
DUURZAAM DÓÓRGAAAN!

HOE JE NIEUWE **ROLLEN**,
COMPETENTIES EN
SAMENWERKINGSVERBANDEN
INZET VOOR **SUCCES**

Managementboek
voor professionals in
de NME-sector



 **nme** | natuur & milieu educatie



COLOFON

Geschreven door

Annelien van Meer en Natasja Hulst, CREM BV
In opdracht van Agentschap NL, Programmabureau NME

Vormgeving

Ontwerpwerk, Den Haag

Drukwerk

Vijfkeerblauw

Film

LUMIZOO

Uitgave

Agentschap NL, Programmabureau NME

December 2012

ISBN 978-90-5748-092-8



DUURZAAM DÓÓRGAAAN!

**Managementboek
voor professionals in
de NME-sector**

Inhoud

Voorwoord	5
1 Inleiding: de context	9
1.1 Het NME-arrangementmodel	11
1.2 Het arrangementmodel in praktijk	12
1.3 Leeswijzer	15
2 Wat is de nieuwe rol van de NME-organisatie?	17
2.1 De regionale coördinator	18
2.2 De aanjager	19
2.3 De projectmanager	20
2.4 De makelaar	20
2.5 De fondsenwerver	22
2.5.1 Diensten verkopen	22
2.5.2 Crowdfunding	24
2.5.3 Financiering uit het bedrijfsleven	25
2.5.4 Voorbeelden van overige financieringsbronnen	25
3 Welke competenties en vaardigheden heeft mijn organisatie nodig?	29
3.1 Blik naar buiten: Vraaggericht werken	30
3.2 Blik naar buiten: Trends spotten en er op inspelen	32
3.3 Netwerken en samenwerken	34
3.4 Brede blik op de inhoud	38
3.5 Diversiteit in het team	39

4 Met wie kan ik samenwerken en hoe?	43
4.1 Algemene aandachtspunten	44
4.1.1 Bij het opzetten van een arrangement: strategisch en gestructureerd te werk gaan	44
4.1.2 Bij het aangaan van een samenwerkingsverband: investeren in een goede relatie	45
4.1.3 Als het samenwerkingsverband eenmaal loopt: communiceren	45
4.2 Samenwerken met onderwijsinstellingen	46
4.2.1 Aandachtspunten in het samenwerken met onderwijsinstellingen	47
4.3 Lokale (en regionale) overheden	50
4.3.1 Aandachtspunten bij het samenwerken met lokale (en regionale) overheden	51
4.3.2 Lokale politieke partijen	53
4.4 Bedrijven	54
4.4.1 Aandachtspunten bij het samenwerken met bedrijven	54
4.5 Kinderopvangorganisaties	57
4.6 Maatschappelijke organisaties	57
4.6.1 Organisaties op het gebied van internationale samenwerking	58
4.6.2 Collega NME-organisaties	58
4.6.3 Andere organisaties die educatieve projecten aanbieden	59
Nawoord	63
Reminders	64

**“DE GOEDE
VOORBEELDEN
VAN INNOVATIE EN
VEERKRACHT LAGEN
BIJ HET SCHRIJVEN
VAN DIT BOEK VOOR
HET OPRAPEN”**

Voorwoord

Het is een moeilijke tijd voor de natuur en milieueducatie (NME) sector. Overheidsbijdragen lopen terug, het traditionele aanbod van lespakketten sluit niet goed meer aan bij het curriculum van veel scholen en de sector vergrijsd. Daarnaast is de sector sterk subsidieafhankelijk, veelal aanbodgericht met eenzijdige focus op onderwijs en inhoudelijk vooral gericht op natuur en groen. Dat de sector echter tegelijkertijd juist heel veerkrachtig en innovatief blijkt te zijn, wordt wat ons als auteurs betreft niet genoeg gezien. De goede voorbeelden van innovatie en veerkracht lagen immers bij het schrijven van dit boek voor het oprapen!

Het programmabureau NME vindt het belangrijk om te laten zien hoe innovatief en veerkrachtig de NME-sector zich de laatste jaren getoond heeft. Dit is gebleken uit de meer dan tachtig NME-arrangementen die het programma heeft gefinancierd gedurende de afgelopen jaren. Daarom heeft het programmabureau-NME aan CREM gevraagd de leerervaringen uit de NME arrangementen en de Communities of Practice (COP's) te bundelen en dit boek te schrijven. Een boek om jou als professional te inspireren, om tips en handvatten te bieden aan de organisatie waarin je werkt en daarmee uiteindelijk de sector te versterken.

Dit is een managementboek met een knipoog, geschreven voor professionals in de NME-sector. Niet zozeer voor de koplopers in NME-land, want voor hen is het wellicht inmiddels gesneden koek, maar vooral voor de grote groep die zich nog oriënteert op de veranderingen om hen heen en de betekenis daarvan voor de eigen organisatie.

Er is helaas geen eenduidig antwoord of een blauwdruk hoe je als NME-professional het beste kunt omgaan met de maatschappelijke druk op de sector. Wel is er een nieuwe werkwijze die NME-organisaties kunnen nastreven en zijn er goede ideeën, tips en leerervaringen van anderen waar je wat aan kunt hebben. NME-centra zullen zich ons inziens steeds meer ontwikkelen tot duurzaamheidscentra en opereren als een knooppunt van lokale en regionale duurzaamheidsinitiatieven, waarbij een schakelbord van sociale instrumenten (zoals communicatie, participatie, educatie, innovatie/valorisatie, kenniscirculatie, bewustwording, nieuwe governance samenwerkingen en netwerken) op een effectieve manier worden ingezet. Dit sociaal instrumentarium kan een bijdrage aan regionale duurzaamheid in het algemeen leveren en op specifieke thema's zoals biodiversiteit, water, bodem, klimaat, grondstoffen en materialen.

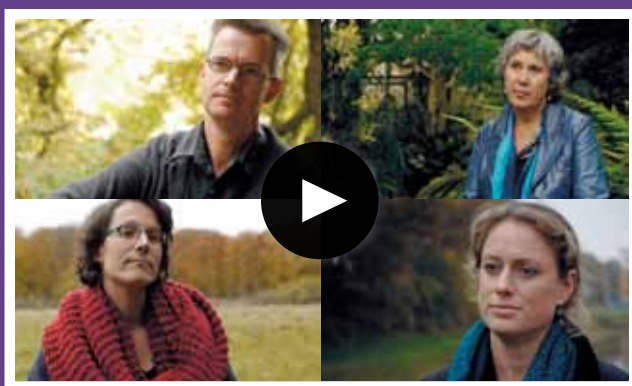
De NME- sector heeft de juiste papieren om deze nieuwe rol te gaan vervullen. Vooral omdat de volgende zaken sterk in het voordeel van de NME-sector werken en kansen bieden voor de toekomst.

De NME-sector:

- Heeft directe toegang tot duurzame onderwijsnetwerken (PO/VO, beroepsonderwijs, hoger onderwijs) en (netwerken van) maatschappelijke organisaties en kennisinstellingen en (mede) overheden;
- Vormt een koppeling tussen lokale, regionale en provinciale agenda's en top-down en bottom-up initiatieven;
- Kan verder bouwen op innovatieve projecten door opschaling en verspreiding van bestaande kennis door haar portfolio van projecten en initiatieven en CoP's op verschillende terreinen.

Tot slot willen we je dit nog meegegeven: doe absoluut je voordeel met de tips en ervaringen verzameld in dit boek, maar blijf je eigen koers varen.

“VEEL NME- ORGANISATIES HEBBEN DE AFGELOPEN JAREN AANBOD ONTWIKKELD OM BIJVOORBEELD BEWONERS EN BEDRIJVEN TE BEREIKEN”



De context Het programma-NME heeft sinds 2010 tachtig arrangementen en zes Communities of Practice (CoP) opgezet. Waarom? En wat is nou eigenlijk het NME-arrangementsmodel? Hoe werkt dat in de praktijk? Vier succesvolle NME-arrangementen worden hier geïntroduceerd.



Inleiding: de context

1

Veel partijen in Nederland spannen zich momenteel in voor het tot stand brengen van een groene, duurzame economie. Veel overheden, scholen, bedrijven, bewonersgroepen en maatschappelijke organisaties zijn bezig met het bewerkstelligen van een maatschappelijke transitie door sociale innovatie. In een transitie als deze zijn educatie, participatie, communicatie en bewustwording cruciale factoren. Zonder deze factoren is gedragsverandering immers niet mogelijk.

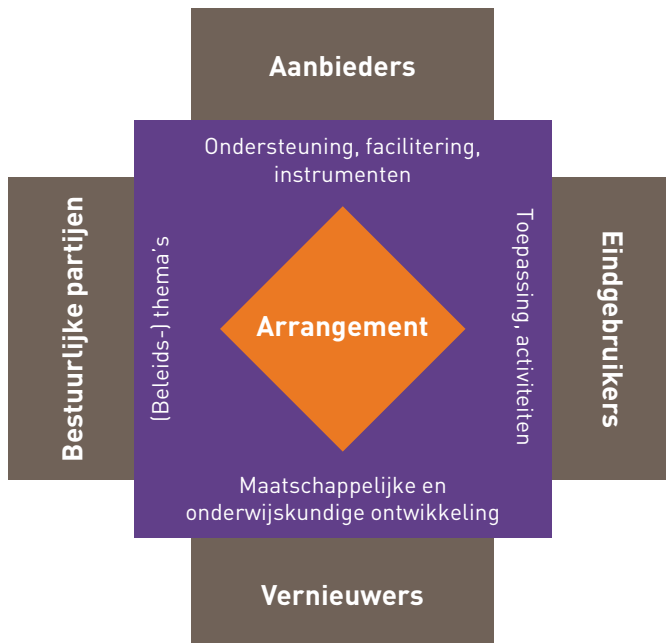
Als er één sector is die gespecialiseerd is in het faciliteren en organiseren van educatie, participatie, communicatie en bewustwording op het gebied van duurzaamheid, is het de Natuur en Milieu Educatie (NME) – sector. De sector heeft zich van oudsher vooral gericht op kinderen, maar begint meer en meer te ontdekken dat ze een cruciale rol speelt in het verwezenlijken van een groene, duurzame economie en dat daarmee de doelgroepen en thematiek veranderen. Veel NME-organisaties hebben de afgelopen jaren aanbod ontwikkeld om bijvoorbeeld bewoners en bedrijven te bereiken. Zo waren NME-organisaties in samenwerking met woningbouwcorporaties actief betrokken bij energiebesparingsadviezen aan wijkbewoners. Ook de focus op natuur is verschoven naar het bredere begrip ‘duurzaamheid’ – waarin andere milieuthema’s als energie en klimaat vallen, maar ook sociale en economische thema’s. Tevens is er de afgelopen jaren veel samengewerkt met ‘nieuwe partners’ aan het tot stand brengen van projecten rondom duurzaamheid. Zo zijn er tachtig NME-arrangementen (projecten) geïnitieerd en uitgevoerd door consortia van partijen. Hiervan vormden NME-organisaties weliswaar de kern maar er werd samengewerkt met bedrijven, lokale overheden, musea, de koepelorganisatie van brede scholen en andere maatschappelijke organisaties.

Het programma NME is bij uitstek een leer- en uitwisselingsprogramma dat zich de afgelopen jaren heeft ingezet om bestaande informatie en nieuwe leerervaringen te verspreiden binnen het NME-veld. Zo is het informatiesysteem GroenGelinkt ontwikkeld waarop onder andere alle NME-organisaties hun aanbod breed toegankelijk kunnen maken waardoor bestaande middelen maximaal worden benut. GroenGelinkt zorgt daarmee voor een betere toegang tot en samenhang van educatieve materialen, activiteiten, locaties en organisaties op het gebied van NME en duurzaamheid. Bovendien heeft het programma NME met een selecte groep koplopers uit de arrangementen, verschillende Communities of Practice (CoP’s) opgezet. In deze CoP’s waren de verschillende ‘nieuwe partners’ ook vertegenwoordigd. De CoP’s richten zich op verbinden en op het daadwerkelijk tot stand brengen van nieuwe vitale coalities. In deze CoP’s kwamen de professionals uit de verschillende arrangementen samen om ideeën uit te wisselen en van elkaar te leren. Voor deze publicatie hebben wij de kennis, ervaringen, nieuwe inzichten en oplossingen uit deze CoP’s gebundeld en vertaald in concrete tips voor de praktijk.

