

# Jaarplan 2011

Jongeren Milieu Actief

---



## Inhoudsopgave

### Inleiding

#### I Strategie en speerpunten.

1. Het ABP
2. Meerjarenplannen
3. Speerpunten voor 2011

#### II Vereniging JMA

1. Inleiding
2. Ledenparticipatie
3. Pers en publiciteit
4. Verenigingsactiviteiten
5. Leden en ledenblad
6. JMA projecten
  - 6.1 Energieverspilling, waarom zou je?
  - 6.2 Make IT fair
  - 6.3 EKOokboek

#### III Subsidieprojecten

1. Rank a School
2. Kan Tine Duurzamer
3. Vet, Goed!
4. Food@farm
5. Grow Up!

# Inleiding

Jongeren Milieu Actief (JMA) is de jongerenorganisatie van Milieudefensie (MD). JMA is een vereniging voor en door jongeren tussen 12 en 28 jaar. De JMA leden hebben inspraak over alle activiteiten en projecten en worden zoveel mogelijk betrokken in de uitvoering ervan. Het JMA bestuur is verantwoordelijk voor het organiseren van ledenactiviteiten en projecten. Zij wordt hierin ondersteund door medewerkers van MD indien de projecten aansluiten bij het Algemeen Beleidsplan (ABP) van MD. MD heeft een jongerenmedewerker in dienst met als voornaamste taak het aanvragen van subsidies voor en coördineren van projecten die vallen binnen de samenwerking met MD. Het bestuur van JMA coördineert verengingsactiviteiten en projecten die niet binnen deze samenwerking vallen. In dit Jaarplan worden alle activiteiten en projecten voor 2011 beschreven, inclusief motivatie en strategie en concrete doelstellingen.

De afgelopen jaren heeft JMA vooral projecten uitgevoerd binnen de thema's klimaat en energie. In 2011 zal de focus voornamelijk liggen op het thema voedsel. De geplande projecten Kan Tine Duurzamer, Grow Up en het Youth Food Festival dragen hieraan bij.

Daarnaast zal JMA aandacht besteden aan het thema energie, o.a. door het project "Energieverspilling, waarom zou je?" op te starten. Met dit project willen we bedrijven en instellingen die hun gebouwen buiten bedrijfstijd verlichten, vragen dit licht uit te doen. Verder zullen we via het project Rank a School leerlingen van het VO wakker schudden en bewust maken van wat ze in hun eigen (leef)omgeving kunnen veranderen om energieverbruik te verminderen. Het derde JMA thema, internationale rechtvaardigheid, krijgt in 2011 vorm binnen de projecten van Make IT fair. JMA is campagnepartner geworden van dit internationale project, dat zich richt op het vergroten van de bewustwording omtrent de productie van consumentenelektronica.

## I Strategie en Speerpunten

### 1 Het Algemeen Beleids Plan (ABP) 2011-2015

In 2010 heeft JMA voor het eerst in haar geschiedenis een ABP gerealiseerd. Dit ABP is opgesteld voor de periode 2011-2015 en loopt daarmee synchroon met het ABP van MD. Het ABP beschrijft de visie, missie, waarden en algemene doelstellingen van JMA. JMA is een milieuorganisatie voor en door jongeren die grote projecten en kleinschalige grass-roots activiteiten organiseert om een duurzame samenleving dichterbij te brengen (missie). JMA wil een duurzame rechtvaardige wereld, nu en in de toekomst, hier en daar (visie). Voor de komende 5 jaar kiest JMA voor drie thema's: Internationale

Rechtvaardigheid, Voedsel en Energie. Binnen het thema Internationale rechtvaardigheid zullen producten die jongeren veel consumeren, zoals kleding en mobiele telefoons, gebruikt worden om de effecten van onze consumptie op mens, dier en milieu elders op de wereld te illustreren. Binnen het thema Voedsel zal JMA aandacht vragen voor de milieu-effecten van vleesconsumptie en jongeren informeren over alternatieven voor de gangbare landbouw. Binnen het thema Energie zullen de overstap naar hernieuwbare energiebronnen, het tegengaan van energieverstopping en bevorderen van energiebesparing centraal staan. In het ABP wordt beschreven welke middelen JMA aan zal wenden om deze thema's onder de aandacht te brengen, en welke positie JMA inneemt t.o.v. andere jongeren- en/of milieuorganisaties.

