

JAAERVERSLAG 2006



0.

[INHOUD]

HOOFDSTUK 1 [INLEIDING]	4
Leeswijzer	4
Resultaat 2006	4
Legende	5
HOOFDSTUK 2 [INFOFICHE]	6
Wat is het Netwerk Bewust Verbruiken vzw (NBV) ?	6
Missie	6
Thema	6
Beweging	6
HOOFDSTUK 3 [STRATEGISCHE DOELSTELLING 1]	7
Netwerking omtrent bewust verbruiken	7
Operationele doelstelling 1: Investeren in netwerking	8
Operationele doelstelling 2: Nieuwe netwerkmethodeken ontwikkelen	11
HOOFDSTUK 4 [STRATEGISCHE DOELSTELLING 2]	12
Campagnes en projecten omtrent bewust verbruiken	12
Operationele doelstelling 3: Gezamenlijke campagnes omtrent bewust verbruiken stimuleren en faciliteren	13
Operationele doelstelling 4: Gezamenlijke projecten omtrent bewust verbruiken stimuleren en faciliteren	17
Operationele doelstelling 5: Het thema bewust verbruiken op de maatschappelijke en politieke agenda houden	21
Operationele doelstelling 6: Nieuwe doelgroepen bereiken	22
Operationele doelstelling 7: Voorstellen uitwerken om knelpunten voor bewust verbruiken weg te werken	23
HOOFDSTUK 5 [STRATEGISCHE DOELSTELLING 3]	24
Informatie over bewust verbruiken verspreiden	24
Operationele doelstelling 8: NBV profileert zich als hét informatiepunt voor wat betreft bewust verbruiken	25
Operationele doelstelling 9: Voorzien in informatie-uitwisseling over bewust verbruiken op diverse niveaus	28
Operationele doelstelling 10: Nieuwe instrumenten voor informatie-uitwisseling ontwikkelen	29
HOOFDSTUK 6 [STRATEGISCHE DOELSTELLING 4]	30
Kwaliteitsvolle partner worden	30
Operationele doelstelling 11: Werken aan een evenwichtig ledenbestand met ruime impact op het gebied van bewust verbruiken	31
Operationele doelstelling 12: Organisaties motiveren tot engagement	35
Operationele doelstelling 13: NBV bestrijkt het volledige gebied van bewust verbruiken en integreert de diverse hoofdstukthema's	36
Operationele doelstelling 14: NBV investeert in duidelijke profilering en naambekendheid.	37
Operationele doelstelling 15: NBV wordt de gesprekspartner van de overheid inzake bewust verbruiken	38
Operationele doelstelling 16: Rol van het NBV in beleidswerking omtrent bewust verbruiken uitklaren	39
Operationele doelstelling 17: Sociaal draagvlak verbreden	39

HOOFDSTUK 7 [STRATEGISCHE DOELSTELLING 5]	40
Professionalisering interne werking	40
Operationele doelstelling 18: Financiering voor de werking bekomen	41
Operationele doelstelling 19: Werken aan lange termijnplanning	42
Operationele doelstelling 20: Interne werking van NBV als vereniging stroomlijnen	43
Operationele doelstelling 21: Kwaliteitsbewaking	45
Operationele doelstelling 22: Personeelsbeleid vorm geven	46
Operationele doelstelling 23: Vrijwilligersbeleid opzetten	47
[BIJLAGE 1]	48
Personeelsplan 2006	48
[BIJLAGE 2]	49
Overzicht doelstellingen en acties NBV beleidsperiode 2005 - 2010	49
SD 1: Netwerking omtrent bewust verbruiken	49
SD 2: Campagnes en projecten omtrent bewust verbruiken	50
SD 3: Informatie over bewust verbruiken verspreiden	51
SD 4: Kwaliteitsvolle partner worden	52
SD 5: Professionalisering interne werking	53

[COLOFON]

© Maart 2007

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

V.U.: Tineke van Engeland, NBV vzw, Vooruitgangstraat 323 b11, 1030 Brussel

[INLEIDING]

In dit jaarverslag van het Netwerk Bewust Verbruiken vzw (NBV) wordt aangegeven hoe het NBV de doelstellingen uit het beleidsplan voor de periode 2005-2010 realiseerde in 2006.

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

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

In het beleidsplan worden deze strategische doelstellingen geconcretiseerd in operationele doelstellingen en acties. In dit jaarverslag worden de strategische en operationele doelstellingen en de acties verkort weergegeven en worden kwalitatieve en kwantitatieve resultaatsindicatoren voor het jaar 2006 ingevuld. We geven per actie aan in hoeverre en op welke wijze deze in 2006 aan bod kwam.

Op het einde geven we aan hoe de doelstellingen en acties voor 2006 zich verhouden tegenover de parameters of beoordelingselementen voorgeschreven door het decreet op het sociaal-cultureel volwassenewerk.

In bijlage vindt u het bijhorend personeelsplan.

Tineke Van Engeland, coördinator NBV
Maart 2007

RESULTAAT 2006

Tijdens dit tweede jaar als sociaal-culturele beweging bouwde het Netwerk Bewust Verbruiken volop verder aan de verwezenlijkingen uit 2005. Waar 2005 nog een jaar van starten was met heel wat zoekwerk, bood 2006 kansen om verder te kijken naar de lange termijn. Zo werd nagedacht over een duidelijke eigenheid en visie van het NBV: bekijken van de taakverdeling secretariaat-leden en uitwerken van een standpunttekst. Het NBV investeerde dit jaar ook sterk in profilering naar buiten toe. Er werden heel wat projecten opgestart met verschillende partners, er werd actief werk gemaakt van netwerking met sociaal-culturele organisaties en ledenwerving en NBV nam deel aan tal van initiatieven. In 2006 bleef kwaliteitszorg binnen de organisatie een belangrijk aandachtspunt. 2006 was ook een jaar waarin de inspanningen rond projectwerving uit 2005 beloond werden: zowel voor de campagne Blijve Bloemen, het project Vormingen milieubewust verbruiken, het project rond labels, en het actieonderzoek Is duurzame voeding duur? werd in de loop van 2006 financiële steun toegezegd. Vanaf september 2006 kreeg het team versterking van Barbara Janssens, campagneverantwoordelijke voor Blijve Bloemen.

De belangrijkste projecten in 2006 waren:

- verderzetten en afsluiten van de campagne Keuken, Koken, Kiezen
- opstart van de campagne Blijve Bloemen
- verderzetten en afsluiten van Krachtvoer voor Dialoog: een dialoog tussen distributieketens en hun stakeholders
- opstart project Vormingen milieubewust verbruiken

Het NBV sloot het jaar af met een positief financieel resultaat. Deze middelen worden in een fonds 'projectwerving' geplaatst, dat in 2007 wordt aangewend voor de aanwerving van een medewerker die voornamelijk aan projectwerving zal doen.

Legende

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

Termijn

- K: korte termijn
- M: middellange termijn
- L: lange termijn

Prioriteit

- 1: prioritair
- 2: minder prioritair

2.

[INFOFICHE]

Wat is het Netwerk Bewust Verbruiken vzw (NBV) ?

Missie

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

Thema

Bewust verbruiken, consumptie gericht op duurzame ontwikkeling

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

- De term verbruiken wordt ook wel vervangen door consumptie of consumeren

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

Beweging

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

Contactgegevens

Netwerk Bewust Verbruiken vzw
Aroma, Vooruitgangstraat 323 b11
1030 Brussel
tel. 02/ 204 09 75
fax 02/ 204 09 79
info@bewustverbruiken.org
<http://www.bewustverbruiken.org>

3.

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

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

Operationele doelstelling I: Investeren in netwerking

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

RESULTAAT 2006:

De netwerkfunctie van het NBV kwam in 2006 tot uiting in 11 concrete samenwerkingen. De belangrijkste zijn de campagne Keuken, Koken, Kiezen, de campagne Blijje Bloemen, deelname aan Landbouw2015, project Krachtvoer voor Dialoog, project Biociden, project Vormingen milieubewust verbruiken en project Labels. Kenmerkend is dat bij al deze projecten steeds meerdere partners betrokken zijn. De leden kwamen bij elkaar op 2 Algemene Vergaderingen, in werkgroepen, op een discussiesessie, op ronde tafels in het kader van de projecten en op een bijeenkomst waar nieuwe projectvoorstellen werden uitgedacht. Daarnaast werden interne mailinglijsten ingezet voor de communicatie over initiatieven van NBV en haar leden. Ook hield NBV een bevraging bij haar leden de huidige netwerkmiddelen (samenwerkingen, vergaderingen, emaillijsten) en de thema's waar NBV rond werkt.

Actie I – K I

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

Aantal samenwerkingsactiviteiten	2005	2006
Campagnes	1	2
Projecten – lopende	2	4
Projecten – voorbereiding	8	3
Discussiesessies	2	2
Totaal	13	11

RESULTAAT 2006:

NBV realiseerde 11 concrete samenwerkingen: de campagne Keuken, Koken, Kiezen, 2 discussiemomenten, 4 lopende projecten en de voorbereiding van 3 nieuwe samenwerkingsprojecten. Voor deze projecten werden subsidieaanvragen ingediend. Daarnaast speelde het NBV een lijst met projectoproepen door aan lidorganisaties.

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

- Campagne Keuken, Koken, Kiezen
- Campagne Blijje Bloemen
- Project Krachtvoer voor dialoog
- Project Biociden
- Project Vormingen Milieubewust Verbruiken
- Werkgroep ggo's

Drie nieuwe samenwerkingsprojecten werden voorbereid:

- Project Labels, instrument voor bewuste verbruikers
- Project Onderzoek Is duurzame voeding duur?
- Project Nieuwswebsite Duurzame Ontwikkeling / gemeenschappelijke webdatabank.

Ook werden twee themavoorstellen geselecteerd om in de toekomst rond te werken: bewust verbruiken en mensen in armoede, chemische stoffen en gezondheid.

Verder nam NBV deel aan 2 projecten van anderen:

- Campagne Landbouw2015
- Project Newsletter WWF

Actie 2 – K I

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

RESULTAAT 2006:

NBV had 2 Algemene Vergaderingen en 6 bestuursvergaderingen. Het aantal werkgroepbijeenkomsten voor projecten varieerde, maar telde minstens een bijeenkomst aan het begin en een aan het eind (beiden data niet altijd in 2006). Er werd ook 1 bijeenkomst georganiseerd waarop leden werden uitgenodigd om samen nieuwe projectvoorstellen uit te denken.

Zie bij actie 1 voor aantal samenwerkingsactiviteiten.

Aantal bijeenkomsten met leden en partners per activiteit	2005	2006
Algemene Vergaderingen	2	2
Raden van Bestuur	6	6
Discussiesessies	2	2
Brainstorm projecten	1	1
Werkgroep Keuken, Koken, Kiezen	7	2
Werkgroep Blij Bloemen	1	7
Krachtvoer voor Dialoog	10	5
Consumenten ah woord I	3	0
Biociden	0	2
Werkgroep website	2	3
Werkgroep vorming	3	4
Werkgroep labels	1	1
Werkgroep onderzoek	2	0
Werkgroep GGO's	1	1
Totaal	41	36

Actie 3 – K I

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

RESULTAAT 2006:

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

Het lagere aantal aanwezigen heeft vooral te maken met het houden van 1 plenaire sessie voor het project Krachtvoer voor Dialoog in 2006 ten opzichte van 4 dergelijke bijeenkomsten in 2005.

Zie bij actie 2 voor aantal uitwisselingsbijeenkomsten

Aantal aanwezige leden of partners op bijeenkomsten per activiteit	2005	2006
Algemene Vergaderingen	20	21
Discussiesessies	18	19
Brainstorm projecten	7	11
Werkgroep Keuken, Koken, Kiezen	32	8
Werkgroep Blij Bloemen	4	20
Krachtvoer voor Dialoog	65	16
Consumenten ah woord	23	0
Biociden	0	21
Werkgroep website	13	13
Werkgroep vorming	13	15
Werkgroep labels	5	4
Werkgroep onderzoek	8	0
Totaal	208	148

Actie 4 – K I

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

RESULTAAT 2006:

Elk project voldeed hieraan.