1.1 Het NME-arrangementmodel

Het programmabureau-NME heeft de afgelopen jaren via de NME-arrangementen meer willen bereiken met natuur- en milieueducatie. Het ging om meer mensen bereiken, meer impact hebben op de kwaliteit van de leefomgeving, financieel meer mogelijk maken door kwaliteitsverhoging (van producten en bereik) en aanhaken bij lokale en regionale beleids-thema's. Daarbij was het overkoepelend doel ervoor te zorgen dat natuur- en milieueducatie verankerd raakt in de samenleving. Het programmabureau heeft NME-organisaties gestimuleerd om met vier verschillende soorten partijen samen te werken binnen een arrangement:

- Bestuurders en beleidsmedewerkers;
- Eindgebruikers, zoals het onderwijs en buitenschoolse opvang;
- Aanbieders, zoals NME-professionals;
- Nieuwe partners voor NME, organisaties die recent actief zijn op het gebied van natuur- en milieueducatie of overwegen NME in te zetten. Bijvoorbeeld woningbouwverenigingen of GGD's.



1.2 Het arrangementmodel in praktijk

De rol van de NME-organisatie verandert continue door het werken in arrangementen, het betrekken van nieuwe doelgroepen, thematiek en samenwerkingsverbanden. Om te weten hoe de sector momenteel precies verandert en wat die nieuwe rol is, hebben wij verschillende partijen geïnterviewd die op diverse manieren betrokken waren bij de arrangementen. Van de tachtig hebben we vier succesvolle arrangementen geselecteerd, namelijk:

De Zeeuwse Zonnefabriek

Partners:

COS Zeeland, Provincie Zeeland, IVN Consulentschap Zeeland, Zeeuwse Milieufederatie, NME Centra in Zeeland

In dit voorbeeld staat de samenwerking en de doorwerking die duurzame educatieve projecten kunnen hebben centraal. Het arrangement de Zeeuwse Zonnefabriek stelt zich als doel bij te dragen aan 'het inbedden van het thema duurzaamheid in het onderwijs'. De Zeeuwse Zonnefabriek is een netwerk van zonnepanelen die geïnstalleerd zijn op 130 deelnemende onderwijsinstellingen. Een digitaal bord in de gebouwen en op de website www.zonopschool.nl laat de actuele energieopbrengst van de panelen en de bijbehorende CO₂-reductie zien. Het arrangement laat op deze manier jongeren ervaring opdoen met duurzame energie en maatregelen om energiegebruik te beperken. Door de schaal waarop de scholen nu meedoen is er veel potentie voor verdere uitbreiding die daadwerkelijk een substantiële bijdrage kan leveren aan het behalen van regionale doelstellingen voor milieu, energie en klimaat. Deze case laat goed zien hoe de samenwerking tussen de partners heeft geleid tot een grotere impact en draagvlak bij bestuurders, scholen en bedrijven.

www.zeeuwsezonnefabriek.nl

Ruimte voor Duurzaamheid Haarlemmermeer

Partners:

NMCH, Schiphol Groep, de Meerlanden, Rabobank Regio Schiphol, gemeente Haarlemmermeer, Ymere, vereniging De Meerboeren

In dit voorbeeld staat de nieuwe rol van de NME-organisatie centraal. Het Natuur en Milieu Centrum Haarlemmermeer (NMCH) is een relatief jonge organisatie die in 2008 is opgericht. Het NMCH heeft in drie verschillende deelprojecten (gericht op voortgezet onderwijs, wijk-bewoners en lokale agrarische ondernemers) laten zien dat het een vernieuwende, onafhankelijke organisatie is waar bewoners, onderwijs, bedrijven en instellingen mee samen kunnen werken aan diverse onderwerpen zoals energie, natuur, klimaat en milieu. Het NMCH heeft ook laten zien dat de organisatie bij kan dragen aan het realiseren van duurzamer Haarlemmermeer door het initiëren, regisseren en coördineren van projecten voor en met deze doelgroepen. Dit voorbeeld laat bovendien goed zien hoe het NMCH de rol als verbinder, aanjager en makelaar heeft ingevuld door het samenbrengen van belangen en belanghebbenden in de gemeente Haarlemmermeer.

Het NMCH is één van de centra die zich heeft ontwikkeld tot duurzaamheidscentrum.
www.nmch.nl

Duurzaam.....Doen

Partners:

Natuur en Milieu Overijssel, Hogeschool Windesheim, Landstede, Provincie Overijssel en Waterschap Groot Salland

In dit project staat onderwijsvernieuwing centraal. Ook laat het zien welke rol Natuur en Milieu Overijssel (NMO) heeft gespeeld bij het tot stand komen van de hogeschoolbrede minor Social Green van Windesheim en de bijscholing voor docenten en andere werknemers van het Landstede. Natuur en Milieu Overijssel heeft als initiator zowel een belangrijke coördinerende als inhoudelijke rol gehad. Door de brede steun van de betrokken maatschappelijke en overheidsorganisaties sluit de minor goed aan bij de weerbarstige praktijk om mensen te bewegen tot duurzamer gedrag. Dit arrangement laat zien dat een NME-organisatie veel kan betekenen in het verbinden van onderwijsinstellingen, overheden en het bedrijfsleven met duurzaamheid als gemene deler. Middels het arrangement Duurzaam.....Doen draagt de NME sector bij aan het vergoten van draagvlak voor duurzaamheidsbeleid en de verankering van duurzaamheid in het onderwijs.

www.natuurenmilieuoverijssel.nl

Duurzaam Amersfoort plus: Krachten bundelen en versterken voor NME

Partners:

CNME Amersfoort is de projectleider en werkte in dit arrangement met circa 50 organisaties samen zoals: scholen, groen onderwijs, ondernemers (installateurs), ontwikkelcentrum, dierenpark, IVN, One Planet, Opbouwwerk Liendert, Stichting Kinderopvang, Stichting Welzijn, gemeente, waterschap en provincie, OTIB, Uneto VNI, CNME, Opbouwwerk Liendert, SOVEE, Stichting Educatief Platteland, Stichting Nieuwe Erven, Buurtmoestuin Vogelnest Liendert.

In dit voorbeeld staan de nieuwe rol van de NME-organisatie en de bijbehorende competenties centraal. Het CNME Amersfoort heeft tijdens en door het arrangement nieuwe rollen ontwikkeld waaronder die van makelaar en regisseur. De verschillende inhoudelijke clusters van het arrangement zoals de duurzame karavaan en de grenzeloze tuin, richten zich op talloze initiatieven op het gebied van duurzaamheid en NME. Bij deze initiatieven zijn onderwijs (alle geledingen), KDV, BSO en wijkcentra betrokken alsmede stichtingen, verenigingen, vrijwilligersorganisaties en het bedrijfsleven. Om al die partijen bij elkaar te brengen en te houden heeft het CNME gewerkt aan het opbouwen van netwerken, het ontsluiten van nieuwe aansprekende onderwerpen. Ook heeft het geleerd hoe je vraaggericht kunt samenwerken met nieuwe partners. Zowel de medewerkers van CNME als andere betrokken organisaties leerden tijdens deze arrangementen nieuwe competenties die nu en in de toekomst bijdragen aan een duurzamer Amersfoort.

www.amersfoort.nl/cnme

We hebben niet alleen de betreffende NME-organisaties in deze vier arrangementen geïnterviewd, maar ook hun samenwerkingspartners. Hen vroegen we hoe het NME-arrangementmodel in de praktijk heeft gewerkt. Hoe hebben ze hun arrangementen opgezet? Wat was moeilijk en wat ging makkelijk? Hoe zagen ze hun eigen rol en de rol van de andere partijen? Ook hebben we gevraagd hoe ze hun arrangementen gefinancierd hebben en hoe ze de financiering van de activiteiten in de toekomst zien. En natuurlijk wat andere NME-organisaties kunnen leren van hun ervaringen.

Deze arrangementen waren zo aansprekend dat besloten is ze te filmen. Deze korte filmpjes illustreren in een paar minuten de leerervaringen in deze publicatie. Een beeld zegt immers meer dan duizend woorden. Je kan deze films bekijken door met een smartphone de QR-codes te scannen. Deze QR-codes staan aan het begin van ieder hoofdstuk.

Op www.nme.nl zijn meer voorbeelden en informatie over NME-arrangementen te vinden.

1.3 Leeswijzer

Al deze leerervaringen hebben we verwerkt in dit managementboekje. Dit boekje geeft dan ook inzicht in de vraag hoe het NME-arrangement-model werkt in de praktijk; hoe je als NME-organisatie het model kunt gebruiken om optimaal in te spelen op de nieuwe maatschappelijke rol die NME-organisaties kunnen spelen. In hoofdstuk 2 bespreken we die nieuwe rol van NME-organisaties in de transitie naar een groene, duurzame economie. In hoofdstuk 3 bespreken we de benodigde competenties van NME-organisaties om die rol goed te kunnen spelen. Tenslotte bespreken we in hoofdstuk 4 de mogelijke samenwerkingspartners en manieren van samenwerken.

“ONZE ROL IS MET NAME PARTIJEN VERBINDEN”



Nieuwe rollen van een NME-organisatie Hier gaan we in op de vraag welke nieuwe rol je als NME-organisatie kunt vervullen in de transitie naar een groene, duurzame economie. Hoe doe je dat? De aanjager, de makelaar, de fondsenwerver: ze komen allemaal in beeld.



Wat is de nieuwe rol van de NME-organisatie?

2

In dit hoofdstuk gaan we dieper in op de vraag welke rol je als NME-organisatie kunt vervullen in de context van de transitie naar een groene, duurzame economie. We bespreken in onderstaande paragrafen de verschillende rollen die een NME-organisatie kan vervullen, vooral in het beïnvloeden van en samenwerken met andere partijen. De traditionele rol van ‘educator’ (ontwikkelaar en uitvoerder van educatie, participatie, communicatie en bewustwordingsprojecten) laten we in dit hoofdstuk expres onbesproken. NME-organisaties hebben hier al veel ervaring in en deze rol is, in tegenstelling tot de andere, niets nieuws. De hieronder beschreven rollen kunnen zowel binnen een NME-arrangement als daarbuiten gespeeld worden. Uiteraard is het goed als je als organisatie meer dan één rol kunt vervullen, dus staar je niet blind op één van de hieronder besproken rollen.

2.1 De regionale coördinator

Dit is een rol die buiten het NME-arrangementmodel valt en meer regionaal wordt vervuld. Als NME-organisatie ben je vaak de aangewezen partij om een coördinerende functie te vervullen ten aanzien van alle duurzaamheidsinitiatieven in je regio. Het is de afgelopen jaren gebleken dat NME-organisaties steeds meer een 'duurzaamheidsknooppunt' zijn geworden voor hun regio. Als coördinator houd je het overzicht over deze verschillende initiatieven, weet je wat er speelt en zorg je dat partijen elkaar kunnen vinden als ze gemeenschappelijke belangen hebben. NME-organisaties zijn daarmee een aanspreekpunt voor partijen die een nieuw duurzaamheidsinitiatief willen oppakken of een concrete kennisvraag hebben. Voor hen vorm je een onafhankelijke vraagbaak. Maar je bent ook het aanspreekpunt voor partijen die al betrokken zijn en je hebt een adviesfunctie ten aanzien van het goed en efficiënt uitvoeren van hun initiatieven. Je hebt immers zowel de kennis over duurzaamheid als de kennis over projectmanagement in huis.

HALLO-O!
HIER
BEN IK



Om de functie van regiocoördinator goed te kunnen vervullen, is het belangrijk dat je als NME-organisatie benaderbaar en open bent. Zorg dat mensen weten dat ze altijd kunnen langskomen met hun vragen en ideeën en dat je openstaat voor nieuwe plannen en initiatieven. Daarnaast is het natuurlijk belangrijk dat je bekend bent en makkelijk vindbaar voor verschillende partijen in de regio. Overweeg bijvoorbeeld het schrijven van artikelen in regionale media en het spreken op regionale bijeenkomsten om je bekendheid en vindbaarheid te verbeteren.