## **2 Meerjarenplannen**

Vanuit het ABP schrijft JMA per thema een meerjarenplan. In deze plannen worden de thema's verder uitgediept en worden globale projectideën beschreven met SMART doelstellingen. Dit jaarplan is een meer gedetailleerde uitwerking van de plannen voor 2011.

## **3 Speerpunten voor 2011**

### *Samenwerking met Milieudefensie uitkristalliseren*

Eind 2010 ligt er een nieuwe samenwerkingsovereenkomst tussen JMA en Milieudefensie. In 2011 zal het bestuur van JMA in goed overleg met de manager Actief van MD handen en voeten geven aan deze nieuwe afspraken. Eind 2011 zal de overeenkomst geëvalueerd – en indien nodig herzien – worden. Vanaf najaar 2010 zal de samenwerking met MD bovendien concreet vorm gegeven worden door contact te zoeken en nauw contact te onderhouden met de inhoudelijke medewerkers van MD van de afdelingen 'Voedsel' en 'Internationaal'. JMA wil graag aansluiten bij activiteiten van MD op deze thema's, deze promoten onder haar achterban en waar mogelijk een toevoeging bieden door een 'jongerenversie' van een MD actie te organiseren.

### *Werving nieuwe leden*

In 2011 zal in samenwerking met MD een mailing worden uitgestuurd naar leden die binnen de leeftijdscategorie van JMA vallen. In deze mailing zal informatie gegeven worden over JMA en zal gevraagd worden of de jonge MD leden gratis lid willen worden van JMA, zich actief willen inzetten en/of op de hoogte willen worden gehouden van JMA activiteiten. Ook tijdens de festivaltour en introductiemarkten zal JMA zich richten op het werven van nieuwe leden. Speciale aandacht gaat uit naar het werven van nieuwe bestuursleden. Om leden te behouden en het JMA lidmaatschap een meerwaarde te geven, ligt de focus volgend jaar op het organiseren van meer ledenactiviteiten dan afgelopen jaar. Voor leden zijn deze activiteiten zoveel mogelijk gratis. JMA-leden worden

aangemoedigd niet-JMA-leden (tegen een kleine meerprijs) mee te nemen om hen op die manier betrokken te krijgen bij de organisatie.

#### *Ledenparticipatie vergroten*

In de nieuwe samenwerking met MD krijgt de vereniging, vooral het bestuur, meer verantwoordelijkheid voor het reilen en zeilen van JMA. Om de bottum-up insteek van JMA te waarborgen is het belangrijk dat de leden een plek krijgen in het vormgeven van het beleid en de projecten van JMA. Hiertoe zullen nieuwe structuren worden opgezet: drie inhoudelijke werkgroepen, een Axie Fabrique, het Jongeren Milieu Panel en een digitaal te raadplegen ledenraad. Dit wordt in het volgende hoofdstuk verder toegelicht.

#### *Internationaal netwerk versterken*

JMA zal in 2011 een 'bestuurslid Internationaal' werven welke zich kandidaat zal stellen voor de 'Steering Group' van Young Friends of the Earth Europe (YoungFoEE). Op deze manier blijft JMA actief betrokken bij het Europese jongeren netwerk YoungFoEE en kunnen we onze JMA achterban tijdig informeren over de jaarlijks terugkerende activiteiten zoals het SummerCamp, de YouPEC en de Annual General network Meeting (AGM). Via dit netwerk is JMA aangesloten bij de Internationale Climate Justice campagne en krijgen JMA jongeren de kans trainingen te volgen en deel te nemen aan (internationale) acties.

