Campus Kattenberg
Arteveldehogeschool
Kattenberg 9
9000 GENT

Bachelorproef Mens en Samenleving

VERA: een integratieworkshop om maatschappelijk verantwoord ondernemen en consumeren aan te leren binnen het vak Mens en Samenleving

Promotor:
Veerle Willems

Bachelorproef voorgedragen door:
De Backer Laura
De Schryver Jonna
Hoornaert Lien
Van Coppernolle Ulrike

Vakgroep:
Economie en Handel-Burotica

2019-2020

tot het behalen van het
diploma van:

Educatieve bachelor voor
secundair onderwijs

TREFWOORDEN

Integratieworkshop

Mens en Samenleving

Duurzaam ondernemen

Duurzaam consumeren

Dankwoord

Met trots stellen we onze bachelorproef voor als afsluiter van onze opleiding ‘Bachelor in het onderwijs: secundair onderwijs’ aan de Arteveldehogeschool te Gent. Als studenten Economie, kozen we ervoor om onze bachelorproef te wijden aan het ontwerp van lesmateriaal voor het vak Mens en Samenleving.

We hebben het geluk gehad om de medewerking te krijgen van heel wat personen om deze bachelorproef te realiseren. Bij deze wensen we ze dan ook te bedanken.

In de eerste plaats willen we onze promotor mevrouw Veerle Willems van harte bedanken. Zij volgde ons werk nauwgezet op en gaf waardevolle feedback over de vormgeving van ons onderzoek en lesmateriaal. Ook haar steun en bemoedigende woorden hielpen ons doorheen het schrijf- en ontwikkelingsproces.

Daarnaast willen we de leerkrachten Mens en Samenleving bedanken die onze enquête invulden. Dankzij hen kregen we een beter zicht op de noden in het werkveld. Ook betuigen wij onze dank aan de leerkrachten die interesse toonden in het geven van feedback op het uitgewerkt lesmateriaal. Hun inzichten zorgden ervoor dat we ons tussentijds eindproduct konden verbeteren.

Appreciatie zijn wij ook verschuldigd aan de docenten van de lerarenopleiding. Zij gaven ons een boeiende en leerrijke opleiding. Door hun expertise en ondersteuning konden wij groeien tot de toekomstige leerkrachten die we binnenkort zijn.

Tevens willen wij onze partners en vrienden bedanken voor de morele steun en wijze raad. Tot slot gaat een bijzonder woordje van dank uit naar onze ouders, broers en zussen. Zij waren onze klankborden bij het brainstormen over de workshop en gaven tips bij het schrijven en ontwerpen van het lesmateriaal. Zij wisten ons steeds te motiveren en zorgden ook voor de nodige ontspanning.

Wij wensen jullie veel leesplezier toe!

Laura De Backer, Jonna De Schryver, Lien Hoornaert en Ulrike Van Coppernolle

Gent, 16 juni 2020

Inhoudstafel

Hoofdstuk 1: Onderzoeksvoorstel 7

1 MOTIVATIE ONDERWERP 7

2 VERKENNINGSFASE 7

2.1 Definities MVO en MVC 8

2.2 Literatuurstudie 11

2.3 Workshop 36

Hoofdstuk 2: Beschrijving van de ontwikkelingsnood 38

1 HET PRODUCT 38

2 ONDERZOEKSVRAAG EN DEELVRAGEN 39

2.1 Onderzoeksvraag 39

2.2 Deelvragen 39

Hoofdstuk 3: VERA: een integratieworkshop 43

1 DE WORKSHOP 43

1.1 Vera 43

1.2 Verloop van de workshop 43

2 LEIDRAAD 44

2.1 De lerarenbundel 44

2.2 Website 44

Hoofdstuk 4: Procesbeschrijving 45

Hoofdstuk 5: Evaluatie 46

1 SELECTIE VAN DE RESPONDENTEN 46

2 ALGEMENE FEEDBACK 46

3 FEEDBACK PER HOEK 47

3.1 Hoek 1: MVO – initiatieven met focus op deplaneet 47

3.2 Hoek 2: MVO – Initatieven met focus op mens en planeet 47

3.3 Hoek 3: MVC – afvalvrij consumeren 47

3.4 Hoek 4: MVC - Bewust consumeren 47

4 STERKTE-ZWAKTE ANALYSE 48

4.1 sterktes 48

4.2 Zwaktes 48

Hoofdstuk 6: Besluit 49

Bibliografie _____ **51**

Bijlagen _____ **56**

1 ENQUÊTE _____ **57**

2 EMAIL SCHOLEN: INTERVIEW _____ **85**

3 INTERVIEW _____ **86**

4 FEEDBACK _____ **94**

5 MATERIAAL WORKSHOP _____ **127**

Inleiding

“We leven op deze planeet alsof we een andere hebben om naartoe te gaan” (Swearingen, sd), zo verwoordde Terri Swearingen de manier waarop de mens omgaat met de planeet. Vooral jongeren zijn zich de jongste jaren erg bewust van het probleem. Zij hechten meer dan ooit belang aan thema’s zoals klimaatopwarming, duurzaamheid of natuurbehoud. Dit uiten ze door bijvoorbeeld deel te nemen aan klimaatprotesten of door hun verontwaardiging te delen op sociale media. Ook wij als toekomstige leerkrachten behoren tot dezelfde groep van mensen die hier belang aan hecht. Toen de vakgroep Economie de vraag kreeg om motiverend en overkoepelend lesmateriaal te ontwikkelen rond maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO) en maatschappelijk verantwoord consumeren (MVC) binnen het vak Mens en Samenleving, waren we dan ook meteen overtuigd om hiermee aan de slag te gaan.

Aan de hand van een enquête en interview afgenomen bij vakleerkrachten, kregen we een concreet beeld van de tekortkomingen in het werkveld. Leerkrachten ervaren voornamelijk nood aan activerend, gestructureerd, bewegingsrijk en differentiërend lesmateriaal, dat online tools integreert. Gegeven de geïdentificeerde noden van leerkrachten, kwamen we tot de volgende onderzoeksvraag:

> *Hoe creëren we meer samenhang tussen de onderwerpen maatschappelijk verantwoord ondernemen en consumeren en andere onderwerpen binnen het vak Mens en Samenleving op een actieve manier?*

Om een volledig antwoord te formuleren op de onderzoeksvraag, stelden we zeven deelvragen op. Met behulp van deze deelvragen groeide het idee om de VERA-workshop te ontwikkelen als antwoord op onze onderzoeksvraag. Deze workshop heeft tot doel leerlingen bewust te maken van de initiatieven die bedrijven nemen in het kader van MVO. Daarnaast willen we hen ook motiveren en inspireren om zelf bewust te consumeren.

De workshop is opgebouwd uit vier hoeken. Elke hoek bouwt een brug van MVO of MVC naar één of meerdere lesonderwerpen binnen het vak Mens en Samenleving. Om structuur en overzicht te bieden binnen de hoeken, reiken we lesmateriaal aan met een sobere en strakke lay-out. We ontwierpen ook het personage Vera om de leerlingen te begeleiden en te motiveren doorheen de workshop. We maken ook geregeld gebruik van digitale tools, zoals BookWidgets of Padlet. Tevens ontwikkelden we een lerarenbundel die leerkrachten begeleidt in het organiseren van de workshop.

Onze workshop speelt op die manier in op de noden van leerkrachten door activerende en bewegingsrijke werkvormen te integreren. We werken differentiërend door zowel de leerling als de leerkracht de keuze te geven uit verschillende opdrachten. Daarnaast laat een workshop ook toe om meerdere onderwerpen te behandelen in een langere tijdsspanne.

Deze bachelorproef is opgedeeld in zes hoofdstukken. In hoofdstuk één, bespreken we de verkenningsfase waarin we onder andere de begrippen MVO en MVC definiëren en de beschikbare leerwerkboeken in het werkveld bestuderen. Verder motiveren we waarom we voor een workshop kozen om MVO en MVC aan te brengen. In hoofdstuk twee, beschrijven we de ontwikkelingsnood samen met de onderzoeksvraag en de deelvragen. Vervolgens lichten we de structuur en organisatie van de integratieworkshop toe in hoofdstuk drie. Hoofdstuk vier beschrijft het ontwikkelingsproces en hoofdstuk vijf bespreekt de feedback die leerkrachten gaven op het ontwikkelde materiaal. In hoofdstuk zes tenslotte, maken we een besluit van onze gehele bachelorproef.

Hoofdstuk 1: Onderzoeksvoorstel

1 Motivatie onderwerp

Op 10 januari 2019 stapten meer dan 3.000 leerlingen van het secundair onderwijs mee in een mars tegen de klimaatopwarming. In geen tijd groeiden Anuna De Wever en Kyara Gantois uit tot de vertegenwoordigers van de strijd van jongeren voor het klimaat. Het begrip *Klimaatspijbelen*, waarbij jongeren niet naar school gaan om te protesteren voor het invoegen van een klimaatplan, werd al snel een veelbesproken begrip in Vlaanderen. (SPS, DVDA, & HA, 2019)

Het is duidelijk dat thema's als klimaatopwarming, duurzaamheid en natuurbehoud een belangrijke plaats innemen voor jongeren. Het thema kan geïntegreerd worden in heel wat vakken van het secundair onderwijs. Zo kunnen de leerlingen in het vak Nederlands nieuwe begrippen bestuderen zoals 'bosbrosser', 'klimaatspijbelaar', 'klimaatmars', enzovoort. In het vak Aardrijkskunde kunnen de bosbranden en hun impact worden bestudeerd, wanneer het Amazonewoud wordt besproken. Deze thema's kunnen tevens ruim aan bod komen in het vak Mens en Samenleving. In september 2018 ontwikkelde de Vlaamse overheid het leerplan "Mens en Samenleving". In dit leerplan zijn doelstellingen opgenomen rond de onderwerpen maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO) en consumeren (MVC). Een uitgelezen kans voor leerkrachten om te werken rond deze thema's.

Toen de vakgroep Economie de vraag kreeg vanuit het werkveld om motiverend, activerend en overkoepelend didactisch materiaal uit te werken rond MVO en MVC, voelden we ons onmiddellijk aangesproken. Naast het feit dat deze onderwerpen ons nauw aan het hart liggen, was dit een uitgelezen kans om uitgebreid kennis te maken met het vak Mens en Samenleving. Binnen onze opleiding kwamen MVO en MVC immers slechts sporadisch aan bod. Graag wilden we ons hierin verdiepen om onze kennis uit te breiden rond dit thema aangezien dit steeds belangrijker wordt binnen de economie en de maatschappij. Daarnaast vonden we het een intrigrerend idee om lesmateriaal te ontwikkelen dat in het werkveld door leerkachten zou kunnen gebruikt worden. Dit motiveerde ons om innoverend en creatief materiaal te ontwikkelen.

Na het vastleggen van de onderzoeksvraag, stelden we onszelf tot doel om materiaal te ontwikkelen dat voldoet aan de ontwikkelingsnood van leerkrachten en hen warm maakt om er onmiddellijk mee aan de slag te gaan.

2 Verkenningsfase

Samen gingen we op zoek naar een allesomvattende beschrijving van maatschappelijk verantwoord ondernemen en consumeren. Dit proces dienden we samen te doorlopen om zoveel mogelijk informatie rond deze onderwerpen te vergaren en te bespreken. Hierna hadden we een concrete voorstelling van deze begrippen en konden we al proeven van enkele voorbeelden. Volgende definities vonden we het meest voor de hand liggend en besloten we naar voren te schuiven.

2.1 DEFINITIES MVO EN MVC

2.1.1 Maatschappelijk verantwoord ondernemen

2.1.1.1 Definitie

Volgens MVO Vlaanderen is Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO): "de verantwoordelijkheid van een organisatie voor de effecten van haar besluiten en activiteiten op de maatschappij en het milieu door transparant en ethisch gedrag". Ondernemingen tonen hierbij belangstelling voor mensenrechten, consumentenbelangen en sociale, ethische en milieukwesties tijdens hun bedrijfsactiviteiten. (MVO Vlaanderen, n.d.)

Test Aankoop omschrijft MVO als volgt: "Bedrijven kijken naar de impact die hun activiteiten hebben op de maatschappij en op het leefmilieu. Ook geven ze aan dat het begrip kadert in het thema "duurzame ontwikkeling", nl. het rationeel en respectvol gebruik van menselijke, materiële en natuurlijke middelen. Het doel is het welzijn van de toekomstige generaties op sociaal, economisch en ecologisch vlak niet in gevaar te brengen.". (Test Aankoop, 2016) Beide definities halen dus aan dat bedrijven aandacht moeten hebben voor de impact van hun activiteiten op maatschappij en milieu. De definitie van Test Aankoop gaat echter verder en legt ook de link naar duurzame ontwikkeling en het rekening houden met de belangen van de toekomstige generaties.

Een voorbeeld van MVO is het initiatief van McDonald's om plastic te verminderen en meer verpakkingen in Europa te recycleren. Hiermee wil McDonald's zijn voetafdruk verkleinen en inspelen op de vraag van haar klanten. Daarnaast geeft het bedrijf als werkgever iedereen de kans en vrijheid om zich te ontwikkelen en actief te participeren in de maatschappij. (McDonald's, sd) Met de actiepijlers 'Reducing Waste', 'Climate Action' en 'Good Employer' wil McDonald's bijdragen aan een duurzame ontwikkeling.

2.1.1.2 3 P's van duurzame ontwikkeling

De definities van MVO en het voorbeeld van McDonald's tonen aan dat MVO ook sterk gelinkt is met duurzame ontwikkeling. In dat verband wordt vaak verwezen naar de 3 P's van duurzame ontwikkeling van de Verenigde Naties die staan voor People, Planet en Profit. Deze beschrijven we hieronder meer in detail en leggen we ook steeds de link met het voorbeeld van McDonald's.

People

People staat voor belanghebbenden. Dit verwijst naar iedereen die iets te maken heeft met een onderneming. De centrale vraag bij dit begrip luidt: Wat doet de onderneming voor die mensen? (Diederik, 2018)

De volgende termen worden vaak geassocieerd met People: (Avans Hogeschool, 2017)

- Arbeidsomstandigheden
- Mensenrechten
- Maatschappelijke betrokkenheid
- Veiligheid
- Discriminatie

McDonald's houdt rekening met 'People' door iedereen de kans en vrijheid te geven om zich te ontwikkelen en zo te kunnen participeren in de maatschappij. (McDonald's, sd)

Planet

Planet staat voor de planeet aarde. Wanneer een onderneming zorgdraagt voor de aarde, houdt het bij het uitvoeren van haar activiteiten rekening met het milieu. Dit kan onder andere door bewust om te springen met grondstoffen of CO2-uitstoot te reduceren.

De volgende termen worden vaak geassocieerd met Planet: (Avans Hogeschool, 2017)

- CO2-reductie
- Recycleren
- Afval en hergebruik
- Duurzame producten en diensten

McDonald's zette bijvoorbeeld een groot innovatieprogramma 'Better M' op om plastic te verminderen en meer verpakkingen in Europa te recycleren. Door *recycling* geeft de fastfoodketen zoveel mogelijk van de gebruikte grondstoffen terug aan de aarde.

Profit

Profit staat voor winst. Zorg voor profit betekent het maken van voldoende winst om het voortbestaan van het bedrijf te kunnen garanderen. (VISTIKHETMAAR, sd)

De volgende termen worden vaak geassocieerd met Profit: (Avans Hogeschool, 2017)

- Winst
- Transparantie
- Innovatie
- Kwaliteit

McDonald's wil met zijn economische activiteiten winst maken om te overleven.

De 3 P's moeten te allen tijde in evenwicht zijn. Wanneer er een onevenwicht bestaat, zal minstens één P hieronder lijden. Stel dat winst de absolute prioriteit krijgt, zullen mens en milieu hiervan het slachtoffer worden. Later werden de 3 P's ook nog geherformuleerd naar de 5 P's waarbij *profit* werd weggelaten en *Prosperity*, *Partnership* en *Peace* werden toegevoegd. In wat volgt, focussen wij echter steeds op de 3 P's als *framework* voor het ontwikkelen van ons lesmateriaal.

2.1.2 Maatschappelijk verantwoord consumeren

Niet enkel bedrijven moeten aandacht hebben voor mens en milieu. Ook consumenten moeten hun steentje bijdragen. Test Aankoop merkte op dat "meer en meer mensen bekommerd zijn om de manier waarop producten en diensten tot stand komen. Er is sprake van een stijgend ethisch bewustzijn." (Test Aankoop, 2016). In dat geval spreken we van het begrip maatschappelijk verantwoord consumeren (MVC).

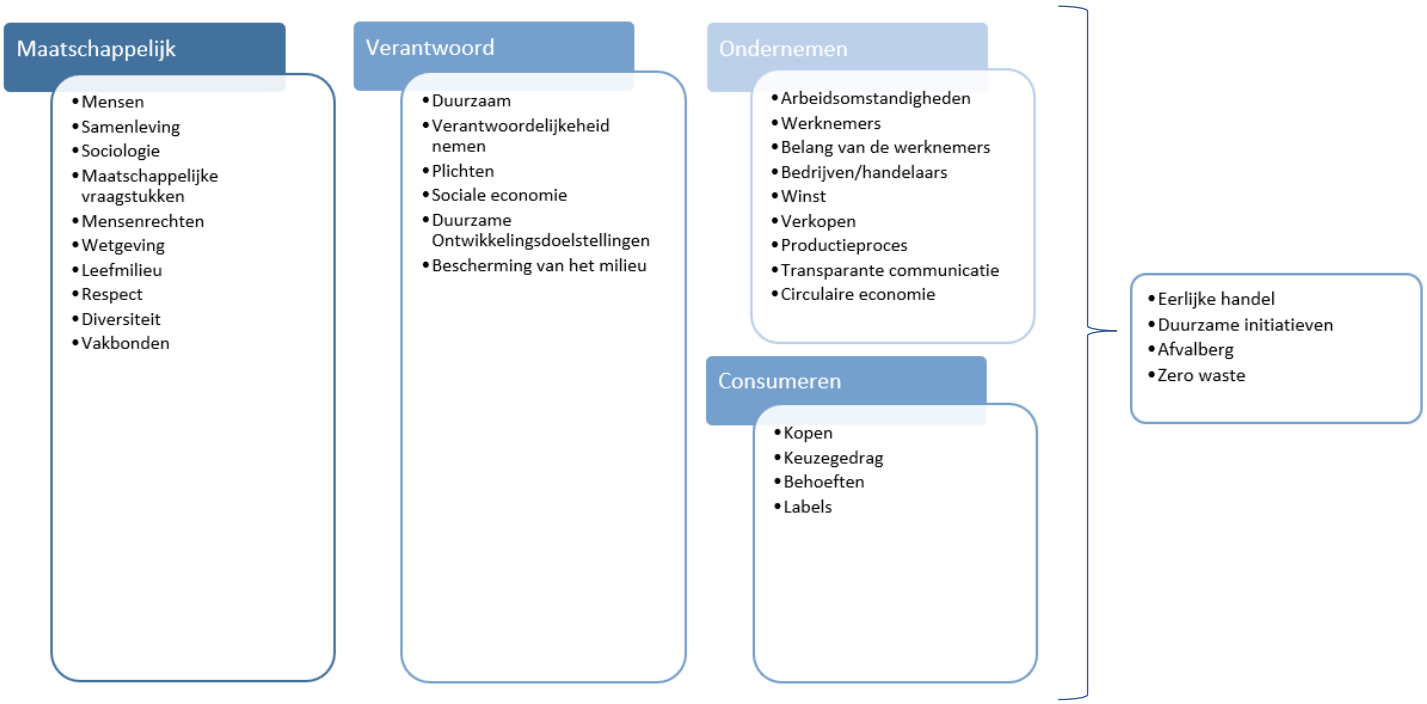
Bij nader onderzoek kwamen we tot de conclusie dat maatschappelijk verantwoord consumeren synoniem is aan duurzaam consumeren. Duurzaam consumeren betekent consumeren zonder dat dit nadelig is voor mens en milieu.

Een persoon consumeert maatschappelijk verantwoord wanneer hij bewust kiest voor aankopen die mens, dier en milieu niet benadelen. (Nurgul, 2017)

Mensen die duurzaam consumeren, kopen producten aan met een duurzaam keurmerk en geven de producten na gebruik een goede bestemming. (Rijksoverheid, sd)

Schematische voorstelling

Om onze kennis en de gevonden informatie op een rij te plaatsen, creëerden we een schema (zie figuur 1: Associaties bij MVO en MVC). Hierin ordenen we begrippen die samenhangen met de centrale begrippen uit MVO-C: maatschappelijk, verantwoord, ondernemen en consumeren.