	2005	2006
Aantal partners per project	Leden	Leden
Keuken, Koken, Kiezen	11	10
Blijje Bloemen	3	3
Krachtvoer voor Dialoog	1	1
Consumenten ah woord 1	3	0
Biociden	0	0
Werkgroep website	9	8
Vormingen Milieubewust Verbruiken	6	6
Werkgroep labels	6	3
Onderzoek Duurzame Voeding	4	4
Werkgroep ggo's	0	5
Top Ten	1	0
Consumenten ah woord 2	3	0

Actie 5 – K I

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

RESULTAAT 2006:

Alle netwerkliden werden op Algemene Vergaderingen en via de mailinglijst [NBV mededelingen] op de hoogte gehouden van de initiatieven die het NBV opzette.

Operationele doelstelling 2: Nieuwe netwerkmethodieken ontwikkelen

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

RESULTAAT 2006

De leden werden bevraagd over de huidige netwerkmiddelen (samenwerkingen, vergaderingen, emallijsten) en de thema's waar NBV rond werkt. De resultaten werden voorgelegd en besproken op de RvB en de AV.

Bijna 7 op de 10 leden vinden de samenwerkingsprojecten van het NBV nuttig voor hun werking. Over het verloop van vergaderingen en discussiesessies zijn leden positief. Over het nut van een gemeenschappelijk e-zine en/of nieuwswebsite zijn de meningen verdeeld, dit punt moet verder uitgeklaard worden. De NBV-berichten worden vrij goed gelezen en ook nuttig bevonden.

Actie 7 – M 2

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

RESULTAAT 2006:

De leden werden bevraagd over de huidige netwerkmiddelen (samenwerkingen, vergaderingen, emallijsten) en de thema's waar NBV rond werkt. Er werd ook gepeild naar de interesse in een gemeenschappelijke standenwerking en integratie van de verschillende informatiedragers (tijdschriften, e-zines,...) (zie actie 32 en 33). De resultaten werden voorgelegd en besproken op de RvB en de AV.

Bijna 7 op de 10 leden vinden de samenwerkingsprojecten van het NBV nuttig voor hun werking. Over de manier waarop projecten tot stand komen zijn leden tevreden, anderzijds meent een belangrijk deel ook dat ze hierover te weinig informatie krijgen. Over het verloop van vergaderingen en discussiesessies zijn leden positief. Over het nut van een gemeenschappelijk e-zine en/of nieuwswebsite zijn de meningen verdeeld, dit punt moet verder uitgeklaard worden. De communicatie via mailinglijsten is voor de meesten relevant. De hoeveelheid informatie die ze krijgen van het NBV is voldoende, slechts enkelen vinden het te veel. Over de relevantie van het opzetten van thematische mailinglijsten zijn de meningen verdeeld van weinig zinvol tot nuttig, geen enkele lidorganisatie vindt het evenwel echt overbodig. De NBV-berichten worden vrij goed gelezen en ook nuttig bevonden.

Actie 8 – M 2

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

2006: nog niet op te starten

4.

[STRATEGISCHE DOELSTELLING 2] **Campagnes en projecten omtrent bewust verbruiken**

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

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

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

RESULTAAT 2006:

- In 2006 werd de campagne *Keuken, Koken, Kiezen*, die werd opgestart in de zomer van 2005 verder uitgevoerd. Na een verlenging (mei – december 2006) werd de campagne eind 2006 definitief afgerond. Centraal bij die campagne stond de *Duurzame Keukenbus*, een mobiele tentoonstelling waarin een mens- en milieuvriendelijke keuken gedemonstreerd wordt, zowel met betrekking tot voeding als niet-voeding.
- In samenwerking met *FIAN Belgium*, *Velt* en *Max Havelaar* werd begin 2006 een campagnevoorstel rond bloemen ingediend bij ontwikkelingseducatie. Dit project werd goedgekeurd en kon in september van start gaan. De campagne *Blijve Bloemen* is gericht op een rechtvaardige en duurzame bloemenindustrie in Noord en Zuid. Deze campagne wil consumenten bewust maken omtrent de arbeidsomstandigheden bij bloemenkwekers in het Zuiden en de impact op het milieu die de bloemenproductie en -distributie met zich meebrengt.
- Ook volgde het NBV de voorbereidingen en start op van de campagne *Landbouw2015*, een gezamenlijk initiatief van de milieu- en Noord-Zuidbeweging over *Recht op voedsel uit duurzame landbouw*.

Actie 9 – K I

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

RESULTAAT 2006:

Keuken, Koken, Kiezen

In 2006 werd de campagne *Keuken, Koken, Kiezen* verder uitgevoerd. Het NBV kreeg voor deze campagne in 2006 opnieuw de financiële steun van de *Cel Sociale Economie* van de federale overheid. Na een verlenging van de campagne (mei – december 2006), werd de campagne eind 2006 definitief afgerond met een wedstrijd.

Centraal bij die campagne stond de *Duurzame Keukenbus*, een mobiele tentoonstelling rond een mens- en milieuvriendelijke keuken.

In deze bus kwamen alle aspecten van duurzaam consumeren in de keuken visueel en tastbaar aan bod: zowel met betrekking tot voeding als keukeninrichting.

Daarnaast werden twee campagnebrochures verspreid, één rond voeding en één rond keukeninrichting.



Het NBV zette diverse middelen in om de campagne bij de consumenten te brengen: rondreizende tentoonstelling, verspreiding affiches, brochures en folder (over fairtrade), campagnewebsite www.keukenkokenkiezen.be, persconferentie, persberichten, artikels in gespecialiseerde bladen, nieuwsberichten, BV's,....

In 2006 stond **netwerking** met de Duurzame Keukenbus centraal.

Er werd een samenwerking opgezet met de **distributiesector**. Concreet werden de drie grote supermarkten (Delhaize, Carrefour en Colruyt) en FEDIS aangeschreven met de vraag of de Duurzame Keukenbus hlat kon houden in de nabije omgeving van één of meerdere van hun supermarkten. Er werd een proefstop georganiseerd bij zowel Colruyt als Delhaize. Op deze manier konden consumenten kennismaken met duurzame producten uit hun vertrouwde aankooppunt en werden ze gekaderd in het perspectief van duurzame ontwikkeling. Het experiment bij Delhaize en Colruyt leerde evenwel dat op dergelijke plaatsen andere methodieken nodig zijn.

Met de keukencampagne trachtte het NBV ook de belangrijkste **consumenten- en sociaal-culturele organisaties** te bereiken, ook niet-leden. Alle sociaal-culturele en consumentenorganisaties werden systematisch gecontacteerd met de vraag of er interesse is om de Duurzame Keukenbus uit te nodigen in het kader van hun activiteiten. Dit resulteerde in een aantal concrete samenwerkingen met de Gezinsbond, KAV en Socius.

Naast **vorming** door het NBV zelf in de Keukenbus gegeven, werd ook samengewerkt met de lidorganisaties. Het NBV stelde een aanbod vormen rond de deelthema's van bewust verbruiken in de keuken samen.

In het kader van de campagne werd in oktober www.voedselvoetafdruk.be gelanceerd. Naar het voorbeeld van de Nederlandse site www.voedselvoetafdruk.nl werd een website ontwikkeld waarop je via 15 eenvoudige vragen je Voedselvoetafdruk kan berekenen. De BV's Pol Goossen en Tine Van den Brande, deden de test voor. De Voedselvoetafdruk werd ontwikkeld



Verspreiding haltes keukenbus



Keuken, Koken, Kiezen	2005	2006	Totaal
Aantal (communicatie)middelen ingezet in campagne	10	10	10
Aantal verspreide brochures	15.602	14.938	30.540
Aantal verspreide affiches	792	970	1762
Aantal plaatsen waar de Keukenbus halt hield	20	27	47
Aantal dagen dat de Keukenbus publiek ontving	28	40	68
Aantal bezoekers Keukenbus	10.525	12.480	23.005
Aantal ingevulde enquêtes/wedstrijdformulieren	0	316	316

door *Ecolife* vzw in samenwerking met 9 partners. Met de Voedselvoetafdruk sloot het NBV ook meteen aan bij de gezamenlijke campagne Landbouw2015 (zie actie 10).

In 2006 werd werk gemaakt van de evaluatie van de campagne: op de Raad van Bestuur, bijeenkomsten met de werkgroep, werkoverleg (coördinator, campagneverantwoordelijken) werd de campagne doorheen de hele periode intern besproken. In november 2005 werden daarnaast **specifieke externe evaluatieinstrumenten** opgesteld: enquêtes bij de bezoekers van de bus, de organisatoren van de bezochte evenementen, de leden van het NBV, bestellers van de brochures, bezoekers van de website. Deze enquêtes werden per mail bezorgd, verspreid via de Keukenbus of online ter beschikking gesteld via www.keukenkokenkiezen.be. Om mensen te stimuleren aan de enquête deel te nemen, verbond het NBV er een **wedstrijd** aan. Eind januari werden 14 prijzen uit de Keukenbus verloot onder de deelnemers. Hiermee werd de campagne definitief afgesloten. De resultaten van de evaluatie werden besproken op de laatste bijeenkomst met de campagnewerkgroep

Blij Bloemen

In samenwerking met FIAN Belgium, Velt en Max Havelaar werd begin 2006 een campagnevoorstel rond bloemen ingediend bij ontwikkelingseducatie. Dit project werd goedgekeurd en kon in september van start gaan. De campagne Blij Bloemen is gericht op een rechtvaardige en duurzame bloemenindustrie in Noord en Zuid, over milieuaspecten en arbeidsomstandigheden bij bloemenkwekers in het Zuiden.

In 2006 werden voornamelijk de voorbereidingen gedaan voor de campagne die gelanceerd werd in februari 2007.

Er werden contacten gelegd met internationale organisaties die eveneens bezig zijn rond de bloemenproblematiek. In het najaar werd naar Duitsland gegaan om te spreken met Fian Duitsland en met Flower Label Program (FLP). Er waren ook contacten met het Nederlandse Bloemenberaad en FFP. In november bezochten we de internationale bloemen- en plantenbeurs Hortifair in Amsterdam waar we de algemene vergadering bijwoonden van de labelorganistie FLP.

Verder werd ook de sector in België reeds van in het begin betrokken en geïnformeerd. Gesprekken met VLAM, met het vakverbond AVBS en met VMS vzw, lichtte de sector in over de campagne en nodigde hen uit om op enkele vlakken samen te werken.



Aantal bezoekers per maand van www.keukenkokenkiezen.be	
januari 2006	934
februari 2006	2.389
maart 2006	3.616
april 2006	2.835
mei 2006	3.004
juni 2006	1.843
juli 2006	2.069
augustus 2006	3.390
september 2006	2.416
oktober 2006	3.329
november 2006	4.071
december 2006	6.097
TOTAAL	35.993

In 2006 werd de basis gelegd voor de achtergrondbrochure, de info-avonden en de website die vanaf februari 2007 operationeel worden.

Landbouw2015

Zie actie 10.

Actie 10 – L I

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

RESULTAAT 2006:

Het NBV werkte mee aan de voorbereiding en start van Landbouw2015, de gezamenlijke campagne van de milieu- en Noord-Zuidbeweging in 2006-2008 rond voedselsoevereiniteit. Het NBV was aanwezig op de lancering op Wereldvoedseldag (16 oktober 2006) en werkte mee aan het actiehandboek voor lokale groepen. Ook de lancering van www.voedselvoetafdruk kaderde in de doelstellingen van de campagne. Het NBV ziet voor 2007 vooral een rol weggelegd bij de vertaling van de campagne naar de sociaal-culturele sector. Door in het proces van Landbouw2015 mee te stappen werkt het NBV aan naamsbekendheid, zodat het zich later vlotter kan profileren als trekker van een grootschalige gezamenlijke campagne.

Vorbereidingen van een grootschalige NBV-campagne werden naar 2007 doorgeschoven. Dan staat een ruime samenwerking in het kader van de Klimaatcoalitie en rond Chemische Stoffen op de agenda.



Actie 11 – M I

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

RESULTAAT 2006:

In 2006 werd verder met een tentoonstellingsbus het land rondgetrokken, wat voor het NBV een nieuwe campagnemethodiek was.

Ook in het kader van de campagne Blijve Bloemen werden een aantal nieuwe campagnemethodieken voorbereid: informatieavonden, publieksactie, petititie,... Deze worden pas in 2007 gerealiseerd.