2.2 De aanjager

Naast het coördineren van lopende initiatieven, is het aanjagen van nieuwe initiatieven ook een logische rol voor NME-organisaties. Juist omdat je als coördinator weet wat er speelt, weet je ook wat de nog onbeantwoorde kennisvragen en behoeften zijn van je doelgroepen. Daar kun je op inspelen door nieuwe initiatieven op te zetten die deze gaten vullen. Deze manier van werken wordt *vraaggestuurd werken* genoemd (meer daarover kun je lezen in paragraaf 3.1).

Als aanjager zoek je de juiste partijen bij elkaar (zie hoofdstuk 3) en faciliteer je een proces van co-creatie tussen deze verschillende partijen. Kenmerken van co-creatie zijn open dialoog, gedeelde waarden, enthousiasme, daadkracht en een focus op resultaat. De belangrijkste voorwaarden voor succesvolle co-creatie zijn gelijkwaardigheid van de deelnemers, wederkerigheid, openheid en vertrouwen. Aan deze voorwaarden is het best voldaan in een gestructureerd maar creatief proces onder begeleiding van een procescoach/begeleider. Juist die laatste rol kan uitstekend worden vervuld door een NME-organisatie.

Uiteraard kun je om een co-creatieproces op gang te helpen al een aantal ideeën zelf ontwikkelen, maar zorg ervoor dat je je idee nog niet teveel 'dichttimmerd'. In plaats daarvan is het goed om de kennisvraag of -behoefte in je regio centraal te stellen en daar met een consortium van partijen over te brainstormen. Met elkaar creëer je al brainstormend een idee voor een project en denk je na over de concrete uitvoering ervan.

2.3 De projectmanager

Veel NME-organisaties vervullen in NME-arrangementen de rol van projectmanager. Over projectmanagement zijn hele boekenkasten vol geschreven, een exercitie die we hier niet zullen herhalen. Wel willen we je meegeven dat de rol van projectmanager in een samenwerkingsverband zoals een NME-arrangement soms wordt onderschat. Wees je er bewust van dat het werken met meerdere partners je meer tijd kost als projectmanager – het project wordt gecompliceerder en dat vergt meer inspanning als manager. Ook het communiceren tussen en met meerdere samenwerkingspartners kost tijd van de projectmanager. Zorg er dus voor dat die uren begroot worden in een arrangement.

2.4 De makelaar

Een projectcoördinator loopt het gevaar louter bezig te zijn met projectmanagementtaken – plannen, notulen uitwerken, etc. Veel NME-organisaties zijn daar goed in, maar ze zijn ook goed in iets anders dat misschien nog wel belangrijker is: partijen bij elkaar brengen. In een arrangement waaraan verschillende partijen deelnemen, zijn automatisch verschillende belangen aanwezig. Als NME-organisatie dien je al deze belangen te kennen en te begrijpen, en er bovendien onafhankelijk en onpartijdig boven te staan.

Bij het interviewen van verschillende partijen (zowel bedrijven als scholen) die betrokken waren bij NME-arrangementen, kwamen wij veel mensen tegen die het bijzonder waardeerden dat de betreffende NME-organisatie de rol van ‘makelaar’ in het arrangement had vervuld. Als makelaar ben je een verbindende schakel, ken je de verschillende belangen van je partners en kun je bovendien vraag (bijvoorbeeld een school die een les over zonne-energie wil) en aanbod (een installateur van zonnepanelen) bij elkaar brengen. Soms is vraag en aanbod bij elkaar brengen echter niet zo voor de hand liggend. Dan is het belangrijk dat je als makelaar eerst in kaart brengt wat de vraag is en daar dan het juiste aanbod bij gaat zoeken. Creatief denken is hierbij een vereiste: hoe kun je partijen bij elkaar brengen die misschien op het eerste gezicht weinig gemeenschappelijke

belangen hebben? Veel praten en brainstormen met verschillende partijen helpt je antwoorden te vinden op dergelijke vragen. Zorg dat je een betrouwbare en onafhankelijke gesprekspartner bent voor alle partijen die je bij elkaar wilt brengen; ga niet te veel mee in de belangen van één partij, maar sta erboven. Om in makelaarstermen te blijven: je bent als NME'er dus zowel aankopend als verkopend makelaar.

DIT IS
PRECIÉS
WAT U ZOEKT



2.5 De fondsenwerver

Als NME-organisatie ben je al goed op de hoogte van het binnenhalen van subsidies, zowel bij de rijksoverheid als lokaal. Je hebt de vaardigheden die daarvoor nodig zijn dus al in huis (zoals interessante projectvoorstellen schrijven en projectbegrotingen maken).

Deze vaardigheden kun je inzetten om ook op andere manieren financiering voor projecten of voor je organisatie binnen te halen. Dat is nodig, want subsidies alleen zijn niet (meer) genoeg om een organisatie draaiende te houden. In de komende jaren is het dus noodzaak te zorgen voor een diversificatie van financieringsstromen. In de onderstaande paragrafen bespreken we enkele voorbeelden van financiering.

2.5.1 Diensten verkopen

Zoals eerder besproken, hebben NME-organisaties veel kennis op het gebied van duurzaamheid in huis. Ook hebben ze de benodigde expertise op het gebied van educatie, participatie, communicatie en bewustwording. Andere organisaties of bedrijven hebben deze expertise en kennis vaak niet in huis, en kopen daarom externe adviesdiensten en/of trainingen in wanneer ze die specifieke kennis of expertise nodig hebben. Dat kunnen ze natuurlijk doen bij adviesbureaus, maar veel NME-organisaties kunnen ook aan dergelijke marktvragen voldoen. Denk aan bedrijven die hun werknemers willen trainen op het gebied van interne milieuzorg of klimaatbeleid – als NME'er kun je dat soort trainingen prima geven.

Maar wat doe je als je een adviesvraag krijgt van een potentiële opdrachtgever? Waar moet je in de praktijk aandacht aan besteden? Ten eerste is het belangrijk om je in de situatie van je opdrachtgever te verdiepen. Je brengt de situatie in kaart en schat je eigen positie in. Belangrijke vragen om jezelf en je opdrachtgever daarbij te stellen zijn:

- Wat is de vraag of het probleem precies?
- Wie zijn daarbij betrokken? Wie hebben er nu (of later) baat bij?
Wat zijn hun belangen, wat is hun houding? Met welke weerstanden moet ik rekening houden?
- Wat is er al ondernomen om de vraag te beantwoorden of het probleem aan te pakken? Waarom is dat niet gelukt?
- Welke verwachtingen heeft de opdrachtgever van de adviseur?
In hoeverre kan ik eraan voldoen? Wat kan ik bijdragen?
Welke ondersteuning heb ik nodig?



Hoe ziet een adviestraject er eigenlijk uit? Onthoud dat elk adviestraject maatwerk is. Een aantal fases zie je echter altijd terugkomen. Deze hebben we hieronder kort beschreven.

1. In een eerste gesprek luister je vooral naar de wensen van de mogelijke opdrachtgever. Vaak zijn er naast de eigenlijke of 'officiële' vragen ook onderliggende problemen of emoties (bijvoorbeeld twijfel of onzekerheid). Om die boven water te krijgen moet je vragen stellen of een bepaalde reactie uitlokken. Zorg dat je gesprekspartner weet dat hij je kan vertrouwen en dat je hem serieus neemt en goed luistert. Praat niet te veel over jezelf en geef alleen een korte presentatie van je eigen organisatie aan het begin van het gesprek.
2. Wanneer je vervolgens wordt gevraagd een offerte uit te brengen is het belangrijk een heldere doelstelling en afbakening te beschrijven. Ook geef je een indicatie van de benodigde medewerking en ondersteuning van je opdrachtgever en natuurlijk een inschatting van de kosten aan de hand van een urenraming. Daarbij is het belangrijk om uit te gaan van een standaard extern uurtarief. Denk ook aan zaken als factureringsafspraken.

3. Bij het uitvoeren van je adviesopdracht ga je niet alleen uit van inhoudelijke argumenten. Je houdt rekening met de situatie en de bedrijfscultuur van je opdrachtgever. Wanneer je eenmaal aan het werk bent voor je opdrachtgever kom je waarschijnlijk opties tegen waar de opdrachtgever zelf niet aan gedacht heeft. Bijvoorbeeld: in plaats van klassieke trainingen over interne milieuzorg zou je ook voor je opdrachtgever een e-learning game kunnen laten ontwikkelen. Je schets de verschillende opties voor je opdrachtgever om hem of haar bewust te maken van bepaalde consequenties en de voor- en nadelen van de verschillende mogelijkheden. Daarbij laat je ook weten welke optie je zelf het beste vindt. Als adviseur wordt je werk vaak meer gevoelsmatig dan rationeel beoordeeld. Daarom is het verstandig je visie te presenteren als een aantrekkelijke oplossing en daarbij zelfvertrouwen uit te stralen. Ondertussen sta je natuurlijk wel open voor inbreng van je opdrachtgever.
4. Aan het einde van een adviesopdracht houd je samen met je opdrachtgever een evaluatie. Is de doelstelling gerealiseerd? Is de vraag beantwoord of het probleem opgelost? Had het beter of efficiënter gekund? Ook bespreek je eventuele vervolgstappen en jouw rol daarin.

2.5.2 Crowdfunding

Een aantal NME-organisaties heeft de afgelopen jaren geëxperimenteerd met crowdfunding als alternatief financieringsmechanisme. Het principe van crowdfunding is als volgt: een organisatie wil een project starten, maar heeft onvoldoende budget. Om dit budget bij elkaar te krijgen, biedt de organisatie het project aan op een website en vermeldt het benodigde bedrag erbij. Op deze manier kan iedereen via de website investeren in het project. Het idee erachter is dat veel particulieren of andere organisaties een klein bedrag investeren en dat deze kleine investeringen bij elkaar het project volledig financieren. Deze kleine investeerders noemt men the crowd.

Crowdfunding is vooral succesvol als je de aandacht van een groot publiek weet te vestigen op jouw project. Bekende Nederlandse crowdfundingplatforms zijn Geld Voor Elkaar, Symbid, We Komen Er Wel, Crowd About Now, Seeds en PitchStar. De organisatie Greenwish brengt alternatieve financieringsmechanismen in praktijk voor NME-organisaties. Zij zetten in op maatschappelijke innovatie en door een bottom-up werkwijze proberen zij particuliere initiatieven op gang te helpen door crowdfunding van duurzame projecten.

2.5.3 Financiering uit het bedrijfsleven

Een goed begin is het halve werk en dat geldt zeker voor een projectbegroting. Doe een bedrijf waar je financiering van wilt hebben bij voorkeur een concreet voorstel waarbij je zelf al een deel van de financiering hebt gezocht en waar je een eigen financiële toezegging voor hebt. Voor een bedrijf is het instappen in een projectidee waar de financiering al (gedeeltelijk) van rond is, aantrekkelijker dan wanneer de financiering en de kansen daarop nog onduidelijk zijn.

Bedrijven zien zichzelf vaak niet in eerste instantie zozeer als financier, maar meer als kennisleverancier. Benadruk dan ook dat je juist dit bedrijf hebt benaderd vanwege diens specifieke expertise en ervaring. Een bedrijf kan bijvoorbeeld ook bijdragen door tijd te steken in het ontwikkelen van een website, het beschikbaar stellen van ruimtes, het toegang bieden tot een netwerk van andere bedrijven of zelfs het aanvragen van subsidies. Denk samen met het bedrijf over de beste manier om de ontbrekende financiering te regelen. Denk daarbij ook aan specifieke ondernemerssubsidies. Bedenk je ook dat een bedrijf soms later in een traject alsnog financieel wil of kan bijdragen. Soms begint de betrokkenheid van een bedrijf met het meedenken en het leveren van uren (tijdsinzet), maar na enige tijd kan het betreffende bedrijf van mening veranderen door het besef dat projecten nu eenmaal middelen nodig hebben.