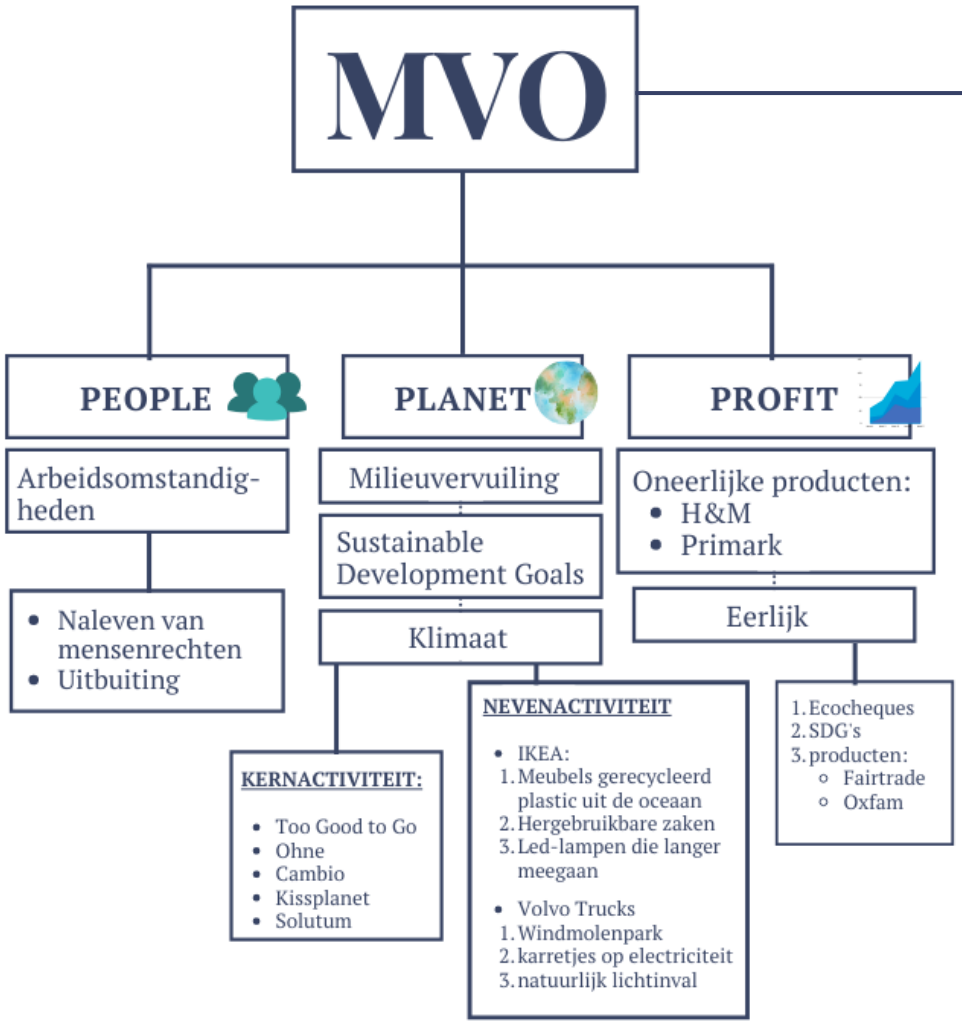
Figuur 1: Associaties bij MVO en MVC

2.2 LITERATUURSTUDIE

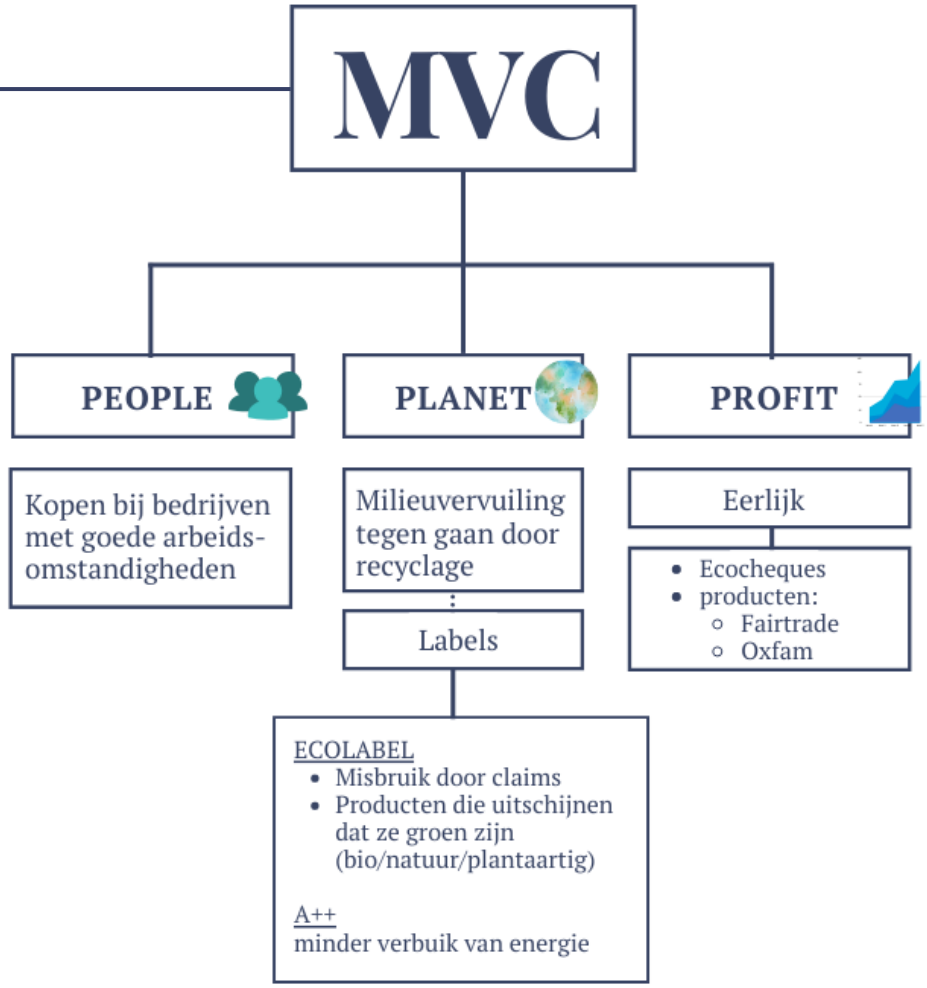
2.2.1 Onze associaties bij het thema

Na het verkennen van de onderwerpen MVO en MVC, brainstormden we over de onderwerpen die we wilden integreren in het lesmateriaal (zie figuur 2: Mindmap MVO en figuur 3: Mindmap MVC). Zo hadden we het idee om zowel MVO als MVC te bespreken in de vorm van de 3 P's. Op die manier konden we de link leggen tussen acties van bedrijven (bv. verzekeren van goede arbeidsomstandigheden) en acties van consumenten (bv. kopen bij bedrijven met goede arbeidsomstandigheden).

Bij MVO kwam al snel het aspect 'oneerlijke producten' aan bod en werden er heel wat duurzame initiatieven aangehaald rond zowel lokale (bv. Ohne) als internationale bedrijven (bv. IKEA). Ook bespraken we concrete acties van bedrijven voor mens (bv. goede arbeidsomstandigheden) en planeet (bv. windmolenpark van Volvo). Bij MVC kwam al snel het gebruik van labels aan bod (bv. voedingslabel) en dachten we ook aan de initiatieven van de overheid om duurzaam koopgedrag te stimuleren (bv. ecocheques).



Figuur 2: Mindmap MVO



Figuur 3: Mindmap MVC

2.2.2 Onze bevindingen

Om zicht te krijgen op de invulling, aanpak en vormgeving van de leerwerkboeken Mens en Samenleving, voerden we een vergelijkend onderzoek uit naar de werkboeken beschikbaar in de mediatheek Kattenberg van de Arteveldehogeschool. We namen hierbij zowel digitale als fysieke leerwerkboeken kritisch onder de loep. We stelden ons hierbij de volgende hoofdvraag: Welke leerwerkboeken werken activerend en behandelen meerdere onderwerpen binnen een thema?

Dit onderzoek resulteerde in een schematische voorstelling (zie tabel 1: Eigen bevindingen – leerwerkboeken Mens en Samenleving) waarin we *Hub, MikS, Mens en samenleving, LifeLike* en *Radar* beoordelen op basis van de volgende evaluatiecriteria: niveau, lay-out, samenhang, werkvormen en media.

2.2.2.1 Schematisch overzicht

Tabel 1: Eigen bevindingen - leerwerkboeken Mens en Samenleving

Evaluatiecriteria		HUB: magazine mens en samenleving - Vita  (die Keure, 2019)	MikS  (Van In, 2019)	Mens en samenleving  (Pelckmans, 2019)	LifeLike  (Plantyn, 2019)	Radar  (Averbode, 2019)
NIVEAU	Op niveau van leerlingen	+ Op niveau van de leerlingen	+ Op niveau van de leerlingen	± Op niveau van de leerlingen (Aanwezigheid van veel lange moeilijke teksten)	± Op niveau van de leerlingen (Aanwezigheid van zeer eenvoudige opdrachten. Bv. In welke volgorde was ik mijn handen?)	+ Op niveau van de leerlingen
	Leefwereld	+ In de leefwereld door integratie van inspirerende quotes, coole termen en symbolen, realistische casussen, digitale media, puzzels, …	+ In de leefwereld door integratie van populaire digitale media, krantenartikelen die hen aanbelangen, realistische casussen, …	+ In de leefwereld door integratie van realistische casussen en krantenartikelen die hen aanbelangen	+ In de leefwereld door het gebruik van *emoticons*, hashtags, testen en vlogs	+ In de leefwereld door integratie van populaire digitale media, *moodboard*, filmfragmenten van populaire films, cartoons, …
	Eigen ervaringen/ voorkennis	+ Stimulatie van voorkennis + Vertrekt veelvuldig vanuit de eigen ervaringen	+ Stimulatie van voorkennis + Vertrekt regelmatig vanuit de eigen ervaringen	− Weinig tot geen stimulatie van de voorkennis − Vertrekt weinig vanuit persoonlijke ervaringen	+ Stimulatie van voorkennis + Vertrekt regelmatig vanuit de eigen ervaringen	+ Stimulatie van de voorkennis + Vertrekt veelvuldig vanuit de eigen ervaringen

Evaluatiecriteria		HUB: magazine Mens en Samenleving - Vita	MikS	Mens en samenleving	Lifelike	Radar – Spiegelbeeld
SAMENHANG EN STRUCTUUR	Samenhang	+ Logische opbouw + Goede samenhang doorheen het magazine	+ Logische opbouw + Goede samenhang binnen de thema's + Onderzoek- en themagericht opgebouwd	+ Logische opbouw + Goede samenhang binnen de thema's	+ Logische opbouw – Samenhang niet altijd even duidelijk. Bv. Heeft voeding een effect op je gezondheid? -> geklasseerd onder de titel 'Word je ziek van een schermpje?' – Weinig visuele samenhang door gebruik van verschillende achtergronden	+ Logische opbouw + Goede samenhang doorheen de opdrachten + Onderzoek- en themagericht opgebouwd
	Structuur	– Duidelijke structuur ontbreekt (geen OVUR, enkel titels en nummering van de opdrachten -> nummering loopt verder doorheen het magazine)	+ Zeer duidelijke structuur door middel van OVUR	+ Duidelijke structuur (info en aan de slag) + Duidelijke thema's (bv. Rol van de overheid)	– Structuur van OVUR werd vervangen door onduidelijke Engelstalige begrippen. Bv. #checkitout – Onduidelijke thema's door vraagstelling. Bv. Kan één boom tien airco's vervangen?	+ Zeer duidelijke structuur door middel van OVUR + Stappenplannen

Evaluatiecriteria		HUB: magazine Mens en Samenleving - Vita	MikS	Mens en samenleving	Lifelike	Radar – Spiegelbeeld
LAY-OUT	Kleur-gebruik	+ Elk magazine heeft een centraal kleur = duidelijk	+ Kleurgebruik in functie van OVUR = zeer duidelijk	+ Neutraal kleurgebruik	– Veel verschillende kleuren, franjes en achtergronden	+ Kleurgebruik in functie van OVUR = zeer duidelijk
	Pagina-opmaak	+ Eenduidige paginaopmaak	+ Eenduidige en overzichtelijke lay-out	+ Eenduidige paginaopmaak	– Zeer drukke lay-out	+ Eenduidige en overzichtelijke lay-out
	Tekst	+ Teksthoeveelheid aangepast	+ Teksthoeveelheid aangepast	+ Grote hoeveelheden tekst	+ Teksthoeveelheid aangepast	+ Teksthoeveelheid aangepast
WERK-VORMEN	Projecten/ variatie	– Weinig tot geen projecten	– Weinig tot geen projecten	+ Meerdere projecten	– Weinig tot geen projecten	+ Één groot project
	Individuele opdrachten	+ Zelfevaluatie (checklist gekende leerstof) + BZL	+ Zelfevaluatie (checklist gekende leerstof) + BZL	+ Zelfevaluatie (checklist gekende leerstof)	+ Zelfevaluatie (checklist gekende leerstof)	+ Zelfevaluatie (weergave lesdoelen met checklist)
	Computer opdrachten	+ Computer-opdrachten	+ Computer-opdrachten	+ Computer-opdrachten	+ Computer-opdrachten	+ Computer-opdrachten
	Groeps-opdrachten	+ Klasgesprekken	+ Placemats + Groepswerk	+ Groepswerk	+ Groepswerk	+ Groepswerk
	Andere	+ Integratie actualiteit + Enquêtes + Mindmaps + Klasgesprekken	+ Integratie actualiteit	+ Integratie actualiteit + Verdiepings- en uitbreiding-opdrachten + Enquêtes + Escaperoom	+ Integratie actualiteit + Onderzoek a.d.h.v. onderzoeks-vragen + Mindmaps + Enquête	+ Integratie actualiteit + Onderzoek a.d.h.v. Onderzoeks-vragen + Klasgesprekken

Evaluatiecriteria		HUB: magazine Mens en Samenleving - Vita	MikS	Mens en samenleving	Lifelike	Radar – Spiegelbeeld
MEDIA	Video-fragmenten	+ Videofragmenten	+ Videofragmenten	+ Videofragmenten	+ Videofragmenten	+ Videofragmenten
	Affiches, cartoons en afbeeldingen	+ Gebruik van affiches, cartoons en afbeeldingen	+ Gebruik van affiches, cartoons en afbeeldingen	+ Gebruik van affiches, cartoons en afbeeldingen	+ Gebruik van affiches, cartoons en afbeeldingen	+ Gebruik van cartoons en afbeeldingen + *Moodboard* (rode draad)
	Grafieken en tabellen	+ Tabellen	+ Grafieken en tabellen	+ Grafieken en tabellen	+ Tabellen	+ Tabellen
	QR-codes	+ QR-codes	– Geen QR-codes	– Geen QR-codes	+ QR-codes	– Geen QR-codes

2.2.2.2 Toelichting

Deze tabel toont aan dat de leerwerkboeken *HUB, MikS, Mens en samenleving, LifeLike en Radar* grote gelijkenissen vertonen op vlak van werkvormen en mediagebruik. De verschillen bevinden zich hoofdzakelijk in niveau, lay-out en structuur.

De leerwerkboeken die we het minst waarderen, zijn *Mens en samenleving* en *LifeLike*. Het leerwerkboek *Mens en samenleving* bevat naar onze mening te veel moeilijke en lange teksten terwijl *LifeLike* eerder een duidelijke structuur mist. De 'coole' Engelse termen ter vervanging van 'OVUR', wegen niet op tegen het didactische model OVUR. Daarnaast ervaren we de verscheidenheid aan achtergronden eerder als chaotisch dan aantrekkelijk.

In verband met onze hoofdvraag: 'Welke leerwerkboeken werken activerend en behandelen meerdere onderwerpen binnen een thema?', merkten we op dat de leerwerkboeken voornamelijk gericht zijn op het uitvoeren van een onderwijsleergesprek. Zelfstandige projecten komen aan bod in het leerwerkboek *Mens en samenleving,* doch in mindere mate. Een uitzondering is het leerwerkboek *Radar*. Alle leerwerkboeken van *Radar* worden gezien als een afzonderlijk project. Dit leerwerkboek zet het meest in op het zelfstandig uitvoeren van opdrachten met behulp van stappenplannen.

Actieve werkvormen waarbij leerlingen in beweging zijn, komen zo goed als niet voor. Deze komen enkel aan bod als leraren hier specifiek aandacht aan schenken en bereid zijn om een lesonderdeel om te zetten in een actief lesgebeuren. Dit is jammer omdat een gezonde levensstijl vraagt om een gezonde mix van bewegen, staan en zitten. (GEZONDLEVEN, sd) In het onderwijs zitten leerlingen vaak een hele dag op de schoolbanken met uitzondering van de voorziene pauzes.

Daarnaast ondervonden we dat er weinig samenhang is doorheen de leerwerkboeken. De afzonderlijke thema's zijn vaak afgelijnd en bespreken hooguit twee onderwerpen. *Radar* is hier opnieuw een uitzondering omdat het aan de hand van een projectmatige aanpak meerdere onderwerpen doorheen de leerwerkboeken integreert.

Samengevat legt het schematisch overzicht in het bijzonder twee knelpunten bloot. De leerwerkboeken van Mens en Samenleving zijn niet ontworpen met het oog op activerende werkvormen en vertonen weinig samenhang doorheen de thema's.

In een volgende stap peilden we ook naar de ervaringen van leerkrachten met deze leerwerkboeken.

2.2.3 Bevraging bij leerkrachten

2.2.3.1 Enquête

Naast onze eigen bevindingen bevroegen we ook hoe leerkrachten in het werkveld diezelfde werkboeken – *Hub, MikS, Mens en samenleving; LifeLike, Radar* – evalueren via een enquête, opgesteld in Google Formulieren. Het specifieke doel van deze enquête was het verzamelen van ervaringsgerichte gegevens. Dit deden we aan de hand van een open vraagstelling om zoveel mogelijk inhoudelijke informatie te verkrijgen. We plaatsten de enquête in de Facebookgroep *'Mens & Samenleving'*. Het onderzoek werd ingevuld door 27 van de 800 leerkrachten aangesloten bij de groep. De respons die we kregen, vormde een grote toegevoegde waarde.

We verwerkten de gegevens uit de enquête in drie segmenten. Het eerste segment bevat de troeven en gebreken van de leerwerkboeken Mens en Samenleving. Het tweede segment geeft een overzicht van de kenmerken die leraren linken aan een goed leerwerkboek. Het derde visualiseert hoeveel uren leraren willen spenderen aan een project rond MVO en MVC.

Segment 1: Troeven en gebreken van de leerwerkboeken Mens en Samenleving

Deze tabel (zie Tabel 2: Bevindingen leerkracht – leerwerkboeken Mens en Samenleving) geeft een overzicht van de troeven en gebreken van de leerwerkboeken Mens en Samenleving. De antwoorden werden gecategoriseerd op basis van: niveau, lay-out, samenhang, werkvormen, media en gebruiksvriendelijkheid. Wegens open vraagstelling konden we niet alle velden aanvullen, deze zijn gekenmerkt door 'geen info'. Graag vermelden we ook dat de antwoorden gebaseerd zijn op ervaringen uit het ASO, TSO en BSO.

Schematisch overzicht

Tabel 2: Bevindingen leerkracht - leerwerkboeken Mens en Samenleving

Evaluatiecriteria		HUB: magazine mens en samenleving - Vita  (die Keure, 2019)	MikS  (Van In, 2019)	Mens en samenleving  (Pelckmans, 2019)	LifeLike  (Plantyn, 2019)	Radar  (Averbode, 2019)
NIVEAU	Op niveau van leerlingen	+ Op maat van de leerlingen	+ Speels	– Taal is niet aangepast aan het niveau van de leerlingen	Geen info	+ Laagdrempelig – Taal is niet aangepast aan het niveau van de leerlingen
	Leefwereld	+ Sluit aan bij leefwereld	+ Sluit aan bij de leefwereld (bv. spilfiguren) + Werken vanuit spilfiguren + Fictieve figuren	+ Sluit aan bij de leefwereld	+ Rubrieken en vlogs sluiten aan bij de leefwereld van de jongeren	+ Gebaseerd op de leefwereld + Vertrekt vanuit het kind en laat hen naar zichzelf kijken, dan naar anderen en zo verder om zich heen.
	Eigen ervaringen/ voorkennis	Geen info	Geen info	Geen info	Geen info	+ Vertrekt vanuit de leerling. Laat hen naar zichzelf kijken, dan naar anderen en zo verder om zich heen.

Evaluatiecriteria		HUB: magazine mens en samenleving - Vita	MikS	Mens en samenleving	LifeLike	Radar
SAMEN-HANG EN STRUCTUUR	Samenhang	+ Overzichtelijk	Geen info	+ Logische opbouw	– Geen duidelijke overgangen	+ OVUR
	Structuur	+ Duidelijke structuur	+ Structuur	+ Duidelijke onderverdeling in thema's + Duidelijke structuur	– Weinig structuur	+ Duidelijke verwachtingen en kadering naar leerlingen
LAY-OUT	Kleurgebruik	+ Modern	Geen info	+ Kleurrijk	Geen info	+ Aantrekkelijk
	Pagina-opmaak	Geen info	+ Speels	Geen info	Geen info	+ Aantrekkelijke lay-out
	Tekst	Geen info	Geen info	– Grote hoeveelheden tekst	Geen info	Geen info
MEDIA	Video-fragmenten	+ Recente en bruikbare beeldfragmenten	Geen info	Geen info	+ Videofragmenten	Geen info
	Affiches, cartoons en afbeeldingen	Geen info	Geen info	Geen info	Geen info	+ *Moodboard* als rode draad
	Grafieken en tabellen	Geen info	Geen info	Geen info	Geen info	Geen info
	QR-codes	Geen info	Geen info	Geen info	+ Gebruik QR-codes	Geen info

Evaluatiecriteria		HUB: magazine mens en samenleving - Vita	MikS	Mens en samenleving	LifeLike	Radar
WERK-VORMEN	Projecten/ variatie	Geen info	+ Verschillende werkvormen met variatie – Minder zelfstandige projecten – Te weinig activerende werkvormen	+ Voldoende afwisseling in werkvormen – Te weinig didactisch materiaal	Geen info	+ Verschillende onderzoeksopdrachten om tot de grote opdracht te komen – Te weinig afwisseling in vaardigheden
	Individuele opdrachten	Geen info	+ Zelfevaluatie	Geen info	Geen info	Geen info
	Computer-opdrachten	Geen info	– Digitale opdrachten te veeleisend (digitale tools en vaardigheden niet altijd aanwezig)	Geen info	Geen info	– Te weinig ICT-opdrachten
	Groeps-opdrachten	– Coöperatief leren komt weinig aan bod	– Te veel groepswerk	Geen info	Geen info	– Te weinig groepswerk
	Andere	+ Het boek leent zich tot alle soorten werkvormen toe – De evaluatie-opdrachten kunnen meer afgestemd worden op de leerplannen + Integratie actualiteit	+ Verschillende soorten oefeningen – Te veel grote opdrachten	– Ontbreken van stellingen – Ontbreken van actieve werkvormen waarbij leerlingen in beweging zijn	Geen info	– Te weinig oefeningen – Onderwerpen zijn niet goed uitgewerkt + Evaluatievormen

Evaluatiecriteria		HUB: magazine mens en samenleving - Vita	MikS	Mens en samenleving	LifeLike	Radar
ERVARING	Inhoud	+ Meerdere kijken op hetzelfde onderwerp + Leuke gevarieerde magazines – De finale opdrachten zijn niet haalbaar binnen de voorziene tijd – Goed online materiaal via *Polpo*	+ Voldoende diepgaand uitgewerkt – Te weinig aandacht voor gezonde voeding	+ Alle thema's zijn goed uitgewerkt	– Geen losse katernen beschikbaar die je kan aanschaffen volgens interesse en beschikbare tijd	+ Toffe thema's – Te veel leerinhoud = niet haalbaar – Te weinig ruimte voor eigen input
	Gebruiks-vriendelijk-heid	+ Gemakkelijk in gebruik – Extra materiaal via *Polpo* is zeer complex (niet in bordboek en linken durven te wijzigen of verdwijnen)	– Online platform niet gebruiks-vriendelijk voor leerlingen	+ Veel didactische tips + Één werkboek is duidelijker voor de leerlingen	Geen info	+ Duidelijke handleiding voor leerkrachten + Duidelijke verwachtingen en kadering naar leerlingen – De magazinevorm is niet handig
	Leerplan	Geen info	– Opdrachten zijn niet aangepast aan de taxonomie van Bloom + Duidelijke aanpak via leerplan	– Leerplandoelen niet goed uitgewerkt bij sommige delen + Voldoet aan alle leerplandoelen + Duidelijke vermelding van les/leerplandoelen	Geen info	Geen info

Toelichting

Na de verwerking van de gegevens kregen we in één oogopslag meer zicht op de tekortkomingen die leerkrachten ervaren bij het gebruik van een werkboek Mens en Samenleving. Deze willen we wegwerken met ons lesmateriaal. Op het eerste zicht vertonen de resultaten van de enquête veel gelijkenissen met onze bevindingen. Tabel 2 vat de inzichten van leraren samen.In de volgende alinea's vatten we de tekortkomingen van alle leerwerkboeken samen per evaluatiecriterium en beschrijven we een mogelijke tegemoetkoming waarop we willen inspelen in ons lesmateriaal.

