* van de Europese Unie en Klimaatadaptatie, de biodiversiteitsstrategie en de 'Kaderrichtlijn Water' die de uiterlijke deadline (2027) nadert.

Ondanks deze politieke ontwikkelingen neemt de urgentie van de onderling verbonden uitdagingen rond droogte, waterkwaliteit en de toegang tot water voor recreatie en drinkwater toe. Er zijn dus veranderingen nodig in het overheidsbeleid en in het individuele gedrag van burgers om het water wereldwijd te beschermen en te herstellen.



Waar wil het Programma Water naartoe?

GoodPlanet zal blijven aandacht vragen voor de problematiek van waterkwaliteit, droogte en overstromingen en tegelijk de internationale dimensie van waterbeheer in de kijker zetten.

Het doel is om zowel verandering in beleid en persoonlijk gedrag teweeg te brengen. Zoveel mogelijk mensen moeten een beter inzicht krijgen in hoe water wordt beheerd en hoe de hierboven beschreven wateruitdagingen samenhangen met hun eigen gedrag en met politieke beslissingen op alle niveaus (lokaal, nationaal en internationaal).

Het uiteindelijke doel van GoodPlanet is te komen tot een duurzamer gebruik van water, waarbij vervuiling tot een minimum wordt beperkt en water op verantwoorde wijze wordt gebruikt en waar mogelijk gerecycleerd. Water en watergebonden biodiversiteit in België en wereldwijd moeten beschermd worden voor huidige en toekomstige generaties.

GoodPlanet focust zich hoofdzakelijk op 'direct watergebruik'. Voor indirect watergebruik, zoals bijvoorbeeld van de hoeveelheid water die nodig is voor de productie van een kledingstuk of een kilo biefstuk, werken we samen met *Join For Water* vzw.

Zo pakt het Programma Water dat aan tot 2026

In scholen

Het waterprogramma van GoodPlanet legt de nadruk op kinderen, tieners en jongvolwassenen. Er worden programma's op scholen ontwikkeld (Waterklassen) en de opleiding van jonge waterprofessionals wordt gestimuleerd ('*Young Water Solutions*' en het Jongerenwaterparlement).

Waterklassen

In de komende vijf jaar zal GoodPlanet inzetten op de uitrol van de Waterklassen, een meerjarig traject waar we leerlingen van het lager onderwijs opleiden tot ambassadeurs van duurzaam, circulair en integraal

waterbeheer. GoodPlanet heeft hiervoor allianties opgebouwd met de koepelorganisaties van de waterbedrijven in de drie gewesten van België : in Vlaanderen organiseert GoodPlanet de waterklassen in nauwe samenwerking met AquaFlanders en in Brussel met Vivaqua. In Wallonië zijn de waterklassen reeds breed actief door onze zusterorganisatie Classes d'Eau vzw, die we samen beheren met Aquawal. Een aanbod gebaseerd op waterklassen zal de komende vijf jaar ook worden ontwikkeld voor het secundair onderwijs. Hiervoor wordt lesmateriaal geactualiseerd en ontwikkeld. De uitbreiding naar middelbare scholen zal een meer wetenschappelijke benadering van de wateruitdagingen (meting, afvalwaterzuivering, infiltratie enzovoort) en de oplossingen mogelijk maken. De ervaringen van *Young Water Solutions*, een internationale jongerenorganisatie voor waterondernemerschap die groeide uit de GoodPlanet werking, inmiddels actief in 30 landen, kunnen hier worden ingezet, ook om de internationale aspecten van waterbeleid te belichten. GoodPlanet zal hiervoor samenwerkingsverbanden creëren tussen scholen en alumni van *Young Water Solutions*.

Jongerenwaterparlementen

GoodPlanet coördineert al vele jaren het internationale Jongerenwaterparlement in het stroomgebied van de Schelde, in samenwerking met de Agence de l'eau Artois-Picardie. Ook voor het stroomgebied van de Maas is al een aanzet gegeven.

In de komende vijf jaar wil GoodPlanet de Jongerenwaterparlementen nieuw leven inblazen, met in een eerste fase de focus op het Scheldejongerenparlement. Tegelijkertijd zal gezocht worden naar nieuwe bronnen van (co)financiering voor de oprichting van Jongerenwaterparlementen in zowel het Maas- als het Scheldestroomgebied, dat zich uitstrekt van Frankrijk over België tot Nederland. Tegelijkertijd zal gezocht worden naar nieuwe bronnen van (co)financiering voor de oprichting van een Jongerenwaterparlement in het Maasstroomgebied,

Educating young ambassadors for water

Watergerelateerde ingrepen die vandaag worden gedaan zullen, net als de gevolgen van klimaatverandering, nog tientallen jaren invloed hebben op onze waterlichamen. Bij GoodPlanet geloven we daarom dat jongeren een stem moeten hebben in het beheer en de bescherming van onze watervoorraden. GoodPlanet streeft ernaar om onze jeugd in staat te stellen een actieve en geïnformeerde rol te spelen in het waterbeheer. Daartoe brengen we jongeren in contact met waterbeheerprojecten in hun buurt, werken we samen met hen aan de realisatie van kleine watervriendelijke projecten in scholen (zoals het verwijderen van dakpannen voor een betere infiltratie), en brengen we hen in contact met besluitvormers.

Naar het breed publiek

GoodPlanet heeft jaarlijks twee publieksdagen over water: Wereldwaterdag en de Big Jump. Op beide dagen vragen we publieke aandacht voor de wateruitdagingen in België en internationaal.

In de vorige beleidsperiode werd GoodPlanet coördinator van Blue Flag, het internationale kwaliteits- en duurzaamheidslabel voor watertoerisme.

Big Jump

De internationale campagne Big Jump werd mee uitgedacht door GoodPlanet en vindt verspreid over heel Europa ieder jaar plaats op de tweede zondag van juli. Met hun Jump vragen Europese burgers aandacht voor duurzaam waterbeheer en de effectieve naleving van de Europese Kaderrichtlijn Water. GoodPlanet gaat de komende vijf jaar de campagne nieuw leven inblazen en proactief meer organisaties aanmoedigen om zich bij de Big Jump aan te sluiten.



"Wij hebben meegedaan omdat we het gewoon super belangrijk vinden dat water en alle ecosystemen op aarde in een gezonde staat verkeren."

JONGE DEELNEMER BIG JUMP ANTWERPEN



Wereldwaterdag

De belangstelling van de nationale pers voor de Wereldwaterdag is de laatste jaren sterk afgenomen. GoodPlanet is van plan om samen met *Join for Water* en Bos+ de Wereldwaterdag de komende jaren opnieuw op de agenda zetten en uit te bouwen naar een breder publiek toe.

Naar bedrijven

Er wordt een aanbod naar bedrijven ontwikkeld voor workshops en/of teambuildings die de uitdagingen en oplossingen van de waterproblematiek op een leuke manier behandelen.

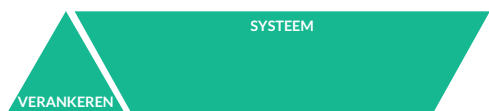
Beoogde impact per project



- Actiedagen (Big Jump & Wereldwaterdag)
- Workshops en teambuildings in bedrijven



- Onthardingsprojecten in scholen
- Waterklassen



- Jongerenwaterparlementen
- Blue Deal ambassadeurs

3.2.2.3 Programma Energie



Maatschappelijk kader

We zitten middenin de klimaatverandering en moeten overschakelen naar een koolstofarme samenleving. Dat betekent dat fossiele energie moet worden uitgefaseerd. Energie is geen probleem, het probleem is de manier waarop deze wordt opgewekt. Met de energietransitie is er een duidelijke weg ingeslagen. Zo is bijvoorbeeld de capaciteit van hernieuwbare elektriciteitsproductie in België meer dan vier keer zo groot geworden, van 2707 MW in 2010 tot 11636 MW 2020*.