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

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

RESULTAAT 2006:

In 2006 voerde het NBV 3 projecten uit:

- **Krachtvoer voor Dialoog: een dialoog tussen de distributiesector en hun stakeholders omtrent duurzaam distributiebeleid**
- **Vormingen Milieubewust Verbruiken: behoeftedetectie, databank, gezamenlijke bekendmaking, opleiding van vormingswerkers,...**
- **Project Biociden: op vraag van FOD Leefmilieu en op basis van overleg met organisaties werd een sensibiliseringsproject uitwerken rond biociden (pesticiden) in huis.**

Ook nam NBV deel aan het project Newsletter Ecologische voetafdruk van WWF.

Daarnaast werden 8 nieuwe projecten voorbereid, 4 binnen NBV en 4 op vraag van partnerorganisaties:

- **Productlabels: instrument voor bewuste verbruikers: inventaris, webdatabase, beoordeling van labels, dialoog met overheid, vorming voor sociaal-culturele organisaties,...**
- **Onderzoek Gedeelde databank en zoekmachine meerwaardeneconomie en bewust verbruiken**
- **Opzetten nieuwswebsite Duurzame Ontwikkeling**
- **Is duurzame voeding duur? Actie-onderzoek omtrent knelpunten en kansen voor duurzame voedingsconsumptie.**
- **Project Voeten op Tafel, interactief en wetenschappelijk onderbouwd project om 10-14 jarigen bewust te maken van de ecologische voetafdruk verbonden aan hun eetgewoonten.**
- **Onderzoek Besluitvormingsprocessen in de distributie**
- **Internationale netwerking: Northern Inter-regional Support Network for Sustainable Production and Consumption**
- **Onderzoek Analyse van innovatie milieubeleidsinstrumenten ter realisatie van milieuverantwoorde productie en consumptie**

Tenslotte werden 3 thematische discussies georganiseerd: één over het Belgisch Sociaal Label en één over de Klimaatcoalitie. Daarnaast vond er ook een inhoudelijke discussie plaats rond de standpunttekst van het NBV.

Actie 12 – K 1

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

RESULTAAT 2006:

Lopende projecten binnen NBV:

■ **Krachtvoer voor Dialoog**

Het NBV organiseerde in 2005 en 2006 in samenwerking met FORUM Ethibel vzw en met steun van de Koning Boudewijn Stichting dialoogsessies tussen ngo's en de distributiesector omtrent indicatoren voor duurzaam distributiebeleid.

Op basis van de resulterende indicatoren werd eind 2005 een proefscreening van enkele bedrijven uitgevoerd door Ethibel. Om de indicatorenlijst te toetsen op werkbaarheid werd deze toegepast tijdens een proefscreening ism met Fedis. Hier namen 5 bedrijven aan deel: Carrefour, Colruyt, Delhaize, Intermarké, Lambrechts (SPAR). Er werden lange en korte profielen opgesteld van elk bedrijf. Op basis van de proefscreening werden de indicatoren aangepast.

In 2006 vond de definitieve screening plaats en werd het project op een persconferentie gecommuniceerd naar alle stakeholders en de pers toe.

Op basis van documentatie over marktaandeelen werd een lijst met de 12 belangrijkste distributieketens opgesteld: Aldi, Bio-shop keten, Carrefour, Champion, Colruyt, Cora, Delhaize, Intermarché, Lidl, Makro, Match, Spar (Lambrechts). FORUM Ethibel voerde de screening uit volgens hun specifieke methodiek. De resultaten werden geanalyseerd en uitgebreid gerapporteerd: lange (vertrouwelijke) profielen, korte profielen van elk bedrijf (samenvatting), overzicht van de sector en samenvatting van dit overzicht.

Op de website van NBV werden de openbare documenten geplaatst (pdf. formaat en downloadbaar). In samenwerking met FEDIS en KBS werd op 20 oktober 2006 een persconferentie georganiseerd. Er was aandacht van VRT TV Nieuws Radio 1 Nieuwsdienst, De Morgen, Le Soir, La Dernière Heure & La Libre Belgique, Vlaams Informatiecentrum over Land- en Tuinbouw, De Tijd, 6 Minutes, Emis-Vito, INSNet.

Het project kreeg opvolging in een ontmoeting op het kabinet Sociale Economie (Vlaams, Van Brempt).

■ **Alternatieven voor biociden**

Op vraag en met steun van de FOD Leefmilieu en in samenwerking met de Réseau Eco-Consommation werd de voorbereiding georganiseerd van een sensibiliseringsproject rond alternatieven voor biociden (pesticiden) in huis.

De federale overheid heeft eind 2004 een programma aangenomen ter beperking van pesticiden voor landbouwgebruik en biociden. Voor gebruik buiten de landbouw, dus voor alles wat particulieren aangaat, streeft dit programma ernaar om tegen het jaar 2010 met 50% de negatieve impact van deze producten op de menselijke gezondheid en het milieu te beperken.

Réseau Eco-consommation en Netwerk Bewust Verbruiken kregen van de FOD leefmilieu de opdracht om in samenspraak met een hele reeks partners een sensibiliseringscampagne voor het grote publiek over de vermindering van risico's verbonden aan het gebruik van biociden voor te bereiden.

Onze taak bestond er in zoveel mogelijk beschikbare gegevens over alternatieven voor biociden bij elkaar te brengen, de ecologische eigenschappen daarvan na te gaan en te komen tot een consensus over mogelijke manieren waarop we deze alternatieven nadien kunnen promoten via een campagne gericht op het grote publiek.

Belgische, Vlaamse en Waalse milieu- en consumentenorganisaties, producenten en distributeurs werden uitgenodigd om informatie over gebruik en producten met minder risico's voor milieu en gezondheid te communiceren en deel te nemen aan overlegvergaderingen.

Twee vergaderingen hebben op 22 februari en 20 maart plaats gehad. Bij de eerste consultatiegroep waren uitsluitend verenigingen betrokken, met experts op het gebied van milieubescherming en consumententema's. De tweede consultatiegroep omvatte daarnaast ook nog de productie- en distributiesectoren, teneinde de praktische aspecten van de campagne onder de loep te nemen.

De deelnemers aan de vergaderingen waren:

- Inter-Environnement Wallonie, PAN Belgium, Velt, Espace Environnement, OIVO-CRIOC, Test-Achats, VIBE, BBL
- DETIC, Probois-Biophus, Adalia, ECOstyle, Horpi Systems (alleen vergadering 2)
- FOD Leefmilieu, REC en NBV

■ **Vormingen Milieubewust Verbruiken**

Met financiering vanuit de Vlaamse Overheid (LNE, cel NME) werd het project in oktober 2006 opgestart voor een periode van twee jaar (tot september 2008). Partners in het project zijn Ecolife, Velt, VIBE, Greenpeace, CVN, WWF. De eerste stappen werden gezet in de uitvoering van de behoefte detectie, databank van vormingen, gezamenlijke bekendmaking van de vormingen, opleiding van vormingswerkers, samenwerking met vormingsinstellingen.

De werkgroep met alle projectpartners kwam twee keer bij elkaar. Bij de start ging de nodige aandacht naar het verfijnen van de planning. Rond de training voor lesgevers werd in een apart werkgroepje, gecoördineerd door CVN, een eerste aanzet gemaakt rond programma voor de

training, opbouw van de syllabus. Een eerste aanzet voor de inventarisatie van instrumenten en methoden werd eveneens opgesteld.

Vooraf het aanmaken van een databank met het vormingsaanbod rond (milieu)bewustverbruiken kreeg de nodige aandacht. Technische ondersteuning werd gezocht, er waren ook contacten met aanbieders van databanken. Er werd een eerste overleg gepland tussen NBV, Socius (Prettig Geleerd) en de cel NME (NME-inventaris) rond afstemming van de databanken. Ook contacten met Tandem werden gelegd.

In het kader van de bevraging van sociaal-culturele organisaties werd een selectie gemaakt van organisaties en ook een aanzet voor een vragenlijst. Twee gesprekken, met KAV en Markant, vonden reeds plaats in 2006, de andere zijn gepland voor het voorjaar van 2007. De eerste stuurgroep van het project werd uitgesteld naar begin 2007.

Lopende projecten van derden:

■ **Newsletter WWF**

NBV werd door WWF gevraagd om inhoudelijke bijdragen te leveren voor hun elektronische nieuwsbrief rond de ecologische voetafdruk. NBV schrijft artikels voor dit driewekelijks e-zine.

Vorbereiding eigen projecten:

Het NBV zou samen met lidorganisaties minstens 1 ander project uitwerken en daar financiering voor zoeken. Er werden echter 4 nieuwe projecten voorbereid.

■ **Onderzoek gedeelde databank en zoekmachine meerwaarden economie en bewust verbruiken**

In samenwerking met BBL, Ecolife, MeMO, Velt, VIBE, WWF, VODO, VOSEC werden voorbereidingen getroffen voor het opzetten van gemeenschappelijke databanken, waarvan onderdelen (nieuws, artikels, links, adressen, productinfo,...) gebruikt kunnen worden door websites van verschillende leden worden geconcretiseerd. Dit resulteerde onder meer in het indienen van een project bij de Cel Sociale Economie met als inhoud het opzetten van overleg en een samenwerkingsverband tussen actoren die een adres/databank/websitewerking hebben of willen ontwikkelen in de verschillende subsectoren van bewust produceren en consumeren.

■ **Opzetten nieuwswebsite Duurzame Ontwikkeling**

In samenwerking met VODO vzw en MeMO vzw wordt een nieuwswebsite voorbereid (lan- cering gepland voor 2007). Die nieuwe website zal korte samenvattingen van nieuwsberichten over duurzame ontwikkeling, bewust verbruiken en sociale economie bevatten die op andere websites verschijnen. Zo wordt meer traffic naar die oorspronkelijke sites gegenereerd. Onder elke korte samenvatting staat een link naar de originele website waar je het artikel in zijn geheel kan lezen. Bovendien kunnen mensen onder elk berichtje commentaren plaatsen.

Van twee projecten ingediend in 2005 vernamen we eind 2006 dat ze goedgekeurd werden. Ze zullen in 2007 van start gaan:

■ **Productlabels: instrument voor bewuste verbruikers**

Een langlopend project met inventaris, webdatabase voor intermediairs, dialoog onder ngo's, beoordeling van goede/slechte labels door ngo's, dialoog met overheid, vorming voor sociaal-culturele organisaties, brochure of folder, campagne gekoppeld aan specifieke productgroepen,... In samenwerking met OIVO, Test-Aankoop, Réseau Eco-Consommation, Ethibel & ACW.

■ **Onderzoek Is duurzame voeding duur?**

Onderzoek duurzame voeding: actie-onderzoek omtrent knelpunten en kansen voor duurzame voedingsconsumptie. In samenwerking met Ecolife, Velt, Gezinsbond, Verbruikerssateljee, Vrede-seilanden en KULeuven. Voor dit project werd eind 2006 financiering gevonden bij Duurzame Ontwikkeling van de federale overheid goedgekeurd en kan dus van start gaan in 2007.

Vorbereiding projecten ism partnerorganisaties:

■ **Northern Inter-regional Support Network for Sustainable Production and Consumption**

In samenwerking met VODO en ANPED werd het project **Northern Inter-regional Support Network for Sustainable Production and Consumption** ingediend. Doel is om internationaal de samenwerking en wederzijdse ondersteuning tussen een 10-tal organisaties te ontwikkelen en de capaciteit en effectiviteit te verhogen van maatschappelijke organisaties en netwerken die duurzame productie en consumptie promoten.

■ **Project Voeten op Tafel**

Een interactief en sterk wetenschappelijk onderbouwd project om 10-14 jarigen op een leerling-gestuurde en ervaringsgerichte manier bewust te maken van de ecologische voetafdruk verbonden aan hun eetgewoonten. Dit project werd ingediend door de Katholieke Hogeschool Leuven. NBV is als partner betrokken voor de inbreng van een overkoepelende visie rond 'bewust verbruiken' en inhoudelijke feedback vanuit de ervaring met de campagne Keuken, Koken, Kiezen.

In samenwerking met Ecolas werd in het najaar van 2006 ingetekend op twee openbare aanbestedingen afkomstig van OVAM/LNE:

Besluitvormingsprocessen in de distributie

Deze studie moet een beeld geven van de marktmechanismen die zich situeren tussen de fase van productie en consumptie in, nl. de distributie. Vervolgens moet onderzocht worden welke actoren (doelgroep) een rol spelen in de besluitvorming en de keuzes die gemaakt worden vooraleer de consument beslist om een product aan te kopen. Tenslotte moet nagegaan worden op welke manier nieuwe vormen van marketing of van ondersteuning bij besluitvormingsprocessen in de markt kunnen leiden tot een innovatief optreden van de marktspelers en van de beleidsmakers.