## II Vereniging JMA



### 1. Inleiding

De samenwerking met Milieudefensie zal vanaf 2011 opnieuw vorm gaan krijgen. Na een aantal ingrijpende bezuinigingsrondes binnen MD, was samenwerken met JMA niet langer vanzelfsprekend. JMA realiseerde zich dat een efficiëntieslag in de manier van werken mogelijk, wenselijk en noodzakelijk was. In de nieuwe samenwerking zal JMA ondersteund worden door MD met 0.9 FTE aan werkzaamheden door MD personeel. Hieronder vallen communicatie, achterbanwerkzaamheden, ondersteuning bij en coördinatie van het schrijven van subsidieaanvragen en persberichten. Deze taken zullen deels bij een jongerenwerker en deels bij vaste medewerkers van MD komen te liggen. Veel meer dan vroeger zal de inhoud voor nieuwsbrieven, website, subsidieaanvragen en persberichten aangeleverd worden door de vereniging JMA (bestuur en werkgroepen). Het bestuur zal direct contact houden met de manager Actief over lopende en in te dienen projecten. De coördinatiegroep verdwijnt. De vereniging, vooral het bestuur, krijgt dus meer verantwoordelijkheid voor het reilen en zeilen van JMA. Om de bottum-up insteek van JMA te waarborgen is het belangrijk dat de leden een plek krijgen in het vormgeven van het beleid en de projecten van JMA. Het opzetten van nieuwe structuren om de ledenparticipatie te vergroten zal dan ook een belangrijk speerpunt zijn in 2011. Tegelijkertijd is het essentieel dat JMA haar waarde als samenwerkingspartner voor MD bewijst door succesvolle projecten te organiseren met een hoge participatie onder jongeren en veel aandacht in de pers.

### 2 Ledenparticipatie

#### *Werkgroepen*

Om JMA leden mee te laten denken over de inhoudelijke thema's, zal voor elk van de drie thema's uit het ABP een werkgroep worden opgezet. JMA stelt zich ten doel in 2011 ten minste twee van de drie werkgroepen goed draaiend te krijgen. De werkgroepen en het bestuur zullen in samenspraak een meerjarenplan gaan schrijven, projecten bedenken en acties opzetten. Tevens kunnen werkgroepen naar wens lezingen of excursies organiseren. Leden zullen in deze werkgroepen veel inhoudelijke kennis opdoen en getraind worden in het plannen en organiseren van (meerjarige) campagnes en acties. Voor 2011 wordt ingezet op ten minste 3 leden per werkgroep en ten minste 1 training per werkgroep.

#### *Axie Fabrique*

In 2011 zal JMA starten met het opzetten van een Axie Fabrique. Dit is een groep JMA'ers die zich activistisch wil inzetten voor onze idealen. Deze vast groep vrijwilligers wordt getraind in het snel opzetten en uitvoeren van ludieke en opvallende acties. Op deze manier zullen zij n.a.v. een actualiteit snel media aandacht trekken voor thema's waar JMA zich mee bezig houdt en items aanleveren om op de JMA site te zetten. De doelstelling is om ten minste 4 acties te organiseren waarbij in totaal ten minste 20 jongeren betrokken worden. We willen met de Axie fabrique in 2011 ten minste 1 keer de nationale media halen.

#### *Jongeren Milieu Panel (MP)*

Het MP zal in 2011 starten als een pilot met 50 leden. Jongeren tussen de 12 en 28 jaar die zitting nemen in dit panel ontvangen vier keer per jaar een online enquête over de thema's Internationale Rechtvaardigheid, Voedsel en Energie. Doelstelling is om eind 2011 een pool van 100 respondenten te hebben. Om dit te bereiken zal samenwerking gezocht worden met o.a. Morgen en NJR.

#### *Ledenraad*

Zoals in artikel 27 van de statuten van JMA staat aangegeven, kan de ALV besluiten tot het instellen van een ledenraad, die tot taak heeft het bestuur te adviseren en controleren. Het huidige bestuur zal tijdens de ALV op 12 november 2010 voorstellen een dergelijke raad in te stellen, en zou deze graag digitaal willen raadplegen bij belangrijke beleidsbeslissingen. Op deze manier is inspraak van de leden beter gewaarborgd.

#### *Consensus*

In haar ABP spreekt JMA de ambitie uit om volgens consensusbesluitvorming te werken. Dit wil zeggen dat alle besluiten en beleid zo gemaakt worden dat iedereen ermee in kan stemmen. Deze manier van besluitvorming zal allereerst op de ALV, in de werkgroepen en in het bestuur toegepast worden. Indien nodig kan een training georganiseerd worden om leden die weinig ervaring hebben met deze manier van werken hierin te trainen.