Er is een duidelijke tendens naar elektrificatie (elektrische auto's, warmtepompen...) en energiecoöperaties hebben meer en meer succes, waardoor burgers nu ook mee investeren in de energie-infrastructuur. Uit ervaring van afgelopen jaren blijkt dat scholen vaak minder interesse hebben in samenwerking rond het thema energie. Daarnaast is in het algemeen, zowel voor jongeren als voor burgers, het debat over energie vaak te technisch. Om mensen actief mee te krijgen in de energie-transitie moet een aanpak op vlak van communicatie, concept en inhoud op de juiste manier moeten gebeuren.

* Bron: www.statistiekvlaanderen.be/nl/hernieuwbare-energie
<https://www.febeg.be/statistieken-elektriciteit/>



Waar wil het Programma Energie naartoe?

GoodPlanet wil mensen sensibiliseren en tot actie aanzetten voor een integraal en duurzaam energiebeleid dat de uitdagingen aanpakt waar ook de grootste impact te behalen is. Ook voor het energievraagstuk geldt dat om een optimale impact te realiseren een systeem-aanpak nodig is. Wij doen dit met een geactualiseerde versie van de Trias Energetica:

Stap 1: Beperk de energievraag. Doe dit op een circulaire manier, zorg dat de materialen duurzaam geproduceerd worden maar dat ook bij afbraak een duurzame oplossing is voorzien, bijvoorbeeld door je huis te isoleren met ecologisch verantwoorde materialen. Naast deze 'directe' energie zit er veel onzichtbare, 'grijze' energie in onze spullen en in het internet. Hier zullen we ook op focussen.

Stap 2: Zorg er - naast het beperken van de vraag - voor dat energie opgewekt wordt met **hernieuwbare bronnen** en zorg dat deze zo lokaal mogelijk geproduceerd wordt, met een slimme sturing zodat deze maximaal lokaal benut kan worden.

Stap 3: Zorg ervoor dat de fossiele energie die toch nog gebruikt wordt zo **efficiënt** mogelijk wordt ingezet om verbruik te minimaliseren, met de focus op uitfasen, en dit minimaal volgens de geldende klimaatdoelstellingen.

We willen dat leerlingen, leerkrachten, scholen en burgers uitdagingen rond energie interessant en aantrekkelijk vinden om er op een positieve manier mee aan de slag te gaan. We willen dat iedereen kan participeren in het energiedebat, ook jongeren.

Zo pakt het Programma Energie dat aan van 2022 tot 2026

In scholen

Energie is een duidelijke focus vanuit het beleid. Het blijft echter een 'ver-van-mijn-bed-show' en voor veel jongeren complexe materie. GoodPlanet engageert zich de volgende vijf jaar om 'energie leuk' te maken. De basiskennis rond energie wordt op een *fun* manier meegegeven en we zorgen ervoor dat zij goesting krijgen om hier nog meer over te leren. Concreet betekent dit dat GoodPlanet workshops rond energietransitie zal ontwikkelen voor kinderen en jongeren met spel, (virtuele) visites en concrete acties. Naar de lagere scholen gaan we met een mascotte, de futuristische 'Klimaatket' die uit het jaar 2050 komt, en zijn we met 'Enerkids' bezig aan een workshop gebaseerd op superhelden. In het secundair worden innovatieve en interactieve werkvormen naar voren geschoven in combinatie met een deel online educatie.

Sensibilisatie en educatie zullen worden gecombineerd met concrete acties en/of structurele besparingsmaatregelen. Om optimaal besparingen te realiseren in scholen zal GoodPlanet een toegankelijke aanpak uitwerken waarmee een school zelf actie kan ondernemen om energiezuiniger te worden. We vertrekken hier van de ervaring die we met de GoodSchool Digitoel (samen met EnergieID) met 'Energiebesparen op school' (samen met Factor4) hebben opgedaan, maar kunnen hier ook rekenen op technische experts van Vito, Efika en andere.

EnergieID helpt mensen en organisaties om zuiniger om te gaan met onze planeet. Dankzij onze samenwerking met GoodPlanet brengen we digitale tools op kinder- en jongerenmaat, misschien wel het belangrijkste doelpublik om de energietransitie waar te maken!

VINCENT DIERICKX, MEDE-OPRICHTER ENERGIEID CVSO
EN LID VAN DE ALGEMENE VERGADERING VAN GOODPLANET

De **GoodSchool DigiTool** wordt ingezet om besparingen meetbaar te maken, je school te *benchmarken* ten opzichte van andere scholen en de data op een leuke manier terug te koppelen naar de leerlingen. Leerkracht, leerlingen, GoodPlanet medewerkers en anderen kunnen samen (energie-)data verzamelen, de gegevens op een leuke manier analyseren en vervolgens duurzame acties op maat van de school bedenken. Met de GoodSchool DigiTool wordt verder ingezet op de mogelijkheid om de energiedata van scholen te koppelen aan de facturatie zodat deze automatisch en vanop afstand kan gebeuren, zonder manuele input.

Educatie en sensibilisatie zitten in het DNA van GoodPlanet. Echter: bij verschillende actoren beweegt er veel op technisch vlak. GoodPlanet vormt de brug om de meest innovatieve materie naar het onderwijs en jongeren te brengen. Zo is GoodPlanet educatiepartner van het **VITO**, waarmee we samenwerken aan een online 'Vitopolis'. Ook brengen we de informatie van de aardwarmtecentrale in Mol en duurzame Vito-technologieën over via klasbezoeken, workshops en online materiaal naar een brede groep leerlingen.

Naar het brede publiek

GoodPlanet heeft veel ervaring om complexe technische materie te vertalen naar een breed publiek. GoodPlanet gaat met de mascotte in de scholen in samenwerking met de lokale besturen de uitdaging aan om oplossingen rond energie impactvol te communiceren naar de burgers.

Daarnaast zet GoodPlanet verder in op het Europese **TopTen platform**, waar burgers een vergelijking kunnen maken van het energieverbruik van verschillende toestellen en zo het meest energie-efficiënte toestel kunnen selecteren. Vanuit het Europese HACKS-project ligt de focus de eerste jaren enerzijds op tips (*quick wins*) om snel te besparen op energie(kosten) en anderzijds op het wegwijs maken van consumenten die gaan investeren in koel- en verwarmingstoestellen zodat ze de meest energiezuinige keuzes kunnen maken. De meest energiezuinige apparaten binnen de andere categorieën (droogkasten, wasmachines...) van het TopTen-platform zullen waar mogelijk verder worden geactiveerd en gepromoot.

Naar bedrijven

Er wordt een aanbod naar bedrijven ontwikkeld voor workshops en/of teambuildings die de energithema's op een leuke manier behandelen.

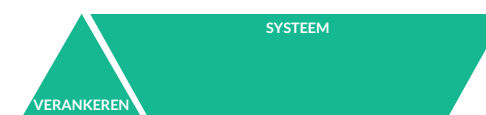
Samengevat: beoogde impact per project



- Online lesmateriaal Vitopolis - STEM
- Aardwarmte klasbezoeken, klasworkshops en online materiaal
- Enerkids
- TopTen (HACKS)
- Workshops & teambuildings



- Samenwerking om energiebesparingen te realiseren in scholen



- GoodSchool DigiTool



3.2.2.4 Programma Klimaat

Maatschappelijk kader

Het klimaat warmt op. Sinds het begin van de industriële revolutie (circa 1750) is de temperatuur wereldwijd al met 1.2°C gestegen en deze tendens zet zich voort. Volgens het jongste rapport van de Intergouvernementele Werkgroep inzake klimaatverandering (IPCC) is de klimaatverandering een wetenschappelijk vaststaand feit dat niet langer kan worden genegeerd. De huidige opwarming van de aarde is het gevolg van de toename van broeikasgasemissies (voornamelijk CO₂) in de atmosfeer, veroorzaakt door menselijke activiteit. De gevolgen van de klimaatverandering zijn nu al merkbaar, zowel hier als elders, en zijn van aanzienlijke omvang. Zo stijgt de zeespiegel geleidelijk (tussen 1901 en 2010 is de gemiddelde zeespiegel al met 19 cm gestegen), smelten de ijskappen en gletsjers op de polen en doen zich steeds vaker extreme weersomstandigheden voor: orkanen, cyclonen, stormen, hittegolven en droogtes, hevige neerslag en overstromingen. Dit alles heeft gevolgen voor onder meer de beschikbaarheid van water, landbouw, natuur en onze gezondheid.