2.5.4 Voorbeelden van overige financieringsbronnen

Serviceclubs

Serviceclubs zoals de Rotary, Lions, Junior Kamer, Kiwanis, Soroptimisten, Leo's, etc kunnen soms extra financiering voor een arrangement leveren. In totaal hebben de Nederlandse Serviceclubs ongeveer 50.000 leden. Serviceclubs houden zich intensief bezig met maatschappelijke projecten. Deze projecten zijn onbetaalde activiteiten en zeer divers van aard. Vaak zijn ze gericht op fondsenwerving: activiteiten waarmee geld wordt ingezameld bij mensen uit de eigen woonplaats of regio¹.

¹ www.serviceclubs.org

Rabo DichtbijFonds

De Rabobank wil bijdragen aan een maatschappelijk verantwoorde leef-omgeving en heeft om deze reden het Rabo DichtbijFonds opgericht. Hiermee steunt de Rabobank jaarlijks 21 maatschappelijke initiatieven. De leden van de Rabobank bepalen welke projecten financiële steun krijgen. Om een bijdrage te ontvangen vanuit het fonds, moet een project wel aan een aantal voorwaarden voldoen. Zo moet het project bijvoorbeeld de economische bedrijvigheid bevorderen en/of een duurzaam, sociaal maatschappelijk initiatief zijn. Maar het belangrijkste is dat het initiatief de leefbaarheid in de lokale kernen moet versterken. Een project moet de lokale gemeenschap dus altijd iets extra's opleveren².

Stichting DOEN

Stichting DOEN is het fonds van de Nationale Postcode Loterij, en de BankGiro Loterij. Jaarlijks ondersteunt Stichting DOEN meer dan 200 initiatieven door middel van subsidies, participaties, leningen en garanties. Kenmerkend voor deze initiatieven is de ondernemende aanpak: het gaat om mensen, organisaties en bedrijven die risico's durven nemen, creatief en innovatief zijn en daardoor effectief bijdragen aan een betere en schonere wereld. DOEN ondersteunt initiatieven op het gebied van Klimaatverandering, Cultuur & Cohesie en Nieuwe Economie³.

2 www.dichtbijfonds.nl

3 www.doen.nl

**“PROFESSIONALISEREN?
WE ZIJN PROFESSIONALS,
WE DOEN ONS VAK
GOED...”**



Nieuwe competenties van NME-professionals Hier laten we zien hoe de vier organisaties deze nieuwe competenties hebben ingezet in de arrangementen. Trends spotten, netwerken en een brede blik op de inhoud, het komt allemaal aan bod. Maar vooral: hoe hebben de organisaties de vraag uit de markt onderzocht?



Welke competenties en vaardigheden heeft mijn organisatie nodig?

3

Hoezo meer ondernemend? De laatste jaren horen we veel mensen zeggen dat de NME-sector meer 'ondernemender' moet worden. Wordt daarmee bedoeld dat de NME-sector financiële winst moet nastreven? Wij nemen aan van niet. Bedoeld wordt dat je als NME'er meer naar buiten gericht moet zijn, trends moet spotten, flexibel bent en goed moet kunnen netwerken en samenwerken met andere partijen (die misschien wel winst nastreven). Een NME-organisatie gaat daarbij voor 'maatschappelijke' winst.



In dit hoofdstuk leggen we je uit hoe je jezelf deze competenties en vaardigheden eigen kunt maken. Daarbij gebruiken we weliswaar een aantal termen uit het bedrijfsleven, maar daarmee willen we niet impliceren dat je als een bedrijf moet opereren. Let op: we bedoelen ook niet dat iedere NME-professional ondernemerscompetenties en -vaardigheden moet bezitten! Wat we bedoelen, is dat elke NME-organisatie deze in huis zou moeten hebben. In paragraaf 3.5 gaan we daar wat dieper op in.

3.1

BLIK NAAR BUITEN

Vraaggericht werken

Bedrijven besteden jaarlijks miljoenen aan klanten- en consumentenonderzoek. Logisch, want als een bedrijf niet weet wat zijn (potentiële) klanten willen, is het moeilijk een product te ontwikkelen dat ook daadwerkelijk verkocht zal worden.

De belangrijkste 'klanten' van jou als NME'er zijn enerzijds je opdrachtgevers (bijvoorbeeld gemeenten) en anderzijds je afnemers (bijvoorbeeld scholen) en vice versa. Wij pleiten voor veel contact met de klanten en voor het goed herkennen van verschillende typen klanten. Ga bij jezelf na of je ooit onderzoek hebt gedaan naar de wensen en verwachtingen van je klanten. De kans is klein dat je dit op structurele wijze hebt gedaan. Een dergelijk onderzoek kan echter belangrijke meerwaarde voor je organisatie opleveren. Natuur en Milieu Overijssel (NMO) heeft bijvoorbeeld een NME-scan onder gemeenten uitgevoerd, waarbij vooral onderzocht werd welke bijdrage NMO kon leveren aan de realisatie van andere beleidsdoelen van gemeenten dan de klassieke doelen op gebied van natuur/groen en milieu. Hierdoor kan het aanbod van NMO beter inspringen op de wensen van gemeenten.

Wanneer je contact hebt met je klanten, is het belangrijk om vooral je oren goed de kost te geven. Stel vragen als 'Wat voor project zou je interessant vinden?' 'Welk onderwerp spreekt je aan of waar zouden je leerlingen meer van willen weten?' 'Welke verwachtingen heb je van onze rol in een project?' 'Wat vond je in het verleden goed en wat vond je minder goed aan onze projecten?' Eén van de door ons geïnterviewde personen benoemde het doel van het voeren van dergelijke gesprekken in een enkele zin: "Uitvinden waar de energie zit zodat je daar op in kan spelen".

Dergelijke gesprekken en onderzoek helpen je beter inzicht te krijgen in de wensen en eisen van de klanten. Misschien kom je er door dergelijke gesprekken achter dat het aanbod dat je de afgelopen jaren hebt ontwikkeld, niet meer aansluit bij de wensen van de klanten. Of je komt er achter dat je juist op de goede weg bent. Een leuke vorm om dit soort gesprekken in te gieten, is het houden van een zogeheten klantenpanel. Hierbij nodig je een aantal bestaande (of misschien wel potentiële) klanten uit om feedback te geven op je huidige aanbod en nieuwe ideeën aan te leveren. Vraag een externe facilitator om het gesprek te leiden, en zorg dat je zelf vooral goed luistert tijdens het gesprek. Natuurlijk mag je ook meepraten, maar zorg dat je vooral veel informatie krijgt en minder zendt.

Naast 'klanten' (opdrachtgevers en afnemers) zijn er ook 'consumenten' te benoemen in het NME-werkveld. Deze zijn je doelgroepen (bijvoorbeeld leerlingen, kinderopvangmedewerkers of buurttuinbeheerders). Veel NME'ers werken direct met hun doelgroepen, maar dat geldt niet voor iedereen. Als je een NME'er bent die niet veel in contact is met de doelgroepen die je wilt bedienen, denk er dan eens over na om een focusgroepsgesprek met een aantal personen uit je doelgroep te organiseren. Een focusgroepsgesprek is een gestructureerde discussie onder

een kleine groep van belanghebbenden (meestal 4 tot 15 personen), begeleid door een gespreksleider. In relatief korte tijd kun je zo veel informatie krijgen over de voorkeuren, opvattingen, ideeën en belangen van de deelnemers rond een bepaald onderwerp. Ook kun je doorvragen, zodat bijvoorbeeld achterliggende motieven duidelijk worden. Hoe kijken zij aan tegen bepaalde duurzaamheidsthema's? Wat vinden ze interessant en wat juist niet? Waarover hebben ze al kennis en waar zit de kennisbehoefte? Ook dit kan je interessante nieuwe inzichten opleveren ten aanzien van je huidige en toekomstige aanbod.



Duurzaam door
vraaggericht te werken,
je klanten goed te
kennen en te weten wat
ze willen.

3.2

BLIK NAAR BUITEN

Trends spotten en er op inspelen

Opportunisme heeft in veel oren een negatieve klank. Toch kan het soms best handig zijn in je werk. We bedoelen niet dat je achter elke kans aan moet rennen. We bedoelen meer dat het goed is om te kunnen inspelen op trends. Onze westerse maatschappij is nu eenmaal heel gevoelig voor trends. Al Gore zette in 2007 een trend met zijn film *An Inconvenient Truth*. Het gevolg was dat de aandacht voor klimaatverandering opeens enorm toenam. De NME-sector heeft dat ook gemerkt. Ineens wilden scholen maar wat graag meedoen aan projecten over klimaatverandering, terwijl die in 2006 nog moeilijk te slijten waren. Dat kan soms best vervelend en frustrerend zijn, want het probleem was natuurlijk in 2006 ook allang bekend en echt niet minder urgent. Net zozeer als het anno 2012 vervelend is dat de aandacht voor klimaatverandering weer sterk aan het afnemen is.



Wij zijn van mening dat het vechten tegen de bierkaai is om tegen trends in te gaan. Meebewegen met maatschappelijke trends kan er bovendien voor zorgen dat je betere resultaten bereikt en grotere doelgroepen bereikt dan als je vast blijft houden aan je eigen visie. Meer afnemers zullen geïnteresseerd zijn in je project, en je doelgroepen zullen het project leuker en interessanter vinden. Dat hoeft echter niet te betekenen dat je anno 2012 bijvoorbeeld het onderwerp klimaatverandering helemaal geen aandacht meer moet geven, omdat het nu eenmaal niet meer zo populair is. Het onderwerp is immers nog steeds belangrijk en alleen maar urgenter geworden!

Wat wij je wel willen aanraden is na te denken over de verpakking (oftewel marketing) van je projecten. Is anno 2012 het thema *plastic soep* ineens helemaal hip? Dan gebruik je een oud project over energie uit afval en voeg je daar een deelproject over plastic soep aan toe. En in de communicatie over het project richt je je dan natuurlijk met name op het deel over plastic soep. Opportunistisch? Misschien wel. Effectief en efficiënt? Dat zeker!



*Duurzaam door
in te spelen op
trends – dat is
niet hetzelfde als
met alle winden
meewaaien.*

3.3 Netwerken en samenwerken

Als NME-organisatie sta je midden in een samenleving waarin steeds meer verschillende spelers zich bezighouden met duurzaamheidsvraagstukken. Vroeger waren het met name publieke instanties en natuur- en milieuorganisaties die de duurzaamheidsagenda bepaalden. Nu zijn ook bedrijven, welzijnsorganisaties, media, consumentenorganisaties, fair-tradeorganisaties, etc. bezig met duurzaamheid. Dat is een positieve ontwikkeling, want het zorgt voor meer draagvlak voor duurzaamheid in de samenleving.

Er zijn veel actoren die iets willen doen met NME en het zou uitermate jammer zijn als ze daarbij geen NME-professionals zouden betrekken. Daarom is het belangrijk dat deze actoren jou en jouw organisatie kennen. Zorg dat je niet over het hoofd wordt gezien. Veel NME-organisaties hebben al goede communicatie-instrumenten, zoals nieuwsbrieven, ontwikkeld. Daarnaast is het belangrijk om te zorgen dat je een groot netwerk creëert van partijen in jouw regio die zich bezighouden met duurzaamheid. De beste manier om een netwerk te creëren – ook in deze eeuw van sociale media – blijft het leggen van persoonlijk contacten. Een persoonlijk contact is meer waard dan tien volgers op Twitter.

Uiteraard zijn al die sociale media wel een perfect middel om je persoonlijke contacten warm en up-to-date te houden. Het is dus wel degelijk goed om tijd te investeren in sociale media. Maar vergeet vooral het traditionele, persoonlijke netwerken niet.