Dit project werd weerhouden en zal uitgevoerd worden in 2007. Het NBV werkt hier enkele dagen aan mee en heeft een adviserende rol.

Analyse van innovatie milieubeleidsinstrumenten ter realisatie van milieuverantwoorde productie en consumptie

- inventarisatie: een overzicht opstellen van instrumenten die in handel en distributie kunnen ingezet worden om de consumptie van milieuverantwoorde producten en diensten te doen toenemen
 - analyse: SWOT-analyse, of gelijkaardig, van die instrumenten
 - maatschappelijk forum: stakeholderforum over deze instrumenten (+/- 4 halve dagen) met als doel het peilen van gedragenheid en formuleren van beleidsaanbevelingen
- Dit project werd niet weerhouden. NBV maakt wel deel uit van de stuurgroep van dit project.

Actie 13 – M 2

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

RESULTAAT 2006:

In de bevraging bij leden werd nagevraagd rond welke thema's of productgroepen NBV meer zou moeten werken, en rond welke thema's en productgroepen ze zelf meer zouden willen samenwerken met leden van het NBV. Thema's als consuminderen, gezondheid, duurzaam ondernemen, logo's en labels en productgroepen als kleding en textiel of toerisme scoorden in beide vragen vrij hoog.

In 2006 kwamen uit de brainstorm met lidorganisaties over nieuwe toekomstige projecten nieuwe thema's naar voren kwamen: chemische stoffen en bewust verbruiken voor mensen in armoede.

Actie 14 – M 1

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

RESULTAAT 2006:

Er werden 3 thematische discussies voor lidorganisaties georganiseerd: één over het Belgisch Sociaal Label en één over de Klimaatcoalitie (op dezelfde dag). Daarnaast was er een inhoudelijke sessie rond de nieuwe standpuntentekst van het NBV. Zie voor die laatste discussie ook actie 55 en voor het aantal deelnemers actie 2.

In 2005 werd een werkgroep opgestart die moest nagaan of een gemeenschappelijk standpunt rond ggo's geschreven kon worden. Deze werkgroep kwam nog een keer samen in 2006. De werkgroep werd nadien stopgezet, omdat de deelnemers te weinig meerwaarde zagen in de compromisstandpunt dat er uit zou resulteren.

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

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

RESULTAAT 2006:

Tijdens de rondreis van de Duurzame Keukenbus kwamen de campagne en het Netwerk Bewust Verbruiken regelmatig in de pers. Ook de persconferentie bij de afsluiting van het project Krachtvoer voor Dialoog had heel wat weerklank in de media. NBV werkte ook mee aan het eisenpakket van Landbouw2015, dat bij de lancering met een mediagenieke actie aan de politiek werd voorgelegd.

Actie 15 – K 1

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

RESULTAAT 2006:

Tijdens de rondreis van de Duurzame Keukenbus kwamen de campagne en het Netwerk Bewust Verbruiken regelmatig in de pers. De aandacht was wel minder dan in 2005, omdat de campagne niet nieuw meer was.

Voor de lancering van de Voedselvoetafdruk en de persconferentie van Krachtvoer voor Dialoog werd het persoverzicht geactualiseerd. Bij de lancering van de Voedselvoetafdruk schakelde het NBV de BV's Pol Goossen en Tine Van den Brande in.

NBV werkte ook mee aan het eisenpakket van Landbouw2015, dat bij de lancering met een mediagenieke actie aan de politiek werd voorgelegd.

Aantal berichten in diverse media campagne Keuken, Koken, Kiezen	2005	2006
Totaal	40	24



Actie 16 – M 1 + Actie 17 – M 2

Visie dat bewust verbruiken kan bijdragen tot werkgelegenheid ontwikkelen en verspreiden. Onderzoeken hoe het NBV kan aansluiten bij het meerwaardenbesluit van de minister van Tewerkstelling (omtrent meerwaardeneconomie).

RESULTAAT 2006:

Deze acties waren nog niet op te starten. In 2005 werd het NBV door de ICDO gevraagd om advies te geven op de Referentiekadertekst MVO. In 2006 werd niets rond dit thema ondernomen.

Operationele doelstelling 6: Nieuwe doelgroepen bereiken

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

RESULTAAT 2006:

In 2006 waren consumenten en distributiebedrijven de twee belangrijkste doelgroepen van het NBV. De eersten werden hoofdzakelijk in de campagnes aangesproken, de tweede in het project Krachtvoer voor Dialoog. Het NBV bereikte met de campagne Keuken, Koken, Kiezen duizenden mensen, met een verscheiden achtergrond. Met het project Krachtvoer voor Dialoog zette het NBV een werking op waarbij bedrijven, met name de distributiesector, betrokken zijn.

Met de campagne Blij Bloemen wil NBV alle types volwassen consumenten bereiken. Daarnaast zal er ook naar de sector toe gewerkt worden zoals bloemenwinkels en vakverbonden,... Ook wordt een lessenpakket voor scholen ontwikkeld en gezocht naar ondersteunende partnerorganisaties. In 2006 werden hier de voorbereidingen voor gedaan.

Bij de selectie van organisaties in het kader van de behoeftedetectie binnen het project Vormingen Milieubewust Verbruiken werden drie organisaties met een werking naar nieuwe doelgroepen opgenomen (migranten, ouderen, gehandicapten).

Actie 18 – K 1

Gemeenschappelijke werking gericht op consumenten verder uitwerken.

RESULTAAT 2006:

De werking van het NBV naar consumenten toe kwam tot uiting in de campagne (bus, brochures, vorming), communicatie van de resultaten van de vergelijkende studie tussen distributieketens, het aanbod van informatiemiddelen zoals de website en de mailinglijsten en in nieuwe projecten over labels, duurzame voeding, vorming,...

Ook de campagne *Blij Bloemen* en het project *Vormingen Milieubewust Verbruiken* hebben consumenten als belangrijke doelgroep. Bij de selectie van organisaties in het kader van de behoeftedetectie binnen het project *Vormingen Milieubewust Verbruiken* werden drie organisaties met een werking naar nieuwe doelgroepen opgenomen (migranten, ouderen, gehandicapten).

Voor aantallen brochures die verspreid werden en bezoekers van de Duurzame Keukenbus zie actie 9, voor aantallen hits op de homepage en abonnees op mailinglijsten zie actie 28.

Actie 19 – K 2

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

RESULTAAT 2006:

Het NBV sprak met de campagne *Keuken, Koken, Kiezen* duizenden mensen aan (zie actie 9) met een verscheiden achtergrond door aansluiting te zoeken bij initiatieven die naar diverse doelgroepen gericht zijn: gezinnen, vrouwen, (ver)bouwers, festivalgangers, jongeren,...

Ook de campagne *Blij Bloemen* heeft contacten met vrouwenorganisaties: enerzijds omdat dit een thema is dat door bepaalde activiteiten als bloemschikken meer aansluit bij vrouwenwerking, anderzijds als solidariteit met de vrouwelijke arbeidsters in het Zuiden. In de campagne zit ook een educatief luik naar jongeren en scholen toe via een lespakket/spel dat in 2007 wordt uitgewerkt (onder leiding van campagnepartner FIAN).

Actie 20 – M 2

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

RESULTAAT 2006:

Met het project *Krachtvoer voor Dialoog* werkte het NBV nauw samen met bedrijven, met name de distributiesector. In 2006 betrok het NBV de distributiesector bij de campagne *Keuken, Koken, Kiezen* betrekken: proefstop bij supermarkten Colruyt en Delhaize, uitwisseling rond de duurzame producten in hun gamma.

In de campagne *Blijde Bloemen* werden contacten gelegd met de bloemensector (VLAM, AVBS,...). Deze eerste contacten waren voornamelijk bedoeld om de sector te informeren in verband met de campagne. In een later stadium wordt geprobeerd om een samenwerking uit te bouwen. Het plan om met VOSEC en MeMO na te denken over een project rond sociale economiebedrijven en consumenten werd niet gerealiseerd. Dit bleek niet prioritair.

Actie 21 – M 2

Gemeenschappelijke werking omtrent **overheid** als consument opzetten

2006: nog niet op te starten

Actie 22 – M 2

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

RESULTAAT 2006:

In 2005 werd een project ingediend om organisaties op weg te zetten naar duurzaamheid. Hier werd geen financiering voor gevonden, het werd in 2006 nog niet terug opgenomen.

In de campagne *Blijde Bloemen* wordt gezocht naar ondersteunende partnerorganisaties. Deze kunnen fungeren als voorbeeld naar aankoopbeleid toe. In 2006 werden hier de voorbereidingen voor gedaan.

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

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

RESULTAAT 2006:

*Aangezien voor het onderzoeksproject **Duurzame Voeding in 2006 financiering werd gevonden, kan dit project vanaf 2007 van start gaan. Met dit onderzoek wordt bij een aantal gezinnen gepeild naar de hinderpalen om bewuster te gaan consumeren.***

Actie 23 – M 1 + Actie 24 – M 2

Consumentenonderzoek stimuleren en inventariseren.

Inventariseren waarover de consumenten te weinig informatie ter beschikking hebben.

RESULTAAT 2006:

Voor het projectvoorstel *Is Duurzame Voeding duur?* werd financiering gevonden bij de federale overheid, duurzame ontwikkeling. Bij uitvoering vanaf 2007 zal dit informatie opleveren over consumptiegedrag, de prijs van voeding, etc... Met dit onderzoek wordt bij een aantal gezinnen gepeild naar de hinderpalen om bewuster te gaan consumeren.

Actie 25 – L 1

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

2006: nog niet op te starten

Actie 26 – L 1

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

2006: nog niet op te starten

5.

[STRATEGISCHE DOELSTELLING 3] **Informatie over bewust verbruiken verspreiden**

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

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

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

RESULTAAT 2006:

Het NBV vangt infovragen hoofdzakelijk op via website en e-mail en beantwoordt deze in samenwerking met lidorganisaties.

De website www.bewustverbruiken.org groeide verder uit tot startpagina voor iedereen die iets over bewust verbruiken te weten wil komen. Er kwamen meer dan 160.000 bezoekers langs, 70.000 meer dan in 2005.

- De homepage werd geactualiseerd met ongeveer 4 berichten per maand.
- Op het discussieforum gaven bezoekers elkaar zelf antwoorden
- De links-database op de website werd geactualiseerd

Het project gemeenschappelijke webdatabank werd verder uitgewerkt. Het doel is om met geïnteresseerde lidorganisaties gemeenschappelijke databanken in te voeren. Items die op een website ingebracht worden, komen terecht in die databank, zodat ze beschikbaar worden voor de websites van andere organisaties.

Tenslotte werkte het NBV intern verder aan een geordend informatiesysteem:

- elektronische documentatie klasseren en ontsluiten
- tijdschriften, folders, brochures en andere documentatie klasseren

Actie 27 – K I + Actie 31 – M I

NBV als centraal infopunt verder vorm geven. De rol die het NBV op dit vlak speelt wordt doorheen de jaren van de beleidsperiode 2005-2010 steeds groter. Onderzoeken of en hoe het NBV naar de buitenwereld toe kan functioneren als een soort van 'eerstelijnschulp'.

RESULTAAT 2006:

In dit tweede jaar van de beleidsperiode 2005-2010 ving het NBV infovragen hoofdzakelijk op via website en e-mail. Er werden 96 informatieve vragen gesteld aan het NBV (een verdubbeling ten opzichte van 2005). NBV speelt deze vragen door aan lidorganisaties die over dat thema gaan of aan allen indien van toepassing. De vragen worden door leden, door het team of door andere gebruikers op het forum beantwoord.