De gevolgen van de klimaatverandering verschillen naargelang van de plaats op aarde waar we wonen en treffen het Zuiden het hardst, net waar de armoede het grootst is en de mensen het kwetsbaarst zijn.

Tegen eind 2030 wil de Vlaamse overheid 40% minder CO₂ uitstoten (t.o.v. referentiejaar 2015): door minder energie te verbruiken in de gebouwen, door de technische infrastructuur aan te passen en door de uitstoot van de dienstvoertuigen te verlagen. Tegelijk moet het primair energieverbruik in gebouwen en technische infrastructuur met 27% dalen tegen 2030.

De studie 'Een koolstofneutraal België tegen 2050' toont aan dat deze overgang naar een koolstofarme samenleving tegen 2050 technisch mogelijk is. Dit zal echter aanzienlijke investeringen en gedragsveranderingen in de hele samenleving vergen. Als er tegenover vijf jaar geleden iets is veranderd, is het dat klimaatverandering eindelijk op de agenda is gekomen als dringende zaak. Niet alleen overheden en het groot publiek zijn zich meer bewust van de problemen, ook bedrijven hebben intussen ambitieuzere klimaat-ambities, wetenschappelijk onderbouwde klimaatdoelen (de '*science based targets*') en proberen koolstofneutraal te worden.

Een systeemverandering dringt zich op, maar toch reageren beleidsmakers traag. Dit terwijl we volgens wetenschappers nog maar twee decennia hebben om het klimaat en de planeet te redden.

Waar wil we het Programma Klimaat naartoe?

Individuele bewustwording is belangrijk, maar klimaatverandering is zo urgent dat het om meer aandacht vraagt op alle niveaus, ook bij GoodPlanet.

GoodPlanet zet mensen aan tot concrete constructieve klimaatactie maar ook klimaateducatie is (nog altijd) van cruciaal belang om te zorgen voor de maatschappelijke verandering die nodig is om de klimaatnoodsituatie aan te pakken. We blijven hierbij positief maar niet naïef. We willen klimaatproblemen begrijpelijk maken en klimaatoplossingen aanreiken.

Uiteraard zetten we ons in rond klimaatmitigatie, maar ook klimaatadaptatie projecten en acties zullen nodig zijn. Het klimaat zal een verandering doorgaan, al proberen we mee deze tot het minimum te beperken. Zo zullen we bijvoorbeeld ook meer inzetten op regenwater-infiltratie om de droogte aan te pakken die er nu al is.

We willen mensen *empoweren* tot actieve burgers die zelf het goede voorbeeld geven, anderen beïnvloeden, acties naar beleidsbeïnvloeding opzetten en zo het heft in eigen handen nemen om deze erg complexe problematiek van klimaatopwarming aan te pakken. De oplossing zal van ons allemaal moeten komen.

Zo pakt het programma Klimaat dat aan tot 2026

Klimaat is multi-thematisch en heeft veel raakvlakken met andere thematische programma's binnen GoodPlanet. Intern leiden we onze eigen duurzaamheidscoaches op rond klimaatproblemen en -oplossingen zodat het thema optimaal geïntegreerd wordt in de workshops waar het opportuun is.

We hebben ook 'pure' klimaateducatie, zoals bijvoorbeeld de Klimaatcoach-workshops waar de leerlingen hun eigen scenario voor een koolstofarme maatschappij tegen 2050 kunnen ontwikkelen.

Daarnaast worden in samenwerking met de andere programma's klimaat-acties uitgevoerd, zoals bijvoorbeeld een Tiny Forest samen met programma Natuur.

De aspecten van klimaateducatie en -actie zijn zo complex en breed dat de doelgroep waarmee we werken dreigt overweldigd en gedemotiveerd te geraken. Daarom zullen we onze aanpak zeer bewust aanpassen per doelgroep, om de problemen en oplossingen op zo'n manier over te dragen dat zij over de essentie bijleren en gemotiveerd worden om mee te bouwen aan een klimaatneutrale toekomst.

In scholen

De klimaateducatie wordt hoofdzakelijk naar leerlingen vanaf het vijfde leerjaar gericht. Dat is de beste leeftijd om de problemen en oplossingen rond klimaatverandering te begrijpen. In ons aanbod zit de **Klimaatcoach**, de **Axa Klimaatscholen**, waar de klimaatproblematiek op een wetenschappelijke manier en met inspirerende beelden uit de doeken wordt gedaan, de **Klimaatcollage**, waar de leerlingen een dieper inzicht krijgen in de complexe samenhang van oorzaken en gevolgen van de klimaatopwarming en de **Klimaatket**, een sympathieke kerel 'uit de toekomst' die duidelijk komt maken wat klimaatverandering betekent en hoe ze kunnen meewerken aan een klimaatneutrale stad of gemeente.

Daarnaast richten we ons ook op het ondersteunen of opleiden van leerkrachten en onderwijsinstellingen om hen te voorzien van de juiste informatie en de meest impactvolle werkwijze rond klimaat. Vanuit onze praktijkervaring werken we graag mee aan het versterken van de plaats die klimaat krijgt binnen de onderwijsprogramma's.

We bouwen de **Jongerenklimaatparlementen** verder uit, zodat ze zich naar de lokale en nationale overheden kunnen richten.

Naar het grote publiek

We bieden hulp aan gemeenten en steden om participatieve lokale **klimaatprojecten** met hun burgers op te zetten, waarvoor ze zich vaak al geëngageerd hebben via het burgemeestersconvenant.

Bij bedrijven & organisaties

Ook bedrijven hebben concrete klimaatdoelen en ondersteunen een brede waaier aan initiatieven. Voor klimaateducatie naar bedrijven zet GoodPlanet in op interactieve klimaatworkshops en teambuildings. Door onze expertise in te zetten binnen bestaande initiatieven zoals **BACA (Belgian Alliance for Climate Action)** bereiken we medewerkers van grote bedrijven die nog niet mee zijn met de klimaatproblematiek en sensibiliseren en inspireren hen om zo het draagvlak voor klimaatacties te vergroten. Met de **Klimaatcollage** zet GoodPlanet gecertificeerde duurzaamheidscoaches in.

Een online uitdagingen-tool wordt ontwikkeld om de werknemers te motiveren, te inspireren en mobiliseren bij de complexe klimaatthema's die bij deze **teambuildings** aan bod komen. De (groepjes) werknemers kunnen na een gezamenlijke teambuilding met de tool virtuele klimaatacties en uitdagingen aangaan in competitie met elkaar.

Samengevat: beoogde impact per project



- Klimaatcoach
- AXA Climate School
- Klimaatcollage
- Workshops & teambuildings voor bedrijven



- Hulp aan gemeenten en steden voor lokale klimaatprojecten
- Klimaatket
- Jongerenklimaat-parlementen



3.3 Sustainable Solutions voor bedrijven, organisaties en lokale overheden

Naast de zeven thematische programma's is 'Sustainable Solutions' het achtste en het enige doelgroepgerichte programma van GoodPlanet, waarbij we ons aanbod duurzaamheidseducatie en coaching in de brede zin naar bedrijven, organisaties en lokale overheden richten. De concrete activiteiten werden al grotendeels beschreven in de thematische programma's.