Niveau

Moeilijke en lange teksten werken niet bevorderend voor de motivatie van leerlingen.

Mogelijke tegemoetkoming: *Differentiatie moet ervoor zorgen dat elke leerling kan leren op zijn of haar niveau. We willen leerlingen meer inspraak geven in de manier waarop ze leren door het aanbieden van divers lesmateriaal. Het moet mogelijk zijn om één leerplandoel te bereiken via een korte, lange, eenvoudige of moeilijke tekst.*

Jongeren leren door nieuwe informatie te koppelen aan wat ze al kennen en kunnen. (KULEUVEN, 2017) Het stimuleren van de voorkennis is met andere woorden cruciaal in het leerproces. De literatuurstudie toont aan dat er nog steeds leerwerkboeken zijn die hier onvoldoende op inspelen.

Mogelijke tegemoetkoming: We willen dat leerlingen onmiddellijk een connectie voelen met ons lesmateriaal door bijvoorbeeld het integreren van herkenbare casussen, stellingen, (digitale) media, populaire initiatieven in het kader van duurzaamheid, menings- en ontdekkingsvragen, enzovoort.

Lay-out

Een drukke lay-out met veel verschillende kleuren, franjes en achtergronden ervaarden we gedurende de literatuurstudie als storend en chaotisch. De lay-out van een leerwerkboek hoort de leerinhoud niet te overstijgen.

Mogelijke tegemoetkoming: We willen lesmateriaal ontwikkelen met een sobere en strakke lay-out om het overzicht te bewaren. Naar onze mening dienen kleuren een degelijke functie te hebben. Kleuren kunnen bijvoorbeeld verwijzen naar een hoofdstuk of bepaalde strategie. We zien een personage als een leuke insteek om de lay-out op te vrolijken en de leerlingen te ondersteunen. Dit kan eveneens de rode draad vormen in ons lesmateriaal.

Samenhang/structuur

Een goed gestructureerd leerwerkboek laat de leerlingen toe om te 'hoveren' over de leerinhoud. Dit wil zeggen dat leerlingen bij het doorbladeren van hun leerwerkboek, een globaal zicht hebben op de onderwerpen en opdrachten die voorkomen. (Clercq, 2020) Gedurende de literatuurstudie vernamen we dat nog veel leerwerkboeken 'leuke' titels presenteren maar met weinig inhoud.

Mogelijke tegemoetkoming: We willen lesmateriaal creëren met een duidelijke structuur. Dit willen we realiseren aan de hand van heldere titels, stappenplannen, efficiënt kleurgebruik en pictogrammen.

Werkvormen

"Leraar, laat je leerlingen minder stilzitten" luidde de titel van het artikel uit Klasse. (De Meester, 2018) Femke De Meester, specialist sedentair gedrag, legt in dit artikel uit wat de gevaren zijn van te lang stilzitten. Kans op overgewicht, lager mentaal welbevinden en minder goede schoolresultaten zijn slechts enkele voorbeelden. Uit het onderzoek bij leerkrachten konden we ook afleiden dat er vraag is naar actieve werkvormen waarbij leerlingen in beweging zijn.

Mogelijke tegemoetkoming: We willen lesmateriaal ontwikkelen dat gericht is op het 'doen' en 'ervaren'. Dit kunnen we verwezenlijken door middel van tafeltentoonstellingen, simulatiespelen, estafettes, enzovoort. We willen nogmaals benadrukken dat we beweging hoog in het vaandel dragen. Naast de integratie van actieve werkvormen uit gezondheidsoverwegingen, vindt het thema 'gezondheid' plaats in Mens & Samenleving. Om kracht te zetten bij de leerinhoud en een duidelijk signaal te geven dat beweging belangrijk is, moeten leerkrachten naar onze mening meer inzetten op actieve werkvormen.

"Activerende werkvormen zijn werkvormen die de leerlingen uitdagen tot actie (actief bezig zijn met de leerinhoud), kritische leren denken en reflectie (terugblik op het product en het leerproces)" (Hoogeveen, P., Winkels, J.,2006). De resultaten van de enquête 'bevraging van leerkrachten' tonen aan dat leerkrachten meer afwisseling wensen tussen activerende werkvormen. Ze gaven aan dat leerwerkboeken te veel vasthouden aan één activerende werkvorm, waardoor leerlingen vervallen in een vast stramien. Bv. Grote hoeveelheden groepswerken en een laag aantal ICT-opdrachten.

Mogelijke tegemoetkoming: In ons lesmateriaal willen we verscheidene activerende werkvormen integreren. We willen een degelijke afwisseling tussen groepswerken, zelfstandige opdrachten en ICT-opdrachten die naar voorkeur zoveel mogelijk verschillende vaardigheden aanspreken. Daarnaast willen we ook voldoende reflectiemomenten inlassen.

Media

'Extra materiaal via POLPO is zeer complex omdat het niet geïntegreerd is in het bordboek van *HUB* en de videofragmenten alleen beschikbaar zijn via links die durven te verdwijnen.' Dit waren de woorden van een anonieme leerkracht die deelnam aan de enquête.

Mogelijke tegemoetkoming: We willen een interactief leerplatform of website ontwikkelen dat aansluit bij ons lesmateriaal. Hiermee willen we garanderen dat opdrachten en links in de toekomst blijven functioneren. Het liefst creëren we een website dat we in handen kunnen houden en voortdurend kunnen bijwerken naar de wens van leerkrachten.

QR-codes vormen een handig instrument om leerlingen door te verwijzen naar een digitale bron. Daarnaast vinden leerlingen het leuk om iets te doen dat in hun optiek niet direct met het leerproces te maken heeft. Het scannen van QR-codes en bekijken van bijbehorende videofragmenten, foto's en websites past meer in hun belevingswereld. Om die reden werken QR-codes motiverend en bevorderen ze de verwerking van de leerinhoud. (Nederlands netwerk voor mediawijsheid, 2011)

We stelden in de literatuurstudie vast dat het merendeel van de leerwerkboeken Mens en Samenleving niet uitgerust is met QR-codes.

Mogelijke tegemoetkoming: Graag integreren wij QR-codes in ons lesmateriaal. Op deze manier kunnen leerlingen ook thuis eenvoudig en gemotiveerd aan de slag met de (aanvullende) leerinhoud.

Uitwerking en gebruiksvriendelijkheid

We vernamen uit de bevraging dat leerkrachten vaak in tijdnood komen. Veelal zijn de finale opdrachten uit het leerwerkboek niet haalbaar binnen de voorziene tijd. Daarbovenop missen leerkrachten regelmatig de ruimte om eigen input te geven.

Mogelijke tegemoetkoming: We willen lesmateriaal ontwikkelen waarbij leerkrachten de kans hebben om de opdrachten of informatie aan te vullen. Daarnaast willen we leerkrachten meer keuzemogelijkheden geven door verschillende opdrachten en/of hoofdstukken aan te bieden. Het moet voor leerkrachten mogelijk zijn om delen uit het lesmateriaal te halen op basis van de leerplandoelen en beginsituatie.

In het volgende segment lijsten we de kenmerken op die leerkrachten toeschrijven aan een goed leerwerkboek.

Segment 2: Een goed leerwerkboek volgens leerkrachten

De enquête gaf ook een antwoord op de volgende hoofdvraag: Welke kenmerken schrijven leraren toe aan een goed leerwerkboek? We categoriseerden de verkregen antwoorden op basis van: niveau, lay-out, samenhang, werkvormen, media, uitwerking en gebruiksvriendelijkheid (zie Tabel 3: Kenmerken van een goed leerwerkboek volgens leerkrachten). Naast elk kenmerk staat vermeld hoeveel leerkrachten dit als antwoord opgaven.

	KENMERKEN VAN EEN GOED LEERWERKBOEK
Niveau	Op maat geformuleerde definities (2) Aansluiten bij de leefwereld (2) Aanbod van verschillende opdrachten om uit te kiezen (2) Differentiatie op niveau van de leerlingen (6)
Lay-out	Een rustige en aantrekkelijke lay-out (6) Duidelijke structuur (6) Aangepaste teksthoeveelheid (1)
Samenhang	Logische opbouw (1)
Werkvorm	Integratie van verschillende werkvormen (10) Voldoende integratie van groepswerken (1) Voldoende onderzoeksopdrachten en probleemoplossende vragen (2) Zelfevaluatie (1)
Media	Duidelijke kenniskaders (1) Infoteksten over bepaalde onderwerpen (1) Actuele thema's (4) Voldoende afwisseling (3)
Uitwerking en gebruiksvriendelijkheid	Verwijzingen naar leerplannen (2) Online platform voor leerkrachten met extra aanvullend materiaal (actuele artikels, opdrachten, toetsen, …) (1) Integratie van alle leerplandoelen (2) Een goed werkend online leerplatform (2) Vrijheid om als leerkracht aan te vullen (2) Een haalbaar programma (1)

Tabel 3: Kenmerken van een goed leerwerkboek volgens leerkrachten

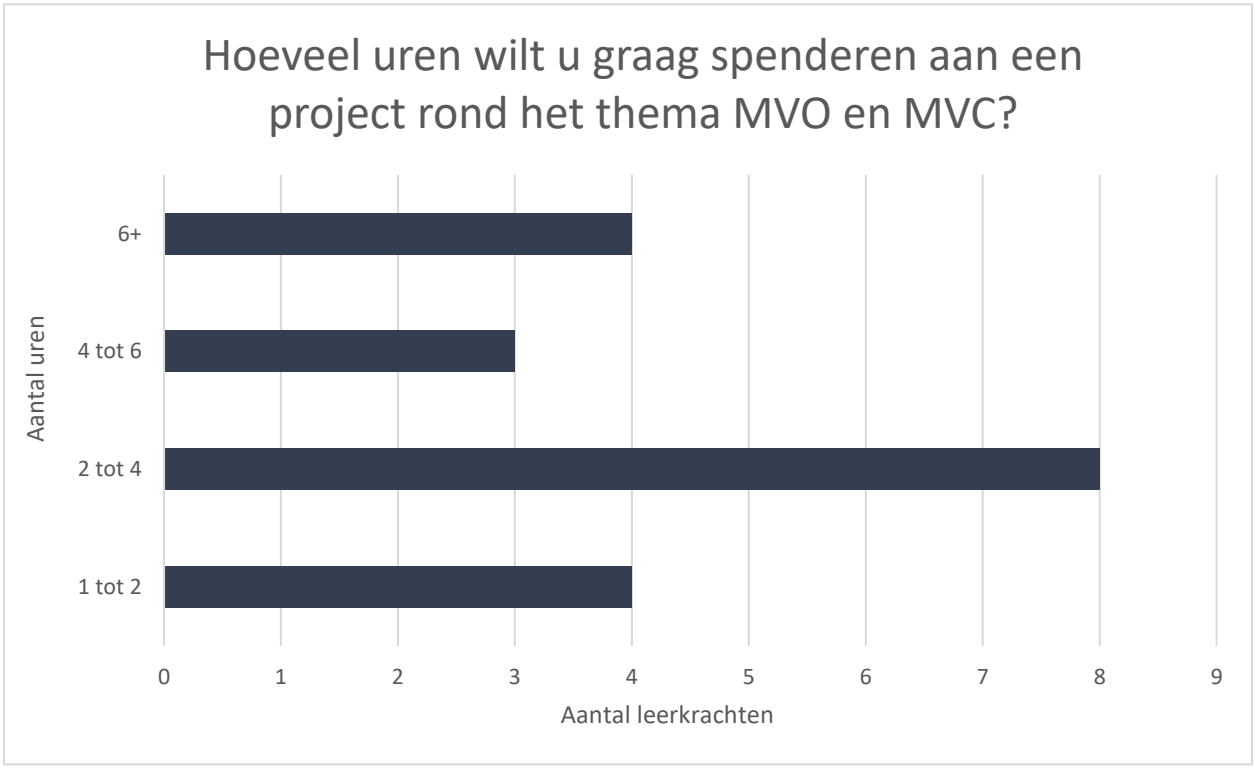
Naast het verzamelen van de kenmerken die leerkrachten toekennen aan een goed leerwerkboek, vonden we het relevant om na te gaan hoeveel tijd leerkrachten willen spenderen aan een project. Dit wordt besproken in het laatste segment.

Segment 3: Aantal uren project

In de enquête 'bevraging bij leerkracht' peilden we eveneens naar het aantal uren dat leerkrachten bereid zijn te spenderen aan een project rond MVO of MVC. Dit geeft ons een inzicht in verwachtingen van de leerkrachten Mens en Samenleving rond de duurtijd van het lesmateriaal. Deze zaken zijn samengevat in figuur 4.

Van de 27 leerkrachten die we ondervroegen, zijn slechts vier leerkrachten bereid om meer dan zes uur te besteden aan een project. Drie van de 27 leerkrachten geven de voorkeur aan vier tot zes uur en acht leerkrachten verkiezen om twee tot vier uur te spenderen aan een project. Als laatst prefereren vier van de 27 leerkrachten om één tot twee uur te wijden aan een project. Graag voegen we eraan toe dat drie leerkrachten hierover geen uitgesproken mening hadden. Zes andere leerkrachten gaven op dat het uur kan variëren naargelang de verwerking van het aantal leerplandoelen, het thema, de variatie in lesinhoud en werkvormen.

De resultaten uit de grafiek tonen aan dat de meerderheid verkiest om twee tot vier uur te spenderen aan een project. Hiermee willen we rekening houden bij de uitwerking van ons lesmateriaal.



Figuur 4: Aantal lesuren dat leerkrachten willen spenderen aan projecten rond MVO en MVC

We vonden het noodzakelijk om ons verder te verdiepen in de noden uit het werkveld. Om die reden besloten we om een diepte-interview af te nemen met een leerkracht Mens en Samenleving.

2.2.3.2 Interview met leerkracht

De enquête 'bevraging bij leerkracht' gaf ons een duidelijker beeld van de tekorten die leerkrachten in het werkveld ervaren. Aan de hand van de antwoorden op de enquête en op basis van onze bevindingen, brainstormden we rond het lesmateriaal. Vooraleer we hiermee verder gingen, wilden we onze ideeën aftoetsen. We vonden het een meerwaarde om hierover met een leerkracht Mens en Samenleving in gesprek te gaan. Daarnaast vormde dit ook een uitgelezen kans om verduidelijking te vragen bij de tekortkomingen in het werkveld.

Aan de hand van een diepte-interview konden we inspelen op de antwoorden die we kregen, wat niet mogelijk was bij het afnemen van de enquête. We besloten vijf scholen te contacteren via e-mail die het het vak Mens en Samenleving aanbieden. Slechts één school, Leiepoort Campus Sint-Hendrik Deinze, reageerde positief op onze vraag. Meneer A. De Deurwaerder, leerkracht Mens en Samenleving, stemde in met een diepte-interview. We voorzien een transscriptie van het interview in bijlage. Hieronder vatten we de hoofdzaken van het interview samen.

INTERVIEW LEERKRACHT MENS EN SAMENLEVING
ALGEMENE VRAGEN
Welke tekorten zijn er volgens u aanwezig in het vak Mens en Samenleving? Waarom ervaart u dit als een tekort? Het is moeilijk om hierop reeds een antwoord te formuleren. Je merkt dit meestal pas op nadat je het vak een aantal jaar geeft. Wat me wel al opvalt is het aspect 'tijd'. Hier op school geven we één uurtje Mens en Samenleving in het eerste en één uurtje in het tweede middelbaar. Een lesuur van 50 minuten is heel snel voorbij. Als vakgroep zouden we dit aspect al graag veranderen. We hebben nood aan meerdere uren zodat we meer kunnen opbouwen. Ook de leerplandoelstellingen zijn op een hoog niveau van de taxonomie van Bloom geformuleerd. Leerlingen moeten bijvoorbeeld gegronde meningen kunnen geven en dit is zeer moeilijk, toch voor éérstejaartjes. Het feit dat de leerplandoelstellingen op zo'n hoog niveau geformuleerd worden maakt het ook moeilijk om te evalueren. Je kan niet enkel vragen om de uitleg te geven van een rationele keuze, ze moeten ook kunnen motiveren waarom iets een rationele keuze is. **Hoe zou u deze problematiek oplossen?** We hebben nood aan meer uren Mens en Samenleving, zodat je als leerkracht stappen vooruit kan zetten.
LEERWERKBOEK
Welk handboek gebruikt u? Mens en Samenleving van Pelckmans. **Wat zijn de voor- en nadelen van dit handboek?** Er wordt in het handboek veel rond de pot gedraaid. Het is niet duidelijk welke informatie de theorie vormt en welke informatie extra is. **Wat zou u anders aanpakken als auteur? Hoe ziet u deze verbetering?** Ik zou het theoretischer, schoolser aanpakken. Het boek is zeer thematisch opgebouwd. Ik stap hier liever van af om aan de hand van projectjes te kunnen werken. Zo kunnen we de thema's gelijktijdig geven met projectdagen, die bij de leerstof aansluiten. We willen ook materiaal dat je instaat stelt meerdere onderwerpen gelijktijdig te kunnen uitwerken.

Welke werkvormen bevorderen de motivatie (opmerkelijk) van uw leerlingen?
Ik ben eigenlijk vooral bezig geweest met klasgesprekken tot nu toe. Ik weet wel dat ze in de opleiding vooral inzetten op activerende werkvormen, maar in de praktijk heb je daar eigenlijk geen tijd voor. Ik merk dat veel leerlingen er baat bij hebben om gewoon even te babbelen en te luisteren en dat ze dan niet de nood voelen om actief aan de slag te gaan.

Welke oefeningen/werkvormen hebben volgens u het grootste leereffect?
Een OLG met daaraan een efficiënte en concrete opdracht gekoppeld. Niet gewoon vraagje na vraagje invullen. In de toekomst echter zou ik het wel anders willen aanpakken, bijvoorbeeld aan de hand van een BZL, maar dat zien we nog wel.

WORKSHOP

Wat vindt u van het concept 'workshop'?
De leerlingen zouden wel zelfstandig aan de slag moeten kunnen gaan. Het is nog niet 100% duidelijk of dit wel het geval is. Indien één leerkracht dit zelfstandig zou moeten uitwerken, lijkt het me wel niet haalbaar.

We dachten dat het interessanter zou zijn om dit te organiseren samen met uw vakcollega's bijvoorbeeld.
Inderdaad. Indien je dit zou kunnen organiseren met meerdere leerkrachten, eventueel ook meerdere klassen, zou dit wel iets moois kunnen zijn. Indien een leerkracht dit zelfstandig, voor elk van zijn of haar klassen zou moeten organiseren, verlies je echter te veel tijd.

Wat vindt u van de inhouden die aan bod komen in de workshop?
Alles zit logisch in elkaar. Ik ben er voorstander van om meerdere onderwerpen te integreren in één project. Zoals je bijvoorbeeld doet bij hoek vier. Het gaat over MVC, maar je integreert ook 'gezonde voeding' en laat leerlingen zaken aankopen, wat dan weer te linken is aan 'budgetbeheer'. Je zou zelfs aspecten van aardrijkskunde kunnen integreren: "Waar komen deze producten vandaan?".
Veder weet ik niet of het maken van ecologische producten in de workshop zelf nodig is. Je zal hierdoor namelijk veel tijd verliezen en ik denk niet dat dit een grote meerwaarde biedt. Je zou eventueel wel vakoverschrijdend kunnen werken met het vak 'beeld'.

Mogen we deze inhouden op deze manier aanbieden als de evaluatie op basis van de taxonomie van Bloom op een andere manier moet gebeuren? Er wordt namelijk veel gevraagd op het niveau van analyseren, evalueren…, maar kom je daar in een workshop niet moeilijk aan toe?
De workshop op zich inderdaad niet, maar eigenlijk kan je aan de leerstof die je aanbiedt in de workshop wel een opdracht koppelen gericht op het niveau van de taxonomie van Bloom. Zo las ik bijvoorbeeld dat leerlingen een Powtoon moeten maken. Als ze dit doen over de leerstof die ze vergaarden in één van de hoeken van de workshop en ze hierin hun mening moeten integreren dan heb je een opdracht op het juiste niveau, die je kan evalueren. Dit is inderdaad wel belangrijk. Je moet ervoor zorgen dat je je leerplandoelen bereikt, met andere woorden dat je op het juiste niveau evalueert.

U zou dus ook enkele evaluatievormen integreren in de workshop?
Ja, afhankelijk van wat je wil/moet bereiken. Je laat leerlingen gedurende de workshop zaken creëren en leerstof verwerken en je geeft hen dan een opdracht, die je kan evalueren. Indien je de leerlingen zaken laat creëren, zal je misschien eerder een workshop van één dag moeten organiseren.

Ziet u het organiseren van een workshop op één dag haalbaar?
Dat is inderdaad een ander verhaal. Het is dan inderdaad misschien beter om de informatie te verwerken in de workshop om hen dan de opdracht mee te geven naar volgende les of lessen toe. Het is wel een mooi concept

Wat vindt u van de werkvormen die aan bod komen in de workshop?
Over het algemeen ziet het aanbod in werkvormen er afwisselend uit. In hoek één zou ik er wel voor zorgen dat het duidelijk is welke infokaarten de belangrijkste informatie bevatten. Zodat ze eerst even kunnen 'hoveren' over deze informatie om daarna gerichter te kunnen kiezen waarin ze zich willen verdiepen.

Zou u de workshop gebruiken? Waarom wel of niet?
Zorg ervoor dat het duidelijk wat leerkrachten met het materiaal kunnen doen. Geef tips voor het organiseren van de workshop en hoe ze verder aan de slag kunnen gaan. Zorg ervoor dat je een concreet afgewerkt product kan aanbieden. Het hoeft in principe geen kant en klaar product te zijn, want leerkrachten hebben natuurlijk ook graag een beetje ruimte voor eigen input.