Vragen gesteld aan NBV	2005	2006
Via mail of telefoon	18	42
Op het forum	29	54
Totaal	47	96

Het NBV bouwde verder de middelen uit die nodig zijn om infovragen vlot te kunnen beantwoorden door het aanleggen van een geordend informatiesysteem (zowel elektronisch als fysiek):

- In het kader van het inventariseren van informatiebronnen en nuttige instrumenten werd een oplijsting gemaakt van e-zines en tijdschriften rond bewust verbruiken en duurzame ontwikkeling. NBV vroeg abonnementen aan bij lidorganisaties en partners waarvan we nog geen tijdschrift ontvingen.
- aanvullen van de links-database op de website: bij elke link werd een korte uitleg toegevoegd, zodat bezoekers een goed idee krijgen van de webstekken waar we naar verwijzen. Bestaande links werden gecontroleerd op geldigheid. Het aantal links steeg van 500 naar 550. Hiervoor werd een vrijwilliger verantwoordelijk gesteld.
- elektronische documentatie wordt ofwel per project ofwel in het algemene klassemment bewaard. Voor de ontsluiting van elektronische documenten maakt het NBV gebruik van *Google Desktop Search*, een gratis tool die de documenten op computers doorzoekt op basis van trefwoorden. Hierdoor is het niet meer nodig documenten thematisch in te delen, wat tijd bespaart.
- *DokuWiki* werd in 2006 in onbruik gesteld. Het was te omslachtig om hier alles in op te nemen: nieuwsberichten van het NBV, persberichten en nieuwsbrieven van andere organisaties, vragen gesteld aan NBV en de bijhorende antwoorden,... Deze worden nu bewaard in folders in mappen van het mailprogramma van een van de medewerkers van NBV.

- Op het discussieforum van NBV worden mensen aangemoedigd om vragen te posten, zodat niet enkel het NBV en lidorganisaties, maar ook andere bezoekers helpen zoeken naar antwoorden. Er waren meer dan 60 nieuwe discussies op het forum.
- tijdschriften, folders, brochures en andere documentatie die de voorbije jaren en het afgelopen jaar bij elkaar werden gebracht op het NBV-kantoor werden verder geklasseerd

Het overleg met andere organisaties die actief zijn rond informatieverstrekking over welke samenwerking en/of taakverdeling kan worden opgezet, wordt doorgeschoven naar 2007.

Actie 28 – K 1 + Actie 30 – K 2

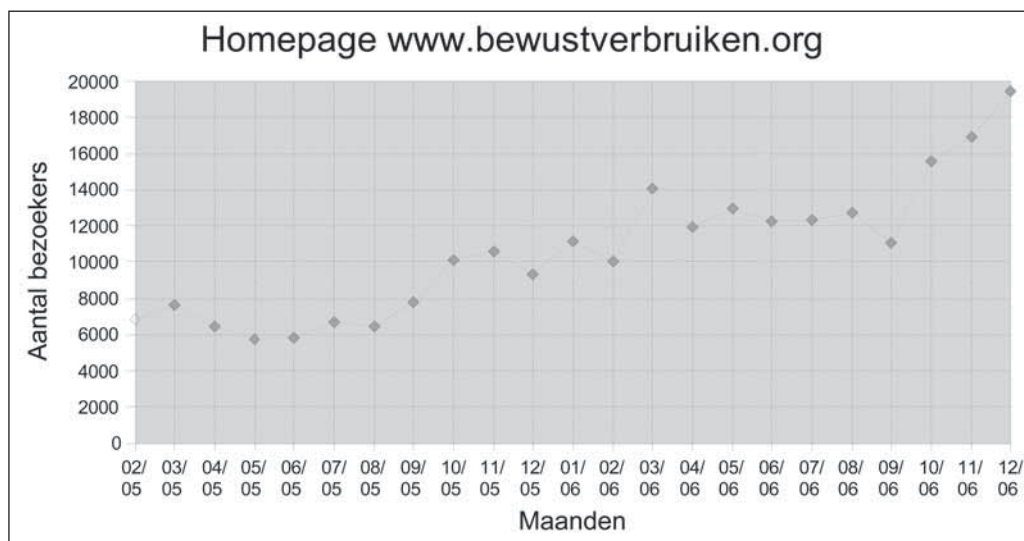
Website als startpagina voor al wie op zoek is naar info over bewust verbruiken verder ontwikkelen. Veelgestelde vragen worden op de website opgevangen, via het discussieforum en de uitbouw van een FAQ-lijst.

RESULTAAT 2006:

www.bewustverbruiken.org is de startpagina voor iedereen die iets over bewust verbruiken te weten wil komen. Er waren in 2006 77,8% meer bezoekers dan in 2005. Een forse stijging, die verklaard kan worden door de gestage bekendheid van het NBV en de NBV-projecten. Wat ook blijkt uit de bijgaande grafiek.

- de homepage werd vaker dan tweeweekelijks geactualiseerd met nieuwsberichten: er verschenen 49 berichten in 2006 (42 in 2005).
- Voor het opstellen van een algemene lijst met veelgestelde vragen afkomstig van het forum werd een vrijwilliger gezocht, maar (nog) niet gevonden.
- de veelgestelde vragen op de campagnesite www.keukenkokenkiezen.be werden verder aangevuld

Aantal bezoekers per maand homepage	2005	2006
januari	6677	11111
februari	6825	10002
maart	7669	14070
april	6476	11951
mei	5741	12969
juni	5810	12213
juli	6681	12341
augustus	6475	12705
september	7834	11042
oktober	10141	15571
november	10561	16897
december	9308	19460
TOTAAL	90198	160332



In 2006 werd het project gemeenschappelijke webdatabank, dat opgestart werd in 2005, verder uitgewerkt. Het doel is hier om met geïnteresseerde lidorganisaties een gemeenschappelijke databank in te voeren. Inhoudelijke items die op een website ingebracht worden (vb. Nieuwsbericht, artikel, link, adres, bron, download,...), komen terecht in die databank, zodat ze ook beschikbaar worden voor de websites van andere organisaties. In 2006 wordt dit project verder uitgewerkt en werd een subsidieaanvraag ingediend.



Zie ook actie 27, 29 en 34.

Actie 29 – K I

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

RESULTAAT 2006:

In 2005 raakte deze databank technisch buiten werking. Het opnieuw in werking stellen wordt uitgesteld tot er meer duidelijkheid is rond het gemeenschappelijk databankproject. Ook wordt gewacht op de ervaring van de databank vormingen milieubewust verbruiken die NBV in 2007 is partners zal uitbouwen.

Actie 32 – M 2

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

RESULTAAT 2006:

De Duurzame Keukenbus van de campagne *Keuken, Koken, Kiezen* deed ook in 2006 dienst als een eerste vorm van gemeenschappelijke stand (zie actie 9).

In de bevraging van de lidorganisaties werd bekeken of een dergelijke gemeenschappelijke informatiespreiding nuttig en wenselijk is voor de toekomst en welke vorm deze dan moet krijgen (zie actie 7).

Actie 33 – L I

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

RESULTAAT 2006:

Binnen het project vormingen milieubewust verbruiken wordt ervaring opgedaan met integratie in de databank vormingen, die later van pas kunnen komen.

In de bevraging bij lidorganisaties werd dit thema meegenomen (zie actie 7). De resultaten van de bevraging geven een indicatie van de vaak uiteenlopende visies op een gemeenschappelijk e-zine en nieuwswebsite bij de leden. Dit punt zal verder uitgeklaard worden in de Raad van Bestuur en een concreet voorstel zal voorgelegd worden aan de leden.

In het project rond de gemeenschappelijke website duurzaam nieuws wordt een proefwebsite opgezet, zodat organisaties kunnen nagaan of een samenwerking rond het brengen van on-line nieuws zinvol en haalbaar is.

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

Informatie-uitwisseling gebeurt op verschillende niveaus:

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

RESULTAAT 2006:

De elektronische mailinglijsten met nieuwsberichten zijn het communicatiemiddel bij uitstek van het NBV met de buitenwereld. Er zijn drie lijsten met samen zo'n 740 abonnees (eind 2007): [NBV nieuws], [NBV activiteiten] en [NBV vacatures].

Op de algemene mailinglijst [NBV mededelingen] zijn alle lidorganisaties geabonneerd. Voor de interne uitwisseling tussen leden rond een specifiek project of campagne bezit elke werkgroep ook een eigen mailinglijst, zo zijn er mailinglijsten voor 5 werkgroepen die regelmatig worden gebruikt.

Actie 34 – K I

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

RESULTAAT 2006:

De elektronische mailinglijsten met nieuw berichten zijn het communicatiemiddel bij uitstek van het NBV met de buitenwereld. Er zijn drie lijsten: [NBV nieuws], [NBV activiteiten] en [NBV vacatures]. In 2006 werden in totaal 115 elektronische nieuwsberichten verstuurd, twee derde meer dan in 2005.

Er zijn op het eind van 2006 ongeveer 740 mensen geabonneerd op één of meerdere lijsten. Dat zijn er 120 meer dan eind 2005.

Het NBV werkt ook mee aan de Newsletter van WWF. Zie actie

Aantal berichten mailinglijsten	2005	2006
Nieuws	30	47
Activiteiten	31	48
Vacatures	11	20
Totaal	72	115

Aantal abonnees op mailinglijsten	Sept 2004	Sept 2005	Sept 2006	Dec 2006
Nieuws	316	496	635	739
Activiteiten	282	433	535	612
Vacatures	96	181	241	264

Actie 35 – K I

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

RESULTAAT 2006:

Interne mailinglijsten voor bestuurders, werkgroepen en leden werden regelmatig gebruikt.

Op de algemene mailinglijst [NBV mededelingen] zijn alle lidorganisaties met minstens een mailadres geabonneerd. Voor de uitwisseling rond een specifiek project of campagne bezit elke werkgroep – op één na – ook een eigen mailinglijst, zo zijn er mailinglijsten voor 5 werkgroepen.

Aantal berichten interne mailinglijsten	2005	2006
Mededelingen	79	49
RvB	103	112
Werkgroep Keuken, Koken, Kiezen	62	43
Werkgroep vorming	33	41
Werkgroep website	9	21
Werkgroep labels	21	7
Werkgroep onderzoek	17	10
Totaal	324	283

De werkgroep *Blijde Bloemen* heeft geen eigen mailinglijst (beperkt aantal personen), maar maakt wel gebruik van Group-office, een on-line systeem voor uitwisseling van documenten, adressen en agenda's.

Actie 36 – M I

Kwaliteitsvolle informatiebrochures maken. De voorgaande brochures grondig evalueren.

RESULTAAT 2006:

In het kader van de campagne *Keuken, Koken, Kiezen* werden 2 brochures aangemaakt, één over duurzame voeding, een over duurzame keukeninrichting. In de loop van 2006 werden deze bij de diverse doelgroepen geëvalueerd (enquêtes bij de bezoekers van de bus, de organisatoren van de bezochte evenementen, de leden van het NBV, bestellers van de brochures). De resultaten van de evaluatie werden besproken op de laatste bijeenkomst met de campagnewerkgroep. Voor evaluatie zie actie 70.

Ook andere ingediende projecten voorzien de aanmaak van een brochure, soms op voorwaarde dat er financiering voor gevonden wordt (campagne *Blijde Bloemen*, labels).

Operationele doelstelling 10: Nieuwe instrumenten voor informatie-uitwisseling ontwikkelen

**Het NBV zal nieuwe instrumenten voor de informatieverbreiding en –uitwisseling zoeken en uitwerken, ter ondersteuning van operationele doelstellingen 8 & 9
Deze operationele doelstelling werd in 2006 nog niet opgestart.**

Actie 37 – L 2 + Actie 38 – L 2

De huidige instrumenten (website, mailinglijsten, discussieforum, brochures) worden aan een grondige evaluatie onderworpen.

Er worden suggesties verzameld voor nieuwe instrumenten en de meest zinnige / haalbare worden uitgewerkt.

2006: nog niet op te starten



[STRATEGISCHE DOELSTELLING 4]
Kwaliteitsvolle partner worden

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

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

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

RESULTAAT 2006:

AV: Aan het einde van 2006 telde NBV 40 leden. In de loop van het jaar werden Poseco, KAV en Blauwe Bloem opgenomen als nieuwe leden. FOS Socialistische Solidariteit diende dan weer hun ontslag in. Alle leden onderschreven de platformtekst, een intentieverklaring en betaalden een lidmaatschapsbijdrage.

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

Lidorganisaties NBV eind 2006

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

Er werd een index gehanteerd om na te gaan welke de meest actieve partners waren binnen het NBV in 2006. Hiervoor wordt rekening gehouden met: deelname aan (voorbereidingen van) projecten, contacten per mail, aanwezigheid op vergaderingen, berichten op mailinglijsten,...