We geloven immers dat maatschappelijke verandering alleen kan plaatsvinden als we ook bedrijven, organisaties en lokale overheden (en al hun stakeholders) bij onze activiteiten betrekken. Waarom? Omdat we al die organisaties zien als plaatsen waar mensen niet alleen kunnen worden bereikt om individuele gedragsverandering teweeg te brengen, maar ook als plaatsen waar duurzaamheidsoplossingen en -acties kunnen worden geïmplementeerd om een duurzame impact te creëren. Via acties voor en in samenwerking met deze brede doelgroepen creëren we zowel impact in de werking van de onderneming of organisatie als bij de individuele medewerkers, burgers. We bekijken altijd hoe we de activiteiten kunnen laten aansluiten bij hun duurzaamheidsbeleid.

Steden en gemeenten

De verstedelijking neemt toe en daarbij ook de druk op ruimte in de stad, zowel op de privé- als de gedeelde ruimte. Daarnaast hebben de steden het meeste last van de vervuiling en mobiliteitsproblemen. Er blijft alsminder ruimte over en de levenskwaliteit gaat achteruit, vooral voor mensen die het zich niet kunnen veroorloven om weg te trekken en

te ontsnappen aan vervuiling en lawaai, maar die ook het meest te lijden (zullen) hebben onder de negatieve gevolgen van de klimaatverandering. Tegelijkertijd verjongt de bevolking in steden als Antwerpen, Brussel en Gent. Het is cruciaal dat de jonge generatie betrokken wordt bij klimaatverandering, transitie en duurzame ontwikkeling, om ervoor te zorgen dat niemand achterblijft en dat ook 'kwetsbare jongeren' een actieve rol kunnen spelen in deze overgang. Maar uiteraard niet enkel jongeren: samenleven in de stad is geen optie maar een must.

Een zeer toegankelijke manier om duurzaamheid in de stad in de kijker te zetten is de **Cera GoodWalk**. Met Cera zetten we elk jaar een duurzame stadswandeling op poten met telkens bijna 10.000 deelnemers. Uniek aan de formule is dat bij de ontwikkeling zowel de stad, de duurzaamheids- en toeristische dienst en iedereen in die stad die met duurzaamheid bezig is wordt betrokken. In de komende jaren blijven we elk jaar een Vlaamse stad in de kijker. Eerst op de planning in 2022 is Genk.

Steden en gemeenten hebben als overheid een duidelijke directe invloed op het oplossen van deze problemen en sensibiliseren hun burgers voor duurzame veranderingen op vlak van afvalgedrag, eetpatronen, bouwvormen, mobiliteit ...



Ook niet te onderschatten is de voorbeeldfunctie van lokale overheden. De manier waarop ze hun diensten verlenen, financiële middelen toewijzen, de manier van werken van de ambtenaren in de administratie en diensten: het zijn allemaal mogelijke inspirerende multiplicatoren voor verandering. Voor GoodPlanet zijn steden en gemeenten dan ook belangrijke partners *als go between* om hun burgers - het brede publiek - te bereiken. GoodPlanet richt zich hierbij voornamelijk, maar niet enkel op kinderen op school en in hun vrije tijd en op een kwetsbaar doelpubliek met workshops, coachings, campagnes en acties rond al onze duurzaamheidsthema's. Tenslotte richten we ons op de interne werking van de steden en gemeenten. Vanuit onze expertise en ervaring helpen we hen verduurzamen.

Bedrijven en organisaties

Het wordt elke dag duidelijker dat onze huidige manier van produceren en distribueren van goederen en het verlenen van diensten niet duurzaam is. Ze verbruikt meer hulpbronnen en produceert meer afval en uitstoot dan goed is voor onze planeet. Het goede nieuws is dat meer en meer bedrijven zichzelf als deel van de oplossing zien.

We merken in de bedrijfswereld een duidelijke trend om duurzaamheid als transversaal thema te integreren in de manier van werken en dat de stakeholders hier altijd meer bij worden betrokken. Ze bundelen hun krachten om de SDG's te bereiken, worden gecertificeerd (bijvoorbeeld B-Corp of EMAS), stellen wetenschappelijk onderbouwde klimaatdoelstellingen of *science based targets* vast en gaan duidelijk verder dan het louter naleven van de milieuwetgeving.

Maar ook de wettelijke context en de rapportagevereisten worden strenger. Daarnaast is duurzaamheid een drijvende kracht achter innovatie geworden. Steeds meer bedrijven komen met duurzame producten en oplossingen, zowel start-ups die met dit doel zijn opgericht als gevestigde spelers.

En alsmaar meer burgers, consumenten en (toekomstige) werknemers vragen om duurzame acties, transparantie over productienormen en om duurzame producten en diensten of verminderen hun consumptie helemaal.

Maar een organisatie verduurzamen heeft veel voeten in de aarde: technische en proceskennis, de juiste infrastructuur en management maar ook vooral een grote betrokkenheid van alle stakeholders en een geest van begrip, innovatie en voortdurende verbetering. GoodPlanet helpt om alle interne en externe stakeholders te betrekken en te begeleiden.

Om **werknemers** te sensibiliseren rond duurzaamheidsthema's organiseren we activiteiten op de werkvloer, zoals workshops of teambuildings om duurzaam gedrag op een leuke en positieve manier te helpen begrijpen, ervaren en uitproberen. Die activiteiten worden vaak doorgetrokken naar een breder publiek van klanten of familie van de werknemers en andere stakeholders. Een greep uit het aanbod: Samen een buitenruimte in het kantoor omtoveren om tot een levendig vitaliserend groene plek, de teamgeest bevorderen in de buitenlucht met *rewilding* of een 'Forest Challenge', samen een duurzame lunch maken door zelf boerderijproducten te oogsten en te koken voorafgegaan door een *mindfulness*-sessie in de natuur ... Of werken rond duurzame alternatieven voor plastic verpakkingen door kunst maken te met wat je samen vindt bij een kleine *river-cleanup* en vervolgens een 'tawashi' of *bee wrap* maken of leerrijke co-creatieve sessies rond het aanleren van de basics van gedrags- en klimaatverandering ... We zetten ook coachings op die het implementeren van concrete duurzame maatregelen op de werkvloer als doel hebben en betrekken de werknemers bij dit proces van activatie en communicatie. Speciale aandacht gaat naar het inschakelen van multiplicator-netwerken, zoals EcoTeams en Green Teams om duurzame gedragsveranderingen en betrokkenheid op vlak van Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen in organisaties te bevorderen.

Tenslotte kijken we uit naar het vervullen van onze rol binnen de **Belgian Alliance for Climate Action**, een initiatief van *The Shift* en WWF dat de particuliere sector (zowel profit als non-profit) en academische instellingen uitnodigt het voortouw te nemen op het gebied van klimaatactie. GoodPlanet zal zich focussen op projecten die minder hoogopgeleide medewerkers betrekken bij de transitie naar een duurzamere werkomgeving.

Duurzaamheidslabels

GoodPlanet coördineert en promoot drie internationale duurzaamheidslabels: Blue Flag, Green Key en Green Flag. Sensibilisering en educatie naar bezoekers en burgers staat centraal. De houders van dit label treden toe tot een internationaal netwerk waar ze gecoacht worden naar en inspiratie vinden voor duurzaam beheer. Momenteel beheert GoodPlanet drie labels, maar we staan altijd open voor naar andere nieuwe, hoog aangeschreven duurzaamheidslabels om toe te treden.

Green Key



Voor toeristen die belang hechten aan duurzaam reizen, biedt Green Key een unieke meerwaarde. Het is een transparant label dat verzekert dat de gekozen Green Key-locatie haar ecologische voetafdruk laag houdt, bijvoorbeeld door minder water, gas en elektriciteit te verbruiken, biologische en vegetarische alternatieven op de kaart te zetten, duurzaam vervoer te stimuleren of ecologische poetsproducten te gebruiken. Ook toegankelijkheid voor bijvoorbeeld rolstoelen is een belangrijk aandachtspunt.