### **3 Pers en publiciteit**

#### *Verbeterde website*

De website van JMA had in de periode tussen 1 april 2009 en 13 oktober 2010 33.936 bezoekers. In 2011 willen we het aantal bezoekers verhogen. Dit doen we door het verhogen van de nieuwswaarde, door acties via de website te hosten, meer aandacht te genereren via bevriende organisaties en door het aantrekkelijker en persoonlijker maken van de site. Om de nieuwswaarde te verhogen zal er binnen

48 uur van een actie verslag gedaan worden op de site, bij voorkeur ondersteund door foto- en videomateriaal. Vaker dan voorheen zal de site onderdeel uitmaken van projecten en campagnes; om deel te nemen aan een actie moet men de site bezoeken, bij voorkeur kan men hier het verloop van de actie ook volgen. Acties en campagnes zullen niet alleen via de eigen site en nieuwsbrief, maar ook zoveel mogelijk via (facebook)sites van bevriende organisaties onder de aandacht gebracht worden. De JMA site zal aantrekkelijker gemaakt worden door meer informatie aan te bieden waar jongeren naar op zoek zijn. Deze informatie zal voor een belangrijk deel aangeleverd worden door de werkgroepen. Een gevarieerd team jongeren zal bloggen over zaken die hen aan het hart gaan. Hierdoor wordt de site persoonlijker, een echte jongerenplek waar vaak iets nieuws te vinden is. Alle onderdelen van de site kunnen door bezoekers gedeeld worden via hun persoonlijke digitale netwerken.

#### *Meer publiciteit*

JMA genereert in 2011 meer publiciteit voor haar acties en projecten. Bij het opzetten van alle JMA projecten en acties wordt vanaf het begin nagedacht over pers en publiciteit. Persberichten worden tijdig ( al voor een actie plaatsvindt) geschreven. Kwalitatief hoogwaardig foto -en filmmateriaal maken het verschil tussen wel en geen publiciteit. Hier zal dan ook meer aandacht naar uitgaan. Het bestuur en de werkgroepen volgen een workshop persberichten schrijven en online publiciteit. De voorzitter volgt in 2011 een cursus woordvoering om woordvoering te kunnen doen voor JMA projecten die buiten het MD ABP vallen en de MD jongerenmedewerker te vervangen bij afwezigheid. Door minimaal eens per twee maanden persberichten uit te sturen en nieuwe contacten met geïnteresseerde media op te doen zal JMA vaker in het nieuws te verschijnen en een grotere naamsbekendheid te genereren.

## **4 Verenigingsactiviteiten**

#### *Leden- / vrijwilligersactiviteiten*

In 2011 staan de volgende activiteiten voor leden gepland:

- \* Lentezeilen in het weekend van Hemelvaart of Pinksteren
- \* Een wandeling door een natuurgebied in het voorjaar / begin zomer
- \* Een week zomerzeilen in de zomervakantie
- \* Een Actieve Ledendag (i.s.m. MD) in september
- \* Een excursie, lezing of workshop
- \* Een Algemene Ledenvergadering in oktober / november
- \* Herfstzeilen in een weekend rond de herfstvakantie
- \* Een kerstdiner

## *Happy JMA Wageningen*

Activiteiten van de lokale JMA groep in Wageningen die gepland zijn voor 2011:

- \* Elke maand Food Not Bombs
- \* Eens per maand een Happy Evening
- \* Een Natural Cleaning Theme week van 15 t/m 21 januari
- \* De Chemical Waste Tour in mei
- \* De World Naked Bike Ride (waarschijnlijk op zaterdag 18 juni)
- \* Buy Nothing Day op de laatste zaterdag van november

## **5 Leden en ledenblad**

In de nieuwe samenwerking met MD is het volgende afgesproken:

- \* JMA leden worden na hun 28<sup>e</sup> verjaardag automatisch lid van MD, dit wordt opgenomen in de voorwaarden van het JMA lidmaatschap.
- \* JMA leden zal worden gevraagd of zij post van MD willen ontvangen.
- \* JMA leden ontvangen het nieuwe MD magazine "Down to earth", hiervoor betaalt JMA de kostprijs voor het drukken en versturen van de benodigde extra exemplaren aan MD.
- \* MD zal eens per jaar haar leden jonger dan 28 een bericht sturen met de mededeling dat zij gratis lid kunnen worden van JMA (dit is dan met of zonder het ledenblad, afhankelijk van het type MD lidmaatschap).