Betrokkenheid partners	
LEDEN	
Velt	26
VIBE	18
ECOLIFE	14
GREENPEACE BELGIUM	13
OIVO	13
VODO	13
MEMO	11
FIAN BELGIUM	10
Forum ETHIBEL	10
MAX HAVELAAR BELGIE	9
Bond Beter Leefmilieu	8
VREDESEILANDEN	8
WWF-Vlaanderen	8
VOSEC	7
ACW	6
GEZINSBOND	6
Stof en Aarde	6
COMM'SA	5
EVA	5
Poseco	5
DIALOGO	5
VERBRUIKERSATELJEE	5
WERVEL	5
De Blauwe Bloem	4
FAIR TRADE ORGANISATIE	4
KAV	4
SCHONE KLAREN CAMPAGNE	4
VOEDSELTEAMS	4
ARBEID & MILIEU	3
HEFBOOM	3
OXFAM-WERELDWINKELS	3
SAMENHUIZEN	3
EHA!	2
KVK	2
NETWERK VLAANDEREN	2
PLATTELANDSONTWIKKELING	2
TRIODOSBANK	2
VOOR MOEDER AARDE	2
GEC	1
K.A.J.	1

Betrokkenheid partners	
ANDERE PARTNERS	
Réseau Eco-Consommation	8
Test-Aankoop	6
CVN	5
KBS	4
Colruyt	3
FOD Leefmilieu	3
Inter-environnement Wallonie	3
11.11.11	2
ABVV Vlaams	2
Administratie Cultuur	2
AVBS	2
Bioforum	2
Bloemenberaad	2
Boerenbond	2
Carrefour	2
Delhaize	2
Espace Environnement	2
Fédération Wallone de l'agriculture	2
Fedis	2
FIAN DL	2
Kab Duurzame Ontwikkeling Fed	2
Kab Sociale Economie Vlaams	2
Klimaatcoalitie	2
KULeuven	2
Ligue des Familles	2
Markant	2
Navemha	2
PAN Belgium	2
PIME	2
VLAM	2
VMS	2

Raad van bestuur

Anke van altena nam in de loop van 2006 ontslag. De samenstelling eind 2006 is als volgt:

1	Carlos Boidin (persoonlijk)
2	Esmeralda Borgo (BBL)
3	Hannelore Coene (Vredeseilanden)
4	Magda De Meyer (Verbruikersatelliet)
5	Klaas Maertens (MeMO) – Voorzitter
6	Sophie Spillemaeckers (Forum Ethibel)
7	Nadia Tahon (Velt)
8	Peter Thoelen (VIBE)
9	Tineke Van Engeland (NBV) - Secretaris
10	Steven Vromman (Ecolife) - Penningmeester

Draagvlakontwikkeling

In 2005 en 2006 deed NBV beroep op Hefboom voor begeleiding bij het opentrekken van NBV naar verschillende maatschappelijke bewegingen. Naast milieuorganisaties en enkele andere spelers die nu reeds bij de werking van het NBV betrokken zijn, wenst het NBV hoofdzakelijk ook consumenten-, sociaal-culturele en Noord-Zuidorganisaties meer of beter te betrekken bij projecten en campagnes.

Er werd bekeken welke organisaties prioritaire partners/leden zijn voor het NBV. Hun werking en contactpersonen werden in kaart gebracht. Er waren 6 contacten met organisaties die mogelijk lid kunnen worden. In het kader van de campagnes Keuken, Koken, Kiezen en Blijve Bloemen en het project Vormingen milieubewust verbruiken werkte NBV samen met verschillende consumenten- en sociaal-culturele organisaties.

De brief voor nieuwe geïnteresseerde organisaties, met een opsomming van wat het NBV kan bieden en wat de verwachtingen zijn tav leden, werd aan verschillende organisaties bezorgd.

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

Meer investeren in het betrekken van consumenten-, N-Z en socio-culturele organisaties. Minstens 5 contacten en minstens 1 samenwerking per jaar, in stijgende lijn tegen einde beleidsperiode.

Gesprekken met nieuwe of potentiële lidorganisaties of wanneer de contactpersoon er vervangen wordt (soort aanwezigheidspolitiek).

Wervingsbeleid voor nieuwe leden ontwikkelen en uitvoeren. NBV streeft ernaar dat tegen 2009 minstens 8 nieuwe organisaties lid zijn geworden.

RESULTAAT 2006:

In 2005 werd onder begeleiding van Hefboom bekeken welke organisaties prioritaire partners/leden zijn voor het NBV. Er werd een aanzet gedaan om de werking van deze consumenten- en sociaal-culturele organisaties en de contactpersonen in kaart te brengen. In 2006 zette het NBV dit proces verder. Er vonden in 2005 en 2006 gesprekken plaats met het oog op een betere kennis van deze organisaties, een verhoogde samenwerking en lidmaatschap.

In het kader van de campagne Keuken, Koken, Kiezen werd in 2006 de bestaande samenwerking met consumenten- en sociaal-culturele organisaties verder uitgebouwd. Vooral met KAV en Gezinsbond werd intensief samengewerkt (zie actie 9). Ook de campagne Blijve Bloemen leent zich tot een samenwerking met deze organisaties (zie actie 19).

Er waren 6 contacten met organisaties die mogelijk lid kunnen worden: ABVV-Vlaams, KAV, KWB, Liberale Vrouwen, Markant, Poseco. Net als in 2005 werd de brief voor nieuwe leden in 2006 bezorgd aan geïnteresseerden.

In 2006 werden 3 organisaties lid van het NBV: KAV, Poseco en Blauwe Bloem. FOS Socialistische Solidariteit diende dan weer ontslag in. Zie ook actie 39.

De lidmaatschapsbijdrage werd herbekeken. In het verleden bedroeg deze € 25 per lidorganisatie. Sinds 2006 geldt een gediversifieerde bijdrage, berekend op het aantal voltijds equivalenten in dienst bij de lidorganisatie. De bedragen variëren van € 25 tot € 200.

Daarnaast waren er 4 ontmoetingen met lidorganisaties: ACW, Gezinsbond, FIAN Belgium, VOSEC. Deze contacten stonden in het teken van de draagvlakverbreding of van concrete projecten of vragen.

Actie 41 – M 1

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

RESULTAAT 2006:

Hoewel gepland was om in 2006 te komen tot een volwaardige analyse van het ledenbestand, kwamen we niet aan deze actie toe. De analyses uit 2005 bleken voldoende om voorlopig mee voort te kunnen.

Actie 43 – M 2

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

2006: nog niet op te starten

Operationele doelstelling 12: Organisaties motiveren tot engagement

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

RESULTAAT 2006:

Het NBV wist 25 lidorganisaties en 10 andere partners te betrekken bij projecten en campagnes. De organisaties die actiefst betrokken waren bij NBV-projecten zijn Velt, Ecolife en de Réseau Eco-consommation.

Actie 44 – K I

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

RESULTAAT 2006:

Het NBV heeft 35 verschillende organisaties weten te betrekken bij diverse campagnes en (de voorbereiding van) projecten.

Het gaat om 25 lidorganisaties en 10 andere partners. Welke partners dit precies zijn, staat hieronder. De organisaties die actiefst betrokken waren bij NBV-projecten zijn Velt, Ecolife en Réseau Eco-consommation.

Partners in projecten	Aantal projecten	
LEDEN	2005	2006
ACW	1	1
ARBEID & MILIEU	1	1
Bond Beter Leefmilieu	1	1
DIALOOG	1	1
ECOLIFE	3	3
Forum ETHIBEL	2	2
FAIR TRADE ORGANISATIE	1	1
FIAN BELGIUM	2	2
GEZINSBOND	3	1
GREENPEACE BELGIUM	1	2
KAV	1	
MAX HAVELAAR BELGIE	4	2
MEMO	2	2
OIVO	1	2
OXFAM-WERELDWINKELS	1	1
Poseco		1
Stof en Aarde	1	1
Velt	6	5
VERBRUIKERSATELJEE		1
VIBE	4	2
VODO	3	2
VOEDSELTEAMS	1	1
VOSEC	1	1
VREDESEILANDEN	2	1
WERVEL	1	1
WWF-Vlaanderen	5	2
Totaal aantal partners	24	25

Partners in projecten	Aantal projecten	
ANDERE PARTNERS	2005	2006
F.O.S.	1	
KVLV	1	
Fedis	1	1
FOD Leefmilieu		1
KBS	1	1
Colruyt	1	1
Carrefour	1	1
Réseau Eco-Consommation	1	3
Test-Aankoop	2	2
CVN	1	1
Bioforum	1	1
KULeuven	1	1
Totaal aantal partners	11	10

Actie 45 – K I

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

RESULTAAT 2006:

Genodigden ontvingen een duidelijke agenda. Er wordt bij elke vergadering een drankje voorzien, de timing wordt goed aangegeven en bewaakt.

In het kader van de afsluiting van de Keukencampagne werden de vrijwilligers, leden van de raad van bestuur, leden van werkgroepen en leden van het NBV uitgenodigd voor een gezellig en lekker (en vegetarisch) nieuwjaarsetentje in januari.

Operationele doelstelling I3: NBV bestrijkt het volledige gebied van bewust verbruiken en integreert de diverse deelthema's

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

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

RESULTAAT 2006:

Zowel bij de campagne Keuken, Koken, Kiezen, als bij het project Krachtvoer voor Dialoog komen zowel ecologische, sociale als economische duurzaamheid aan bod. Er wordt zoveel mogelijk getracht om deze drie te integreren. De lopende projecten, behandelen een breed gamma aan thema's. De projecten die nieuw ontwikkeld worden, behandelen ofwel diverse deelthema's of gaan eerder overkoepelend over (milieu)bewust verbruiken in het algemeen.

Actie 46 – K I

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

RESULTAAT 2006:

Zowel bij de campagne *Keuken, Koken, Kiezen*, de campagne *Blijve Bloemen* als bij het project *Krachtvoer voor Dialoog* komen zowel ecologische, sociale als economische duurzaamheid aan bod. Ook de nieuwe projecten *Labels* en *gemeenschappelijke webdatabank* passen dit principe toe. Er werd zoveel mogelijk getracht om deze drie te integreren, wat niet altijd een eenvoudige opdracht bleek. Vooral in het kader van de campagnes blijft het moeilijk om verbruiksgedrag te stellen of producten te vinden die voldoen op de drie vlakken.

Actie 47 – M I

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

RESULTAAT 2006:

De lopende projecten en campagnes behandelden een breed gamma aan thema's: (duurzame supermarkten, voeding en keukeninrichting, bloemen) of gaan eerder overkoepelend over (milieu)bewust verbruiken in het algemeen (vormingen). Ook de projecten die ontwikkeld werden, behandelen ofwel diverse deelthema's (bv. duurzame voeding) of gaan eerder overkoepelend over (milieu)bewust verbruiken in het algemeen (bv. gemeenschappelijke webdatabank, duurzaam nieuws, labels).

Operationele doelstelling 14: NBV investeert in duidelijke profilering en naambekendheid.

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

RESULTAAT 2006:

In 2006 werd verder geïnvesteerd in de uitbouw van het secretariaat (aankoop rekken, koelkast en kantoor materiaal, wegbeschrijving).

Het NBV is lid van Vlaams Overleg Duurzame Ontwikkeling vzw (VODO), Bond Beter Leefmilieu vzw (BBL), I.I.I.I., Schone Kleren Campagne., ACW werkgroep Verbruik, Klimaatcoalitie en FSC – Fair Timber vzw. Daarnaast nam het NBV-secretariaat deel aan een selectie van werkgroepen, studiedagen, publicaties en andere initiatieven van leden of derden. Er werd een eerste versie gemaakt van het communicatieplan, dat verder uitgewerkt zal worden in 2007.

Actie 48 – K I

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

RESULTAAT 2006:

In 2006 werd het secretariaat verder uitgebouwd met meubilair (rekken, koelkast) en kantoorbenodigdheden (oa. stempel met nieuwe contactgegevens). Er kwam ook een wegbeschrijving op www.bewustverbruiken.org.

Actie 49 – M I

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

RESULTAAT 2006:

Het NBV-secretariaat maakte een selectie van werkgroepen, studiedagen, publicaties en andere initiatieven van derden waaraan zij deelnamen.