Het label telt in Vlaanderen anno 2021 in totaal 130 locaties. Er zijn wereldwijd 3200 Green Key-adresjes in 65 landen. Een externe auditeur en een onafhankelijke Vlaamse jury evalueren elk jaar de locaties. Ze moeten voldoen aan een zeer uitgebreide criterialijst met bijna honderd verplichte criteria waar de locaties aan moeten voldoen en is daarmee veruit de meest ambitieuze standaard in de toerisme sector. Het is een programma van de *Foundation for Environmental Education* (FEE). In Wallonië is Green Key een partnerschap met *Inter-Environnement Wallonie* (IEW), met steun van visit Brussels en in Vlaanderen met Toerisme Vlaanderen.

"Het Green Key-label was voor ons heel belangrijk omdat het een bevestiging is van duurzaam ondernemen. We hebben de laatste tijd heel hard ingezet op een belevingsconcept om onze gasten te betrekken bij wat duurzaam en ecologisch is. We hebben zonnepanelen. Ons regenwater is herbruikbaar voor onze wc's en onze wasmachines. Wij hebben allemaal tweedehands meubels. Er komt geen plastic op tafel bij het ontbijt en al onze leveranciers zijn lokaal."

ERIN VAN WOODS AND WINE B&B IN LIMBURG

Blue Flag



GoodPlanet coördineert het water-duurzaamheids-label Blue Flag in ons land, met de steun van Toerisme Vlaanderen - die mee zorgt voor de promotie van de bijzondere locaties - en Aquafin, want een uitstekende waterkwaliteit is een *must*.

In 2021 werd de 'Blue Flag' uitgereikt aan 20 Belgische kuststranden, elf zwembijvers en acht jachthavens. Zij mogen de blauwe vlag (weer) een jaar laten wapperen. Blue Flag is een internationaal label: wereldwijd vind je 4671 Blue Flags in 47 landen.

Om Blue Flag-label te krijgen moeten locaties aan een flinke lijst criteria voldoen. Een externe auditeur, een onafhankelijke Belgische jury én een internationale jury evalueren elk jaar de locaties. Proper (zwem)water is het meest voor de hand liggende, maar daarnaast worden veiligheid, dienstverlening en toegankelijkheid gecheckt (de aanwezigheid van redders, EHBO-materiaal, de beschikbaarheid van drinkwater...) en hoe het staat met milieu- en duurzaamheidsmanagement (een proper strand waar je afval kan sorteren, propere toiletten ...).

Ook belangrijk is dat bezoekers goed geïnformeerd worden over de huidige waterkwaliteit en een informatiebord aantreffen met een overzichtskaart van de locatie, waarop ook lokale natuurgebieden staan.

Green Flag

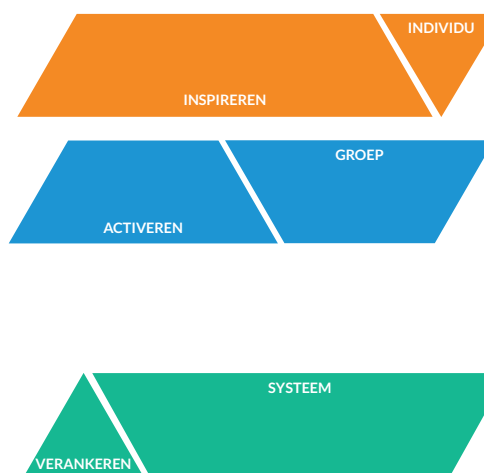


De 'Green Flag Award' is een internationaal kwaliteitslabel voor duurzaam beheerde parken en groene ruimten. De Green Flag Award werd in 1996 gelanceerd in het Verenigd Koninkrijk. Daar is het nu een vaste waarde. Milieuorganisatie en initiatiefnemer *Keep Britain*

Tidy wil haar ervaring en expertise dan ook delen met buurlanden en landen wereldwijd. Zo wapperen er wereldwijd al 2224 groene vlaggen, waarvan zes in Vlaanderen: in het Vrieselhof in Ranst, de Kesselse Heide in Nijlen, het Provinciaal Groendomein Rivierenhof in Deurne, De Averegten in Heist-op-den-Berg, het Park Vordenstein in Schoten en het Nachtegalenpark in Antwerpen.

De Green Flag Award wil goede praktijken in de groene ruimtesector delen en promoten, normen voor duurzaam management verankeren, garanderen dat de parken voldoen aan de behoeften van de gebruikers en kwaliteitsvolle groene ruimtes toegankelijk maken voor iedereen. Het project '**Onbeperkt Buiten XL**' zet in op participatie en communicatie rond toegankelijkheid specifiek voor mensen met een beperking.

Samengevat: beoogde impact per project



- Teambuildings
- Duurzaamheidswerkshops / informatiestands / challenges...
- Begeleiding CSR-strategie / Coachings
- Duurzaamheidslabels: Blue Flag, Green Key, Green Flag
- Cera GoodWalk (duurzame wandelingen)
- Onbeperkt Buiten XL

4.Strategische en operationele doelstellingen 2022-2026

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.

Samen met alle onderwijsactoren (leerkrachten, directie, ouders en oudercomités, brede scholen, inrichtende macht, onderwijs-ondersteunende diensten, onderwijsnetten en koepels) ontdekken we 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 EDO-beleid.



Operationele doelstelling 1.1:

We bieden leerkansen opdat kinderen en jongeren via positieve ervaringen nieuwe inzichten verwerven en duurzame handelingsperspectieven ontdekken.

Door het aanreiken van kennis en 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 kan 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. Daarbij komt dat impactmeting van educatie voor duurzame ontwikkeling een specifieke aanpak vraagt en niet steeds voor de hand ligt.

INDICATOREN EN STREEFWAARDEN:

- Jaarlijks werken we met minstens 30% van de scholen rond EDO-projecten.
- We realiseren jaarlijks voor minstens drie projecten een impactmeting.

ACTIVITEITEN:

Activiteit 1.1.1. Workshops rond verschillende duurzaamheidsthema's

Activiteit 1.1.2. Educatieve tools – leermiddelen

Activiteit 1.1.3. Campagnes

Activiteit 1.1.4. Methodologie voor impactmeting verder ontwikkelen en uitrollen

Operationele doelstelling 1.2: We ondersteunen onderwijsinstellingen bij het implementeren van een whole school approach voor duurzaamheid.

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. De school heeft ook een maatschappelijke rol als 'brede school' en is een mogelijk laboratorium voor veranderingen. 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 andere rollen. Zo willen we scholen begeleiden bij het scheppen van een duurzame schoolomgeving die bijdraagt aan het behalen van onze strategische doelstelling naar onze doelgroep kinderen en jongeren. We doen dit concreet door trajecten op te zetten die verschillende actoren van de schoolomgeving verbinden en een concrete impact in de schoolgemeenschap beogen.

INDICATOREN EN STREEFWAARDEN:

- Tussen 2022 en 2026 realiseren we jaarlijks gemiddeld 200 trajectgebonden workshops.
- Tegen 2022 is onze tool voor het meten van bereik (CRM) gekoppeld aan het meten van onze tool voor impact (GoodSchool DigiTool).
- Tegen 2022 zijn de thema's circulaire economie, energie, water en mobiliteit geactiveerd in de GoodSchool DigiTool.
- Tegen 2023 is het thema natuur geactiveerd in de GoodSchool DigiTool.
- Tegen 2024 is het thema voeding geactiveerd in de GoodSchool DigiTool.
- Tegen 2026 gebruiken minstens 1000 scholen de GoodSchool DigiTool.
- Samen met andere actoren blijven we tot 2026 inzetten op een integrale aanpak van verschillende thema's op schoolniveau voor minstens tien GoodPlanet ambassadeur-scholen.