## **6 JMA projecten**

### *6.1 Energieverspilling, waarom zou je?*

Doel: Bedrijven en instellingen die buiten bedrijfstijd de verlichting in hun gebouwen laten branden (en/of pc's aan laten staan) ertoe bewegen deze in het vervolg altijd uit te zetten.

Stap 1: Verlichte gebouwen in kaart brengen

We vragen lokale JMA'ers door het hele land om te noteren bij welke gebouwen bij hun in de omgeving 's nachts de verlichting aan is. Hiervoor versturen we een standaard invulschema. Ook niet-JMA'ers mogen natuurlijk meedoen, bijvoorbeeld lokale groepen van Milieudefensie. Het is niet erg als we geen 100% dekking hebben. Het kan leuk zijn om hiervoor een nachtwandeling te organiseren, om het ook tot een sociaal evenement te maken. Hierbij kan dan ook lokale pers uitgenodigd worden.

## Stap 2: Inventariseren

We verzamelen alle notities, en brengen deze samen op een website met een kaart van Nederland. Hierop moet duidelijk te zien zijn welke gebouwen energie verspillen, welke bedrijven of instellingen hiervoor verantwoordelijk zijn, hoeveel energie bespaard zou kunnen worden door de verlichting uit te schakelen en welke bedrijven of instellingen al aangegeven hebben de verlichting uit te gaan schakelen.

## Stap 3: Bedrijven of instellingen overhalen hun lichten uit te doen

Allereerst moeten we de besparing (in energie en geld) per gebouw aangeven. Vervolgens moeten we ook een oplossing bieden. Er bestaan bedrijfjes die op dit gebied actief zijn, laten we hun expertise gebruiken. Bovendien moeten we op de hoogte zijn van de redenen waarom men verlichting 's nachts laat branden, en goede argumenten voor energiebesparing hebben. Vervolgens willen we een brief sturen (met cc aan de personeelsraad), waarin we aangeven wat we willen, waarom, hoeveel dit oplevert (energie, CO2 en geld), met verwijzing naar de site. Bij voorkeur staat op dat moment al een persoonlijk afspraak gepland om dit te bespreken. Indien het bedrijf of de instelling de verlichting niet wil uitzetten, gaan we over tot acties voor de deur, bijvoorbeeld het uitdelen van de "turn me off" stickers onder het personeel. Het is belangrijk zowel op het moment van de brief als de eventuele weigering een persbericht te sturen. Tevens willen we het belonen wanneer men de verlichting belooft uit te doen.

## *6.2 Make IT fair*

MakelTfair is een Europees project dat zich inzet voor het verduurzamen van de productieketens van consumentenelektronica zoals mobiele telefoons, laptops en MP3-spelers. MakelTfair informeert consumenten over mensenrechtenschendingen, slechte arbeidsomstandigheden en milieuproblemen die schuil gaan achter nieuwe elektronica en biedt hen de mogelijkheid hier iets aan te doen. Uiteindelijk moeten de grote elektronikabedrijven verantwoordelijkheid nemen voor de misstanden in hun productieketen en verbeteringen tot stand brengen. MakelTfair wordt gedragen door zeven Europese organisaties en drie partnerorganisaties in de Democratische Republiek Congo, India en de Filipijnen.

In 2011 organiseert MakelTfair een internationale actie dag waar JMA deel uit van zal maken. Er zal samenwerking worden gezocht met andere Nederlandse organisaties, zoals SOMO, NVIU, MORGEN en de NJR om gezamenlijk een landelijke actie op poten te zetten. Hierbij wordt gedacht aan een dag zonder mobiel telefoongebruik waarbij mensen een bericht op hun voicemail inspreken dat anderen vraagt hetzelfde te doen en hun telefoon die dag niet te gebruiken. Hierdoor willen we de afhankelijkheid van IT zichtbaar maken en de netwerkproviders onder druk zetten om eerlijke en duurzaam geproduceerde producten vragen. Naast deze landelijke actie zouden we een inzameling

van oude mobieltjes kunnen beginnen. Hiervoor kan zelfs geld worden verdiend voor de vereniging JMA en is concrete milieuwinst te behalen door het hergebruiken van nog werkende telefoons en adapters. Op de actiedag zelf kan wellicht meer media aandacht worden behaald door artiesten of kunstenaars te laten werken met e-waste, het afval van electronica, dit zou mooie beelden op kunnen leveren.