Door middel van dit interview stelden we vast dat naast de lesinhouden ook evaluatievormen geïntegreerd moeten worden in de workshop. Zo kunnen we alle leerplandoelen op het correcte niveau aanspreken.

Ook stelden we ons de vraag hoe de leerwerkboeken Mens en Samenleving de onderwerpen MVO en MVC integreren. In het volgende deel wordt dit besproken.

2.2.4 Beschikbaar lesmateriaal voor MVO en MVC

We onderzochten hoe de leerwerkboeken bepaalde onderwerpen rond MVO en MVC integreren en in welke mate deze onderwerpen overkoepelend zijn. Dit laat ons toe om innoverend materiaal te ontwikkelen voor onze workshop. Daarnaast wensten we een zicht te krijgen op wat leerkrachten ervaren als een tekort aan overkoepelend materiaal, zoals de vakgroep Economie aan de Arteveldehogeschool ons vertelde.

We bestudeerden de leerwerkboeken *LifeLike, MikS, Radar, Mens en samenleving* en *Hub* en verwerkten de gegevens in de onderstaande tabel (zie tabel 4: schematisch overzicht beschikbaar lesmateriaal MVO en MVC). De tabel maakt een onderscheid tussen projecten en verbanden. **Projecten**[1] geven weer op welke manier de leerwerkboek projecten rond de onderwerpen MVO en MVC behandelt. **Verbanden** geven weer tussen welke onderwerpen de link wordt gelegd leggen met MVO en MVC

In wat volgt, vatten we de belangrijkste elementen uit tabel 4 samen en bespreken de inzichten apart voor projecten en verbanden.

[1] Projecten: de organisatie van een aantal lessen rond een bepaald thema. Enkele kenmerken van projectwerk zijn: maatschappelijke werkelijkheid, creativiteit van de leerlingen, vakoverstijgend en procesmatig werken.

Projecten

We kunnen vaststellen uit tabel 4 dat de meeste handboeken waar projecten rond MVO en MVC centraal staan, weinig overkoepelend zijn. De werkboeken *LifeLike, MikS, Hub* en *Mens en samenleving* bieden allen minstens één project aan voor de onderwerpen MVO en MVC, waarbij hoogstens één ander onderwerp binnen het vak Mens en Samenleving aan bod komt. Ergo, deze boeken bieden weinig overkoepelende projecten aan rond de onderwerpen MVO en MVC. Wat opviel is dat de leerwerkboeken *MikS* en *LifeLike* het begrip duurzaam of maatschappelijk verantwoord ondernemen opnieuw niet aanhalen. De leerwerkboeken *Hub* en *Mens en samenleving* doen dit daarentegen wel.

Het leerwerkboek *Radar* daarentegen is wel sterk overkoepelend. Dit leerwerkboek biedt een projectmatige en overkoepelende aanpak aan voor het uitwerken van MVO en MVC. Aspecten van duurzaam consumeren worden behandeld en het begrip wordt eveneens goed uitgelegd. Een minpunt is wel dat het begrip duurzaam of maatschappelijk verantwoord ondernemen niet wordt aangehaald.

Verbanden

Niet alleen werkt *Radar* overkoepelend en projectmatig voor het aanleren van MVO en MVC, ook andere andere onderwerpen worden op deze manier aangepakt. Elke methode wordt namelijk ingevuld aan de hand van één groot project. Zo komen aspecten van duurzaam consumeren en ondernemen voor in methodes *Stadsplan*, *Feestzaal* en *Kerngezond*. In de methode *Kerngezond* bijvoorbeeld staan de onderwerpen beweging, voeding en hygiëne centraal. Bij het onderwerp voeding in deze methode wordt bijvoorbeeld het verband gelegd met duurzame voeding. Het boek *Radar* beschouwen we dan ook als een toonaangevend voorbeeld bij het uitwerken van ons lesmateriaal.

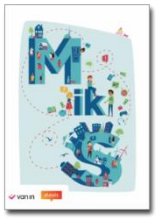
In de handboeken *LifeLike, MikS* en *Mens en samenleving* worden zelden verbanden gelegd met MVO en MVC. In *MikS* bijvoorbeeld wordt slechts éénmaal de link gelegd met MVO wanneer de duurzame ontwikkelingsdoelen worden aangehaald. Daarnaast wordt in *MikS* ook éénmaal de link gelegd met MVC binnen het onderwerp voeding.

Hub bevindt zich ergens in het midden als het gaat over het gebruik van overkoepelend materiaal. Aan de ene kant wordt er binnen de verschillende magazines in *Hub* vaker de link gelegd met aspecten van MVO en MVC dan in de boeken *LifeLike, MikS* en *Mens en samenleving.* Aan de andere kant werkt het minder projectmatig dan *Radar* waardoor er minder samenhang wordt gecreëerd tussen de verschillende onderwerpen. Aangezien de meeste boeken slechts verbanden leggen tussen twee onderwerpen, besluiten we dat leerkrachten nood hebben aan lesmateriaal dat verbanden legt tussen minsten drie onderwerpen.

Samengevat stellen we vast dat er weinig projectmatig materiaal wordt aangeboden voor MVO en MVC in de beschikbare boeken. Daarnaast zien we dus dat de meeste boeken verbanden leggen tussen slechts twee onderwerpen. Hieruit kunnen we dan ook besluiten dat leerkrachten nood hebben aan lesmateriaal dat verbanden legt tussen minstens drie onderwerpen.

Tabel 4: Schematisch overzicht beschikbaar lesmateriaal MVO en MVC

	MVO	MVC
LifeLike  (Plantyn, 2019)	**PROJECTEN MVO**	**PROJECTEN MVC**
	Thema 3: factcheck 4 (p. 160-161) Kun je bewust kiezen voor een duurzaam product? Duurzame initiatieven van bedrijven: Leerlingen onderzoeken hoe een gegeven bedrijf duurzaam te werk gaat aan de hand van een krantenartikel. Ze linken de activiteiten van het bedrijf ook aan de SDG's. Ze presenteren hun bevindingen aan de klas. Het begrip duurzaam of maatschappelijk verantwoord ondernemen wordt niet aangehaald.	**Thema 3: factcheck 4 (p. 154)** Het begrip duurzaam consumeren wordt kort toegelicht, maar er worden geen overkoepelende projecten rond aangeboden.
	VERBANDEN MVO	**VERBANDEN MVC**
	Thema 3: factcheck 4 (p. 156) Duurzame Ontwikkelingsdoelstellingen: Leerlingen ontdekken initiatieven van bedrijven en de overheid die inspelen op de Duurzame Ontwikkelingsdoelstellingen en duurzaam ondernemen.	**Thema 1: factcheck 2 (p. 28)** Gezondheid: Leerlingen leren over gezonde en duurzame voeding.
MikS  (Vandoorne, 2019)	**PROJECTEN MVO**	**PROJECTEN MVC**
	Thema C – Hoofdstuk 3 (p. 177- 178) Er worden geen overkoepelende projecten rond het onderwerp MVO aangeboden. Het begrip duurzaam of maatschappelijk verantwoord ondernemen wordt niet aangehaald.	**Thema B: Hoofdstuk 5 (p. 105-111)** Hoe kun je als jongere duurzaam consumeren?: Leerlingen ontdekken eerst welke impact hun levensstijl heeft op de planeet door hun ecologische voetafdruk te berekenen. Leerlingen maken daarna een affiche of video waarin ze tips geven over duurzaam, ethisch of verantwoord consumeren om zo iedereen op school hierover bewust te maken. Ze evalueren de aankopen van hun gezin en formuleren tips op vlak van duurzaam, ethisch of verantwoord consumeren. Ten slotte doen ze een duurzame, ethische of verantwoorde aankoop.

<table>
<tr><td>MikS
 
(Vandoorne, 2019)</td><td>VERBANDEN MVO</td><td>VERBANDEN MVC</td></tr>
<tr><td rowspan="2"></td><td rowspan="2">Thema C: Hoofdstuk 3 (p. 176-180):

<u>MDG's[2] en SDG's[3]:</u> Leerlingen onderzoeken de betekenis van MDG's en SDG's. Ze linken de bedrijfsactiviteiten van Reebok aan de 3 P's (van duurzame ontwikkeling) en gaan op zoek naar initiatieven van bedrijven die werken aan één van de SDG's.</td><td>Thema C: Hoofdstuk 3 (p. 176-180):

<u>MDG's en SDG's:</u> Leerlingen onderzoeken hoe zij (thuis) kunnen meewerken aan de Duurzame Ontwikkelingsdoelstellingen.</td></tr>
<tr><td>Verbanden

Thema B: Hoofdstuk 5 (p. 106)

<u>Ecologische voetafdruk</u>: Leerlingen ontdekken welke impact hun levensstijl heeft op de planeet. Daarna formuleren ze tips voor duurzaam, ethisch, en verantwoord te ondernemen.</td></tr>
<tr><td rowspan="4"><u>Radar</u>
 
(Averbode, 2019)</td><td colspan="2">PROJECTEN MVO & MVC</td></tr>
<tr><td colspan="2">Radar – Feestzaal (p. 12)

Leerlingen leren het begrip 'duurzaam handelen' kennen.

Radar – outfit (p. 25-28)

Leerlingen ontwerpen een bordspel en stellen hiervoor een aantal vragen op. Dit gaat onder andere over duurzame kleding en de 5 P's: people, planet, prosperity, partnership en peace. Ze moeten hierbij ook tips formuleren over duurzaam consumeren. Daarnaast formuleren ze ook stellingen en vragen over <u>kledingkeuzes, kledingbudget en de productieketen</u>.

Het begrip duurzaam of maatschappelijk verantwoord ondernemen wordt in geen enkel thema aangehaald.</td></tr>
<tr><td>VERBANDEN MVO</td><td>VERBANDEN MVC</td></tr>
<tr><td>Radar - Feestzaal (p. 4-31):

<u>Budgetbeheer, milieu, gezondheid, diversiteit, keuzes:</u> Leerlingen werken doorheen de methode 'Feestzaal' aan een flyer om een feest te organiseren. Ze houden hierbij rekening met inkomsten en uitgaven, gezondheid, milieu en diversiteit. Ze leren onder andere over duurzaam handelen.</td><td>Radar – Kerngezond (p. 4-29)

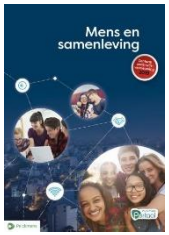
<u>Gezonde voeding, keuzes, gevolgen van ongezonde voeding voedingsbudget, beweging, hygiëne, duurzame voeding:</u> Leerlingen onderzoeken doorheen de methode 'Kerngezond' gezondheid in al haar aspecten. Ze maken een lied of rap waarin ze deze aspecten integreren.</td></tr>
</table>

[2] MDG's: Millennium Development Goals (Millenniumdoelstellingen)

[3] SDG's: Sustainable Development Goals (Duurzame Ontwikkelingsdoelstellingen)

<table>
<tr>
<td><u>Radar</u>
 

(Averbode, 2019)</td>
<td>Radar – Stadsplan (p. 4-31)

<u>Mobiliteit, wonen (duurzaam wonen, groene energie), budgetbeheer, ontspanning, werken (mensenrechten, kinderrechten):</u> Leerlingen ontwerpen voor de methode ’Stadsplan’ hun eigen ideale stad. Hiervoor houden ze rekening met bovenstaande zaken.</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td rowspan="4">Mens en samenleving
 

(Pelckmans, 2019)</td>
<td>PROJECTEN MVO</td>
<td>PROJECTEN MVC</td>
</tr>
<tr>
<td>Hoofdstuk 12: verantwoord ondernemen en consumeren (p. 174)

Leerlingen organiseren een duurzame klasactiviteit rekening houdend met een <u>budget</u>.

Het begrip verantwoord ondernemen wordt toegelicht aan de hand van de 5 P’s.</td>
<td>Hoofdstuk 12: verantwoord ondernemen en consumeren (p. 162)

Er worden geen overkoepelende projecten aangeboden rond het onderwerp MVC.

De begrippen ethisch, duurzaam en verantwoord ondernemen worden toegelicht. De complexiteit van duurzaam consumeren wordt uitgebreid besproken.</td>
</tr>
<tr>
<td>Hoofdstuk 9: mensen ondernemen en organiseren (p. 135)

<u>Eerlijke handel, non-profit organisaties:</u> Leerlingen leren over de non-profit sector en de Oxfam-Wereldwinkel waarbij een sociaal doel centraal staat: boeren een eerlijk loon geven.</td>
<td>Hoofdstuk 11: streven naar een duurzamer wereld (p. 151-160)

<u>SDG’s:</u> Leerlingen leren over de Duurzame Ontwikkelingsdoelstellingen en enkele initiatieven van mensen (sorteren, tips voor afvalvrij consumeren) en organisaties (mei plastic vrij) die hieraan werken.</td>
</tr>
<tr>
<td>Hoofdstuk 11: streven naar een duurzamer wereld (p. 151-160)

<u>SDG’s:</u> Leerlingen leren over de Duurzame Ontwikkelingsdoelstellingen en enkele initiatieven van mensen en organisaties die hieraan werken. Ze onderzoeken het plastic probleem als voorbeeld van een globale uitdaging. Daarnaast onderzoeken ze hoe dit probleem de 3 P’s beïnvloedt en welke Duurzame Ontwikkelingsdoelstellingen ze hieraan kunnen koppelen.</td>
<td></td>
</tr>
</table>

<table>
<tr><td rowspan="5"><u>Hub</u>
 
(die Keure, 2019)</td><td>PROJECTEN MVO</td><td>PROJECTEN MVC</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Hub – Back to Business: Finale (p. 54)

Op het einde van de methode is een project waarbij de klas wordt verdeeld in groepen: cfo’s, ceo’s, marketeers, secretarissen en productiemanagers. Er wordt als het ware een mini-onderneming opgericht met oog voor duurzaam ondernemen. Eerst wordt een marktonderzoek gedaan, daarna produceren en verkopen ze producten. Ten slotte volgt een zelfevaluatie.

Het begrip maatschappelijk verantwoord ondernemen wordt toegelicht aan de hand van de 3 P’s. (p.15-20)</td><td>Hub – Back to Business: Hoofdstuk 2 (p. 31 -34)

Het begrip maatschappelijk verantwoord consumeren wordt toegelicht aan de hand van labels. Dit onderwerp wordt echter niet geïntegreerd in het eindproject van deze methode.</td></tr>
<tr><td>Hub – Passage: Finale (p. 55)

Leerlingen organiseren een studiereis waarbij ze rekening houden met een <u>budget</u> en aspecten van verantwoord consumeren. Ze stellen dit voor aan de hand van een PowerPointpresentatie.</td></tr>
<tr><td>VERBANDEN MVO</td><td>VERBANDEN MVC</td></tr>
<tr><td>Hub – Game on: Hoofdstuk 2 (p. 16)

<u>Gebruik van elektronica</u>: Leerlingen leren over de milieukost die gepaard gaat met de productie van smartphones.</td><td>Hub – Passage: Hoofdstuk 1 (p. 18)

Leerlingen leren welke impact reizen heeft op de aarde aan de hand van de Duurzame Ontwikkelingsdoelstellingen, de verschillende transportmiddelen en afval.</td></tr>
<tr><td>Hub – back to business – Hoofdstuk 2 (p. 26 – 30)

<u>Budgetbeheer</u>: Leerlingen leren de uitgaven van gezinnen categoriseren op basis van tastbaarheid, ecologische voetafdruk en levensduur.</td><td>Hub – Vita: Hoofdstuk 5 (p. 41-54)

<u>Voeding:</u> Het onderwerp voeding legt het verband met duurzame voeding, duurzaam leven en de 5 P’s van duurzame ontwikkeling. Daarna leren de leerlingen hoe ze <u>budgetvriendelijk, gezond en toch duurzaam</u> kunnen winkelen.

De leerlingen maken op het einde van deze methode een gezondheidsfolder. Hierin integreren ze een menu (rekening houdend met <u>gezonde</u> en duurzame voeding en hun doelgroep) en <u>5 beweegtips.</u></td></tr>
<tr><td colspan="2">Hub – Grinta: Hoofdstuk 4 (p. 22- 26)

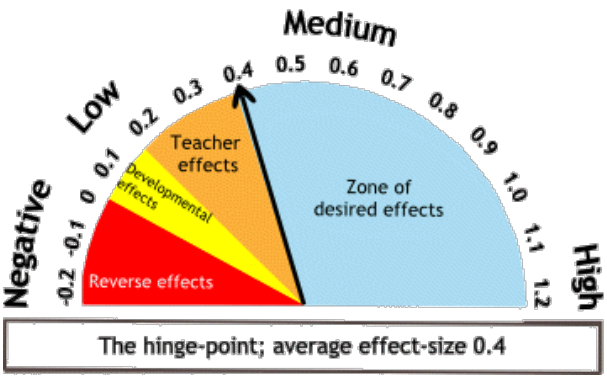
<u>Bewegen:</u> Leerlingen ontdekken hoe ze kunnen sporten met oog voor duurzaamheid. Leerlingen leren over initiatieven die sportorganisaties nemen om hun impact op het milieu te beperken.</td></tr>
</table>

2.3 WORKSHOP

Uit de literatuurstudie leerden we de belangrijkste noden kennen van de beschikbare leerwerkboeken Mens en Samenleving door zelf een vergelijkend onderzoek op te stellen en leerkrachten uit de praktijk te bevragen naar hun ervaringen. Daarbij constateerden we dat het essentieel is om lesmateriaal te ontwikkelen dat voldoet aan volgende elementen: op niveau van de leerlingen; activerende en bewegingsrijke werkvormen; structuur; leerinhoud die aansluit bij de leefwereld; variatie in werkvormen én het gebruik van QR-codes. Een workshop is een goede didactische vorm om aan deze noden te voldoen. Een workshop wordt gedefinieerd als een onderwijsactiviteit waarbij leerlingen actief deelnemen om nieuwe kennis te vergaren op een interactieve manier. (Wello Pet, n.d.) Deze werkvorm laat ons toe om meer samenhang te creëren tussen MVO/MVC en de andere lesonderwerpen binnen Mens en Samenleving. Daarnaast zorgt een workshop voor een groot leereffect en laat het de integratie toe van de *21st century skillls*[4]. In wat volgt bespreken we deze laatste twee zaken meer in detail.

Het leereffect

In het boek, *Visible Learning*, verklaarde Hattie dat lesgeven en leren zichtbaar moeten gemaakt worden. (Visible Learning, 2018) Hattie onderzocht jarenlang de leereffecten van verschillende invloeden. Hij verwerkte de informatie van leerlingenprestaties en creëerde een lijst met alle invloeden, de zogenaamde *252 influences and effect sizes (Cohen's d).*



Figuur 5: Een typische barometer van beïnvloeding (Guhlin, 2019)

Alle beïnvloedingsfactoren hebben een score en worden beoordeeld ten opzichte van het referentiepunt 0,40. Dit punt stelt het gemiddelde leereffect voor van alle invloeden. Het schema links toont aan hoe het leereffect beoordeeld wordt. Leerkrachten moeten gemotiveerd worden om lesmethodes te gebruiken die boven nul scoren aangezien deze zorgen voor een positief leereffect. Daarnaast is het aangeraden om te kiezen voor methoden die hoger scoren dan 0,40, omdat deze het gewenste leereffect opleveren.
(Visible Learning, n.d.)

[4] De *21st century skills zijn* vaardigheden die leerlingen nodig hebben om te kunnen deelnemen aan de maatschappij van de toekomst.

In tabel 5 staan de geselecteerde invloeden opgesomd volgens hun score. Deze nemen dezelfde kleuren aan als de barometer van het leereffect in figuur 5. (Waack, 2018) Hoe hoger op de lijst de beïnvloedingsfactor staat, hoe sterker haar invloed op het leereffect. We selecteerden verschillende beïnvloedingsfactoren uit de lijst van Hattie die we trachten te bereiken via de workshop.

2018 – INFLUENCES	SCORE
Self-efficacy	0,92
Classroom discussion	0,82
Scaffolding	0,82
Evaluation and reflection	0,75
Help seeking	0,72
Cooperative vs. Competitive learning	0,63
Creativity programs	0,62
Direct instruction	0,60
Cooperative vs. Individualistic learning	0,55
Questioning	0,48
Small group learning	0,47
Information communication technology (ICT)	0,47
Inductive teaching	0,44
Cooperative learning	0,40
Gaming/Simulations	0,35
Teaching creative thinking	0,34
Online and digital tools	0,29
Competitive vs. Individualistic learning	0,24
Programmed instruction	0,23
Web-based learning	0,18

Tabel 5: Achievable influences and effect sizes (Waack, 2018)

De onderstaande invloeden zijn een greep uit de lijst van de geselecteerde beïnvloedingsfactoren en zullen we integreren in onze workshop op de volgende manier:

- Self-efficacy: de leerlingen werken zelfstandig doorheen de workshop.
- Scaffolding: de voorkennis van beginnende leerlingen stimuleren door instructies te geven en vragen te stellen.
- Help seeking: de leerlingen stellen vragen aan de leerkracht – de coach – wanneer ze iets niet begrijpen.
- Programmed instruction: de leerlingen volgen de workshop aan de hand van uitgeschreven stappenplannen.

21st century skills

Naast het leereffect is het ook belangrijk om een werkvorm te kiezen die aansluit bij de *21st century skills*. De *21st century skills zijn* vaardigheden die leerlingen nodig hebben om te kunnen deelnemen aan de maatschappij van de toekomst. (Pijpers, 2017) Bij deze vaardigheden staat het omgaan met informatie centraal. Meer specifiek omvatten ze: samenwerken, ICT-geletterdheid, communicatie, sociale of culturele competenties, creativiteit en probleemoplossende vaardigheden. (Voogt & Roblin, 2010) Terwijl de leerling zelfstandig aan het eigen leerproces werkt, verschuift de functie van de leerkracht. Hij is hier hoofdzakelijk coach en begeleider naast inhoudelijk expert. (Vakgroep PW, 2018-2019)

Een workshop fit goed met het concept van de *21st century skills*. In een workshop gaan leerlingen zelfstandig of in groep aan de slag. Bovendien pogen we met onze workshop computergebruik, samenwerken, verantwoordelijkheidszin en zelfstandigheid te stimuleren. (Voogt & Roblin, 2010) Ten slotte is het eenvoudiger om in een workshop overkoepelend te werken. Aangezien een workshop meerdere uren kan duren, kunnen we meerdere onderwerpen koppelen aan MVO en MVC.