ACTIVITEITEN:

Activiteit 1.2.1 Trajecten rond verschillende duurzaamheidsthema's

Activiteit 1.2.2 Concept voor GoodPlanet ambassadeur-scholen ontwikkelen

Activiteit 1.2.4 GoodSchool DigiTool uitbouwen als impacttool voor duurzaamheid in de schoolomgeving

Operationele doelstelling 1.3: We empoweren kinderen en jongeren om aan het beleid te participeren.

We geven kinderen en jongeren een stem binnen onder andere het klimaatdebat. Via concrete ervaringen met democratische processen willen we actief burgerschap aanmoedigen. Door het begeleiden van deze *bottom-up* participatieve processen inspireren we het beleid met betrekking tot onze thema's, zowel op lokaal, gewestelijk als internationaal niveau.

INDICATOR EN STREEFWAARDE:

- Tussen 2022 en 2026 werken we jaarlijks in vijf steden of gemeenten rond beleidsparticipatie van kinderen en jongeren.

ACTIVITEITEN:

Activiteit 1.3.1 Projecten rond beleidsparticipatie met kinderen en jongeren

Activiteit 1.3.2 Participatieve projecten promoten bij steden en gemeenten

Activiteit 1.3.3 Nieuwe participatietechnieken en de mogelijkheden om input van kinderen en jongeren verzameld via bestaande projecten te laten doorstromen naar het beleidsniveau onderzoeken, uittesten, integreren en verspreiden

4.2 Strategische doelstelling 2:

GoodPlanet betreft werknemers en stakeholders van ondernemingen, organisaties en lokale overheden bij de transitie naar een duurzame samenleving.

We bouwen duurzame partnerschappen uit met ondernemingen, organisaties en lokale overheden.

De activiteiten van ons *Sustainable Solutions*-programma en de communicatie daarrond creëren en verbreden draagvlak voor het MVO-beleid en stuwen het transitieproces binnen steden, gemeenten, organisaties, ondernemingen en hun stakeholders voort. Om de uiteindelijke transitie te doen slagen is het uiterst belangrijk dat vooral medewerkers en burgers, maar ook leveranciers, klanten, partners etc.) correct geïnformeerd zijn over komende veranderingen, zich betrokken voelen, eraan meewerken en ertoe bijdragen en op termijn ook hun eigen team, familie of vrienden impulsen geven.

We werken op twee impactniveaus - van eenmalige leuke activiteiten die het bewustzijn rond bepaalde duurzaamheidsthema's verhogen tot volledige modules die deel uitmaken van een transitieproces, gebaseerd op de thematische expertise van GoodPlanet en de kennis rond gedragsveranderingstechnieken. We staan HR, MVO- of milieu-

verantwoordelijken bij met raad en daad om collega's en burgers te betrekken en coachen teams bij de implementatie van duurzame initiatieven en de co-creatie van collectieve acties.

In ons werk nemen we onze eigen thematische prioriteiten mee maar ook de prioriteiten zoals bepaald in de nieuwe *Green Deal* van de Europese Unie (bijvoorbeeld de taxonomie voor duurzame activiteiten of het Actieplan 'zero vervuiling'...)

Operationele doelstelling 2.1: We verbreden en verdiepen het draagvlak voor duurzame transitie via activiteiten, kant-en-klaar of op maat.

Tegen 2026 bouwen we ons programma voor ondernemingen en organisaties verder uit. Omdat we optimaal samenwerken met de stakeholders belangrijk vinden, bieden we naast ons standaard-aanbod ook *formats* aan op maat. Wij brengen de inhoud aan en samen met hen leggen we de link naar de bedrijfs/organisatiewereld of stad/gemeente en bekijken we welke activiteit we op welke manier kunnen laten aansluiten bij hun dagdagelijkse werking.

INDICATOREN EN STREEFWAARDEN:

- Tegen 2026 organiseert het programma *Sustainable Solutions* jaarlijks 100 activiteiten in minstens 15 bedrijven of organisaties.

ACTIVITEITEN:

Activiteit 2.1.1 Kant-en-klare workshops, teambuildings, opleidingen en vrijwilligerswerk rond duurzaamheidsthema's

Activiteit 2.1.2 Activiteiten op maat van de MVO-uitdagingen van ondernemingen, organisaties en lokale overheden

Activiteit 2.1.3 Uitbreiding en promotie van ons aanbod voor ondernemingen, organisaties en lokale overheden



Operationele doelstelling 2.2: We ondersteunen MVO-managers en teams van medewerkers bij het opstarten en implementeren van duurzame initiatieven, intern of opgelegd door de overheid.

Tegen 2026 hebben we meerdere projecten opgezet met als doelstelling samen naar een concrete duurzame verandering toe te werken. We reiken MVO-managers en (hun) teams de nodige expertise en methodieken aan om beslissingen of uitdagingen kaderend binnen het MVO-beleid te vertalen naar de werknemers toe en de werknemers te engageren in het MVO-beleid. De initiatieven kunnen van de werknemers zelf komen, opgelegd worden door het management of door de overheid (bijvoorbeeld de nieuwe blauwe zak). Indien mogelijk verwijzen ze naar de SDG's of the EU Green Deal.

INDICATOR EN STREEFWAARDE:

- Tegen 2026 jaarlijks met vijf ondernemingen, organisaties of lokale overheden samenwerken.

ACTIVITEITEN:

Activiteit 2.2.1 Partners strategisch adviseren

Activiteit 2.2.2 Het multiplicatoreffect van duurzaamheidsinitiatieven versterken

Activiteit 2.2.3 Coaching op maat van de MVO-uitdagingen van ondernemingen, organisaties en lokale overheden

Operationele doelstelling 2.3: We coördineren en promoten duurzaamheidslabels

In 2026 zijn we gekend als een belangrijke speler voor duurzaamheidslabels. Onze labels Green Key, Blue Flag en Green Flag zijn bekende/gevestigde labels in België en 'go to'-adressen voor de duurzame consument/burgers.

INDICATOREN EN STREEFWAARDEN:

- Het aantal uitgereikte duurzaamheidslabels verhoogt met 15 per jaar voor alle labels samen.
- Jaarlijks worden minstens vijf promotie-acties opgezet naar gebruikers en houders van onze duurzaamheidslabels.

ACTIVITEITEN:

Activiteit 2.3.1 Coördinatie van duurzaamheidslabels

Activiteit 2.3.2 Promotie-acties en/of events voor toeristen en het brede publiek

Activiteit 2.3.3 Meerwaarde voor uitbaters van duurzaamheidslabels verhogen

Activiteit 2.3.4 Samenwerkingen met lokale overheden om duurzaamheidslabels te promoten

Activiteit 2.3.5 Expertise van de programma's integreren in de duurzaamheidslabels

Activiteit 2.3.6 Opportuniteiten onderzoeken om nieuwe duurzaamheidslabels op te richten of over te nemen

4.3 Strategische doelstelling 3:

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

We zien opportuniteiten om onze expertise met de kinderen en jongeren in de schoolomgeving te valoriseren naar andere doelgroepen en in ons brede netwerk partnerschappen te zien als hefboom om duurzaamheid te verankeren op alle niveaus van de samenleving.

Daarnaast wil Goodplanet expliciet inspelen op het rechtvaardige aspect van de transitie door sterker in te zetten op maatschappelijk kwetsbare kinderen en jongeren, om hen samen met hun ouders en familie, in de vrijetijdssfeer te verbinden -met de natuur en elkaar.

Operationele doelstelling 3.1: We verbinden, activeren en ondersteunen jong en oud rond klimaatvriendelijke, biodiverse en gezonde gedeelde groene buitenruimten.