### *6.3 EKOokboek*

In 2010 is de inhoud voor het nieuwe EKOokboek verzameld en geordend. Wat rest is de vormgeving, het drukken en verspreiden van het kookboek. JMA wil dit in 2011 realiseren, en zal voor de benodigde opstartkosten subsidie proberen te vinden. De totale kosten uitgaande van oplage 2000 (96 pagina's) zullen rond de 15.190,- euro zijn. Voor de financiering van de drukkosten wordt verder gezocht naar potentiële subsidies. Tijdens de ALV in 2010 wordt voorgelegd of de vereniging JMA bereid is te de resterende opmaak kosten a 1000 euro van het nieuwe EKOokboek op zich te nemen. Het EKOokboek kan mogelijk verkocht worden in verschillende (kleine) commerciële boekenwinkels.

COLD CUT!!!!

### III Subsidieprojecten



#### 1. Rank a School

Leerlingen stormen als een wervelwind door de school om te onderzoeken hoe duurzaam hun eigen school is. Via het project Rank a School kunnen leerlingen met een vragen-/opdrachtenlijst hun school doorlichten: kritische vragen stellen aan de directie, docenten en conciërge. Daarbij checken ze het pand, de kantine en de apparatuur. Deze info wordt ingevoerd via de website [www.rankaschool.nl](http://www.rankaschool.nl) die begin januari online staat. Zo ontstaat er een 'ranking' van scholen en hoe ze scoren op duurzaamheid. De schooldirectie ontvangt vervolgens een brief met hun positie + tips om te stijgen in de ranking. Na minimaal twee maanden wordt de school opnieuw doorgelicht en wordt de definitieve ranking gepubliceerd! Leerlingen kunnen dit project ook uitvoeren in het kader van de maatschappelijke stage.

Dit project is een samenwerkingsverband tussen JMA en de NJR. JMA is mede verantwoordelijk voor de werving van scholen en het trainen van de 'coaches' die de leerlingen zullen begeleiden en contactpersoon voor de scholen zijn.

Doelstellingen van het totale project (2010-2012):

Omschrijving	Project target	Evaluatie
Aantal scholieren dat actief milieu onderzoek doet naar hun school en meehelpt aan een beoordeling op rankaschool.nl;	1.000	Aantal geregistreerde gebruikers op rankabrand.nl
Aantal scholen waarvan een milieu beoordeling is gemaakt;	100	Aantal gerankte geregistreerde scholen op rankabrand.nl
Aantal geplaatste berichten in schoolkrant/ intranet of andere schoolcommunicatie; bereik	50	Publicaties worden verzameld en geteld
Aantal scholieren dat direct wordt bereikt;	5.000	Schatting op basis van aantal publicaties x 100 scholieren die dit lezen
Aantal geplaatste berichten in plaatselijke kranten/h-a-h bladen op basis van generiek persbericht; bereik	25 plaatselijke bladen	Publicaties worden verzameld en geteld
Publiciteit in landelijke pers (regionale en landelijke kranten, jeugdjournaal/ regionale omroepen en internet)	250.000 mensen	Schatting op basis van aantal publicaties.
Aantal scholen dat binnen de projectperiode	10	Na de eerste en tweede ranking

overgaat op groene stroom;		wordt een telling gedaan.
Aantal scholen dat binnen de projectperiode meer dan 5 punten (van de 20) verbetert;	10	Na de eerste en tweede ranking wordt een telling gedaan.
Aantal scholen dat binnen de projectperiode meer dan 2 punten (van de 20) verbetert;	30	Na de eerste en tweede ranking wordt een telling gedaan.