Samengevat is een workshop een goede oplossing om aan de vraag uit het werkveld te voldoen. Een workshop is alomvattend, schept meer mogelijkheden om samenhang te creëren tussen verschillende lesonderwerpen, heeft een groot leereffect en integreert nieuwe vaardigheden.

Hoofdstuk 2: Beschrijving van de ontwikkelingsnood

Vanuit het werkveld kreeg de vakgroep Economie aan de Arteveldehogeschool de vraag om motiverend, didactisch materiaal uit te werken voor het vak Mens en Samenleving. Er is vandaag weinig materiaal voor leerkrachten voorhanden rond het thema Mens en Samenleving, aangezien de invoering van het leerplan Mens en Samenleving nog maar van kracht is sinds september 2019. Leraren voelen de nood aan meer activerend, gestructureerd, bewegingsrijk en differentiërend lesmateriaal dat verschillende maatschappelijke onderwerpen met elkaar linkt.

Uit onze enquête, die bij leerkrachten peilt naar het gebruik van leerwerkboeken ontwikkeld voor het vak, kwam steevast naar voren dat leerwerkboeken te weinig inzetten op activerende werkvormen. Gezien de relevantie van het onderwerp en de vraag vanuit het werkveld, besloten we om hieraan mee te werken.

We willen graag inspelen op bovenstaande nood met een workshop waarin we leerlingen onderdompelen in de wereld van duurzaamheid. Aan de hand van onze workshop laten we hen onder andere kennis maken met enkele initiatieven van bedrijven die gericht zijn op maatschappelijk verantwoord ondernemen en consumeren. We zien steeds meer bedrijven die worden opgericht met een maatschappelijk verantwoord doel zoals Too Good To Go, Cambio, Ohne of Robinetto. Ook bestaande ondernemingen die niet zijn opgericht vanuit een duurzaamheidsvisie, proberen hun steentje bij te dragen. Een goed voorbeeld hiervan is IKEA die een aantal meubels maakt van gerecupereerd plastic uit de oceaan of H&M die oude kleren inzamelt om te hergebruiken. Daarnaast gaan we met leerlingen op zoek naar manieren waarop ook zij de problematiek kunnen verhelpen.

1 Het product

Voor het vak Mens en Samenleving bestaat er nog geen concreet lesmateriaal in de vorm van een workshop. De meeste leerwerkboeken werken met korte projecten en integreren hoogstens twee verschillende onderwerpen gekoppeld aan MVO/MVC. Hierdoor is er weinig samenhang tussen de verschillende onderwerpen. We willen een oplossing bieden aan dit probleem door actief lesmateriaal te ontwikkelen dat aan die eis voldoet. We kiezen hierbij voor een ontwerpgericht onderzoek.

Onze voorkeur gaat uit naar het maken van interactief lesmateriaal in de vorm van een workshop. Die moet zorgen voor meer coherentie tussen MVO/MVC enerzijds en enkele onderwerpen van het vak Mens en Samenleving anderzijds. Hierbij willen we gebruikmaken van innovatieve apps, QR-codes, vernieuwende werkvormen, enzovoort.

We kozen voor het uitwerken van een workshop omdat dit volgens ons enkele belangrijke voordelen heeft die informatieverwerking stimuleren. Zo kunnen leerlingen in een korte tijd veel kennis en inzichten opdoen. Verder kunnen ze leren van elkaar en samen conclusies en inzichten delen. Ook kan je door de groepen klein te houden, meer ruimte creëren voor vragen. (Bureau voor loopbaan coaching, 2014)

2 Onderzoeksvraag en deelvragen

2.1 ONDERZOEKSVRAAG

We kozen voor een ontwerpgericht onderzoek waarbij we een workshop willen aanbieden voor het vak Mens en Samenleving rond MVO/MVC. Vanuit de vakgroep Economie kregen we de vraag om overkoepelend en motiverend lesmateriaal te ontwikkelen. Aan de hand van de volgende onderzoeksvraag willen we hierop inspelen.

> *Hoe creëren we meer samenhang tussen maatschappelijk verantwoord ondernemen, consumeren en andere onderwerpen binnen het vak Mens en Samenleving op een actieve manier?*

Volgende deelvragen helpen ons om een volledig antwoord uit te bouwen op de onderzoeksvraag.

2.2 DEELVRAGEN

DEELVRAAG 1: WAT IS DE BETEKENIS VAN VERANTWOORD ONDERNEMEN EN CONSUMEREN?

Maatschappelijk verantwoord ondernemen

Maatschappelijk verantwoord ondernemen betekent dat ondernemingen tijdens hun bedrijfsactiviteiten belangstelling tonen voor mensenrechten, consumentenbelangen, sociale-, ethische- en milieukwesties. (MVO Vlaanderen, n.d.)

Maatschappelijk verantwoord consumeren

Maatschappelijk verantwoord consumeren wil zeggen dat de consument bij aankopen bewust kiest voor producten die milieu, mens en dier niet benadelen. (Nurgul, 2017)

DEELVRAAG 2: WAT ZIJN DE LEERDOELEN VAN HET VAK MENS EN SAMENLEVING MET BETREKKING TOT DE ONDERWERPEN MVO EN MVC?

Het Katholiek Onderwijs Vlaanderen formuleerde vier krachtlijnen voor het vak Mens en Samenleving. De onderwerpen MVO en MVC zijn te linken aan twee van de vier krachtlijnen:

- **“Als consument aan de samenleving participeren met aandacht voor economische en financiële geletterdheid”** (Katholiek Onderwijs Vlaanderen, 2018)

  Vanuit de wegwijzers **duurzaamheid** en **kwetsbaarheid** en **belofte** helpen we leerlingen een kritische en ethische houding ontwikkelen als jonge consument en helpen we hen weerbaar maken ten aanzien van de invloeden uit de wereld. Vanuit de wegwijzer rechtvaardigheid leren we hen oog hebben voor het verschil in kansen die mensen in de wereld hebben. (Katholiek Onderwijs Vlaanderen, 2018)

- **“Inzicht in maatschappelijke thema’s en ontwikkelingen in de samenleving vanuit sociaal- maatschappelijk en economisch perspectief”** (Katholiek Onderwijs Vlaanderen, 2018)

  Vanuit het geloof in een duurzame en rechtvaardige wereld en de kracht van de hoop leren we leerlingen omgaan met maatschappelijke vragen en ontwikkelingen. We focussen hierbij op het omgaan met diversiteit en benaderen duurzaamheid vanuit een sociaal-maatschappelijk en economisch perspectief. (Katholiek Onderwijs Vlaanderen, 2018)

We kunnen ons materiaal gericht uitwerken dankzij het uitpluizen van de leerplandoelen die het Katholiek Onderwijs Vlaanderen voor het vak Mens en Samenleving heeft geformuleerd. In de onderstaande tabel worden de leerplandoelen die we kunnen linken aan de onderwerpen MVO en MVC opgesomd.

LEERPLANDOEL	OMSCHRIJVING	TAXONOMIE VAN BLOOM
LPD 2.1	De leerlingen vormen een eigen mening over maatschappelijke feiten, thema's en trends.	Analyseren
LPD 3	De leerlingen beschrijven bij een feit hun gedachten, gevoelens, gedrag en de gevolgen voor zichzelf met behulp van richtvragen.	Analyseren
LPD 6.1	De leerlingen onderzoeken het belang van het onderhouden of versterken van een gezonde en veilige levensstijl voor zichzelf en voor de samenleving op korte en lange termijn.	Analyseren
LDP 10	De leerlingen maken in gesimuleerde situaties budgettaire keuzes voor zichzelf rekening houdend met beschikbare middelen.	Evalueren
LPD 15	De leerlingen dragen bij een welomschreven groepsopdracht bij aan het tot stand komen van een gezamenlijk resultaat: ze passen basisregels en strategieën toe; ze hanteren (sociale) rollen en interacties; ze gebruiken vormen van tijdsplanning en taakverdeling.	Toepassen
LPD 21	De leerlingen beargumenteren hun keuzegedrag bij aankopen rekening houdend met aspecten van verantwoord consumeren.	Evalueren
LPD 24	De leerlingen lichten het belang van mensenrechten en kinderrechten toe.	Begrijpen
LPD 26	De leerlingen lichten de impact van beslissingen van ondernemingen en organisaties op de omgeving toe met aandacht voor o Gevolgen van keuzes omtrent winst, concurrentiepositie en maatschappelijk verantwoord ondernemen.	Begrijpen
LPD 29	De leerlingen verklaren de impact van globale uitdagingen van duurzame ontwikkeling op lokaal niveau.	Begrijpen
LPD 29.1	De leerlingen onderzoeken hoe we in het dagelijks leven kunnen anticiperen op globale uitdagingen van duurzame ontwikkeling.	Analyseren

Tabel 6: Leerplandoelen MVO en MVC

(VVKSO, 2019)

DEELVRAAG 3: WELKE TEKORTEN ONDERVINDT MEN IN HET WERKVELD?

Via de vakgroep Economie kwamen we te weten dat leerkrachten Mens en Samenleving de huidige boeken voor het vak ontoereikend vinden. Meer bepaald dat er een tekort is aan overkoepelend en motiverend materiaal.

Een bevraging bij leerkrachten Mens en Samenleving leidde tot de volgende geïdentificeerde tekorten van het beschikbaar materiaal:

- De voorziene opdrachten zijn te complex en/of niet op het niveau van de leerlingen.
- Er is te weinig didactisch materiaal en oefeningen.
- Er worden weinig activerende werkvormen voorzien.

Daarnaast vonden leerkrachten het positief wanneer leerwerkboeken de volgende aspecten bevatten:

- een overzichtelijke structuur;
- inhoud die aansluit bij of vertrekt vanuit de leefwereld van leerlingen;
- variatie in werkvormen;
- het gebruik van QR-codes.

Door niet enkel rekening te houden met de tekortkomingen van de leerwerkboeken, maar ook met hun sterktes, kunnen we lesmateriaal ontwikkelen dat voldoet aan de noden van leerkrachten.

DEELVRAAG 4: OP WELKE MANIER KUNNEN WE MATERIAAL ONTWIKKELEN DAT LEERLINGEN MOTIVEERT OM ZELF MEER VERANTWOORD TE CONSUMEREN?

Het kernbegrip in deze deelvraag is motivatie, wat leidt tot de vraag: “Hoe motiveer je leerlingen?”.

Volgens Maarten Vansteenkiste, professor aan de vakgroep ontwikkelings-, persoonlijkheids- en sociale psychologie aan de UGent, worden leerlingen gemotiveerd als leerkrachten de relevantie, nutswaarde en persoonlijke betekenis van de leerstof zo groot mogelijk maken. Dit is mogelijk door de les te koppelen aan de leefwereld van de leerlingen. Een persoonlijke getuigenis van een lokale fruitteler spreekt bijvoorbeeld meer aan dan een les over Fairtrade. Dit maakt een thema concreet en waardevol voor de leerlingen. Een andere manier is door te vertrekken vanuit een concreet probleem dat leerlingen ook zelf ervaren. (Vansteenkiste, 2018)

Hij verklaart dat de motivatie van leerlingen verhoogd kan worden door in te zetten op hun basisbehoeften aan autonomie, verbondenheid en competentie: “Laat leerlingen zelf op zoek gaan naar de meest gemaakte fouten op een schrijftaak. Dan trekken ze op ontdekkingstocht, spelen ze zelf leraar en staan ze aan het roer van hun leerproces. Dat motiveert en helpt ze om inzicht te krijgen in welk type fouten ze maken.” (Vansteenkiste, 2018)

Hij haalt ook aan dat leerlingen gemotiveerd kunnen worden met behulp van een bepaalde inrichting van een klaslokaal door bijvoorbeeld activiteiten en informatie visueel te maken. (Vansteenkiste, 2018)

Bij het uitwerken van het lesmateriaal rond het thema MVC zullen we inspelen op volgende zaken:

- Leerlingen overtuigen van het persoonlijk nut van maatschappelijk verantwoord ondernemen.
- Leerlingen concrete voorbeelden geven van maatschappelijk verantwoord ondernemen en ze deze in simulaties laten toepassen.
- Leerlingen het onderwerp zelfstandig laten ontdekken.
- Betrokkenheid en competentie stimuleren.
- Vertrekken vanuit een probleem waarmee leerlingen (of de gehele maatschappij) kampen waarvoor maatschappelijk verantwoord consumeren de oplossing zou kunnen zijn.
- Zaken visueel maken voor de leerlingen door middel van affiches, infokaarten, foto's, enzovoort.

DEELVRAAG 5: WELKE WERKVORM KUNNEN WE INZETTEN OM LEERLINGEN BEWUST TE MAKEN OVER INITIATIEVEN OP VLAK VAN MVO EN MVC WAARBIJ WE OOK KUNNEN INSPELEN OP DE NODEN VANUIT HET WERKVELD?

Om een antwoord te formuleren op deelvraag 5, onderzochten we in de literatuurstudie de werkvormen die in de leerwerkboeken reeds aangeboden worden. In de verschillende leerwerkboeken worden weinig activerende projecten en activiteiten aangeboden. Dit bleek ook uit de enquête afgenomen bij leerkrachten.

We gingen op zoek naar een werkvorm die voldeed aan de volgende voorwaarden:

- **Activerend werken:** Activerende werkvormen zetten studenten actief aan het werk met de leerstof, waarbij ze academische vaardigheden ontwikkelen en gebruikmaken van situaties uit de praktijk. (Torfs & Wismans)
- **Overkoepelend werken:** Dit houdt in een werkvorm of methode die zich ertoe leent om meerdere uren aan de slag te gaan om zo meerdere onderwerpen efficiënt te kunnen integreren.
- **Groot leereffect:** We streven ernaar een werkvorm te gebruiken met een effectgrootte van meer dan 0,40. Deze leveren namelijk het gewenste leereffect op. (Visible Learning, n.d.)
- **Integratie van *21st century skills*:** Zoals eerder vermeld zijn de *21st century skills* een aantal vaardigheden die leerlingen nodig hebben om te kunnen deelnemen aan de maatschappij van de toekomst. (Pijpers, 2017) Aangezien onderwijs hetzelfde doel nastreeft, is het belangrijk om ook de *21st century skills* te integreren in onze werkvorm.

De werkvorm die voldoet aan deze voorwaarden is 'de workshop'. Het lesmateriaal dat we voor de bachelorproef ontwerpen zullen we daarom uitwerken in de vorm van een workshop.

Hoofdstuk 3: VERA: een integratieworkshop

We ontwikkelden de integratieworkshop VERA om de tekorten uit het werkveld op te vangen. We creëerden de workshop om MVO en MVC te koppelen aan andere lesonderwerpen binnen het vak Mens en Samenleving. Bovendien voldoet onze workshop ook aan de volgende voorwaarden: integratie van activerende en bewegingsrijke werkvormen, differentiërend lesmateriaal en gebruik van digitale tools. Kortom, we ontwierpen een workshop dat vernieuwend, overkoepelend en activerend is.

1 De workshop

1.1 VERA

Vera is de naam van onze workshop en tevens de naam van het personage dat we creëerden om leerlingen te ondersteunen en te motiveren in hun leerproces rond MVO en MVC. De naam Vera is afgeleid van verantwoord aangezien onze workshop draait rond het thema van (maatschappelijk) verantwoord ondernemen en consumeren. Vera neemt de leerlingen mee naar de wereld van MVO en MVC.

1.2 VERLOOP VAN DE WORKSHOP

1.2.1 Inleiding

De workshop bestaat uit de inleiding, de hoeken en het slot.

De inleiding bestaat uit vier delen. Eerst maken leerlingen kennis met het begrip ‘duurzaamheid’ door een introductiefilmpje te kijken. Daarna doen de leerlingen een brainstorm in de vorm van een estafette. Vervolgens geven ze hun mening over verschillende duurzaamheidsvraagstukken waarna ze kennis maken met de website en met Vera.

1.2.2 Hoeken

Na de inleiding, gaan leerlingen aan de slag in de hoeken. Er zijn vier hoeken waarbij er telkens twee draaien rond MVO (hoek 1, hoek 2) en twee rond MVC (hoek 3, hoek 4). In elke hoek wordt een brug gebouwd tussen MVO of MVC en andere lesonderwerpen binnen het vak Mens en Samenleving.

1.2.2.1 Hoek 1: MVO – initiatieven met focus op de planeet

Hoek één behandelt MVO met focus op de planeet. Leerlingen ontdekken verschillende duurzame initiatieven van bedrijven en lokale handelaars aan de hand van een tafeltentoonstelling. Vervolgens verwerken ze de inhoud met behulp van inhouds- en meningsvragen op BookWidgets. Op het einde wordt deze inhoud vastgezet door een elevator pitch dat de leerlingen creëren of een reflectiemoment via Padlet.

1.2.2.2 Hoek 2: MVO- initiatieven met focus op de planeet en de mens

Hoek twee bespreekt MVO met focus op de planeet en de mens. In deze hoek maken leerlingen een persoonlijkheidstest op de website van Vera en worden ze onderverdeeld in bewuste shopper, twijfelachtige shopper of luxueuze shopper. Daarna komen de leerlingen meer te weten over de SDG’s, mensenrechten en het UVRM aan de hand van inhoudsvragen op BookWidgets. Vervolgens verdiepen ze zich in de duurzame initiatieven van enkele bedrijven en passen ze de nieuwe inhouden toe op de initiatieven. Nadien worden de nieuwe inhouden vastgezet aan de hand van een Powtoon dat ze zelf in elkaar steken.

1.2.2.3 Hoek 3 – MVC afvalvrij consumeren

In hoek drie, MVC met focus op afvalvrij consumeren, leren leerlingen over de afvalberg en hoe ze deze kunnen verkleinen. Ze vullen een infofiche aan en verwerken zo verschillende onderwerpen omtrent afval, zoals zero waste, het gebruik van plastic, de plasticsoep, microplastics, gebruik van palmolie en het gebruik van shampoo. Daarna kan de verworven informatie vastgezet worden aan de hand van een quiz. Ten slotte kunnen leerlingen thuis of in de klas zero waste badkamerproducten maken. Daarna dienen ze de producten uit te proberen en te beoordelen.

1.2.2.4 Hoek 4 MVC – bewust consumeren

In hoek vier, MVC met focus op bewust consumeren, maken leerlingen kennis met budgetbeheer door te shoppen voor een gezin in de supermarkt aan de hand van winkelkaarten. Elke winkelkaart is voorzien van twee QR-codes waarbij de code links een productbeschrijving met labels weergeeft, terwijl de code rechts toegang geeft tot een filmpje of artikel. Vervolgens reflecteren leerlingen over hun productkeuze in een Padlet. Vervolgens achterhalen ze in BookWidgets de betekenis van twee zelfgekozen productlabels. Nadien, wordt de inhoud vastgezet met een presentatie via een affiche in Canva of via een PowerPoint.

1.2.3 Slot

Na de behandeling van de hoeken wordt de workshop afgesloten met interactieve puzzels die de kernboodschappen uit de hoeken weergeven. De leerlingen krijgen daarna nog even de tijd om de Instagram-pagina van Vera te bekijken. Het slotdeel eindigt met een reflectiemoment aan de hand van EXIT-kaarten. Leerlingen reflecteren op deze manier over hun leerproces gedurende de gehele workshop.

2 Leidraad

2.1 DE LERARENBUNDEL

De lerarenbundel begeleidt leerkrachten in het grote aanbod aan lesmateriaal van deze workshop. De leerkrachten vinden er onder meer informatie terug over de inzetbaarheid, de digitale tool BookWidgets, inleiding, overzicht, slot, leerplandoelen en een uitgebreid deel per hoek. In dit laatste wordt de hoek grondig beschreven, zoals hoe de hoek verloopt, de daaraan gekoppelde leerplandoelen en de organisatie. Om deze lerarenbundel gebruiksvriendelijk te maken, integreerden we QR-codes en hyperlinks om de leerkrachten op een eenvoudige manier door te verwijzen naar de website.

2.2 WEBSITE

Het lesmateriaal is beschikbaar op de website van Vera (URL: https://bit.ly/WorkshopVERA-leerkracht) De website bestaat uit twee delen: een deel voor de leerlingen en een verborgen deel voor de leerkrachten.

De leerlingen worden begeleid op de website aan de hand van een stappenplan en overzicht. Ze navigeren snel en gemakkelijk op de website door de QR-codes op hun begeleidende documenten te scannen.

Leerkrachten navigeren op de website door hyperlinks aan te klikken of QR-codes in te scannen in de lerarenbundel. Zij hebben toegang tot documenten die de leerlingen niet kunnen downloaden. Dit zijn voornamelijk documenten die de leerkrachten dienen af te drukken of dienen aan te passen.

Hoofdstuk 4: Procesbeschrijving

In het begin van het academiejaar kregen we een lijst van de bachelorproefthema's. Wij voelden als studenten Economie meteen een connectie met het thema 'Hoe kan je de onderwerpen 'verantwoord consumeren' en 'maatschappelijk verantwoord ondernemen' integreren in je lessen economie?'. Naast het feit dat MVO en MVC ons nauw aan het hart liggen, zagen we dit ook als een opportuniteit om uitgebreid kennis te maken met het vak Mens en Samenleving. We waren volledig overtuigd na de infosessie over de bachelorproefthema's binnen de vakgroep Economie. Hierin deelden ze mee dat er nood is aan motiverend, activerend en overkoepelend didactisch materiaal binnen het vak Mens en Samenleving. Op dat ogenblik wisten we dat we ons wilden verdiepen in de noden van de leerkrachten Mens en Samenleving en dat we op basis van die resultaten lesmateriaal wilden ontwikkelen.

In de oriënteringsfase verkenden we als groep de onderwerpen MVO en MVC. We onderzochten de definities en gingen op zoek naar concrete voorbeelden. Om onze voorkennis en de gevonden informatie op een rij te plaatsen, creëerden we vervolgens een schema met woordassociaties. Hierin rangschikten we de begrippen die samenhingen met de centrale begrippen uit MVO/MVC. Dit hielp ons het overzicht te bewaren. Daarna hielden we een brainstorm over de onderwerpen die we wilden integreren in het lesmateriaal.

Eens we een concreet beeld hadden van de onderwerpen, onderzochten we de noden van de leerkrachten Mens en Samenleving. Hiervoor stelden we een enquête op die we deelden in de leerkrachtengroep '*Mens & Samenleving'* op Facebook. Hiermee wilden we voornamelijk peilen naar de troeven en gebreken van de leerwerkboeken. Naast het verzamelen van gegevens uit het werkveld, vonden wij het ook noodzakelijk om de leerwerkboeken Mens en Samenleving zelf te bestuderen. Enerzijds wilden we hiermee ontdekken wat er reeds aangeboden werd en anderzijds wilden we begrijpen waar de noden uit voortkomen.