Wat is netwerken nou eigenlijk? Netwerken is het opbouwen, onderhouden en benutten van persoonlijke contacten om informatie te verzamelen en zo optimaal mogelijk gebruik te maken van deze relaties. Sommige mensen zijn van nature netwerkers, anderen moeten er iets meer hun best voor doen. Welk type je ook bent, onthoud de volgende vuistregels van 'goed netwerken':

- Zorg dat je goed en bondig kunt vertellen wat je ervaring en expertise is en welke meerwaarde je als organisatie te bieden hebt aan een potentiële partner.
- Wees eerlijk. Als je eerlijk bent, ben je vaak het meest op je gemak en heb je een natuurlijke, authentieke uitstraling. Lieg of overdrijf niet met betrekking tot je organisatie of jezelf. Een langdurige netwerkrelatie is gebaseerd op wederzijds vertrouwen.
- Wees open en oprecht in je interesse in anderen.



IK HOOP
IN DE TOEKOMST
NOG VAAK IETS
AAN ELKAAR
TE HEBBEN

- Dress to impress!
- Zorg dat je een goede naam hebt en houdt. Verwijs geen mensen door naar iemand uit je netwerk waarvan je twijfelt over zijn/haar capaciteiten.
- Denk aan de lange termijn. Mogelijk is een oninteressant contact over een jaar ineens goud waard.
- Waardeer een tip. Ook als je denkt niets met de tip te kunnen is het belangrijk je waardering uit te spreken. Soms kun je een tip doorspelen aan iemand anders uit je netwerk, zeg/vraag dit ook aan de tipgever.
- Wees efficiënt. In een netwerkomgeving/bijeenkomst is het belangrijk efficiënt met je planning om te gaan. Te lang praten is vaak onnodig en haalt de 'productiviteit' uit het gesprek. Te kort praten (minder dan 5 minuten) kan onbeleefd overkomen én de kans bestaat dat je belangrijke informatie vergeet.
- Wees gestructureerd. Verzamel visitekaartjes en breng een systeem aan: waar heb je degene ontmoet, wat kunnen jullie voor elkaar betekenen, koppel de juiste naam aan het juiste gezicht.
- Wees attent. Laat ook eens iets van je horen als je de ander niet nodig hebt.
- Wees subtiel. Stap niet met je visitekaartje in je hand op iemand af en bel niet de dag erna gelijk om 09.00 uur je net opgedane contact op.
- Netwerk niet alleen om een bepaald resultaat te bereiken maar ook omdat het leuk is andere mensen te ontmoeten. Probeer te netwerken vanuit de gedachte dat je mensen wilt leren kennen die je sympathiek vindt. Niet-sympathieke mensen zijn vaak geen goede netwerkcontacten.

Goede netwerkcontacten leiden vaak tot samenwerking. Bedrijven en andere actoren die iets willen doen met NME zullen je eerder benaderen en je niet over het hoofd zien. Wanneer je zelf een project met andere actoren wilt ontwikkelen, is het makkelijk om warme contacten uit je netwerk te benaderen en te overtuigen dat ze met je project mee moeten doen.

Duurzaam door persoonlijke contacten, deze zijn veel waard voor je organisatie.

Soms gebeurt het dat je personen tegenkomt die een bepaalde negatieve houding hebben ten opzichte van NME. Dat is in het bijzonder lastig wanneer iemand een positie bekleedt binnen een belangrijke samenwerkingspartner, zoals een gemeente. Zo kan het gebeuren dat de wethouder die NME in zijn portefeuille heeft, geen voorstander is van NME of een verouderd beeld heeft van het werkveld. Ook in dit soort gevallen helpt een groot en warm netwerk, want wanneer je andere wethouders uit het college kent die wel het nut van NME inzien, kun je via hen alsnog druk uitoefenen op de verantwoordelijke wethouder. Dat geldt natuurlijk ook voor raadsleden. Zorg dat je daarom een aantal sleutelpersonen in de raad kent en dat ze goed op de hoogte zijn van je activiteiten.

Netwerken en samenwerken via GroenGelinkt

GroenGelinkt zorgt voor een betere toegang tot en samenhang van educatieve materialen, activiteiten, locaties en organisaties op het gebied van NME/duurzaamheid. Dat doet GroenGelinkt door het ontwikkelen van een informatiesysteem waarop alle NME-organisaties hun aanbod breed toegankelijk kunnen maken. GroenGelinkt draagt bij aan kennisdeling over producten en de kwaliteit van aangeboden producten. Dat biedt mogelijkheden voor overname en lokale aanpassingen, maar ook voor het makelen tussen aanbod van anderen of het samenstellen van arrangementen als dat tegemoet komt aan vragen van eindgebruikers in jouw werkgebied. www.groengelinkt.nl



3.4 Brede blik op de inhoud

De meeste NME-professionals hebben enorm veel en waardevolle kennis. De sector is tot nu toe voornamelijk door de inhoud gedreven. In dit boek spreken we steeds over NME, maar we bedoelen eigenlijk duurzaamheids-educatie. De NME-sector is ontstaan vanuit een focus op natuur en milieu en heeft zich daar tot nu toe vooral op gericht. De maatschappij heeft ondertussen een bredere visie ontwikkeld die duurzaamheid ziet als een balans tussen natuur en milieu, sociale factoren en de economie. Het is van belang dat jij als NME'er deze brede visie ook uitdraagt en dus projecten ontwikkelt die deze drie kanten van duurzaamheid belichten. Kennis van alleen natuur en milieu is vaak niet meer genoeg om een goed duurzaamheidsproject op te zetten. Kennis van economische en sociale aspecten van duurzaamheid kunnen enorm bijdragen aan het ontwikkelen van vernieuwende projecten en het aantrekken van externe partijen.

Maar niemand is expert op alle facetten van duurzaamheid. Een manier om jouw kennis aan te vullen is het samenwerken met partijen die het onderwerp vanuit een ander perspectief en/of discipline bekijken. Het opzetten van nieuwe coalities kan leiden tot vernieuwende projecten. Door de kruisbestuiving die dan plaatsvindt, kan een NME-organisatie nieuwe thema's leren. Uit veel van de interviews die we voor deze publicatie hebben gehouden, bleek dat de NME-organisatie in toenemende mate een 'netwerkorganisatie' is – wat betekent dat het een klein vast team heeft en een grote groep samenwerkingspartners om zich heen heeft verzameld. Als netwerkorganisatie kun je een beroep doen op deze partners als er specifieke activiteiten zijn die jij met je kleine team niet zelf kunt uitvoeren omdat je bepaalde kennis en expertise niet in huis hebt. Voorbeelden van expertise en kennis die je bij andere organisaties kunt halen is kennis van toepassingen van duurzame energie (te halen bij leveranciers en energiebedrijven), de relatie tussen groen en gezondheid (te halen bij bijvoorbeeld GGD-instellingen), sociale duurzaamheids-thema's (te halen bij ontwikkelingssamenwerkings- of welzijnsorganisaties) etc.

Duurzaam door te werken als een duurzaamheidsnetwerk en een brede blik te hebben op NME.

3.5 Diversiteit in het team

In bovengaande paragrafen hebben we een aantal belangrijke competenties en vaardigheden besproken. Volgens ons is het niet realistisch om te denken dat iedereen in de NME-sector al deze competenties en vaardigheden moet hebben. Sterker nog, dat zou onverstandig zijn, want de belangrijkste vaardigheid van het NME-werk (het ontwikkelen en uitvoeren van educatieprojecten) zou daardoor ernstig in het gedrang komen.

Binnen een NME-organisatie moeten al de bovengenoemde competenties echter wel terugkomen. Minstens één persoon in het team zou zich bezig moeten houden met wat er speelt in de markt. Een ander moet goed zijn in trends spotten en in staat zijn deze te vertalen naar projecten. Weer een ander zou een goede netwerker moeten zijn. En ten slotte moet er minstens één medewerker een 'allrounder' of generalist zijn op het gebied van duurzaamheid. Het blijft moeilijk om binnen een kleine organisatie te veel te specialiseren.

Om de competenties in kaart te brengen is het een goed idee om een teambijeenkomst te organiseren waarin je elkaars kennis en vaardigheden bespreekt. Dat kan bijvoorbeeld aan de hand van een persoonlijkheids- of teamrollentest (bijvoorbeeld de Belbintest) die iedereen van te voren invult. Een andere mogelijkheid is om iedereen te vragen elkaar te beoordelen op gebied van bovenstaande competenties en vaardigheden. Belangrijk is om te benadrukken dat verschillende teamgenoten elkaar moeten aanvullen. Ook is het belangrijk dat bepaalde competenties of kennis niet als belangrijker worden gezien of meer worden gewaardeerd dan andere. In deze tijd ligt het gevaar op de loer mensen met goede netwerkvaardigheden als belangrijker of waardevoller te zien dan mensen met goede educatieve vaardigheden. Het is juist goed om te benadrukken dat een succesvolle NME-organisatie meerdere soorten competenties in huis heeft. Diversiteit in het team is een belangrijke voorwaarde voor succes!

Wat gebeurt er als je er achter komt dat je organisatie of team bepaalde competenties of vaardigheden mist? Dat kan je voor lastige dilemma's zetten, vooral wanneer het niet mogelijk is om nieuwe collega's aan te nemen of externe expertise in te huren. Een mogelijkheid is te vragen welk teamlid de missende competenties graag wil ontwikkelen of er affiniteit mee heeft. Tip: kijk eens op de website www.transitiepraktijk.nl. Hier tref je een overzicht aan van belangrijke competenties voor mensen die aan transitie werken. Ook al is niet alles van toepassing op jouw situatie, het helpt je om goed na te denken over belangrijke competenties.

Overigens is het ook belangrijk vanuit een ander perspectief te kijken naar de diversiteit binnen je organisatie. Diversiteit draait niet alleen om verschillende competenties, maar ook om het aantrekken van medewerkers uit verschillende leeftijdscategorieën en afkomst. Dit levert je organisatie een breder netwerk onder diverse doelgroepen op.



*Duurzaam door
een divers team
met verschillende
competenties.*

“HET PROJECT PAST PERFECT IN ONS CORPORATE RESPONSIBILITY BELEID”



Nieuwe samenwerkingsverbanden Hier komen de samenwerkingspartners van het NME-arrangement in beeld. Bestuurlijke partijen, de eindgebruikers en de vernieuwers. Ze vertellen hoe ze in contact kwamen, waarom ze meededen, hoe de samenwerking verliep, wat de rol was van de NME-organisatie en wat de samenwerking hen heeft opgeleverd.



Met wie kan ik samenwerken en hoe?

4

De laatste jaren is er een maatschappelijke trend gaande waarin transparantie en het betrekken van en samenwerken met stakeholders kernvoorwaarden zijn voor goed zakendoen. Dit geldt ook voor non-profit organisaties. Stakeholders, of in goed Nederlands belanghebbenden, zijn erg belangrijk voor de NME-sector. Samenwerken met stakeholders is een strategie om de sector een meer open karakter te geven, meer innovatieve en vraaggestuurde projecten te laten opzetten en de veerkracht – ook financieel – van de sector te bevorderen.

In dit hoofdstuk bespreken we een aantal soorten samenwerkingspartners van de NME-sector. We bespreken wat de redenen zouden kunnen zijn om met dergelijke partijen samen te werken. Ook beschrijven we een aantal algemene karaktertrekken van verschillende soorten samenwerkingspartners. Natuurlijk ontsnappen we daarbij niet aan generaliseren. We hopen dat jij als lezer in gedachte houdt dat de werkelijkheid een stuk genuanceerder ligt en dat onderstaande karakterschetsen een enigszins karikaturale aard hebben. In dit hoofdstuk gaan we tevens dieper in op de vraag hoe je met alle partijen kunt samenwerken. We beginnen met een aantal aandachtspunten die je bij het samenwerken altijd in je hoofd moet houden. Daarna gaan we dieper in op specifieke aandachtspunten per type samenwerkingspartner in.