## 2. Kan Tine duurzamer?

1 januari 2011 t/m 31 oktober 2011

Met dit project wil JMA leerlingen uit het Voortgezet onderwijs (VO) een oplossingsgericht handelingsperspectief bieden om hun eigen leefwereld actief te veranderen. Het project draagt bij aan een positieve meningsvorming over duurzaam consumeren en laat jongeren zien dat ze hun macht als consument op een positieve manier kunnen inzetten om zo zelf het verschil te maken. De leerlingen gaan actievoeren op hun school om hun kantines te 'verduurzamen'. Concreet eisen de leerlingen van hun cateraar (in samenwerking met de schooldirectie) één zogenaamde 'veggie-dag' per week en een kantine aanbod van 100% biologisch vlees + meer vleesvervangers. Deze eisen passen binnen de kaders van de samenwerkingsovereenkomst van het Platform Verduurzaming Voedsel<sup>1</sup> dat Veneca<sup>2</sup> heeft ondertekend, waardoor de slaagkans van het project groot is. De inhoudelijke focus van het project ligt op de relatie tussen duurzame vleesconsumptie, milieu en dierenwelzijn.



### Doelstellingen:

#### Hoofddoelstellingen:

- Tien VO klassen van verschillende scholen uit ten minste drie verschillende provincies voeren het project uit.

1 In deze overeenkomst committeren LNV en verschillende brancheorganisaties uit het bedrijfsleven: het ZLTO, FNLI, CBL, KHN en Veneca zich aan twee algemene (onderling samenhangende) doelstellingen om de verduurzaming van voedsel vorm te geven. Dit zijn 1) het proces van continue verduurzaming verankeren in het beleid van ondernemingen en 2) het concrete aanbod van verduurzaamde producten jaarlijks te vergroten. Vervolgens zijn er per branche specifieke thema's en onderwerpen van strategisch belang geselecteerd op basis waarvan de 'individuele' inspanningsverplichtingen van de branche zijn vastgesteld.

2 Branchevereniging Veneca (Vereniging Nederlandse Caterorganisaties). heeft als doel door onderlinge samenwerking van de leden de economische en sociale belangen van hun bedrijven en de sector catering als zodanig te behartigen. Bij Veneca zijn 12 bedrijven of concerns aangesloten. Alle lidbedrijven zijn landelijke opererende contractcateringorganisaties. De Veneca-leden vertegenwoordigen 95% van de markt en verzorgen samen ruim 2 miljoen maaltijden per dag.

- Zeven scholen ondertekenen de overeenkomst met hun cateraar.
- 5000 leerlingen worden zich bewust van hun kracht als consument en de herkomst van (vlees)producten.

*Subdoelstellingen:*

- Er wordt per school een stappenplan voor volgende acties opgesteld in overleg met de cateraar en JMA.
- Via de digitale leeromgeving van jma@school blijft het project bestaan door het aanbieden van een strakke docentenhandleiding en achtergrond/voorbeeld informatie.



### 3. Vet, goed!

Jongeren zien de potentie en het belang van biologisch voedsel om een duurzame toekomst te waarborgen (WUR, 2009). Helaas is de markt voor populaire jongerenproducten zoals chips (Lays, Crocky), friet (Febo, Smullers) en snoep (Red Band, Sportlife, Venco) nog niet verduurzaamd. Geen van de genoemde merken heeft een biologische variant van een product in het aanbod, waardoor veel jongeren in hun dagelijks leven geen concreet handelingsperspectief zien.

JMA wil jongeren daarom betrekken bij het onderwerp duurzaam voedsel en hen zelf in actie laten komen door aankoop van de - nog niet bestaande - biologische variant van een populair voedselproduct. Zo zal worden aangetoond dat er een grote vraag – en dus afzetmarkt – voor het product is. De jongeren kunnen hun bestelling plaatsen via de speciale campagnewebsite maar ook per SMS. Deze laagdrempelige methode zorgt ervoor dat we in contact kunnen blijven met de deelnemende jongeren om ze updates te geven over het verloop van de campagne. Bij meer dan 10.000 aankopen wordt een megabestelling geplaatst. Gaat de producent niet overstag, dan wordt een positieve mediacampagne gelanceerd om de producent extra onder druk te zetten om alsnog mee te werken (vgl. chocoladeletters van Oxfam, Kitkat-campagne van Greenpeace, 'Stop Fout Veevoer'-campagne van Milieudefensie). Indien het knelpunt voor de producent ligt bij het LNV-beleid, zal de dialoog tussen LNV en de producent gestimuleerd worden.