Na het verwerken van de gegevens uit de literatuurstudie, zochten we naar een concept dat alle noden van de leerkrachten omvat. Initieel ging onze voorkeur uit naar het ontwikkelen van lesmateriaal in de vorm van een leerwerkboek. Hierop kwamen we uiteindelijk terug. We wilden niet dat ons lesmateriaal het zoveelste leerwerkboek ging worden. We beoogden iets innovatiefs te creëren met een toegevoegde waarde voor leerkracht én leerling. Na het grondiger doornemen van de literatuurstudie, was het voor ons opeens glashelder dat een workshop voldeed aan alle voorwaarden.

We kozen ervoor om de workshop in te richten met vier hoeken. Deze keuze vloeide deels voort uit het feit dat drie leden van onze groep een buitenlandse praktijkstage opnamen en het dus moeilijk was om op hetzelfde moment beschikbaar te zijn. We zagen vier hoeken als de geschikte oplossing om alle gekozen onderwerpen uit te werken en de taken efficiënt te verdelen. We stelden daarbij een planning op om de vooruitgang te bewaken en elkaar op vaste tijdstippen feedback te kunnen geven.

Bij de start van de ontwerpfase kozen we ervoor om sjablonen op te stellen om de VERA workshop van een coherente lay-out te voorzien en dit door te trekken naar de begeleidende documenten, de lerarenbundel en het didactisch materiaal. Gedurende het ontwerpproces gingen we geregeld ten rade bij onze bachelorproefpromotor Veerle Willems. Zij gaf ons kwalitatieve feedback en bood ons nieuwe inzichten aan. Nadat we het uitgewerkte materiaal gezamenlijk verbeterden, legden we de puzzelstukken samen.

In de analyserende fase deelden we de lerarenbundel samen met een feedbackfiche in verscheidene leerkrachtengroepen op Facebook. Op deze manier konden we nagaan in welke mate onze VERA-workshop voldeed aan de noden. Als laatste verwerkten we de feedbackfiches en voerden we de laatste aanpassingen door aan het lesmateriaal, de lerarenbundel en de website.

Hoofdstuk 5: Evaluatie

In dit hoofdstuk gaan we dieper in op de evaluatie van het ontworpen lesmateriaal. We wilden aan de hand van het lesmateriaal voldoen aan de noden uit het werkveld. Leerkrachten ervaren een tekort aan overkoepelend, gestructureerd, bewegingsrijk en differentiërend lesmateriaal, dat online tools integreert. We gingen na of ons lesmateriaal deze tekorten opvangt door middel van een peiling bij leerkrachten met behulp van een feedbackfiche.

1 Selectie van de respondenten

Om de gebruiksvriendelijkheid van het ontworpen lesmateriaal af te toetsen, plaatsten we een oproep in vijf leerkrachtengroepen[5] op Facebook. We gingen hierbij te werk in twee stappen. In de eerste stap, plaatsten we een boodschap op Facebook waarbij we de inhoud van het lesmateriaal kort toelichtten en meldden dat we naar vrijwilligers zochten om de feedbackfiche in te vullen. Bij interesse dienden de leerkrachten te reageren met 'interesse'. In totaal kregen we op die manier een respons van 129 leerkrachten. In de tweede stap ontvingen de leerkrachten die aangaven geïnteresseerd te zijn, het lesmateriaal, de feedbackfiche en de link naar de website. Van de 129 leerkrachten ontvingen we veertien feedbackfiches (10,9%). Daarnaast contacteerden we ook onze vakmentoren van de afstudeerstage voor waardevolle feedback. Op basis van alle feedbackfiches konden we het lesmateriaal, de website en de lerarenbundel bijsturen.

2 Algemene feedback

In de feedbackfiche vroegen we leerkrachten om telkens één hoek te beoordelen. Een groot aantal leerkrachten besloot echter om algemene feedback te geven die we hier bespreken. In de volgende paragraaf bespreken we de specifieke feedback per hoek. Leerkrachten gaven aan dat de workshop heel veel verschillende onderwerpen integreert en dat er veel variatie is in het gebruik van werkvormen en multimediale opdrachten. Mogelijks kan dit laatste ook een struikelblok zijn omdat ICT-gebruik in bepaalde scholen nog niet sterk aanwezig is door een gebrek aan infrastructuur. Bovendien zijn niet alle leerkrachten en leerlingen voldoende ICT-vaardig, wat de drempel kan verhogen voor het gebruik van onze workshop. Leerkrachten hadden ook vragen omtrent de werking van BookWidgets. Om leerkrachten hierin te ondersteunen, schreven we een handleiding voor deze digitale tool.

Verder verklaarden enkele leerkrachten dat de voorziene tijd voor TSO en BSO studenten te ambitieus is. Hierop spelen we in door differentiatiemogelijkheden aan te bieden. Daarnaast kunnen leerkrachten er ook voor kiezen om enkele delen te schrappen. Dit wordt telkens vermeld in de lerarenbundel. Het lesmateriaal is om die reden flexibel inzetbaar in alle onderwijsvormen. Zo integreerden we ook een dagplanning in de lerarenbundel om aan te tonen hoe leerkrachten de workshop kunnen organiseren op één dag. Daarnaast gaven we ook mee hoe de verschillende hoeken kunnen georganiseerd worden in 50 minuten.

Over de lerarenbundel kregen we veel lovende commentaren. Zowel de lay-out als de inhoud werd gewaardeerd. Zo haalden enkele leerkrachten aan dat de lerarenbundel erg gedetailleerd is en een goede leidraad vormt voor de uitwerking van de workshop.

[5] 'Mens & Samenleving', 'Lesideeën PAV', 'Lesideeën secundair onderwijs', 'Voor alle leerkrachten secundair onderwijs', 'Leerkrachten economische vakken'

3 Feedback per hoek

3.1 HOEK 1: MVO – INITIATIEVEN MET FOCUS OP DEPLANEET

Bij hoek één, verklaarde meneer De Muer dat deze hoek er fantastisch uitziet. Tot slot deelde mevrouw Bogaert mee dat deze hoek logisch is opgebouwd en het gebruik van werkvormen goed is.

3.2 HOEK 2: MVO – INITATIEVEN MET FOCUS OP MENS EN PLANEET

Bij hoek twee, verklaarde mevrouw Bogaert dat er een probleem was met de QR-codes en hyperlinks in de lerarenbundel. Dit werd meteen rechtgezet. Daarnaast stelde mevrouw Bogaert het gebruik van Powtoon in vraag. Leerlingen zijn reeds bekend met PowerPoint, Powtoon is daarentegen nog onbekend terrein. Leerkrachten kunnen er steeds voor kiezen om een ander medium te hanteren mits een kleine aanpassing van het lesmateriaal. PowerPoint vormt een goed alternatief.

3.3 HOEK 3: MVC – AFVALVRIJ CONSUMEREN

Bij hoek drie, schreef mevrouw Vanmarcke dat het gebruik van creatieve en multimediale opdrachten uitstekend is. Zo is ze voorstander van Piktochart, Prezi video en het maken van badkamerproducten. Hoewel ze geen voorstander is van QR-codes, vindt ze de hyperlinks heel gebruiksvriendelijk. Tot slot zou zij nog meer tijd willen spenderen aan hoek drie om deze grondiger te kunnen uitvoeren in haar klas.

3.4 HOEK 4: MVC - BEWUST CONSUMEREN

Bij hoek vier, gaf meneer Van Daele aan dat leerlingen gemotiveerd zullen moeten worden om de reflectie in te vullen via Padlet. Hij gaf hierbij de tip om een competitie-element toe te voegen. Zo zouden leerlingen minder snel afhaken. Daarnaast vulde mevrouw Baele aan dat de variatie van werkvormen en opdrachten uitstekend is. Tot slot gaf ze een tip mee om de digitale tool ForAllRubrics te gebruiken in plaats van de evaluatiekaders op papier of op de computer. Deze tip zullen we meenemen naar de toekomst.

4 Sterkte-zwakte analyse

4.1 STERKTES

Deze workshop is een volwaardige oplossing voor het praktijkprobleem. Zo bieden we lesmateriaal aan dat aan verschillende voorwaarden voldoet: overkoepelend, gestructureerd, bewegingsrijk en differentiërend lesmateriaal, dat online tools integreert. De leerlingen worden doorheen het lesmateriaal op de website begeleid door Vera met behulp van de website van VERA, zij is ook het personage dat de leerlingen motiveert doorheen de workshop. Ze moedigt leerlingen aan in de begeleidende documenten met bemoedigende woorden als 'Succes!', 'Je bent er bijna.', 'Blijven gaan!'. De Instagrampagina van Vera is ook een leuke en interessante toevoeging. Hierop staan inspirerende quotes en tips om duurzaam te leven.

Op basis van de feedbackfiches stelden we vast dat leerkrachten zeer enthousiast zijn over ons innoverend lesmateriaal. Twee leerkrachten stelden ons zelfs de vraag of we bereid zijn om te helpen bij de uitvoering van de workshop in hun klas.

4.2 ZWAKTES

We zijn er ons van bewust dat er ook zwaktes zijn verbonden aan onze workshop. Wat veel naar voren kwam in de feedbackfiches, is dat de timing van de workshop heel ambitieus is voor sommige klasgroepen. Om die reden voorzagen we voldoende differentiatiemogelijkheden. Zo kunnen leerkrachten op basis van de beginsituatie ervoor kiezen om bepaalde delen achterwege te laten. In hoek vier kunnen de leerkrachten er bijvoorbeeld voor kiezen om deel 1 over te slaan. Ook is het voor de leerkracht mogelijk om de begeleidende documenten aan te vullen naar niveau, keuze en tijd.

Bovendien kregen we ook de opmerking dat we niet genoeg rekening hielden met leerlingen met leerstoornissen. We kregen de suggestie om hulpkaarten te ontwikkelen zodat de leerkracht minder hulp moet verlenen. Unaniem kwamen we tot het besluit om dit niet actief te integreren, omdat er een brede waaier is aan leerstoornissen. Leerlingen met dyslexie komen we deels tegemoet door gebruik te maken van begrippenlijsten.

Daarnaast sluit de workshop af met de introductie van Vera's Instagram-pagina. Hierop dienen de leerlingen *posts* te liken die ze leuk vinden. Het nadeel is echter dat niet alle leerlingen een Instagram-account hebben. De leerkrachten kunnen hier inventief mee omgaan door de *posts* en hartjes af te drukken.

Ten slotte kan het veelvuldig ICT-gebruik een drempel zijn om deze workshop uit te voeren. Zo kunnen leerlingen en leerkrachten onvoldoende ICT-vaardig zijn. Bovendien laat de infrastructuur het niet altijd toe om gebruik te maken van digitale tools.

Hoofdstuk 6: Besluit

Jongeren zijn zich steeds vaker bewust van thema's als klimaatopwarming, duurzaamheid en de natuur. Dit uiten ze door bijvoorbeeld deel te nemen aan klimaatprotesten of door hun verontwaardiging te delen op sociale media. Van dit toegenomen bewustzijn willen we gebruik maken om ze te introduceren tot de onderwerpen MVO en MVC. We willen hen tonen welke kleine en grote stappen ondernemingen en consumenten (inclusief zijzelf) kunnen nemen om actief bij te dragen tot een duurzamere wereld. Doorheen deze bachelorproef zochten we dan ook een antwoord op volgende onderzoeksvraag: *Hoe creëren we samenhang tussen de onderwerpen maatschappelijk verantwoord ondernemen en consumeren en andere onderwerpen binnen van het vak Mens en Samenleving op een actieve manier?*

Het eerste hoofdstuk vormt hierbij de oriënteringsfase. Hierbij definiëren we de begrippen maatschappelijk verantwoord ondernemen en consumeren. Op basis van deze definities maakten we associaties met de begrippen. Dit resulteerde in twee mindmaps rond MVO en MVC die ons een beeld gaven van de onderwerpen die we wensten te behandelen in ons lesmateriaal.

Aan de hand van een literatuurstudie brachten we de ontwikkelingsnood in kaart. We bestudeerden de beschikbare boeken en stelden vast dat er weinig overkoepelend materiaal werd aangeboden rond MVO en MVC. Leerkrachten bleken vooral een tekort te ervaren aan gestructureerd, bewegingsrijk en differentiërend lesmateriaal, dat online tools integreert. We kwamen tot de conclusie dat een workshop een adequate werkvorm is om in te spelen op deze noden. Op basis van de leerplandoelen voor Mens en Samenleving ontwierpen we een eerste schets van de inhouden en de organisatie van onze workshop. Na het afnemen van een interview met een leerkracht Mens en Samenleving, besloten we ook om evaluatievormen aan te bieden binnen ons lesmateriaal.

Vervolgens gingen we aan de slag met de ontwerpfase. We ontwikkelden de VERA-workshop in vier hoeken. Hoek één en twee leggen de focus op MVO terwijl hoek drie en vier focussen op MVC. De leerlingen doorlopen de hoeken zelfstandig met behulp van de VERA website en de VERA Instagram-pagina.

Van bij de start stelden we de noden van leerkrachten centraal bij het ontwikkelen van de workshop. We hebben deze noden op verschillende manieren geïmplementeerd. Zo hebben we activerende werkvormen voorzien door de workshop in te richten als begeleid zelfstandig leren (BZL) waarbij de leerlingen de leerinhoud op eigen houtje ontdekken. We werken overkoepelend door binnen elke hoek meerdere ontwerpen te integreren. Zo leggen we bijvoorbeeld in hoek twee het verband tussen MVO, mensenrechten en de Duurzame Ontwikkelingsdoelstellingen. De workshop laat ook toe differentiërend te werken door leerkrachten de mogelijkheid te geven om lesmateriaal te selecteren in functie van de beginsituatie van de leerlingen. Daarnaast voorzien we keuzeopdrachten om in te spelen op de interesses van de leerlingen. Ook spelen we in op de vraag van leerkrachten om bewegingsrijke werkvormen te voorzien door een estafette, tafeltentoonstelling en simulatiespel te integreren in de workshop. Leerkrachten gaven ook aan dat er meer nood was aan samenhang en structuur. Hieraan hebben we het hoofd proberen te bieden door het creëren van een overzichtelijke lay-out en verschillende stappenplannen. Ten slotte, spelen we ook in op de ontwikkeling van de *21st century skills* door gebruik te maken van online tools zoals BookWidgets, Padlet, Powtoon, Prezi Video en Canva.

Ten slotte volgde de evaluatiefase. We contacteerden leerkrachten Mens en Samenleving met de vraag om onze workshop en het lesmateriaal te evalueren. Op deze manier controleerden we in welke mate het lesmateriaal ook effectief voldeed aan hun noden. De reacties van leerkrachten waren over het

algemeen positief. Zo waren de leerkrachten enthousiast om met het lesmateriaal aan de slag te gaan. Onze workshop scoorde uitstekend op vlak van multimedia, differentiatie in werkvormen, structuur en overzichtelijke lay-out. Zo goed als alle leerkrachten gaven dan ook aan onze workshop te willen gebruiken. Wel vonden ze de planning te ambitieus gegeven het beschikbaar aantal uren en haalden ze het probleem aan van de nood aan een sterke ICT-infrastructuur om de verschillende programma's te hosten. Op basis van deze feedback stuurden we het lesmateriaal bij door bijvoorbeeld naast de dagplanning weer te geven hoe leerkrachten het materiaal in 50 minuten kunnen organiseren.

We hopen dat deze bachelorproef en onze VERA-workshop de hiaten in het werkveld opvangen op vlak van samenhang tussen MVO/MVC en andere lesonderwerpen binnen het vak Mens en Samenleving. We kijken dan ook uit naar de implementatie van onze workshop in het werkveld. Daarnaast wensen we een bewustwording teweeg te brengen bij leerlingen -en leerkrachten- over hoe zij zelf hun steentje kunnen bijdragen aan een duurzamere wereld. Op die manier dragen wij via onderwijs ons steentje bij aan de ontwikkeling van een duurzame maatschappij.

Bibliografie

072 PC. (sd). *Computer symbool*. Opgehaald van https://www.072-pc.nl/winkel/computer-reparatie/

alamy. (sd). *instructions to use the vector icon. Isolated contour symbol illustration - Image ID: 2AGCAKP* . Opgehaald van https://www.alamy.com/instructions-to-use-the-vector-icon-isolated-contour-symbol-illustration-image337103306.html

Apple. (sd). apple-brings-more-than-70-new-emoji-to-iphone-with-ios-12-1/. *apple-brings-more-than-70-new-emoji-to-iphone-with-ios-12-1/.* apple.com. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.apple.com/nl/newsroom/2018/10/apple-brings-more-than-70-new-emoji-to-iphone-with-ios-12-1/

Avans Hogeschool. (2017). *Informatietheorie*.

Averbode. (2019). *Radar.* Opgeroepen op November 2019, van Uitgeverij Averbode: https://www.averbode.be/so_mensensamenleving?article=109247

Beckers, A., Stas, R., & Vanreyten, M. (2019). *MikS.* Wommelgem: Van In.

Brackeva, J., Claes, N., & Malfait, H. (2019). *Mens en Samenleving.* Kalmhout: Pelckmans.

Bureau voor loopbaan coaching. (2014, april 23). *De voordelen van een training of workshop*. Opgehaald van bureau voor loopbaancoaching: https://buroloopbaancoaching.nl/nieuws/de-voordelen-van-een-training-workshop/

Caetering, S. (sd). A Transparent Cnn Headline - News Headline Template Png, Png Download. *A Transparent Cnn Headline - News Headline Template Png, Png Download.* kindpng. Opgehaald van https://www.kindpng.com/imgv/TbimbJ_a-transparent-cnn-headline-news-headline-template-png/

canva. (sd). canva. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.canva.com/design/DAD8i-BxVL4/VI0z3Ra49WHoewn6NiDrgg/edit

cbisd. (sd). Where is God in Reform Judaism?": 'Biblical God';'Rabbinical God';'Medieval God';'Modern God'. *Where is God in Reform Judaism?": 'Biblical God';'Rabbinical God';'Medieval God';'Modern God'.* cbisd. Opgehaald van https://cbisd.org/programs/where-is-god-in-reform-judaism-biblical-godrabbinical-godmedieval-godmodern-god/2019-04-18/

Clercq, I. D. (2020, maart 11). Leren Leren.

Cuypers, L. (2019, Juni 5). *Activerend leren: 5 voordelen voor de docent*. Opgehaald van Acco: https://blog.acco.be/activerendleren/activerend-leren-5-voordelen-voor-de-docent/

Cuypers, L. (2019, Juni 14). *Activerend leren: 5 voordelen voor studenten*. Opgeroepen op Mei 2020, van Acco: https://blog.acco.be/activerendleren/activerend-leren-5-voordelen-voor-de-student/

De Meester. (2018, mei 29). "Leraar, laat je leerlingen minder stilzitten". *Klasse*.

die Keure. (2019). *Hub - set van 3 modules A (incl. ringmap).* Opgeroepen op November 2019, van die Keure: https://www.diekeure.be/nl-be/educatief/9670/hub-set-van-3-modules-a-incl-ringmap

Diederik. (2018, mei 3). *De 3 P's bij Duurzaamheid*. Opgehaald van http://www.onderneemduurzaam.nl/2018/05/03/3-ps-duurzaamheid/

EFEKTstudio (Regisseur). (2012). *After Effects Template - Broadcast News Package - News Intro* [Film]. Opgehaald van https://www.youtube.com/watch?v=VpcrmAja6bY

freepik. (sd). *sleutel symbool in een cirkel Gratis Icoon*. Opgehaald van https://nl.freepik.com/iconen-gratis/zoeken-sleutel-symbool-in-een-cirkel_728821.htm

GEZONDLEVEN. (sd). *Waarom is bewegen gezond?* Opgehaald van https://www.gezondleven.be/themas/beweging-sedentair-gedrag/bewegingsdriehoek/waarom-is-bewegen-gezond

Guhlin, M. (2019, September 12). *Teaching strategies that work*. Opgeroepen op Mei 2020, van TCEA: https://blog.tcea.org/strategies-that-work/

Hoornaert, L., & De Schryver, J. (2019, Oktober). *Verantwoord consumeren en maatschappelijk verantwoord ondernemen.* Opgehaald van Mindmeister: https://www.mindmeister.com/1359879971?t=BDNQeHbRKv

Hoornaert, L., De Backer, L., De Schryver, J., & van Coppernolle, U. (2019, Oktober 9). Enquête Bachelorproef: Mens en Samenleving. *Enquête Bachelorproef: Mens en Samenleving*.

ICONFINDER. (sd). *Business, desk, furniture, office, school, table, teacher's table icon* . Opgehaald van https://www.iconfinder.com/icons/2035735/business_desk_furniture_office_school_table_teacher%27s_table_icon

iStock. (sd). *Stylo écrit sur l'icône de papier*. Opgehaald van https://www.istockphoto.com/fr/vectoriel/stylo-%C3%A9crit-sur-lic%C3%B4ne-de-papier-%C3%A9l%C3%A9ment-de-simple-ic%C3%B4ne-pour-sites-web-design-gm1021442672-274321469

Katholiek Onderwijs Vlaanderen. (2018). *Mens & samenleving*. Opgehaald van katholiekonderwijsvlaanderen: https://www.katholiekonderwijs.vlaanderen/secundair/modernisering-so-2018/mens-samenleving

Kirschner, P. A., Clark, R. E., & Sweller, J. (2012, November). Helemaal uitleggen of zelf laten ontdekken? Onderzoek spreekt voor volledig begeleide instructie. *Van twaalf tot achtien*(9), 14-16.

KULEUVEN. (2017, september 10). *Voorkennis*. Opgehaald van https://www.kuleuven.be/onderwijs/ken-je-studenten/heterogeniteit/voorkennis

Lava , T., Holvoet, P., & Geeurickx, F. (2019). *Hub: 3 magazines over mens en samenleving: A: vita - back to business - game on.* Brugge: die Keure.

McDonald's. (sd). *SCALE FOR GOOD*. Opgehaald van Factsheet: https://www.mcdonalds.com/content/dam/nl/pdf/42229.McD%20NL%20Factsheet%20SFG%20Algemeen%20A4S%20HR%20DIG.pdf

microsoft, a. (sd). Powtoon. *Powtoon.* appsource microsoft. Opgehaald van https://appsource.microsoft.com/fr-ch/product/web-apps/powtoon5072221.powtoon?src=Dynamics365website&tab=Overview

Mortier, D., Bastien, D., Van Wichelen, K., De Bock, K., Heyligen, H., & Vanbegin, K. (2019). *Radar.* Averbode: Averbode.