4.1 Algemene aandachtspunten

4.1.1 Bij het opzetten van een arrangement: strategisch en gestructureerd te werk gaan

Veel NME-organisaties staan zeer positief tegenover samenwerking met andere partijen. Vaak weten ze echter niet goed hoe ze nieuwe samenwerkingsverbanden kunnen initiëren en hoe ze (nieuwe) samenwerkingspartners aan zich kunnen binden. Bij het opzetten van nieuwe initiatieven zoals een arrangement is het belangrijk om gestructureerd en strategisch te werk te gaan. Maak daarom eerst een inventarisatie van partijen die wat betreft hun corebusiness of expertise goed bij het onderwerp van je NME-arrangement passen. Ga juist met die partijen in gesprek en vertel ze duidelijk waarom je met hen in gesprek wilt gaan. Benader deze mogelijke samenwerkingspartners zoveel mogelijk persoonlijk. De meer afstandelijke benadering van het sturen van bijvoorbeeld een brief of flyer waarin je partijen vraagt of ze geïnteresseerd zijn in het opzetten van een gezamenlijk arrangement, heeft veel minder effect dan een gerichte benadering van één of meerdere partijen die het beste bij het (op te zetten) arrangement passen.

Bereid voor het eerste oriënterende gesprek een concreet voorstel, met doelstellingen en concrete taak- en rolverdeling, voor. Het is erg belangrijk doelstellingen eenvoudig en eenduidig op te stellen en ze Specifiek, Meetbaar, Acceptabel, Realistisch en Tijdgebonden (SMART) te maken. Concrete en haalbare concepten maken het bovendien

makkelijker om partijen te benaderen, te enthousiasmeren, over te halen en mee te krijgen. Stel je tegelijkertijd ook flexibel op; als een partij een andere doelstelling voor het arrangement voor ogen heeft, moet dat bespreekbaar zijn. Om direct commitment op hoog niveau te krijgen, is het een goed idee een directielid mee te nemen naar een gesprek met de directeur van je beoogde partner.

4.1.2 Bij het aangaan van een samenwerkingsverband: investeren in een goede relatie

De beginfase van de samenwerking in een arrangement kan soms lastig zijn en voelen als een proces van aftasten. De onderlinge communicatie is nog onwennig en wederzijdse verwachtingen zijn nog niet uitgesproken. Het is dus van belang een kennismakingsfase in te plannen en de tijd te nemen voor het opbouwen van een vertrouwensband tussen de samenwerkingspartners. Wanneer het arrangement eenmaal van start is gegaan en de eerste successen geboekt worden, stijgt het vertrouwen in het arrangement en de samenwerking.

Zorg dat je verwachtingen bespreekt met je samenwerkingspartners. Het is van groot belang op voorhand de verwachtingen die leven bij de verschillende samenwerkingspartners duidelijk en expliciet uit te spreken, zodat alle partijen weten wie waarvoor verantwoordelijk is. Neem dan ook tijd voor een duidelijke rolverdeling en wees open en transparant (maar ook realistisch) in wat je aan elkaar hebt en wat je van elkaar verwacht. Het verduidelijken van verwachtingen is in het bijzonder belangrijk omdat partijen vaak andere werkwijzen hanteren. Dit kan tot botsingen leiden wanneer je je hier niet van bewust bent.

4.1.3 Als het samenwerkingsverband eenmaal loopt: communiceren

Wanneer je arrangement eenmaal goed loopt, zorg dan dat je communicatie- en PR-middelen inzet. Externe communicatie maakt het aantrekkelijk voor veel partijen om samen op te trekken en zo bekendheid aan het arrangement en de samenwerkingspartners te geven. Het wordt voor een partij aantrekkelijk om mee te werken aan een arrangement als zij kunnen 'meeliften' op communicatie-uitingen van jouw organisatie. Duidelijkheid vooraf over wat en naar wie gecommuniceerd wordt, is van belang. Hoewel openheid en transparantie de uitgangspunten zijn, kan het vanuit strategisch belang van een partij wenselijk zijn bepaalde informatie niet naar buiten te brengen.

Besteed ook aandacht aan interne communicatie binnen een arrangement. Geef gedurende de looptijd van het arrangement regelmatig updates aan je partners, zelfs als er niet zoveel te melden is. Houd het contact met belanghebbenden tijdens het project warm en geef vervolg aan bijeenkomsten. Anders verdwijnt het enthousiasme en zal het contact daardoor ook verminderen. Een handige manier is jezelf aan te leren op een vaste dag in de week een korte update per e-mail te sturen, waarin je vertelt wat er afgelopen week gebeurd is en wat er komende week gaat gebeuren.

Duurzaam door strategisch en gestructureerd te zoeken naar samenwerkingspartners, te investeren in een goede relatie en veelvuldig met (en over elkaar!) te communiceren.

4.2 Samenwerken met onderwijsinstellingen

Veel NME-organisaties hebben langdurende samenwerkingsrelaties met onderwijsinstellingen in hun regio. Onderwijsinstellingen zijn immers een natuurlijke partner voor de NME-sector. De relaties die je als NME-organisatie met onderwijsinstellingen hebt zijn veel waard. De nauwe banden tussen onderwijsinstellingen en NME-organisaties maken het erg aantrekkelijk voor andere partijen (zoals bedrijven) om deel te nemen aan een NME-arrangement. Een bedrijf kan immers door deelname een grote groep jongeren bereiken (die voor hen interessant zijn als mogelijke klanten of toekomstige werknemers). Waterschappen zien investeren in watereducatie bijvoorbeeld vaak als een vorm van arbeidsmarktcommunicatie. Door jongeren tijdig te interesseren voor het thema water verwachten zij makkelijker jonge werknemers te kunnen aantrekken.

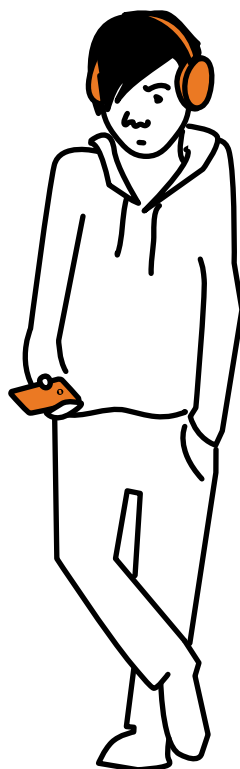
Wat opvalt in de huidige samenwerking met onderwijsinstellingen, is dat NME'ers vaak kiezen voor samenwerking met het basisonderwijs. Dat is enerzijds logisch, omdat de contacten met het basisonderwijs er vaak al decennialang zijn. Samenwerking met voortgezet onderwijs is in veel gevallen minder aanwezig. Daarom richten we ons in deze paragraaf specifiek op samenwerking met het voortgezet onderwijs.

4.2.1 Aandachtspunten in het samenwerken met voortgezetonderwijsinstellingen

Voor veel voortgezetonderwijsinstellingen is het nog steeds lastig te bepalen waar NME een plek kan krijgen in hun curriculum. Van oudsher zijn vakken als maatschappijleer, ANW, biologie of aardrijkskunde het meest benaderd. Vaak werden er dan leskisten of lespakketten aangeboden die docenten in staat stelden om zelf een bepaald thema binnen hun vak te behandelen. Maar als NME-professional is het belangrijk je in deze innovatief op te stellen. Ook economie of natuurkunde kunnen juist weer verrassende aanknopingspunten bieden voor NME-onderwerpen. Bovendien kan het veel meerwaarde bieden om NME breed te integreren binnen het onderwijsaanbod van een school. Duurzaamheid komt dan binnen verschillende vakken terug. Dat vergt andere producten en methoden dan leskisten en lespakketten. Duurzaamheid kan ook terugkomen in de bedrijfsvoering van scholen. Veel scholen zoeken nu naar die koppeling tussen lesprogramma's en bedrijfsvoering. Als NME-organisatie kun je daar op inspelen door het ontwikkelen van projecten waarin niet alleen educatie, maar ook implementatie van duurzame maatregelen binnen scholen centraal staat.

Veel voortgezetonderwijsinstellingen denken dat hun leerlingen niet geïnteresseerd zijn in NME-activiteiten. Middelbare scholieren zijn over het algemeen inderdaad lastiger enthousiast te maken voor projecten op het gebied van duurzaamheid (in tegenstelling tot de meeste basisschoolleerlingen). Er zijn wel jongeren die zich graag willen inzetten voor duurzaamheid, maar zij vormen helaas een minderheid. Als NME-organisatie is het goed om uit te stralen dat je hier goed mee weet om te gaan. Zorg dat je arrangement aansluit op de belevingswereld van jongeren. Daarmee overtuig je onderwijsinstellingen dat hun leerlingen je arrangement interessant zullen vinden.

BOEIUH...



Aandachtspunten bij het ontwikkelen van een interessant lesprogramma voor middelbare scholieren:

- Jongeren hebben een kortere **aandachtsspanne** dan volwassenen (en vmbo'ers kunnen zich over het algemeen minder lang concentreren dan vwo'ers). Stem je programma af op de behoeften en mogelijkheden van je doelgroep. Zorg voor afwisselende werkvormen, veel 'doe-onderdelen' maar ook rustmomenten. Probeer voor theoretische onderdelen gebruik te maken van film. Leg regelmatig uit waar je mee bezig bent en wat je gaat doen, zodat jongeren de grote lijn zien en begrijpen. Maar zorg vooral dat het leuk is.
- Jongeren zijn gevoelig voor een **beloning**, vooral als het iets betreft wat normaal onbereikbaar is. Prijsvragen werken daarom vaak goed bij jongeren. De beloning hoeft niet materieel te zijn, maar kan ook het aanbieden van een leuke activiteit zijn. Het gemaakte werk tentoonstellen op een plek waar veel mensen komen, een ontmoeting met de burgemeester, een plan ook echt uitvoeren in samenwerking met een bedrijf. Gebruik de creativiteit en het netwerk van je organisatie om iets leuks te regelen voor de jongeren die zich hebben ingezet voor je project.

- Jongeren vinden het interessant als er **bedrijven** betrokken zijn bij een project, helemaal als een bedrijf als 'opdrachtgever' voor de jongeren fungeert. Denk daarom aan de mogelijkheid tot het opnemen van stageopdrachten of andere praktijkopdrachten bij bedrijven binnen een project. Jongeren zijn vanaf een jaar of 14 al zeer bewust bezig met de vraag 'wat ga ik na school doen?'. Wanneer er bedrijven betrokken zijn bij een project kunnen zij zich oriënteren op eventuele toekomstige sectoren waarin ze werkzaam willen zijn. Ook voor bedrijven is deelname in een NME-project interessant. Bedrijven vinden het niet alleen leuk om een project met jongeren uit te voeren, maar geven ook aan dat ze jongeren als toekomstige werknemers en klanten zien. Voor het bedrijfsleven is deelname in een project dus een goede kans om met deze groep kennis te maken.
- Overweeg het gebruik van **peer education** als methode. De overdracht van kennis en ervaring en het motiveren van de jongeren om een bepaalde activiteit te ondernemen gebeurt bij peer education door leeftijdgenoten met dezelfde achtergrond als de doelgroep. Doordat de 'boodschapper' aansluit bij de eigen leefwereld en daardoor als betrouwbaar wordt gezien, zijn jongeren ook gevoeliger voor de 'boodschap', de inhoud van de informatie. Het lukt peer educators daarom eenvoudiger dan ouders, docenten of projectleiders om voor een bepaald onderwerp interesse te wekken of om een schijnbaar gesloten groep open te breken en discussie los te maken. Of om jongeren ertoe te bewegen zich in een thema te verdiepen of een bepaalde activiteit te ondernemen.
- Haak aan bij (nationale) initiatieven die veel **media-aandacht** krijgen, zoals Duurzame Dinsdag of Serious Request. Wanneer jongeren een bepaald initiatief herkennen van bijvoorbeeld televisie of radio, maakt het voor hen deel uit van hun belevingswereld. Op deze manier voelen ze zich eerder betrokken bij het initiatief en willen ze zich ervoor inzetten.

Wanneer onderwijsinstellingen actief deelnemen aan een NME-arrangement, is het belangrijk om rekening te houden met de jaarplanning die onderwijsinstellingen doorgaans hanteren: vaak wordt het lescurriculum al een jaar van te voren vastgelegd. Wanneer je een onderwijsinstelling te laat bij een arrangement betreft, is de kans groot dat de instelling puur vanwege planningstechnische redenen niet deel kan nemen aan het arrangement. Als je samenwerkt met onderwijsinstellingen en bijvoorbeeld een lesprogramma wilt aanbieden, begin dan dus heel tijdig met plannen.