Naast het bereiken van de producent is de megabestelling vooral een middel om de doelgroep te bereiken. Om aan te sluiten bij de leefwereld van jongeren wordt de campagne grotendeels online gevoerd, via de social network sites Hyves, Facebook en Twitter. Op de JMA-campagnewebsite wordt achtergrondinformatie aangeboden met links naar relevante websites zoals die van LNV, het Voedingscentrum, Fairfood, Biologica etc. Ook zijn we in overleg met Treemagotchi om het project als 'consumentenactie' aan te bieden, waardoor 10.000 scholieren bereikt worden. Verder geven tien

jongerenambassadeurs ruchtbaarheid aan het project door het te promoten in hun persoonlijke netwerk, op scholen en via (lokale) media. Daarnaast maken we gebruik van onze bestaande contacten binnen georganiseerde (jongeren-) netwerken zoals jma@school, de Nationale Jeugdraad, Morgen, The Youth Food Movement, Strawberry Earth, politieke jongerenorganisaties, studie- en studentenverenigingen, Scouting Nederland en religieuze jongerenverenigingen om de boodschap te verspreiden.

Met dit project wordt op verschillende niveaus resultaat geboekt:

- (1) Het project draagt bij aan een positieve meningsvorming over duurzaam consumeren.
- (2) Op individueel niveau worden jongeren zich via voorlichtingsactiviteiten over de campagne bewust van hun positie, rol en macht als consument m.b.t. duurzaam voedsel.
- (3) Het maatschappelijk debat over dit thema wordt aangezwengeld door de media.
- (4) De vraag naar biologische producten wordt zichtbaar gemaakt.
- (5) De olievlekwerking van dit project zorgt ervoor dat gelijksoortige producenten ook biologische varianten op de markt brengen

#### 4. Food@Farm

JMA vindt het belangrijk dat er door jongeren wordt nagedacht over hoe voedsel nu en in de toekomst wordt geproduceerd en geconsumeerd. In het Najaar van 2011 zal JMA Food@Farm organiseren.

Eerstejaarsstudenten die in het nieuwe studiejaar

voor het eerst zelfstandige keuzes moeten maken over wat en hoe ze voor zichzelf moeten koken zijn de primaire doelgroep. De kersverse studenten kunnen tijdens een lokaal evenement terecht voor informatie over de relatie tussen voedsel en milieuproblematiek, duurzame keuzes maken in het dagelijks leven, een workshop vegetarisch koken én een bezoek aan een boerderij. Aan het einde van het evenement zullen de jongeren niet alleen hele praktische dingen geleerd hebben zoals milieuvriendelijk koken en duurzaam boodschappen doen maar ook een beter beeld hebben waar het voedsel vandaan komt en hoe het geproduceerd wordt. De ecologische footprint en de voor- en nadelen van verschillende sectoren en producten worden duidelijk.

Om de deelnemers van dit festival te werven zal de jaarlijkse festival tour van JMA in 2011 volledig in het teken staan van duurzaam en milieuvriendelijk voedsel. Tijdens de landelijke introductiemarkten zal JMA op een drietal universiteiten actief eerstejaarsstudenten werven voor Food@Farm. Bij onze stand



worden jongeren op een originele en creatieve manier getriggerd<sup>3</sup> om een toegangsticket voor het festival te kopen. Tevens zal het EKOokboek te koop zijn.

Het is op dit moment nog onduidelijk of Food@Farm georganiseerd zal worden als landelijk festival dat een weekend lang duurt of als regionale bijeenkomst op een zaterdagmiddag of twee avonden.

## 5. Grow Up!

Tijdens de YouPEC 2010 is het idee ontstaan om in 2011 een zomerkamp van ongeveer een week te organiseren waarbij jongeren kunnen leren over permacultuur en andere alternatieven voor gangbare landbouw. Dit weekend zou plaats vinden op een actieve permacultuur locatie in België. JMA zou als subsidieaanvrager een rol kunnen spelen in de organisatie van dit kamp, waarbij de initiatiefnemers een werkgroep van JMA vormen om dit evenement te organiseren. Hoewel de uiteindelijke rol van JMA nog onduidelijk is, is JMA zeker voornemens dit kamp onder haar achterban te promoten.



---

<sup>3</sup> Met bvb een blinde smaaktest (bio-niet bio) en/of verse smoothies kunnen we de aandacht trekken van de studenten.