Het NBV is lid van:

- *Vlaams Overleg Duurzame Ontwikkeling vzw (VODO).* Het NBV volgt de AV, werkgroep beleid en werkgroep landbouw.
- *Bond Beter Leefmilieu vzw (BBL).* Het NBV volgt de AV
- *I.I.I.I.* Het NBV volgt de AV en werkt mee aan de portaal-site.
- *Schone Kleren Campagne.* Het NBV maakt deel uit van de stuurgroep.
- *ACW.* Het NBV maakt deel uit van de werkgroep Verbruik.
- *Klimaatcoalitie.* Het NBV volgt de AV
- *FSC – Fair Timber vzw.* Het NBV is stichtend lid en volgt de AV
- EDO-NME-platform
- Doelgroepenbeleid Consumenten LNE

In 2006 nam het NBV deel aan:

- transitie management OVAM Duurzaam materialenbeleid
- overleg kabinet Van Brempt over distributiesector
- adviesgroep biociden, FOD Leefmilieu
- adviesvergadering binnenklimaat, kabinet Tobback
- Hoorzitting over NME MiNa-Raad
- BBL projectendag
- Colloquium China SKC
- Collegagroep maatschappelijke activering SoCiuS
- Studiedag FRDO
- Les MVO Ugent
- Workshop hoe voeding verduurzamen? OIVO en BIM
- Campagnewerkgroep en werkgroep lokale werking Landbouw2015
- Uitgebreide stuurgroep Fairtradegemeenten rond duurzame consumptie

Het NBV onderschreef:

- vraag van *Wervel* aan minister Demotte om erkenning van kemp bij gebruik in menselijke voeding

Het NBV werkte mee aan 2 projecten van andere organisaties:

- Campagne *Landbouw2015*
- Project *Newsletter WWF*

Zie acties 9 en 12.

Actie 50 – K 1 + Actie 51 – M 1

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

Communicatieplan uitvoeren

RESULTAAT 2006:

Op basis van twee brainstormsessies met de teamleden werkte het NBV een eerste versie van het communicatieplan uit. De uitwerking wordt gepland voor 2007.

NBV legde in dit verband contacten met enkele communicatiebureaus en had met één daarvan een verkennend gesprek rond mogelijke adviesverlening.

De perslijst zoals opgesteld in 2005 werd verder gebruikt en geactualiseerd. Zie ook actie 15.

Actie 52 – L 2

Platformtekst herwerken.

RESULTAAT 2006:

Aangezien het stuk over de rollen van de leden verouderd was, werd dit deel van de platformtekst in 2006 aangepast. Ook het inhoudelijk stuk van de tekst werd door het secretariaat, Raad van Bestuur en lidorganisaties, herwerkt tot een standpunttekst voor het NBV, die begin 2007 definitief zal worden aangenomen. Een verkorte versie van dit document zal in 2007 het inhoudelijk stuk van de platformtekst vervangen.

Operationele doelstelling 15:

NBV wordt de gesprekspartner van de overheid inzake bewust verbruiken

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

Deze operationele doelstelling moet in 2006 nog niet opgestart worden

Actie 53 – M 2 + Actie 54 – M 2

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

2006: nog niet op te starten

Operationele doelstelling I 6: Rol van het NBV in beleidswerking omtrent bewust verbruiken uitklaren

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

RESULTAAT 2006:

De rol van het NBV ten aanzien van het Vlaamse en Federale beleid werd begin 2006 uitgeklaard: er werd beslist dat het NBV op basis van de nieuwe standpuntentekst hoofdzakelijk binnen projecten en campagnes aan beleidswerk zal doen.

Actie 55 – M 2

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

RESULTAAT 2006:

De rol van het NBV ten aanzien van het Vlaamse en Federale beleid werd begin 2006 op de Raad van Bestuur besproken. Het NBV wordt regelmatig door verschillende overheden om advies gevraagd. Er werd beslist dat het NBV hoofdzakelijk op basis van lopende projecten en campagnes aan beleidswerk zal doen. Van adviesvragen aan NBV worden individueel bekeken (prioriteit, tijd voor,...). Het NBV voorziet jaarlijks enkele dagen om aan beleidswerk te doen. De standpuntentekst van NBV werd herschreven om als basis te kunnen dienen voor dit werk.

Actie 56 – M 2

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

2006: nog niet op te starten

Operationele doelstelling I 7: Sociaal draagvlak verbreden

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

RESULTAAT 2006:

Het NBV zette het proces dat werd opgestart in 2005 verder, waarbij systematische afspraken gemaakt worden met organisaties uit de sociaal-culturele sector, vak-, consumenten- en vrouwenorganisaties. Zie ook OD 11.

Actie 57 – L 2

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

RESULTAAT 2006:

Het NBV zette de contacten uit 2005 met organisaties uit de sociaal-culturele sector, vak-, consumenten- en vrouwenorganisaties verder (5 contacten: ACW, Gezinsbond, KAV, Markant, ABVV-Vlaams). Daarnaast waren er met 3 actoren uit de N-Z- of milieubeweging ontmoetingen (Klimaatcoalitie, Réseau Eco-Consommation en Poseco).

7.

[STRATEGISCHE DOELSTELLING 5] **Professionalisering interne werking**

Het NBV zal een professionele en kwaliteitsvolle interne werking uitbouwen.

RESULTAAT 2006:

Het team van het Netwerk Bewust Verbruiken bestond in 2006 uit:

Personeel

- **Tineke Van Engeland, 100% VTE, coördinator NBV vzw en verantwoordelijk voor:**
 - Project Krachtvoer voor dialoog
 - Project Biociden
 - Project Labels, instrument voor bewuste verbruikers
 - Project Nieuwswebsite Duurzame Ontwikkeling / gemeenschappelijke webdatabank.
 - Project Newsletter WWF
- **Sarah Lefevere, 80% VTE, projectmedewerker en en verantwoordelijk voor:**
 - Campagne Keuken, Koken, Kiezen
 - Project Vormingen Milieubewust Verbruiken
 - Project Onderzoek Is duurzame voeding duur?
 - Werkgroep ggo's
 - Campagne Landbouw2015
- **Barbara Janssens 60% VTE, in dienst sinds september 2006, projectmedewerker en verantwoordelijk voor Campagne Blijde Bloemen**

Vrijwilligers

- **Guy Seeten, 20% VTE, medewerker website**
- **Koen Marissen, 30% VTE, administratief medewerker**
- **Elke Dierckens, 20% VTE, medewerker website**
- **10-tal losse vrijwilligers voor Keuken, Koken, Kiezen: chauffeurs, medewerkers van de uitnodigende organisatie**

Naar het einde van het jaar toe werd duidelijk dat NBV financiële ruimte had voor een nieuwe aanwerving. Deze werd uitgesteld tot 2007.

Operationele doelstelling 18: Financiering voor de werking bekomen

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

RESULTAAT 2006:

2006 was het tweede jaar dat het NBV structurele steun kreeg van de administratie Cultuur, in het kader van haar werking als beweging binnen het sociaal-cultureel volwassenenwerk. Het NBV krijgt van 2005 tem 2010 jaarlijks € 100.000 (ongeïndexeerd) steun op het decreet sociaal-cultureel volwassenenwerk. Deze subsidiëring staat niet gelijk aan een erkenning. Voor de campagne Keuken, Koken, Kiezen kreeg het NBV in 2006 opnieuw steun van de cel Sociale Economie. Voor de campagne Blijde Bloemen werd steun toegezegd vanuit de Vlaamse Overheid, cel Ontwikkelingseducatie. Het project Vormingen milieubewust verbruiken wordt gesubsidieerd vanuit de Vlaamse Overheid, LNE, cel NME. Voor andere projecten kreeg NBV steun van de Koning Boudewijn Stichting en de FOD Leefmilieu. Daarnaast diende het NBV 2 nieuwe projectvoorstellen in en werkte het mee aan 4 voorstellen op initiatief van derden.

Actie 59 – K I

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

RESULTAAT 2006:

Het NBV diende samen met partners 2 projectvoorstellen in en werkte mee aan 4 andere projectvoorstellen op initiatief van derden. Van die 6 voorstellen werden er 3 goedgekeurd (Onderzoek Duurzame Voeding, Besluitvormingsprocessen in de distributie, Voeten op Tafel) en is het nog wachten op de resultaten van 2 andere (Anped, Onderzoek gedeelde databank). Een werd niet weerhouden (Analyse van innovatie milieubeleidsinstrumenten). (zie ook actie 1, 9 en 12)

Operationele doelstelling 19: **Werken aan lange termijnplanning**

Het NBV zal haar werking vertalen naar een lange termijnplanning.

RESULTAAT 2006:

Wegens een wijziging van het decreet werd het opstellen van het jaarplan voor 2007 verschoven naar begin 2007.

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

Meerjarige beleidsplannen opstellen en deze jaarlijks verder invullen.

Jaarlijks aftoetsen van missie en afgeleide doelstellingen op AV.

Uiteenzetting over beleidsplan en jaarplan op Algemene Vergadering.

RESULTAAT 2006:

Op de AV van maart 2006 werd het jaarverslag en de jaarrekening van 2005 goedgekeurd. De acties kaderden in de missie en doelstellingen zoals voorzien in het beleidsplan 2005-2010.

Wegens een wijziging van het decreet werd het opstellen en bespreken van het jaarplan 2007 verschoven naar begin 2007. Ook aanpassingen aan het beleidsplan 2005-2010 worden geagendeerd op de AV in het voorjaar van 2007.

De begroting 2006 werd bijgesteld omwille van bijkomende subsidies. Eind 2006 werd duidelijk dat het NBV zou afsluiten met een positief resultaat, waardoor een aanwerving in 2007 gepland werd.

Actie 61 – K I

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

RESULTAAT 2006:

Tijdens gesprekken met potentiële lidorganisaties wordt geïnformeerd naar hun lange termijn planning. Het NBV streeft ernaar deze systematisch uit te wisselen.

Operationele doelstelling 20: Interne werking van NBV als vereniging stroomlijnen

Voor een vlotte interne werking dient het NBV:

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

RESULTAAT 2006:

De discussie over de rol van de verschillende ‘geledingen’ opgestart in 2005 in de Raad van Bestuur in 2005, werd verdergezet in 2006. Vooral de rolafbakening tussen het secretariaat en de lidorganisaties werd besproken. Een helder inzicht in de rollen, levert een duidelijke en noodzakelijke basis voor samenwerking. Op basis van deze conclusies werd de platformtekst van het NBV aangepast in 2006.

Er waren bilaterale ontmoetingen met 6 lidorganisaties.

Er werden samenwerkingsovereenkomsten opgesteld voor de projecten

Actie 63 – K I

Regelmatig ‘bilateraal’ overleg tussen het secretariaat en netwerkleden.

RESULTAAT 2006:

Er waren bilaterale ontmoetingen met 6 lidorganisaties (ACW, Gezinsbond, Forum Ethibel, FIAN-Belgium, Max Havelaar, VOSEC) en met 7 andere partners (KAV, Klimaatcoalitie, Markant, ABVV-Vlaams, KBS, Réseau Eco-Consommation en Poseco).

Actie 65 – K I

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

RESULTAAT 2006:

Het NBV hield in de gaten met welke lidorganisaties een identiteitsafbakening nodig is. Rolverdeling kwam aan bod in gesprekken met Poseco, de Klimaatcoalitie en VODO.

Wel werd op de Raad van Bestuur de vraag behandeld of het NBV een rol moet spelen tav het beleid (vb. Advisering). In deze kan NBV complementair werken ten aanzien van een beleidsorganisatie als VODO.

Actie 66 – M I

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

2006: nog niet op te starten

Actie 67 – K I

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

RESULTAAT 2006:

Volgend op de discussie uit 2005 over de rol van de verschillende ‘geledingen’, en dan vooral de rolafbakening tussen het secretariaat en de lidorganisaties, werden in 2006 de nodige aanpassingen gemaakt aan interne documenten (platformtekst en brief voor nieuwe leden).

In de *platformtekst* werden de doelstellingen van het NBV en de taakverdeling secretariaat-leden duidelijker omschreven als volgt:

“Het NBV heeft drie doelstellingen:

1. Samenwerking

Acties rond bewust verbruiken ondersteunen en coördineren om enerzijds zoveel mogelijk

bewuste verbruikers te vormen en anderzijds het beleid te beïnvloeden. We creëren een multiplicatoreffect voor initiatieven en acties van lidorganisaties.

Organisaties vinden via het NBV partners voor projecten op gebied van bewust verbruiken, zowel andere lidorganisaties als het NBV-secretariaat werken mee.