Ook is commitment van de betrokken docenten heel belangrijk; betrek ze bij het arrangement en geef ze een rol. Om grotere aantallen docenten te bereiken kunnen vakverenigingen, zoals bijvoorbeeld het NIBI (voor biologiedocenten) en het KNAG (voor aardrijkskundedocenten) een goed vliegwiel zijn. Vergeet daarnaast ook de betrokkenheid op directie- en managementniveau niet. Zij kunnen je arrangement niet alleen inhoudelijk vooruit helpen, maar ook helpen bij het leggen van contacten met andere samenwerkingspartners. Bovendien is het commitment van schoolbesturen nodig om strategische besluiten te nemen over het integreren van duurzaamheid binnen het onderwijsaanbod en bedrijfsvoeringen van scholen.

*Duurzaam door
verder te gaan
dan lespakketten
en leskisten.*

4.3 Lokale (en regionale) overheden

Sommige NME-organisaties opereren binnen de gemeentelijke overheden, sommige erbuiten. Ook als je als NME-organisatie buiten de gemeentelijke organisatie opereert, is het belangrijk om de situatie erbinnen goed te kennen en draagvlak te creëren voor je activiteiten en arrangementen. Interne politieke en bestuurlijke steun is essentieel voor het slagen van arrangementen. Zonder deze steun is het lastig draagvlak buiten het politieke bestuur te creëren en is de kans op gemeentelijke financiering aanzienlijk kleiner.

4.3.1 Aandachtspunten bij het samenwerken met lokale (en regionale) overheden

Wanneer je in gesprek bent met gemeenten over een op te zetten arrangement, benadruk dan het belang van de gemeente. Benoem expliciet de aansluiting van het arrangement bij de strategie of beleidsdoelstellingen. Draag hierbij succesvoorbeelden van andere gemeenten aan.

Voor het opzetten en slagen van een arrangement kan het strategisch zijn om een gemeentelijke ambassadeur te hebben. Zoek daarom een invloedrijke persoon binnen het gemeentelijke bestuur met affiniteit of ervaring op het gebied van NME, zoals een burgemeester of wethouder. Wanneer deze persoon bereid is bij te dragen aan een arrangement, kan hij/zij anderen enthousiasmeren.

De laatste jaren wordt er binnen gemeenten steeds vaker gesproken over 'focus op kerntaken'. Daarmee wordt bedoeld dat gemeenten niet moeten investeren in projecten die niet gericht zijn op de kerntaken, zoals wonen en infrastructuur. NME wordt helaas vaak niet als een kerntaak beschouwd. Dit kan negatieve gevolgen hebben voor de steun van gemeenten aan NME-activiteiten of -arrangementen. Een manier om dit probleem te ontlopen is een koppeling te maken met andere beleidsterreinen binnen de gemeente. Een koppeling maken tussen een NME-arrangement en andere beleidsterreinen binnen de gemeente verbreedt niet alleen het draagvlak hiervoor, maar biedt ook nieuwe kansen. Het verankert bovendien NME op meerdere plekken binnen de gemeentelijke organisatie. In onderstaande paragrafen wordt kort ingegaan op enkele beleidsterreinen waarmee mogelijk een koppeling te maken is. Maar zie dit niet als een uitputtend lijstje en durf ook na te denken over andere beleidsterreinen dan de hier genoemde!

Klimaat en energiebeleid

Veel gemeenten hebben ambities geformuleerd omtrent energie- en klimaatdoelstellingen (bijvoorbeeld klimaatneutraal zijn in 2020). Gedragsverandering van bewoners en bedrijven is een essentiële stap in het realiseren van deze ambities. NME-organisaties kunnen hier in grote mate aan bijdragen door het opzetten van arrangementen en activiteiten die energiebesparing of het gebruik van hernieuwbare energie stimuleren.

Biodiversiteitsbeleid

Een kleiner aantal gemeenten heeft momenteel een beleid gericht op het behouden en versterken van biodiversiteit. De verwachting is dat dit in de komende jaren toe zal nemen vanwege de groeiende aandacht en belangstelling voor het onderwerp. NME-organisaties kunnen op dit momentum inspringen door nu al te laten weten hoe ze kunnen bijdragen aan het biodiversiteitsbeleid en hoe ze een vertaalslag naar bewoners kunnen maken. Denk bijvoorbeeld aan arrangementen rondom het stimuleren van biodiversiteit in tuinen en speeltuinen.

Sociaal beleid

Hierbij kan bijvoorbeeld gedacht worden aan een koppeling met werk-gelegenheidsprojecten vanuit de gemeente. Immers, de inzet van werkzoekenden, stagiaires of re-integratiecliënten in een NME-arrangement levert dan een bijdrage aan een re-integratietraject en kan extra capaciteit en kennis bieden aan het arrangement.

Lokaal economisch beleid

Ook het stimuleren van lokale ondernemers om maatschappelijk verantwoord te ondernemen, is een beleidsambitie die heel goed te koppelen is aan een NME-arrangement. Door een NME-arrangement vanuit de afdeling Economische Zaken aan te bieden aan bedrijven, wordt hen immers direct een concreet handvat geboden om hun MVO-ambities vorm te geven.

Grondstoffen en materialen

Gemeenten zijn gebaat bij het stimuleren van afvalscheiding en hergebruik, oftewel het promoten van een circulaire economie, afvalpreventie in het algemeen en het voorkomen van zwerfafval in het bijzonder. Beter gescheiden afval en minder afval op straat zorgen voor een kostenreductie op de gemeentelijke begroting. NME-projecten kunnen een aanzienlijke bijdrage leveren aan het stimuleren van afvalscheiding en -preventie.

Gezondheidsbeleid

Ook een koppeling van NME en gezondheidsbeleid biedt kansen. Veel arrangementen combineren natuureducatie al met beweging, sporten en voeding. Op beleidsniveau kan deze koppeling nog veel sterker worden aanzet, of zelfs worden geïnitieerd. Ook samenwerking met de GGD kan een NME-arrangement versterken.

Millenniumgemeenten en Fair-Tradegemeenten

Veel gemeenten in Nederland hebben zicht gecommiteerd aan de Millenniumdoelen van de Verenigde Naties in het algemeen en het bevorderen van Fair Trade in het bijzonder. Onderdeel van de ambities van veel van deze gemeenten is het vergroten van het bewustzijn van bewoners ten aanzien van de Millenniumdoelen en Fair Trade. NME-organisaties kunnen hier aan bijdragen door in hun initiatieven ook aandacht te vragen voor deze aspecten van duurzaamheid en samen te werken met organisaties die deze initiatieven ontwikkelen.

4.3.2 Lokale politieke partijen

Ten slotte een laatste paragraaf over lokale politieke partijen. Veel NME-organisaties hebben contacten onder linkse of groene partijen maar minder onder andere partijen. Alle lokale coalitie- en oppositiepartijen samen hebben echter een groot bereik onder de bevolking en potentiële bedrijven of andere samenwerkingspartners. Het is belangrijk al deze partijen te betrekken of op de hoogte te houden van je activiteiten in het algemeen en van je arrangementen in het bijzonder. Brede betrokkenheid van meerdere politieke partijen bevordert bovendien de continuïteit van het arrangement na bestuurswisselingen.



Duurzaam door
NME te linken
aan andere
beleidsterreinen.

4.4 Bedrijven

Dat er een verschil is tussen de werkcultuur van het bedrijfsleven en de non-profitsector, is geen verrassing en hoeft ook zeker geen belemmering te zijn voor een goede samenwerking. Vooroordelen over elkaars werkcultuur kunnen echter wel een belemmering vormen. Bij bedrijven bestaat bijvoorbeeld vaak nog het idee dat non-profitmedewerkers niet resultaatgericht werken. Omgekeerd denken sommige medewerkers van non-profitorganisaties dat ondernemers maar één doel voor ogen hebben: winst. Deze – en meer – vooroordelen staan het aangaan van een samenwerkingsproject in de weg. Ga eens bij jezelf na of je inderdaad zulke ideeën hebt over het bedrijfsleven. Je bewust zijn van vooroordelen is een goede stap op weg naar het uit de weg ruimen ervan. En wat kun je doen aan de eventuele vooroordelen die bedrijven tegen jou hebben? Je kunt ze bespreken of er een grapje over maken, maar de beste manier is natuurlijk om ze te laten merken dat ze niet kloppen.

4.4.1 Aandachtspunten bij het samenwerken met bedrijven

De meeste bedrijven waarderen het wanneer ze in een persoonlijk gesprek gevraagd worden om mee te werken aan een arrangement. Het sturen van bijvoorbeeld een algemene brief waarin je bedrijven vraagt of ze geïnteresseerd zijn in het opzetten van een gezamenlijk project, heeft waarschijnlijk veel minder effect dan een gerichte benadering van één of meerdere bedrijven die goed bij het project passen. Maak daarom eerst een inventarisatie van bedrijven die wat betreft hun corebusiness of expertise goed bij het onderwerp van je arrangement passen. Lees je bovendien in het MVO- of MBO-beleid van de betreffende bedrijven in. Aan de hand hiervan kun je inschatten welk bedrijf, of welke bedrijven, je het beste kunt benaderen.

Wees je er bij het samenwerken met bedrijven van bewust dat bedrijven er vaak op gebrand zijn snel te schakelen. De kans is groot dat de gesprekspartner van het bedrijf met wie je wilt samenwerken in een arrangement, binnen vijf minuten wil weten wat je idee is en welke rol zijn of haar bedrijf daar in kan spelen. Zorg daarom dat je voor het gesprek al hebt nagedacht over de rol van je gesprekspartner in het op te zetten arrangement. Presenteer je plan kort en zakelijk ('elevator pitch'), alsof het een businessvoorstel is. Het voorstel moet voldoende concreet zijn, de voorkeur gaat uit naar een uitgewerkt stappenplan dat bruikbaar, bereikbaar en betrouwbaar is. Wees wel bereid je plannen aan te passen wanneer het betreffende bedrijf een heel andere rol voor zichzelf ziet weggelegd!

Bij het samenwerken met bedrijven is het verder belangrijk oog te hebben en te houden voor economische kansen. NME-arrangementen kunnen bedrijven kansen bieden voor het invullen van zowel hun duurzaamheidsbeleid als bedrijfsstrategie. Als volwaardige samenwerkingspartner is het belangrijk dat je hier oog voor hebt. Je hoeft deze kansen niet zelf te kunnen inschatten – je kent immers de zakelijke strategie van het bedrijf niet of niet goed. Wel is het slim om in een gesprek in de opstartfase te verkennen welke belangen het bedrijf heeft bij het arrangement. Wanneer het bedrijf inderdaad aangeeft kansen te zien, kun je gezamenlijk nadenken over een zo optimaal mogelijke benutting van deze kansen voor beide partijen. Het arrangement kan bijvoorbeeld zo ingericht worden dat het bedrijf contacten kan leggen met potentiële klanten. Wees hierbij wel zakelijk en integer, onderschat niet wat je te bieden hebt en houd wel altijd de balans tussen wat je investeert en wat je er voor terugkrijgt in het oog.

Welke bedrijven zitten in je (directe) omgeving en hoe vind je ze?
Hieronder een lijst van handige netwerken.

Kamers van Koophandel

Er zijn 21 regionale autonome Kamers van Koophandel in Nederland met circa 60 kantoren. De kamers beschikken over kennis en gegevens van het lokale en regionale bedrijfsleven. Er wordt momenteel gewerkt aan de ontwikkeling van 'ondernemerspleinen, waarin de KvK's samen met andere partijen, zoals Syntens en Agentschap NL, gaan opereren. Op de website www.kamervankoophandel.nl is allerlei informatie over bedrijven te vinden.