MVO Vlaanderen. (sd). *Wat is MVO*. Opgeroepen op December 2019, van MVO Vlaanderen: https://www.mvovlaanderen.be/wat-mvo

Nederlands netwerk voor mediawijsheid. (2011, maart 25). De toegevoegde waarde van QR-codes in het onderwijs.

Nurgul. (2017, juni 21). *Duurzaam consumeren is bewust consumeren*. Opgehaald van mens-en-samenleving.infonu: https://mens-en-samenleving.infonu.nl/sociaal/84084-duurzaam-consumeren-is-bewust-consumeren.html

Onlinewebfonts. (sd). *Movie Moviemaker Film Cut Free Icon*. Opgehaald van https://www.onlinewebfonts.com/icon/470816

Padlet. (sd). Padlet. *Padlet.* leerling2020. Opgehaald van https://leerling2020.nl/tool/padlet/

Pelckmans. (2019, Februari 5). *Mens en samenleving leerwerkboek (inclusief Pelckmans Portaal).* Opgeroepen op November 2019, van Pelckmans: https://www.pelckmans.be/mens-en-samenleving-leerwerkboek-inclusief-pelckmans-portaal.html

Pijpers, R. (2017, december 20). *Alles wat u moet weten over 21e eeuwse vaardigheden*. Opgehaald van kennisnet: https://www.kennisnet.nl/artikel/6648/alles-wat-u-moet-weten-over-21e-eeuwse-vaardigheden/

Pinclipart. (sd). *Key Gpl Documents Guelph Library Project - Transparent Documents Icon Png Clipart* . Opgehaald van https://www.pinclipart.com/pindetail/ToJRwh_key-gpl-documents-guelph-library-project-transparent-documents/

Pixabay. (sd). Super Mario red springen man. *Super Mario red springen man.* Pixabay. Opgehaald van https://pixabay.com/nl/photos/super-mario-red-springen-man-1138462/

Plantyn. (2019). *LifeLike.* Opgeroepen op November 2019, van Plantyn: https://www.plantyn.com/lifelike

pngegg. (sd). *Computer Icons Action item Task Laborer Computer Software, price list, angle, text png*. Opgehaald van https://www.google.com/search?sa=G&hl=nl&q=task+png&tbm=isch&source=iu&ictx=1&tbs=simg:CAESsAEJfHRJUI59vM0apAELELCMpwgaYgpgCAMSKJsS7gHjAZwGmgbpE54G5AGcEvEBwT2jNLwh3TbAPZ80qDSUPrsnwj0aMD8HcTNan65b6Ch77ekAdfyBaEuNmacfWk6Gby897qx7MsEqNczmig3BtyI1jhB7dSAEDAsQ

pngitem. (sd). *Postit - Icon Post It Png, Transparent Png* . Opgehaald van https://www.pngitem.com/middle/ioRTRmb_postit-icon-post-it-png-transparent-png/

PowerPoint. (sd). MICROSOFT POWERPOINT OPLEIDINGEN. *MICROSOFT POWERPOINT OPLEIDINGEN.* bestburo. Opgehaald van https://www.bestburo.be/nl/opleidingen/microsoft-powerpoint

qrcode-generator. (sd). Opgehaald van qrcode-generator: https://www.the-qrcode-generator.com/

Rijksoverheid. (sd). *Hoe kan ik duurzaam consumeren?* Opgehaald van rijksoverheid: https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/duurzame-economie/vraag-en-antwoord/hoe-kan-ik-duurzaam-consumeren

SDGS. (sd). *Interministeriële conferentie duurzame ontwikkeling (IMCDO) organiseert informatieve dag over SDGs in België*. Opgehaald van Logo : https://www.sdgs.be/nl/news/interministeriele-conferentie-duurzame-ontwikkeling-imcdo-organiseert-informatieve-dag-over-0

SEATS2MEET. (sd). *3P's*. Opgehaald van http://ergfraai.nl/3-p-s.html

sessionlab. (sd). elevator pitch. *elevator pitch.* sessionlab. Opgehaald van https://s3-eu-west-1.amazonaws.com/uploads.eu.sessionlab.com/uploads/material/file/u8m8t5/bovenkant_eraf.jpg?X-Amz-Expires=600&X-Amz-Date=20200614T083620Z&X-Amz-Security-Token=IQoJb3JpZ2luX2VjEBAaCWV1LXdlc3QtMSJHMEUCIQC1F81teqOnV80kRuCN%2BFAW0LulJmHS7bjLe

shutterstock. (sd). *talent icon line vectoren*. Opgehaald van https://www.shutterstock.com/nl/search/talent+icon+line?image_type=vector

SHUTTERSTOCK. (sd). *Vergrootglas*. Opgehaald van Shutterstock: https://www.shutterstock.com/nl/search/vergrootglas+icoon

Smets, E., Van de Abbeele, L., & Verstraelen, A. (2019). *LifeLike.* Mechelen: Plantyn.

SPS, DVDA, & HA. (2019, januari 10). Zo'n 3.000 klimaatspijbelaars brengen krachtige boodschap in Brussel: "Er is geen planeet B". *Het Laatste Nieuws*.

Swearingen, T. (sd). *Quote*. Opgehaald van Pinterest: https://co.pinterest.com/pin/308918855662814147/?amp_client_id=CLIENT_ID(_)&mweb_unauth_id={{default.session}}&simplified=true

Test Aankoop. (2016, September 25). *Verantwoord consumeren*. Opgeroepen op December 2019, van Test Aankoop: https://www.test-aankoop.be/familie-prive/supermarkten/dossier/ethisch-consumeren-n527673

Thenounproject. (sd). *Portrait Orientation Lock* . Opgehaald van https://thenounproject.com/term/portrait-orientation-lock/78753/

toll-nettools. (sd). Padlet. *Padlet.* toll-nettools. Opgehaald van https://toll-nettools.be/product/padlet/

Torfs, E., & Wismans, G. (sd). *Activerende werkvormen: een praktische gids voor je onderwijs.* Universiteit Utrecht.

Vakgroep PW. (2018-2019). Algemene didactiek 3. In V. PW, *Algemene didactiek 3* (p. 47). Gent: Arteveldehogeschool.

Van den Broeck, A., Ferris, D., Chang, C., & Rosen, C. (2016). *De basisbehoeften van de Zelf-Determinatie Theorie: een samenvatting van de literatuur.*

Van In. (2019). *MikS: Mens & Samenleving.* Opgeroepen op November 2019, van Van In: https://www.vanin.be/nl/secundair-onderwijs/mens-en-samenleving

Vandoorne, S. (2019, mei 9). 11 cijfers die alles zeggen over plastic. *Charlie magazine*.

Vansteenkiste, M. (2018, januari 11). Leerlingen motiveren: 8 vragen aan expert Maarten Vansteenkiste. (B. De Wilde, Interviewer)

Video, P. (sd). Prezi Unveils First-Ever Video Platform That Puts Creators and Graphics On Screen Together in Real Time. *Prezi Unveils First-Ever Video Platform That Puts Creators and Graphics*

On Screen Together in Real Time. prneswire. Opgehaald van https://www.prnewswire.com/news-releases/prezi-unveils-first-ever-video-platform-that-puts-creators-and-graphics-on-screen-together-in-real-time-300957472.html

Visible Learning. (2018, Maart 28). *Hattie Ranking: 252 Influences And Effect Sizes Related To Student Achievement*. Opgeroepen op Mei 2020, van Visible Learning: https://visible-learning.org/hattie-ranking-influences-effect-sizes-learning-achievement/

Visible Learning. (sd). *The Visible Learning Research*. Opgeroepen op Mei 2020, van Visible Learning: https://www.visiblelearning.com/content/visible-learning-research

VISTIKHETMAAR. (sd). *Een evenwicht van mens, planeet en winst*. Opgehaald van https://vistikhetmaar.nl/lesmodules/duurzaam-en-succesvol-ondernemen-in-de-visketen/duurzaamheid/

Voogt, J., & Roblin, N. P. (2010). *21st century skills.* Opgeroepen op Mei 2020, van Leren in de 21e eeuw en 21st century skills: https://www.21stcenturyskills.nl/download/21_st_century_skills__UT_discussie_paperNL.pdf

VVKSO. (2019). *Mens & Samenleving 1ste graad A-stroom.* . Opgehaald van https://pincette.katholiekonderwijs.vlaanderen/meta/properties/dc-identifier/Cur-20190320-38

Waack, S. (2018). *Hattie's 2018 updated list of factors related to student achievement: 252 influences and effect sizes (Cohen's d).* visible-learning.org. Opgehaald van https://visible-learning.org/hattie-ranking-influences-effect-sizes-learning-achievement/

Wello Pet. (sd). *Workshops: vijf redenen waarom deze werken*. Opgeroepen op Juni 2020, van Wello Pet: https://www.wellopet.be/blog/workshops-vijf-redenen-waarom-deze-werken

WIKIMEDIA COMMONS. (sd). *File:Noun Project Sharing icon 1261785.svg*. Opgehaald van Sharing icon: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Noun_Project_Sharing_icon_1261785.svg

Wikipedia. (sd). *Powtoon*. Opgehaald van https://en.wikipedia.org/wiki/Powtoon

Bijlagen

BIJLAGEN	PAGINANUMMERS
1. Enquête	57 – 84
2. Email scholen: interview	85
3. Interview	86 – 93
4. Feedback	94 – 126
5. Materiaal workshop	128

1 Enquête

Responses cannot be edited

Bachelorproef: Mens en Samenleving

Hoe kan je de onderwerpen 'verantwoord consumeren' en 'maatschappelijk verantwoord ondernemen' integreren in je lessen Mens en Samenleving?

Met welk handboek werkt u?

Miks

Wat vindt u positief aan dit handboek?

Duidelijke aanpak via leerplan

Wat zou u graag anders zien?

Minder zelfstandige projecten

Welke werkvormen komen te weinig/niet aan bod in het handboek?

Wat heeft een goed handboek nodig?

Verscheidenheid aan mogelijkheden om werkvormen te integreren

Hoeveel lesuren mag een project volgens u in beslag nemen? Motiveer.

2-4

Submitted 10/9/19, 1:41 PM

Responses cannot be edited

Bachelorproef: Mens en Samenleving

Hoe kan je de onderwerpen 'verantwoord consumeren' en 'maatschappelijk verantwoord ondernemen' integreren in je lessen Mens en Samenleving?

Met welk handboek werkt u?

HUB

Wat vindt u positief aan dit handboek?

Mooie en moderne lay-out, zonder te druk te zijn. QR-codes in handboekje zodat leerlingen zelfstandig of in groepjes aan de slag kunnen. Goede beeldfragmenten (recente en vaak erg bruikbare filmpjes),...

Wat zou u graag anders zien?

Extra materiaal via Polpo is zeer complex (niet geïntegreerd in bordboek, filmpjes zijn niet apart beschikbaar maar enkel via de link, die wel eens durft te veranderen en/of verdwijnen, ...)

Welke werkvormen komen te weinig/niet aan bod in het handboek?

Coöperatief leren (al is dat wel mogelijk mits eigen aanpassingen)

Wat heeft een goed handboek nodig?

Rustige, aantrekkelijke lay-out, verwijzingen naar leerplannen, een goed werkend online leerplatform, voldoende 'ruimte' om andere werkvormen toe te passen (eventueel via extra online materiaal).

Hoeveel lesuren mag een project volgens u in beslag nemen? Motiveer.

Hangt ervan af hoeveel en welke leerplandoelen worden bereikt. Een project kan gerust een volledig trimester in beslag nemen als je daarmee ook voldoende varieert in lesinhoud, werkvormen, verschillende invalshoeken benadert enzovoort.

Submitted 10/9/19, 4:17 PM

Responses cannot be edited

Bachelorproef: Mens en Samenleving

Hoe kan je de onderwerpen 'verantwoord consumeren' en 'maatschappelijk verantwoord ondernemen' integreren in je lessen Mens en Samenleving?

Met welk handboek werkt u?

Radar

Wat vindt u positief aan dit handboek?

Laagdrempelig, leuke lay-out, goede ondersteuning voor lkr

Wat zou u graag anders zien?

Er is heel veel leerstof en ik zit al hopeloos achter op tijdschema ... er zijn geen echt uitgewerkte voorstellen van projecten

Welke werkvormen komen te weinig/niet aan bod in het handboek?

Project en ict

Wat heeft een goed handboek nodig?

Essentie, alle lpd bereiken, een haalbaar programma

Hoeveel lesuren mag een project volgens u in beslag nemen? Motiveer.

6

Submitted 10/9/19, 4:27 PM

Responses cannot be edited

Bachelorproef: Mens en Samenleving

Hoe kan je de onderwerpen 'verantwoord consumeren' en 'maatschappelijk verantwoord ondernemen' integreren in je lessen Mens en Samenleving?

Met welk handboek werkt u?

Geen handboek. We maken onze cursus zelf, aangevuld met materiaal van docentenbijscholing.nl

Wat vindt u positief aan dit handboek?

Het al gekregen materiaal van docentenbijscholing.nl (escape rooms, identiteitscirkels) is top!

Wat zou u graag anders zien?

Welke werkvormen komen te weinig/niet aan bod in het handboek?

Nvt

Wat heeft een goed handboek nodig?

Afwisseling, besef van de realiteit

Hoeveel lesuren mag een project volgens u in beslag nemen? Motiveer.

Submitted 10/9/19, 5:17 PM

Responses cannot be edited

Bachelorproef: Mens en Samenleving

Hoe kan je de onderwerpen 'verantwoord consumeren' en 'maatschappelijk verantwoord ondernemen' integreren in je lessen Mens en Samenleving?

Met welk handboek werkt u?

Lifelike

Wat vindt u positief aan dit handboek?

rubrieken en vlogs sluiten aan bij de leefwereld van jongeren

Wat zou u graag anders zien?

losse katernen, die je kan aanschaffen volgens interesse en beschikbare tijd

Welke werkvormen komen te weinig/niet aan bod in het handboek?

Heb ik nog geen zicht op, nog net geen thema afgerond

Wat heeft een goed handboek nodig?

actuele thema's, los leverbaar, ook inspelen op wat zich aanbiedt in de actua, dus online aanvulling

Hoeveel lesuren mag een project volgens u in beslag nemen? Motiveer.

afhankelijk, graag kunnen inspelen over wat in actua komt op dat ogenblik

Submitted 10/9/19, 5:49 PM

Responses cannot be edited

Bachelorproef: Mens en Samenleving

Hoe kan je de onderwerpen 'verantwoord consumeren' en 'maatschappelijk verantwoord ondernemen' integreren in je lessen Mens en Samenleving?

Met welk handboek werkt u?

Mens & Samenleving

Wat vindt u positief aan dit handboek?

Kleurrijk, verschillende werkvormen

Wat zou u graag anders zien?

Voor mijn leerlingen die een technisch profiel hebben, zijn de teksten en opdrachten soms te moeilijk

Welke werkvormen komen te weinig/niet aan bod in het handboek?

Ik weet dat nog niet. Is 1ste jaar dat Ik hiermee werk.

Wat heeft een goed handboek nodig?

Duidelijke structuur, infoteksten, afwisselende werkvormen

Hoeveel lesuren mag een project volgens u in beslag nemen? Motiveer.

2 tot 3

Submitted 10/9/19, 5:52 PM

Responses cannot be edited

Bachelorproef: Mens en Samenleving

Hoe kan je de onderwerpen 'verantwoord consumeren' en 'maatschappelijk verantwoord ondernemen' integreren in je lessen Mens en Samenleving?

Met welk handboek werkt u?

Mens en samenleving

Wat vindt u positief aan dit handboek?

Zeer goed uitgewerkt, voldoet aan alle. Lpd

Wat zou u graag anders zien?

Niets

Welke werkvormen komen te weinig/niet aan bod in het handboek?

Zeer veel afwisseling

Wat heeft een goed handboek nodig?

Kijk in het leerwerkboek m&s

Hoeveel lesuren mag een project volgens u in beslag nemen? Motiveer.

2

Submitted 10/9/19, 6:00 PM

Responses cannot be edited

Bachelorproef: Mens en Samenleving

Hoe kan je de onderwerpen 'verantwoord consumeren' en 'maatschappelijk verantwoord ondernemen' integreren in je lessen Mens en Samenleving?

Met welk handboek werkt u?

Radar

Wat vindt u positief aan dit handboek?

Duidelijke verwachtingen en kadering naar leerlingen.

Wat zou u graag anders zien?

Meer ruimte voor eigen input

Welke werkvormen komen te weinig/niet aan bod in het handboek?

Oefenen op bepaalde vaardigheden

Wat heeft een goed handboek nodig?

Mooie Lay-out, overzichtelijk, duidelijke kenniskaders

Hoeveel lesuren mag een project volgens u in beslag nemen? Motiveer.

Afhankelijk van het aantal leerplandoelen, een equivalent van een trimester

Submitted 10/9/19, 6:20 PM

Responses cannot be edited

Bachelorproef: Mens en Samenleving

Hoe kan je de onderwerpen 'verantwoord consumeren' en 'maatschappelijk verantwoord ondernemen' integreren in je lessen Mens en Samenleving?

Met welk handboek werkt u?

Hub

Wat vindt u positief aan dit handboek?

Heel actueel, werkt heel handig, spreekt de leerlingen aan, goed online materiaal via Polpo

Wat zou u graag anders zien?

De finale opdrachten zijn niet haalbaar binnen de voorziene tijd

Welke werkvormen komen te weinig/niet aan bod in het handboek?

Het boek leent zich tot alle soorten werkvormen

Wat heeft een goed handboek nodig?

Het moet vlot bruikbaar zijn

Hoeveel lesuren mag een project volgens u in beslag nemen? Motiveer.

4

Submitted 10/9/19, 6:28 PM

Responses cannot be edited

Bachelorproef: Mens en Samenleving

Hoe kan je de onderwerpen 'verantwoord consumeren' en 'maatschappelijk verantwoord ondernemen' integreren in je lessen Mens en Samenleving?

Met welk handboek werkt u?

Miks

Wat vindt u positief aan dit handboek?

Werken vanuit 5 personages, die aansluiten bij de leefwereld van de leerlingen

Wat zou u graag anders zien?

Geen idee, ben voorlopig nog tevreden over het boek

Welke werkvormen komen te weinig/niet aan bod in het handboek?

/

Wat heeft een goed handboek nodig?

Veel verschillende werkvormen, een goede structuur

Hoeveel lesuren mag een project volgens u in beslag nemen? Motiveer.

4

Submitted 10/9/19, 6:28 PM

Responses cannot be edited

Bachelorproef: Mens en Samenleving

Hoe kan je de onderwerpen 'verantwoord consumeren' en 'maatschappelijk verantwoord ondernemen' integreren in je lessen Mens en Samenleving?

Met welk handboek werkt u?

Radar

Wat vindt u positief aan dit handboek?

Mooie lay - out

Wat zou u graag anders zien?

Meer oefeningen, aangepaste taal, wat uitgebreider

Welke werkvormen komen te weinig/niet aan bod in het handboek?

Groepswerk

Wat heeft een goed handboek nodig?

Veel opdrachten om uit te kiezen, op maat geformuleerde definities, mooie lay out, verschillende werkvormen

Hoeveel lesuren mag een project volgens u in beslag nemen? Motiveer.

4

Submitted 10/9/19, 6:33 PM

Responses cannot be edited

Bachelorproef: Mens en Samenleving

Hoe kan je de onderwerpen 'verantwoord consumeren' en 'maatschappelijk verantwoord ondernemen' integreren in je lessen Mens en Samenleving?

Met welk handboek werkt u?

Pelckmans

Wat vindt u positief aan dit handboek?

Duidelijke onderverdeling in thema's, goede en duidelijke vermelding van les- en leerplandoelen. Veel didactische tips.

Wat zou u graag anders zien?

Meer didactisch materiaal.

Welke werkvormen komen te weinig/niet aan bod in het handboek?

Werken adhv stellingen, meer actieve werkvormen waarbij de leerlingen in beweging zijn (bvb thema gezondheid. Ze leren elke 30 min recht te staan, maar er is geen enkele aangeboden wv die actief is)

Wat heeft een goed handboek nodig?

Duidelijke structuur, logische opbouw, aantrekkelijk en aansluitend bij de leefwereld van jongeren.

Hoeveel lesuren mag een project volgens u in beslag nemen? Motiveer.

3 uur/week.

Submitted 10/9/19, 6:47 PM

Responses cannot be edited

Bachelorproef: Mens en Samenleving

Hoe kan je de onderwerpen 'verantwoord consumeren' en 'maatschappelijk verantwoord ondernemen' integreren in je lessen Mens en Samenleving?

Met welk handboek werkt u?

Hub

Wat vindt u positief aan dit handboek?

Leuke en gevarieerde magazines rond interessante thema's op maat van de leerlingen. Meerdere kijken op hetzelfde onderwerp.

Wat zou u graag anders zien?

De evaluatie-opdrachten kunnen meer afgestemd worden op de leerplannen maar de uitgeverij werkt hier volop aan.

Welke werkvormen komen te weinig/niet aan bod in het handboek?

/

Wat heeft een goed handboek nodig?

Op maat van de leerlingen, aansluitend bij hun leefwereld, duidelijk, gevarieerd in werkvormen (niet te veel doceren maar ook laten ontdekken).

Hoeveel lesuren mag een project volgens u in beslag nemen? Motiveer.

Moeilijk te zeggen, dit hangt af van het gehele plaatje (alle projecten samen) en het thema.

Submitted 10/9/19, 6:52 PM

Responses cannot be edited

Bachelorproef: Mens en Samenleving

Hoe kan je de onderwerpen 'verantwoord consumeren' en 'maatschappelijk verantwoord ondernemen' integreren in je lessen Mens en Samenleving?

Met welk handboek werkt u?

Radar

Wat vindt u positief aan dit handboek?

De verschillende onderzoeksopdrachten om tot de grote opdracht te komen.

Wat zou u graag anders zien?

Het is net iets te uitgebreid waardoor de thema's nogal uitlopen.

Welke werkvormen komen te weinig/niet aan bod in het handboek?

Actief iets gaan ondernemen buiten de school (bv helpen in een rusthuis, solidariteitsactie voorbereiden)

Wat heeft een goed handboek nodig?

Vrijheid om als lkr nog aan te vullen zodat je niet enkel slaafs het handboek moet volgen.

Hoeveel lesuren mag een project volgens u in beslag nemen? Motiveer.

10u, niet te veel, niet te weinig.

Submitted 10/9/19, 7:03 PM

Responses cannot be edited

Bachelorproef: Mens en Samenleving

Hoe kan je de onderwerpen 'verantwoord consumeren' en 'maatschappelijk verantwoord ondernemen' integreren in je lessen Mens en Samenleving?

Met welk handboek werkt u?