Organisaties nemen deel aan gezamenlijke projecten en campagnes die het NBV-secretariaat coördineert

2. Netwerking en overleg

Lidorganisaties ontmoeten via het NBV medewerkers van andere organisaties en leren hun werking kennen

Het NBV maakt ruimte voor discussie tussen lidorganisaties over thema's die verband houden met bewust verbruiken en de eigen organisatie overstijgen, met het oog op het afstemmen van standpunten

Organisaties kunnen via het NBV steun vinden voor initiatieven (actie, petitie, platform) op gebied van bewust verbruiken bij andere organisaties

3. Informatieuitwisseling

De lidorganisaties en het NBV-secretariaat verzamelen en verspreiden informatie in verband met bewust verbruiken.

Lidorganisaties en het NBV-secretariaat wisselen nuttige berichten uit (aankondiging van evenementen of beurzen, projectoproepen, vragen om ondersteuning of advies, oproepen voor projectpartners, overheidsinitiatieven,...). Lidorganisaties worden op de hoogte gebracht van acties van andere lidorganisaties.

Activiteiten van leden en derden die verband houden met bewust verbruiken worden door het NBV-secretariaat aangekondigd via haar website en op de elektronische mailinglijst.

In deze doelstellingen zitten volgende *drie functies van het NBV-secretariaat* vervat:

1. Platformfunctie: uitwisselen en doorgeven van informatie en projectideeën
2. NBV is partner in projecten als coördinator of als uitvoerende partner
3. NBV heeft eigen projecten: het secretariaat is projecteigenaar en voert het meeste werk aan het project uit. De inhoud van deze projecten is afkomstig van of wordt gedragen door de leden."

Actie 68 – M I

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

RESULTAAT 2006:

Er werden samenwerkingsovereenkomsten opgesteld voor de projecten *Blijve Bloemen* en *Vormingen Milieubewust Verbruiken*.

Operationele doelstelling 21: Kwaliteitsbewaking

Het NBV zal werk maken van kwaliteitszorg en -bewaking.

RESULTAAT 2006:

De coördinator, tevens kwaliteitsverantwoordelijke, startte een twee-jarige opleiding Leiden van een Organisatie, bij Balans (Gent). Hier kwamen tal van kwaliteitsthema's aan bod. Het overzichtsdokument met alle stappen die genomen moeten worden inzake kwaliteitszorg meer systematisch uitgewerkt werd eind 2006 vervangen door een kwaliteitshandboek dat in 2007 verdere invulling zal krijgen. Er vonden tussentijdse en eindevaluaties plaats van de campagnes en projecten die het NBV voert.

Actie 69 – K 1

Het NBV zal instrumenten uitwerken om aan kwaliteitsbewaking te doen.

RESULTAAT 2006:

De coördinator, tevens kwaliteitsverantwoordelijke, startte een twee-jarige opleiding *Leiden van een Organisatie*, bij Balans (Gent). Hier kwamen tal van kwaliteitsthema's aan bod en er werd getraind op vaardigheden die voor kwaliteitszorg ingezet kunnen worden.

Het registratiesysteem werd verfijnd en afgewerkt.

Het overzichtsdokument met alle stappen die genomen moeten worden inzake kwaliteitszorg meer systematisch uitgewerkt werd eind 2006 vervangen door een kwaliteitshandboek dat in 2007 verdere invulling zal krijgen. Het kwaliteitshandboek heeft aandacht voor Kwaliteitsbeleid, Kwaliteitssystemen en Kwaliteitsprocedures.

Actie 70 – K 2

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

RESULTAAT 2006:

Er vonden tussentijdse en eindevaluaties plaats van de campagnes en projecten die het NBV voert. Voor de campagne *Keuken, Koken, Kiezen* waren er:

- tussentijdse evaluaties op werkgroep en Raad van Bestuur
- enquêtes rond campagne, brochures en Duurzame Keukenbus zowel digitaal als op papier
- bevraging bij organisatoren evenementen, bezoekers bus, bezoekers website, bestellers brochures, leden NBV, vrijwilligers

De andere projecten die afliepen in 2006 (Krachtvoer voor Dialoog, Biociden) werden geëvalueerd door het team en de Raad van Bestuur.

Operationele doelstelling 22: Personeelsbeleid vorm geven

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

RESULTAAT 2006:

Voor het personeelsbeleid waren de belangrijkste stappen:

- *aanwerving nieuwe medewerker*
- *advies van Sociare over arbeidsreglement*
- *verderzetten functioneringsgesprekken projectmedewerker*
- *functioneringsgesprekken coördinator met bestuurder*
- *registratiesysteem voor het noteren van werk- en overuren*
- *vorming en opleiding: vrijwilligersbeleid, vorming opzetten en begeleiden, Leiden van een organisatie (Balans)*

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

Er wordt documentatie over personeelsbeleid opgevraagd.

Er wordt een personeelsbeleid uitgewerkt.

Arbeitsreglement en/of handleiding voor medewerkers opstellen

RESULTAAT 2006:

Het personeelsbeleid werd verder uitgewerkt. Er werd bij Sociare documentatie over personeelsbeleid opgevraagd (oa. CAO's).

Aandachtspunten voor 2006 waren:

- Aanwerving en onthaal nieuwe medewerker Barbara Janssens. Zij werd aangetrokken om de campagne *Blijve Bloemen* te trekken. (september 2006)
- Advies van Sociare over arbeidsreglement (zomer 2006)
- Functioneringsgesprek coördinator met bestuurder (januari 2006)
- invoeren registratiesysteem voor het noteren van werk- en overuren (januari 2006)
- Twee functioneringsgesprekken projectmedewerker met coördinator
- vorming en opleiding:
- projectmedewerker volgde vormingscyclus vorming opzetten en begeleiden (zomer en najaar 2006)
- coördinator volgt opleiding Leiden van een organisatie bij Balans (najaar 2006)
- Er werd een checklist gemaakt voor verwelkoming en inwerking nieuwe personeelsleden en vrijwilligers. (zomer 2006)
- Er werden onderdelen aan de handleiding voor medewerkers toegevoegd: gebruik van OpenOffice.org, aanpassen homepage, links,...

Operationele doelstelling 23: Vrijwilligersbeleid opzetten

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

RESULTAAT 2006:

Aangezien er net zoals in 2005 ook in 2006 meerdere vrijwilligers werden ingeschakeld op kantoor en in de keukencampagne, werden er verdere stappen gezet in het uitbouwen van een degelijk vrijwilligersbeleid,

Het NBV bleef lid van het Punt (Brussels steunpunt voor vrijwilligerswerk) en deed geregeld beroep op hun dienstverlening.

Ook in 2006 kon het NBV rekenen op drie vaste vrijwilligers, voor de website en administratieve taken. In het kader van de campagne Keuken, Koken, Kiezen werden regelmatig een 10-tal lossere vrijwilligers ingeschakeld.

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

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

Afsprakennota voor vrijwilligers verfijnen.

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

RESULTAAT 2006:

In 2006 kon het NBV rekenen op drie vaste vrijwilligers, voor de website en voor administratieve taken (verzendingen,...). In het kader van de campagne *Keuken, Koken, Kiezen* werden regelmatig losse vrijwilligers ingeschakeld (10-tal chauffeurs, campagnemedewerkers van de uitnodigende organisatie,...). In het kader van de nieuwe wet op de vrijwilligers, ging het NBV na of de organisatie in regel is met de nieuwe wetgeving en paste deze ook toe (aanpassing afsprakennota, nakijken vrijwilligersverzekering). Voor losse vrijwilligers werden geen overeenkomsten afgesloten, maar werd gewerkt aan een handleiding of mondelinge uitleg bij de specifieke taken.

De omkadering van vrijwilligers in de organisatie werd versterkt, o.a. door een aanzet voor een welkomst- en introductiepakket.

Het opstellen van een nota rond het vrijwilligersbeleid werd gepland voor 2007.

In 2006 deed het NBV als lid van het Punt (Brussels steunpunt voor vrijwilligerswerk) beroep op een aantal van hun diensten (oa plaatsen van diverse vacatures).

[BIJLAGE]

Personeelsplan 2006

			Aantal dagen	
NETWERKING			2005	2006
OD01/02/12/20	Netwerking en interne werking	Leden (contacten) en AV (voorbereiden, verslag, vergadering)	20,5	13,3
OD11	Evenwichtig ledenbestand, ledenwerving	Contacten met potentiële leden	2,5	5,8
OD20	Interne werking & RvB	Raad van bestuur (voorbereiden, verslag, vergadering)	3,0	8,5
OD06/14/17	Netwerking, nieuwe doelgroepen, draagvlak, profilering	Aanwezigheid en vertegenwoordiging op AV's, bij andere verenigingen, contacten met derden, communicatieplan	17,8	16,5
			43,8	44,2
PROJECTEN & CAMPAGNES				
OD03/04/13	Campagnes	Keuken- en Bloemencampagne	220,7	158,6
OD03/04/13	Lopende projecten		46,2	47,5
OD03/04/13	Vorbereiding projecten			61,6
			266,9	267,8
INFORMATIE				
OD05/08/09/10	Informatiepunt	Inhoudelijke vragen beantwoorden, FAQ, website, nieuwsberichten, dokuwiki, documentatiebeheer,...	11,8	20,3
OD07	Knelpunten wegwerken	Onderzoek, visievorming rond knelpunten, voorstellen van oplossingen	0,0	0,0
OD15/16	Beleidswerking	Gesprekspartner overheid, beleidswerking uitklaren	1,0	13,0
			12,8	33,3
PROJECTWERVING				
OD18	Financiering en projectwerving	Contacten leggen, gesprekken voeren, projecten schrijven en voorbereiden	25,0	11,3
			25,0	11,3
INTERNE WERKING				
OD19	Lange termijn planning en beleidsplanning	Beweging, jaarverslag, beleidsplan, FOV, Socius	3,6	12,2
OD21	Kwaliteitszorg	Nota's, registratie, voorbereiding KZ	3,5	10,9
OD22	Personeelsbeleid & vorming	Personeelszaken, lonen	6,4	5,8
		Zelf studiedagen of cursussen volgen	1,0	14,7
OD23	Vrijwilligersbeleid	Vrijwilligers werven, opvolgen, wetgeving volgen,...	3,0	0,7
			17,6	44,2
ALGEMEEN				
ALG	Werkoverleg	Werkoverleg, verslag of voorbereiding, teamactiviteiten en uitstappen	13,5	16,4
	Mail	Mails (en post) opvolgen (los van projecten!)	22,0	18,4
	Administratie	Boekhouding, facturen, vzw-wetgeving, invullen uurschema	6,8	14,4
	Onderhoud	Algemene boodschappen, afwas, opruimen, stoortijd, computers	1,9	7,6
	Afwezig	Ziekte of verlof		7,4
			44,2	64,2
TOTAAL			410,3	464,7

8.

[BIJLAGE 2]

Overzicht doelstellingen en acties NBV beleidsperiode 2005 - 2010

(SD = Strategische doelstelling, OD = Operationele doelstelling)

SD 1: Netwerking omtrent bewust verbruiken

OD 1: Investeren in netwerking

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

OD 2: Nieuwe netwerkmethodieken ontwikkelen

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

SD 2: Campagnes en projecten omtrent bewust verbruiken

OD 3: Gezamenlijke campagnes omtrent bewust verbruiken stimuleren en faciliteren

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

OD 4: Gezamenlijke projecten omtrent bewust verbruiken stimuleren en faciliteren

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

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

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

OD 6: Nieuwe doelgroepen bereiken

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

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

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

SD 3: Informatie over bewust verbruiken verspreiden

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

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

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

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

OD 10: Nieuwe instrumenten voor informatie-uitwisseling ontwikkelen

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

SD 4: Kwaliteitsvolle partner worden

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

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

OD 12: Organisaties motiveren tot engagement

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

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

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

OD 14: NBV investeert in duidelijke profilering en naambekendheid.

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

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

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

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

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

OD 17: Sociaal draagvlak verbreden

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

SD 5: Professionalisering interne werking

OD 18: Financiering voor de werking bekomen

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

OD 19: Werken aan lange termijnplanning

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

OD 20: Interne werking van NBV als vereniging

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

OD 21: Kwaliteitsbewaking

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

OD 22: Personeelsbeleid vorm geven

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

OD 23: Vrijwilligersbeleid opzetten

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