Ondernemersverenigingen voor het MKB

Onder het midden- en kleinbedrijf (mkb) verstaan we de ondernemingen met 1 tot 250 werknemers. Maar liefst 99% van de ondernemingen in Nederland behoort tot het mkb. In Nederland is MKB-Nederland de grootste ondernemerscentrale in het land. Ongeveer 125 brancheorganisaties en zo'n 400 regionaal en lokaal gerichte ondernemersverenigingen zijn erbij aangesloten. Voor de agrarische sector is Land- en Tuinbouw Organisatie Nederland (LTO) de grootste ondernemers- en werkgeversorganisatie. LTO Nederland vertegenwoordigt bijna 50.000 agrarische ondernemers. Voor meer informatie over het mkb en de regionale en lokale ondernemersorganisaties kun je terecht op www.mkb.nl en www.ltonederland.nl.

MVO Nederland

MVO Nederland is de nationale kennis- en netwerkorganisatie voor maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO). MVO Nederland bouwt aan een snelgroeiend bedrijvennetwerk. Zowel beginners, gevorderden als koplopers en zowel mkb als het grootbedrijf zijn bij dit netwerk aangesloten. MVO Nederland en het nieuwe programma DuurzaamDOOR van Agentschap NL sloten eind 2012 een samenwerkingsovereenkomst af om op regionaal niveau netwerken beter met elkaar te verbinden en de slagkracht te vergroten. Op de website van MVO Nederland zijn alle partners te vinden: www.mvonederland.nl/partners.

Maatschappelijke Beursvloer

De Maatschappelijke Beursvloer is een lokaal evenement waar maatschappelijke behoeften worden verhandeld: vraag en aanbod van vrijwilligerswerk in de meest brede zin van het woord. Bedrijven, serviceclubs, scholen, maatschappelijke organisaties, vrijwilligersorganisaties en overheden ontmoeten elkaar. De sfeer is informeel en dynamisch. Doel: het maken van een match. Wat de een biedt, is voor de ander zeer gewenst. De matches hebben betrekking op menskracht, kennis, toegang tot netwerken, materiaal, faciliteiten en creativiteit. Bij voorkeur is de match tweerichtingsverkeer waardoor er een gelijkwaardig partnerschap ontstaat. Er wordt gehandeld op de Maatschappelijke Beursvloer, maar met gesloten beurzen. Zie: www.beursvloer.com.

IdealenKompas

Het IdealenKompas is een online maatschappelijke marktplaats, waar vraag en aanbod aan elkaar gekoppeld worden. Mensen met een duurzaam projectidee kunnen een profiel aanmaken van hun initiatief. Bedrijven met een aanbod voor het ondersteunen van een maatschappelijk initiatief maken ook een profiel aan voor hun aanbod. Als het profiel volledig is ingevuld ziet elke gebruiker welke initiatieven of aanbieders matchen met het eigen profiel. Zie: www.idealenkompas.nl.

*Duurzaam door samen
te werken met bedrijven
en oog te hebben voor
economische kansen
binnen je arrangement.*

4.5 Kinderopvangorganisaties

De kinderopvangsector in Nederland groeit en krimpt elk jaar – afhankelijk van kabinetsbeleid en economische omstandigheden. Maar de algemene trend is dat de sector sinds 10 jaar behoorlijk is gegroeid en geprofessionaliseerd. Bovendien staan kinderopvangorganisaties sinds 2005 los van gemeenten en dus financieel en organisatorisch op eigen benen. Voor NME-organisaties kunnen kinderopvangorganisaties interessante samenwerkingspartners zijn. Ze werken immers met kinderen (zowel in voor-schoolse als buitenschoolse opvang) en hebben vaak tijd voor activiteiten die NME-organisaties aanbieden. Voor de kinderopvang zelf kan samenwerken met NME-organisaties veel interessante mogelijkheden bieden: een verrijking van het aanbod voor kinderen en een profilering van hun organisatie als groen en duurzaam. De laatste jaren is in de kinderopvangsector een concurrentiestrijd gaande tussen verschillende organisaties. Daarom zien steeds meer kinderopvangorganisaties de noodzaak in zich te profileren ten opzichte van andere. Als NME-organisatie kun je niet alleen bepaalde activiteiten aanbieden, maar ook een adviserende rol hebben bij bijvoorbeeld het aanleggen van groene speelpleinen en het verduurzamen van de bedrijfsvoering van kinderopvangorganisaties.

4.6 Maatschappelijke organisaties

Naast bovengenoemde zijn er natuurlijk nog meer organisaties die mogelijk interessant zijn om te betrekken bij arrangementen. Wij bespreken er in deze paragraaf een aantal als voorbeeld en inspiratie. Uiteraard zijn er veel meer soorten organisaties te bedenken die geïnteresseerd kunnen zijn in samenwerking. Richt je blik dus goed naar buiten en durf nieuwe samenwerkingscombinaties te initiëren.

4.6.1 Organisaties op het gebied van internationale samenwerking

In Nederland zijn veel organisaties actief op het gebied van internationale samenwerking. Deze organisaties hebben baat bij het creëren van draagvlak en begrip in Nederland voor hun werkzaamheden in ontwikkelingslanden. Een methode die vaak gebruikt wordt is het relateren van educatieve activiteiten in Nederland aan activiteiten in ontwikkelingslanden. Ontwikkelingsorganisaties hebben ook ontdekt dat werken aan duurzaamheid in Nederland een belangrijke bijdrage kan leveren aan doelstellingen van ontwikkelingsbeleid. Vooral door het stimuleren van bewustzijn onder consumenten en de ketens die achter producten schuil gaan. Het zijn twee kanten van dezelfde medaille.

Veel van deze organisaties ondernemen activiteiten op het gebied van duurzaamheid in ontwikkelingslanden. Daarom kan het voor NME-organisaties interessant zijn om gezamenlijk educatieve activiteiten in Nederland op te zetten. In een dergelijke constructie versterken de expertisegebieden elkaar. Regionale COS'en (Brabant/Zeeland, Limburg, Gelderland en Flevoland) beschikken bijvoorbeeld over kennis en expertise wat betreft ontwikkelingssamenwerking en zijn dus wellicht geïnteresseerd om bij een arrangement betrokken te raken. Andere regionale en lokale organisaties die zich hier mee bezighouden zijn particuliere initiatieven, wereldwinkels en stedenbandstichtingen. Ook landelijk zijn er veel organisaties die op dit gebied werkzaam zijn, zoals Oxfam Novib, Hivos en Cordaid. Thema's als water, voedsel, biodiversiteit of energie zijn hierin verbindend.

Het landelijke kenniscentrum op dit terrein is de NCDO: www.ncdo.nl

4.6.2 Collega NME-organisaties

Een potentieel soort samenwerkingspartner die vaak over het hoofd gezien wordt, is de collega NME-organisatie. Nederland kent momenteel een groot aantal NME-organisaties die soms zelfs in dezelfde regio werkzaam zijn. Zeker wanneer er financiële en maatschappelijke druk op organisaties staat, is het een reflex elkaar te beschouwen als concurrenten en dus niet te willen samenwerken. Dit kan echter contra-productief werken wanneer je dezelfde doelgroepen en samenwerkingspartners hebt. Voor die doelgroepen en samenwerkingspartners is het niet logisch dat maatschappelijke organisaties elkaar zien als concurrenten. Deze houding zal over het algemeen dan ook op onbegrip kunnen rekenen. Daarnaast is er nog een ander argument om elkaar niet te zien als concurrent maar als samenwerkingspartner.

Als soortgelijke organisaties loop je waarschijnlijk tegen dezelfde dingen aan en kan het goed zijn deze met elkaar te bespreken. Bovendien kun je profiteren van elkaars expertise en netwerken. Zeker in het licht van de eerder besproken diversiteit binnen teams (zie paragraaf 3.5) kan het juist heel voordelig zijn om samen te werken; leen expertise aan elkaar uit in plaats van nieuwe medewerkers aan te moeten nemen.

4.6.3 Andere organisaties die educatieve projecten aanbieden

Niet alleen NME- en ontwikkelingsorganisaties zijn bezig met educatieve projecten. In Nederland zijn ook sectoren die zich bezighouden met kunst- en cultuureducatie, sporteducatie, educatie over gezond eten en bewegen en erfgoededucatie. Soms zijn er specialistische organisaties die zich met dergelijk werk bezighouden, en soms zijn het organisaties zoals musea die educatieve projecten opzetten. Hoe het ook zij, het kan vanuit een brede blik op duurzaamheid interessant zijn om samenwerking te zoeken met deze organisaties. De afgelopen jaren zijn er al NME-arrangementen geweest waaraan partijen als het wetenschapsmuseum NEMO, het Zuiderzeemuseum, het Watermuseum in Arnhem en natuurmuseum Naturalis samenwerkingspartner waren.



Ervaringen delen

De kennis en ervaring uit de verschillende NME-arrangementen zijn de afgelopen jaren gedeeld tijdens de Communities of Practice (CoP's). Een CoP is een groep mensen die een gemeenschappelijk belang of passie deelt en die kennis, inzichten en ervaringen uitwisselt met als individueel doel: versterking van de eigen praktijk en als gezamenlijk doel: kennis- en competentie-ontwikkeling, verdieping en verbreding van het vak NME en versnelling van verbeteringen. Tijdens de CoP's hebben koplopers uit de praktijk kennis gedeeld over de volgende innovatieve thema's:

- Groen en gezond
- Biodiversiteit en bedrijfsleven
- Water
- Duurzaamheidsknooppunten
- Energie
- Vitale Coalities voor een brede school

Het belang van kennis, inzicht en ervaring delen werd door de deelnemers van de CoP's onderschreven. Deelnemers vonden het inspirerend om over elkaars initiatieven te horen en konden profiteren van elkaars contacten. Vaak ontstonden uit de bijeenkomsten nieuwe ideeën en samenwerkingsverbanden tussen deelnemers.

“WE ZIJN BEGONNEN ALS EDUCATIEF PROJECT MAAR GROEIEN NAAR EEN BREDERE ROL”



Duurzaam doorgaan Hier komt alles samen. In deze compilatie van de vier voorgaande filmpjes laten we een overzicht van de vier arrangementen en hun toekomstplannen zien.



Nawoord

We begonnen dit managementboek met de woorden dat het een moeilijke tijd is voor de NME-sector. Uit de gesprekken die wij hebben gevoerd voor deze publicatie, bleek gelukkig dat de sector de afgelopen jaren bewezen heeft zeer veerkrachtig en flexibel te zijn. Wij geloven dat die trend van veerkracht en flexibiliteit door zal zetten en dat de rol van NME-organisaties bovendien steeds belangrijker wordt in de transitie naar een duurzame, groene samenleving. Wij hopen dat jij als lezer van dit boekje dit zelf ook zo ziet, en dat dit boekje je inspiratie en concrete handvatten geeft.

Tot slot willen wij nog kwijt dat wij zeer onder de indruk waren van de individuen en organisaties die we gesproken hebben en wat zij bereikt hebben - vooral in een tijd waarin financiering voor projecten niet bepaald voor het oprapen lag. Als auteurs willen wij dan ook graag een ieder die wij gesproken hebben heel hartelijk bedanken voor hun medewerking, openheid en vooral inspiratie.

Annelien van Meer
Natasja Hulst

November 2012

Reminders Duurzaam door

in te spelen op trends – dat is niet hetzelfde als met alle winden meewaaien.

strategisch en gestructureerd te zoeken naar samenwerkingspartners, te investeren in een goede relatie en veelvuldig met (en over elkaar!) te communiceren.

verder te gaan dan lespakketten en leskisten.

persoonlijke contacten, deze zijn veel waard voor je organisatie.

te werken als een duurzaamheidsnetwerk en een brede blik te hebben op RME.

vraaggericht te werken, je 'klanten' goed te kennen en te weten wat ze willen.

samen te werken met bedrijven en oog te hebben voor economische kansen binnen je arrangement.

RME te linken aan andere beleidsterreinen.

samenwerking aan te gaan met andere maatschappelijke organisaties en elkaar te versterken.

een divers team met verschillende competenties.



**WWW.NME.NL &
WWW.LERENVOORDUURZAMEONTWIKKELING.NL
WORDEN VANAF 2013
WWW.DUURZAAMDOOR.NL**