Ook na de school- en werkuren verbinden we mensen met elkaar en met de natuur door het bouwen van *Tiny Forests*, Generatietuinen en nestelbossen en deze zo breed mogelijk toegankelijk te maken.

We zetten er concreet op in om vanuit onze scholenprojecten (groot-) ouders, buurtbewoners... waar mogelijk te betrekken bij de transitie naar een duurzame samenleving.

We grijpen ons 25-jarig jubileum aan om al onze doelgroepen in de natuur samen te brengen en te verbinden met elkaar rond onze thema's.

INDICATOR EN STREEFWAARDE:

- We realiseren elk jaar tien activiteiten waarbij we verschillende doelgroepen samenbrengen in een gedeelde groene buitenruimte.

ACTIVITEITEN:

Activiteit 3.1.1 Gedeelde groene buitenruimten creëren

Activiteit 3.1.2 Activiteiten in gedeelde groene buitenruimten

Activiteit 3.1.3 Vanuit onze scholenprojecten (groot-)ouders, buurtbewoners... waar mogelijk betrekken



Operationele doelstelling 3.2: Via projecten met socio-culturele organisaties geven we kinderen en jongeren in maatschappelijk kwetsbare situaties kansen om mee te bouwen aan de transitie naar een duurzamere samenleving.

We zetten sterk in op maatschappelijk kwetsbare kinderen en jongeren samen met hun ouders en familie, in de vrijetijdssfeer. In elk programma hebben we waar mogelijk aandacht voor deze doelgroep en bekijken we of we een inclusief aanbod kunnen ontwikkelen.

INDICATOR EN STREEFWAARDE:

- *We realiseren elk jaar minstens vijf projecten of activiteiten waarbij we maatschappelijk kwetsbare kinderen en jongeren ondersteunen binnen één van onze duurzaamheidsthema's.*

ACTIVITEITEN:

Activiteit 3.2.1 Maatschappelijk kwetsbare kinderen en jongeren een stem geven in het transitiedebat

Activiteit 3.2.2 Activiteiten rond onze duurzaamheidsthema's specifiek voor maatschappelijk kwetsbare kinderen en jongeren

Operationele doelstelling 3.3: Via campagnes in samenwerking met partners sporen we gezamenlijke doelpublieken aan tot duurzaam consumeren en samenleven.

Om het brede publiek te bereiken kan GoodPlanet haar vele partnerschappen als hefboom gebruiken. We zetten tot 2026 nog sterker in op partnerschappen met organisaties, overheden en bedrijven om samen een breed publiek te bereiken. Wij de acties en de expertise, zij het bereiken van bredere doelgroepen. Denk hierbij aan ouders bereiken via de scholen, klanten via bedrijven, burgers via stadscommunicatie, jongeren via een hippe mediapartner...

INDICATOREN EN STREEFWAARDEN:

- *Jaarlijks zetten we minstens drie publiekscampagnes op.*
- *We ondersteunen jaarlijks tien lokale overheden bij de sensibilisering van hun burgers rond duurzaamheidsthema's.*

ACTIVITEITEN:

Activiteit 3.3.1 Publieksacties, -events en -campagnes rond duurzaamheid

Activiteit 3.3.2 Online educatieve platformen rond duurzamer leven

Operationele doelstelling 3.4: We creëren een netwerk van mensen die samen met GoodPlanet het voortouw nemen in de transitie naar een duurzame samenleving.

In 2026 zijn we erin geslaagd een netwerk op te bouwen van vrijwilligers, experts, ambassadeurs en donateurs die onze missie nastreven, elk met hun eigen expertise, mogelijkheden en netwerk.

We ontwikkelen ook een aantrekkelijk aanbod voor hen, om hen samen te brengen en te inspireren tot planeetvriendelijke gedragsverandering.

In 2026 hebben we een aantal samenwerkingen opgezet met partners, voornamelijk in de sector van cultuurbeleving. Hierbinnen hoort zeker een samenwerking met onze zusterorganisatie in Frankrijk, de GoodPlanet Foundation. We focussen deze projecten op media waarin het verbeelden van onze thema's in kunst, zoals foto en film, centraal staat.

INDICATOR EN STREEFWAARDE:

- *Tot 2026 brengen we onze partners, vrijwilligers, experts, ambassadeurs en donateurs minstens één maal per jaar samen met een activiteit.*

ACTIVITEITEN:

Activiteit 3.4.1. Evenementen (bv. expositie, filmprojectie) voor GoodPlanet netwerk

**4.4 Strategische doelstelling 4:
GoodPlanet is een warme, duurzame, gekende
en financieel gezonde organisatie.**

We formuleren ook doelstellingen die betrekking hebben op onze eigen werking. Want een performante organisatie is slechts mogelijk dankzij een sterk team. We zetten daarom in op een sterke betrokkenheid en welbevinden van medewerkers, vrijwilligers, bestuurders en leden.

Als organisatie die zich richt op duurzaamheid willen we zelf het goede voorbeeld geven. Duurzame bedrijfsvoering zit in onze genen. We hebben als organisatie de ambitie om met onze talrijke projecten impact te creëren. De bekendheid van onze eigen organisatie is daarin ook belangrijk, niet als doel op zich, wel als hefboom.

Een stevige financiële basis en transparante rapportering van cijfers is noodzakelijk. We willen onze inkomstenbronnen diversifiëren.



Operationele doelstelling 4.1.: We zetten maximaal in op betrokkenheid en welbevinden van alle medewerkers, vrijwilligers, bestuurders en leden en op continue ontwikkeling.

We investeren 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 en als ambassadeur mee de boodschap uitdragen.

We willen dat iedereen zich betrokken voelt bij de organisatie en willen investeren in een lerende organisatie door uitwisseling van kennis en ontwikkeling van vaardigheden. We zetten in op permanente ontplooiing via onder andere een persoonlijk ontwikkelingsplan, evaluatiemomenten, (peer)coaching en een opleidingsplan. We plannen regelmatige zelfevaluatie op het niveau van het management team en het bestuursorgaan.

Bovendien kan je 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.

INDICATOREN EN STREEFWAARDEN:

- Tussen 2022 en 2026 is gemiddeld 90% van de medewerkers, vrijwilligers, bestuurders en leden tevreden of zeer tevreden.
- Tegen 2023 heeft minder dan 15% van de medewerkers, vrijwilligers, bestuurders en leden burn-out klachten (benchmark: gemiddelde in België 25%).

ACTIVITEITEN:

Activiteit 4.1.1. Invoeren van welzijnsbarometer en periodiek testen welbevinden medewerkers

Activiteit 4.1.2. Permanente ontplooiing en performantiebeheer

Activiteit 4.1.3. Implementatie van een nieuw systeem voor functieclassificatie en salarispolitiek

Activiteit 4.1.4. Actualisatie van regels van corporate governance

Activiteit 4.1.5. Jaarlijkse bijzondere algemene vergadering

Operationele doelstelling 4.2 We tonen met onze interne werking het goede voorbeeld op het vlak van duurzaamheid.

Als organisatie die anderen helpt op het pad naar meer duurzaamheid willen we zelf ook het goede voorbeeld geven. Wat professionele verplaatsingen betreft ontwikkelen we een nieuwe planningstool om deze te optimaliseren. We beperken vliegtuigreizen zoveel mogelijk en indien toch nodig compenseren we de CO₂-uitstoot. Bij overnachting en als we externe vergaderlocaties nodig hebben, kiezen we waar mogelijk voor een Green Key-locatie. Op kantoor zetten we in op bio en fairtradevoeding, recyclage van alle afvalstromen, composteren, gebruik van *refurbished* IT-materiaal, ecologische afwasproducten ... Bij keuze van leveranciers houden we rekening met duurzaamheidscriteria. Daarnaast zijn we gevestigd in Mundo-b, een locatie die duurzaamheid hoog in het vaandel draagt, en nemen we een actieve rol op binnen de gelijknamige coöperatieve vennootschap. We ontvingen een diversiteitslabel van Actiris en blijven inzetten op de verdere uitrol van ons diversiteitsplan. We zullen ook de nieuwe vennootschapswetgeving aangrijpen als opportuniteit om onze statuten te actualiseren, onder andere door nieuwigheden qua *corporate governance* op te nemen.

INDICATOR EN STREEFWAARDE:

- *GoodPlanet* behaalt een erkenning voor duurzame bedrijfsvoering.
- Minimaal 5% van de medewerkers heeft een migratie-achtergrond en maximaal 70% van de bestuurders en medewerkers is van hetzelfde geslacht (zowel algemeen als binnen het managementteam).

ACTIVITEITEN:

Activiteit 4.2.1. Duurzaam mobiliteits-, aankoop-, en kantoorbeleid

Activiteit 4.2.2. Diversiteitsbeleid

Operationele doelstelling 4.3 We benutten kansen en gaan op zoek naar opportuniteiten om GoodPlanet als organisatie gekend te maken.

We willen dat onze doelgroepen en partners in de toekomst weten wie we zijn, waarvoor we staan en wat we doen. We ontwikkelden hiervoor een strategisch communicatieplan dat we in de komende vijf jaar gaan uitrollen, met focus op groei van de online communicatie (website, e-mailings en social media), intensere perswerking en meer inzet op impact- & *purpose*-communicatie en *storytelling* van onze concrete impact op het terrein. We willen het contact met al onze doelgroepen, vele partners en organisaties verder structureren en professionaliseren door een sterk CRM-beleid, *customer journeys* en regelmatige bevestigingen van onze stakeholders (scholen, partners, deelnemers aan onze acties en campagnes, donateurs ...), ook om te weten wat de impact is van onze werking & communicatie en hoe het met ons imago gesteld is. Op die manier creëren we een band die verder gaat dan individuele projecten. We startten hier al mee in 2020 met het samenstellen van de 'GoodTeachers': een groep van leerkrachten die we regelmatig bevragen over ons educatief aanbod, online leervormen enzovoort. Deze was eind 2020 al bijna 200 leerkrachten groot en we haalden erg waardevolle input op. Op dit elan gaan we dan ook verder.

INDICATOREN EN STREEFWAARDEN:

- Jaarlijks bereiken we 3500 scholen en 200 bedrijven/organisaties met doelgroepgerichte communicatietrajecten (*journeys*).
- Jaarlijks organiseren we minstens vijf persevents en sturen tien persberichten per jaar.
- Jaarlijks doen we een bevraging bij minstens één subdoelgroep van onze drie kerndoelgroepen: scholen, bedrijven of breed publiek. Hieraan koppelen we minstens één verbeteringsactie.

ACTIVITEITEN:

Activiteit 4.3.1. CRM implementeren

Activiteit 4.3.2. Bevraging van onze doelgroepen

Activiteit 4.3.3. Aparte communicatie-trajecten op voor scholen, bedrijven/organisaties, lokale besturen, brede publiek

Operationele doelstelling 4.4. We vergroten ons aandeel ongebonden inkomsten.

GoodPlanet is 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 geherinvesteerd 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.

INDICATOREN EN STREEFWAARDEN:

- *Tegen 2026 brengt het programma Sustainable Solutions jaarlijks 200.000 EUR netto op.*
- *Tegen 2026 verdubbelen we het bedrag dat we ontvangen via giften en legaten (t.o.v. referentiejaar 2020).*
- *Tegen 2026 hebben we een gezonde financiële buffer opgebouwd, wat zich onder meer vertaalt in een bestemd fonds voor sociaal passief (streefwaarde 800.000 EUR, bij constant personeelsbestand).*
- *Tegen 2026 hebben we het aantal Europese projecten waarbij we betrokken zijn verdubbeld van drie naar zes.*

ACTIVITEITEN:

Activiteit 4.4.1. Marketingplan Sustainable Solutions implementeren

Activiteit 4.4.2. Prospectie als partner voor Europese projecten

Activiteit 4.4.3. Plan van aanpak voor giften en legaten

5. Financiering

Kader en instrumenten

Het financieel beleid van GoodPlanet wordt bepaald door het bestuursorgaan. De Algemene Vergadering keurt - zoals wettelijk bepaald - het budget en de jaarrekening goed. Voor de boekjaren 2021-2023 is 'Callens, Pirenne, Theunissen & C°' (vertegenwoordigd door Stéphane Rosier) aangeduid als commissaris.

De dagelijkse financiële opvolging gebeurt door de *Finance Manager*, met de hulp van een medewerker en een externe boekhouder en onder de eindverantwoordelijkheid van de *Internal Affairs Director*. Het bestuursorgaan benoemt onder haar leden een penningmeester, die de financiële aspecten met bijzondere aandacht volgt. Vier keer per jaar wordt een grondige actualisatie van de financiële situatie van de projecten gemaakt en gerapporteerd aan het bestuursorgaan.

De nodige processen voor een correcte financiële opvolging zijn voorzien, zoals: opmaak bestelbonnen, offertes, contracten, facturatie, betalingen, inning facturen. Delegatie van bevoegdheden aan het management (in functie van budgetniveaus) is door het bestuursorgaan geregeld. Algemeen geldt een vier-ogen-principe, wat inhoudt dat contracten en financiële engagementen steeds door twee personen dienen gevalideerd te worden.

Opbrengsten en kosten

GoodPlanet heeft een zeer divers activiteitenpalet, wat zich weerspiegelt in even diverse inkomstenbronnen. Projectsubsidies, openbare offerteaanvragen, partnerschappen met privé-organisaties en bedrijven vormen de grootste bron van inkomsten. Verder zijn er sponsoring, giften, eigen opbrengsten (zoals betalende workshops), structurele subsidies (LNE) en loonsubsidies (Maribel). GoodPlanet is erkend door de FOD Financiën om fiscale attesten voor giften uit te reiken. Het merendeel van de opbrengsten (70%) komt uit eigen middelen. Het saldo (30%) komt uit subsidies (voornamelijk op projectbasis).

Er is een goede spreiding van de inkomsten over de zeven inhoudelijke thema's, waarbij de prioritaire thema's (circulaire economie, mobiliteit en voeding) een groter aandeel vertegenwoordigen dan de vier andere thema's.

De activiteiten van GoodPlanet zijn arbeidsintensief. Ongeveer 77% van de kosten zijn salariskosten. Ongeveer 10% van de uitgaven zijn direct gelinkt aan de organisatie van activiteiten. Ongeveer 12% van de kosten heeft betrekking op huisvesting en algemene werking. Dat laatste omvat ook alle afschrijvingen, bijvoorbeeld voor ICT.

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



GOODPLANET.be

COLOFON

REDACTIE: Ellen De Bock, Kristina Heck, Fenna Bouve, Simon Reijniers, Johan Goossens, Julie Godard, Verena Reniers, Anna Leonard, Kelly De Leuze, Noémie Gevers, Véronique Siquet, Lola Renard, Ina Krueger, Séverine Hervé, Valerie Vermeiren, Kris Van Ingelghem & het GoodPlanet-team

EINDREDACTIE: Fenna Bouve & Luc Verleijje **VORMGEVING:** Silke Janssens & Fenna Bouve **FOTO'S:** Beeldarchief GoodPlanet, tenzij anders vermeld

FOTO COVER: Dieter Telemans (foto van het project 'Buitenkansen', september 2019)

VOOR VRAGEN EN OPMERKINGEN BIJ DIT PLAN KAN JE TERECHT BIJ: Jo Van Cauwenberge (directeur), j.vancauwenberge@goodplanet.be, © juni 2021

Edinburgstraat 26
1050 Brussel
T +32 (0)2 893 08 08
hello@goodplanet.be
www.goodplanet.be