Radar

Wat vindt u positief aan dit handboek?

De evaluatie, handleiding,..

Wat zou u graag anders zien?

/

Welke werkvormen komen te weinig/niet aan bod in het handboek?

Heb ik nog geen zicht op

Wat heeft een goed handboek nodig?

Een goed thema? Veel vrijheid voor de leerlingen en projecten gebaseerd op leerplandoelen.

Hoeveel lesuren mag een project volgens u in beslag nemen? Motiveer.

20 lesuren

Submitted 10/9/19, 7:08 PM

Responses cannot be edited

Bachelorproef: Mens en Samenleving

Hoe kan je de onderwerpen 'verantwoord consumeren' en 'maatschappelijk verantwoord ondernemen' integreren in je lessen Mens en Samenleving?

Met welk handboek werkt u?

Miks

Wat vindt u positief aan dit handboek?

Speels, voldoende diepgaand uitgewerkt, fictieve figuren, niet te druk naar lay-out toe, modern materiaal

Wat zou u graag anders zien?

Online platform gebruiksvriendelijker maken voor leerlingen

Welke werkvormen komen te weinig/niet aan bod in het handboek?

Gewone oefeningen die leerlingen alleen moeten maken. Begrippen oefenen

Wat heeft een goed handboek nodig?

Alles maar vooral voldoende differentiatiemateriaal

Hoeveel lesuren mag een project volgens u in beslag nemen? Motiveer.

Hangt af van het aantal doelstellingen uit leerplan dat je bereikt.

Submitted 10/9/19, 7:32 PM

Responses cannot be edited

Bachelorproef: Mens en Samenleving

Hoe kan je de onderwerpen 'verantwoord consumeren' en 'maatschappelijk verantwoord ondernemen' integreren in je lessen Mens en Samenleving?

Met welk handboek werkt u?

Pelckmans mens en samenleving

Wat vindt u positief aan dit handboek?

Het is 1 boek, waardoor het duidelijker is voor de leerlingen. Alle thema's zijn ook uitgewerkt.

Wat zou u graag anders zien?

Bij sommige stukken zouden de leerplandoelen beter uitgewerkt moeten zijn

Welke werkvormen komen te weinig/niet aan bod in het handboek?

/

Wat heeft een goed handboek nodig?

Voldoende oefeningen en duidelijke uitleg bij de theorie, differentiatie voor alle leerlingen

Hoeveel lesuren mag een project volgens u in beslag nemen? Motiveer.

4

Submitted 10/9/19, 7:50 PM

Responses cannot be edited

Bachelorproef: Mens en Samenleving

Hoe kan je de onderwerpen 'verantwoord consumeren' en 'maatschappelijk verantwoord ondernemen' integreren in je lessen Mens en Samenleving?

Met welk handboek werkt u?

Radar

Wat vindt u positief aan dit handboek?

Toffe thema's

Wat zou u graag anders zien?

Alles eenvoudiger maken.

Welke werkvormen komen te weinig/niet aan bod in het handboek?

Wat heeft een goed handboek nodig?

Duidelijke informatie op niveau van de leerlingen.

Hoeveel lesuren mag een project volgens u in beslag nemen? Motiveer.

We hebben 2 uur per week.

Submitted 10/9/19, 8:01 PM

Responses cannot be edited

Bachelorproef: Mens en Samenleving

Hoe kan je de onderwerpen 'verantwoord consumeren' en 'maatschappelijk verantwoord ondernemen' integreren in je lessen Mens en Samenleving?

Met welk handboek werkt u?

Eigen geschreven handboek door KSDleuven

Wat vindt u positief aan dit handboek?

Onze eigen inbreng en accenten die we leggen met alle Leuvense scholen

Wat zou u graag anders zien?

Niets

Welke werkvormen komen te weinig/niet aan bod in het handboek?

/

Wat heeft een goed handboek nodig?

Veel onderzoeksopdrachten en probleemoplossende vragen - groepswerk en differentiatie

Hoeveel lesuren mag een project volgens u in beslag nemen? Motiveer.

Hangt van het project af - moeilijk in te schatten - bij ons duurt elk project 6 weken dus 12 lesuren.

Submitted 10/9/19, 8:13 PM

Responses cannot be edited

Bachelorproef: Mens en Samenleving

Hoe kan je de onderwerpen 'verantwoord consumeren' en 'maatschappelijk verantwoord ondernemen' integreren in je lessen Mens en Samenleving?

Met welk handboek werkt u?

miks

Wat vindt u positief aan dit handboek?

voldoende variatie, de spilfiguren

Wat zou u graag anders zien?

te weinig aandacht voor gezonde voeding

Welke werkvormen komen te weinig/niet aan bod in het handboek?

activerende werkvormen

Wat heeft een goed handboek nodig?

voldoende variatie qua werkvormen

Hoeveel lesuren mag een project volgens u in beslag nemen? Motiveer.

4, langer dan twee weken gaat vervelen voor de lln

Submitted 10/9/19, 9:00 PM

Responses cannot be edited

Bachelorproef: Mens en Samenleving

Hoe kan je de onderwerpen 'verantwoord consumeren' en 'maatschappelijk verantwoord ondernemen' integreren in je lessen Mens en Samenleving?

Met welk handboek werkt u?

Miks

Wat vindt u positief aan dit handboek?

De verschillende soorten oefeningen

Wat zou u graag anders zien?

Dat alles van opdrachten past binnen de taxonomie van Bloom

Welke werkvormen komen te weinig/niet aan bod in het handboek?

/

Wat heeft een goed handboek nodig?

Dat alles van opdrachten past binnen het leerplan met juiste extra opdrachten en toetsen.

Hoeveel lesuren mag een project volgens u in beslag nemen? Motiveer.

2u in de week is ideaal. Best 2u na elkaar

Submitted 10/9/19, 9:13 PM

Responses cannot be edited

Bachelorproef: Mens en Samenleving

Hoe kan je de onderwerpen 'verantwoord consumeren' en 'maatschappelijk verantwoord ondernemen' integreren in je lessen Mens en Samenleving?

Met welk handboek werkt u?

Radar

Wat vindt u positief aan dit handboek?

Gebaseerd op hun leefwereld

Wat zou u graag anders zien?

Sommige opdrachten zijn te moeilijk.

Welke werkvormen komen te weinig/niet aan bod in het handboek?

Een duidelijk hoekenwerk

Wat heeft een goed handboek nodig?

Afwisseling en op niveau van de llnee

Hoeveel lesuren mag een project volgens u in beslag nemen? Motiveer.

Anderhalve maand
voor een boekje

Submitted 10/9/19, 9:42 PM

Responses cannot be edited

Bachelorproef: Mens en Samenleving

Hoe kan je de onderwerpen 'verantwoord consumeren' en 'maatschappelijk verantwoord ondernemen' integreren in je lessen Mens en Samenleving?

Met welk handboek werkt u?

Radar

Wat vindt u positief aan dit handboek?

Vertrekt vanuit het kind en laat hen naar zichzelf kijken, dan naar anderen en zo verder om zich heen.

Wat zou u graag anders zien?

de magazinevorm is niet handig. de onderwerpen zijn niet goed uitgewerkt

Welke werkvormen komen te weinig/niet aan bod in het handboek?

klasdiscussie, groepswerk

Wat heeft een goed handboek nodig?

variatie in werkvormen, actua voor dit vak, digitale ondersteuning

Hoeveel lesuren mag een project volgens u in beslag nemen? Motiveer.

max 6. Voor dit vak (2u/week) is dit drie weken. Leerlingen die de inhoud van het project minder leuk vinden gaan afhaken als het langer duurt

Submitted 10/9/19, 9:56 PM

Responses cannot be edited

Bachelorproef: Mens en Samenleving

Hoe kan je de onderwerpen 'verantwoord consumeren' en 'maatschappelijk verantwoord ondernemen' integreren in je lessen Mens en Samenleving?

Met welk handboek werkt u?

Radar

Wat vindt u positief aan dit handboek?

Ovur , eindopdracht

Wat zou u graag anders zien?

Welke werkvormen komen te weinig/niet aan bod in het handboek?

Wat heeft een goed handboek nodig?

Hoeveel lesuren mag een project volgens u in beslag nemen? Motiveer.

Submitted 10/9/19, 10:42 PM

Responses cannot be edited

Bachelorproef: Mens en Samenleving

Hoe kan je de onderwerpen 'verantwoord consumeren' en 'maatschappelijk verantwoord ondernemen' integreren in je lessen Mens en Samenleving?

Met welk handboek werkt u?

Miks

Wat vindt u positief aan dit handboek?

Het is leuk dat ze met spilfiguren werken.

Wat zou u graag anders zien?

Veel eenvoudiger voor de leerlingen.

Welke werkvormen komen te weinig/niet aan bod in het handboek?

/

Wat heeft een goed handboek nodig?

Eenvoud, duidelijkheid

Hoeveel lesuren mag een project volgens u in beslag nemen? Motiveer.

6

Submitted 10/10/19, 8:13 PM

Responses cannot be edited

Bachelorproef: Mens en Samenleving

Hoe kan je de onderwerpen 'verantwoord consumeren' en 'maatschappelijk verantwoord ondernemen' integreren in je lessen Mens en Samenleving?

Met welk handboek werkt u?

Life like

Wat vindt u positief aan dit handboek?

links naar filmpjes

Wat zou u graag anders zien?

meer structuur, duidelijkere overgangen

Welke werkvormen komen te weinig/niet aan bod in het handboek?

kan dit nog niet zeggen. Geef nog maar enkele maanden dit vak.

Wat heeft een goed handboek nodig?

Structuur, kleur en ook niet te veel tekst voor eerstejaars...

Hoeveel lesuren mag een project volgens u in beslag nemen? Motiveer.

Submitted 4/27/20, 9:20 PM

Responses cannot be edited

Bachelorproef: Mens en Samenleving

Hoe kan je de onderwerpen 'verantwoord consumeren' en 'maatschappelijk verantwoord ondernemen' integreren in je lessen Mens en Samenleving?

Met welk handboek werkt u?

Miks

Wat vindt u positief aan dit handboek?

De onderwerpen zijn goed uitgewerkt en uitgediept, er is peerevaluatie en zelfreflectie, de ontdekplaten zijn inspirerend ...

Wat zou u graag anders zien?

Er zijn te veel grote opdrachten: ik heb een kleine klas van 10 leerlingen in een TSO-school en de opdrachten leiden ons te ver. Opdrachten die in 1 lesuur afgehandeld moeten worden, duren soms 2 à 3 lesuren.
Voor een TSO-klas is er een overload aan materiaal.

Welke werkvormen komen te weinig/niet aan bod in het handboek?

Ik vind dat er in dit handboek te veel groepswerk aan bod komt. Met mijn 10 leerlingen, uit dikwijls 'kansarme' gezinnen is dit niet altijd evident. Verder worden er in de digitale opdrachten veel geëist van de leerlingen. Ze hebben niet altijd de digitale tools en vaardigheden die nodig zijn om deze opdrachten te maken. Jammer genoeg kunnen we niet altijd gebruik maken van de pc-klas, waardoor je soms een les maar half kan geven en dan 2 weken moet wachten voor je ermee verder kan.

Wat heeft een goed handboek nodig?

Het moet afwisselend zijn, voldoende info en verschillende werkvormen bieden. Er moet ruimte zijn voor differentiatie en aandacht voor peerevaluatie en zelfreflectie. Verder moet het aantrekkelijk zijn voor de leerlingen. Zij vinden bijvoorbeeld de filmpjes rond de spilfiguren kinderachtig en weinig aantrekkelijk. Indien dit echte jongeren zouden zijn i.p.v. stripfiguren, zou het hen veel meer aanspreken.
De troeven van dit boek, de veelheid aan informatie, de werkvormen ... zijn voor mijn leerlingen een overload. Heel veel opdrachten zijn opdrachten die de leerlingen voor een stuk thuis moeten maken/verwerken, wat voor mijn leerlingen moeilijk is.

Hoeveel lesuren mag een project volgens u in beslag nemen? Motiveer.

Het boek bestaat uit 3 delen, nogmaals opgesplitst in een deel rond jezelf en dan een financieel luik. Ik stel vast dat ik op het einde van het eerste trimester deel 1 niet beëindigd had.
Het zou handig zijn om een lesuur, maximum 2 lesuren aan een project te kunnen besteden, toch met mijn lespubliek.
Door corona (zie verder) en de schoolorganisatie (leerlingen moeten na elk lesuur terug naar de speelplaats waardoor je veel tijd verliest) moet ik vandaag nog 2 hoofdstukken van deel B zien en ben ik nog helemaal niet begonnen met deel C. Heel wat leerplandoelstellingen heb ik nog niet bereikt.
Tijdens de periode van afstandsleren werken wij op school met een systeem waarbij de vakken ingedeeld zijn in A-vakken en B-vakken. De ene week ligt de focus op de A-vakken, waarbij je als B-vak een kleine opdracht (leeropdracht = MAG-opdracht geeft, de andere week omgekeerd. Wanneer de focus op je vak ligt, moet je een livesessie geven en een grote opdracht (= evaluatie-opdracht = MOET-opdracht). Aangezien mens & samenleving een vak is van 2 lesuren, krijg ik om de 14 dagen een half uur live of - in samenspraak met mijn collega die het andere half uur heeft - een uur om de maand. Op die manier is het heel moeilijk om nog leerstof te zien (zeker omdat voor de vakantie enkel herhalingsleerstof gezien mocht worden). Bovendien klagen de ouders dat de leerlingen voor zo'n klein vak veel te veel moeten doen. Ik stel vast dat 1 of 2 leerlingen de leeropdracht maken, de rest helemaal niet. Hoe kan ik dan mijn leerstof gezien hebben?
Door de verdeling van het uurrooster (Ik heb 12 verschillende opdrachten dit jaar, waarvan meer dan de helft nieuw en ik ben de enige die dit vak geeft.) is het ook moeilijk om deze leerstof voor mijn leerlingen in 'hapklare brokken' te verdelen.
Momenteel 'selecteer' ik en pik ik er hier en daar een opdracht uit in de hoop zoveel mogelijk leerdoelstellingen te bereiken, in de hoop dat ze alle opdrachten maken (wat dus niet het geval is).

Submitted 5/11/20, 6:20 AM

2 Email scholen: interview

Beste

In het kader van onze bachelorproef voeren wij onderzoek naar de ervaringen rond het vak mens en samenleving. Is het mogelijk om een leerkracht mens en samenleving te contacteren uit jullie school? Indien jullie hiervoor openstaan, zouden jullie ons een mail-adres kunnen doorgeven?

Alvast bedankt.

Met vriendelijke groeten,
Ulrike Van Coppernolle
Lien Hoornaert
Jonna De Schryver
Laura De Backer

Interview met een leerkracht Mens en Samenleving

Interviewers: Ulrike Van Coppernolle, Lien Hoornaert, Jonna De Schryver

Geïnterviewde: A. Dedeurwaerder

Ulrike: Welke zijn volgens u momenteel de tekorten in mens en samenleving?
In het algemeen is het allemaal een beetje moeilijk om er veel over te vertellen over mens en samenleving. Want we geven dit nog maar twee maanden, drie maanden eigenlijk. En om veel dingen gewoon te worden, zijn we eigenlijk één jaar, twee jaar, drie jaar verder tegen dat je er bent. Ja, het is vooral… Het eerste wat er mij opvalt, is tijd. We hebben hier één uurtje in eerste jaar en één in het tweede jaar. Waardoor we eigenlijk tot nu toe nog maar twee kleine thema's gegeven hebben. Omdat éénmaal wanneer alle leerlingen beginnen te praten in de klas, zijn de 50 minuten heel snel om. Dit heb je misschien op stage ook al gemerkt. Dus een keer dat ze allemaal aan bod geweest zijn, of ze willen nog een reageren op mekaar is je tijd heel snel weg. En dit zouden we als vakgroep, als nieuwe vakgroep willen we dit al onmiddellijk al aanpassen. Maar ja, anderzijds, gaat de school zomaar zeggen: "we gaan twee uren in het tweede jaar doen." Wat wij natuurlijk veel liever zouden willen omdat je dan meer kunt opbouwen. Met één uurke, tegen de volgende les, wil je dan terugkomen op wat je in de vorige keer gedaan hebt, je start dan met een herhaling. Je bent dan terug 10 minuten kwijt. En dat is een beetje jammer. Maar, we missen ook wel, vooral dan in het handboek, inhoud. Er zijn wel leerplandoelstellingen die inhoud bevatten, maar het is veel, niet alleen wat dat ze moeten kennen, hoe ze ermee aan de slag moeten gaan. Meningen vormen. En dat is moeilijk voor leerlingen, leerlingen in het eerste jaar vooral toch. Waar dat wij het nu aan geven, das wel moeilijk. Levenservaring, dat vinden we belangrijk, als je dat kunt meegeven. Daar moet je toch wel achterstaan. Dat is het belangrijkste eigenlijk.

Ulrike: En ja, misschien is de tweede vraag eigenlijk wat overbodig, want ja, dus gewoon meer uren na elkaar.
Ja inderdaad. Dat is het wat dat wij hebben. Want als je twee uren achter elkaar kunt geven, kan je stappen vooruitzetten. Terwijl als je één uur geeft, en dan de week erna terug een uur. Ik heb voor een bv. paar maandagen afwezig geweest, op bijscholing, maar dan in die weken, ik zit drie, vier weken achter en je verliest veel tijd. Maar natuurlijk dan als er twee uren zijn die dag. Ben je heel veel meer kwijt op die dag. Het is zo een beetje... Het heeft allemaal zijn voor- en nadeel.

Ulrike: En u zei ook: 'De leerplandoelen voor het eerste jaar zijn een beetje moeilijk.'. Heeft dit dan te maken met de taxonomie van Bloom of niet, want dat is ook een beetje onduidelijk?
Ja, mens en samenleving is eigenlijk op een heel hoog niveau dat alles wordt gegeven. Er zijn maar een vijf, zestal doelstellingen dat eigenlijk op de twee laagste niveaus zijn, maar de rest moet allemaal, ze moeten ermee aan de slag kunnen gaan met de leerstof. En dat is ook ambetant om dan te gaan evalueren. Je kan geen definitie gaan vragen, maar je moet effectief dan, ah ja, geef uw mening er dan over. En dat is net moeilijk voor leerlingen om een gegronde mening te geven. Ik heb nu geen taken mee. Ik heb een taak gegeven en ze moesten, hun soorten keuzes, ze moesten motiveren waarom dat, dat soort keuze is. Leerlingen doen dat bijna niet. Omdat, je mag niet enkel vragen: "Geef de uitleg van een rationele keuze.", maar je moet onmiddellijk zeggen: 'Kan je motiveren waarom is dat?' En dat is voor de leerlingen te moeilijk. 'Tis daarom dat dat zo… Het leerplan is heel ambitieus. Dat is een beetje lastig, eigenlijk.

Ulrike: Hoe gaan jullie dat evalueren, ja met de examens of toetsen?
Het is permanente evaluatie. Geen examens, maar wel op punten. Want dat is bij velen ook een discussie geweest. Punten of niet. Maar we hebben eigenlijk gekozen voor punten. Omdat we dan, op klassenraden, zie je het al gebeuren, leerkrachten die zeggen: "Ja ma ja, je hebt geen punten. Je bent ook niet belangrijk.". Maar het is even belangrijk als al die andere vakken. Dan is dat ook het moeilijke, omdat die doelstellingen, waar dat ze eigenlijk ook heel persoonlijke antwoorden kunnen aan geven, waaraan er weinig dingen aan vaststaan, om dat dan te vertalen naar een punt. En dat is dan ook de moeilijkheid, naar evaluatievorm. Wat ga je doen als opdracht, maar hoe ga je het dan, vrij objectief gaan evalueren. Iets dat ze heel persoonlijk gemaakt hebben. Das ook niet, dat is ook niet éénvoudig. Sowieso punten. Want anders is dat heel vaag hoe dat ze dat doen.

Ulrike: We hadden ook nog enkele vragen over het handboek. Welk handboek gebruikt u? En wat zijn de voor- en nadelen?
Pelckmans.
We zijn voor Pelckmans gegaan. Ik heb gehoord dat er al heel veel voor Pelckmans, voor mens en samenleving van Pelckmans gegaan zijn.

Ulrike: En welk boek is dat juist?
Mens en samenleving noemt hij. Kijk neem het voorblad mee. Je kan gerust een keer kijken. Maar das euhm, ja, maar ik heb die niet gekozen. En vorig jaar is er eigenlijk één collega die zich daarmee bezighield. Met euhm mens en samenleving, met de voorbereiding. Omdat ik hier, ja, ik was hier nog niet vast. Die heeft daarvoor gekozen, want andere boeken waren soms heel kinderachtig. Dat euhm. Dat ze merkte dat in één of ander boek zelf stond: Hoe moet je je handen leren wassen? Dat is iets, allée zeker in een richting, in een school waar dat je ASO geeft. Waar dat ze toch al wat kennis moeten hebben. Moet je niet afkomen: "Hoe gaan we de handen wassen?" Dus daarom, allée, terwijl dat dat vak eigenlijk, dat slaat ook op niet veel. Maar euhm, dat is wel goed (Pelckmans). Maar ja, dat is eigenlijk gelijk veel werkboeken. Das allemaal een beetje rond de pot. Draait allemaal een beetje rond de pot en niet zo duidelijk van zo dat is nu kennis en dat is nu dan gewoon informatie. En dat is nu een beetje vervelend. Dat ze niet deftig, echt een theoretisch boek van maken? Terwijl er wel wat theorie

theorie inzit, om daarmee aan de slag te gaan. Omdat te gaan kunnen mee creëren of om de taxonomie van Bloom te gaan evalueren op dat niveau.

Ulrike: Wat vindt u van de structuur van het boek? Is het eerder projectmatig of zijn het echt losse delen?
Het zijn allemaal thema's. Maar ik zou zelf liever evolueren in, in drie, vier jaar, als ik dit mag blijven geven naar echt een schoolse aanpak. Omdat wij hier bijvoorbeeld, hier in het eerste jaar… We hebben nu gekozen om nu niet gewoon het boek te volgen, maar alles een beetje door elkaar te geven. Omdat het ook op twee jaar is. Dus we zijn nu gestart met 'keuzes'. En we zijn ook al over 'budgetten' bezig geweest. Maar euhm. Dat we bijvoorbeeld, we zitten nu met 'een gezond ontbijt', in het 1ste jaar. Dat we binnen een paar jaar, die lessen van 'gezonde voeding' rond dat 'gezond ontbijt' kunnen geven. Dat eigenlijk een beetje dat vak, beetje inpast in de activiteiten die de school doet. We zitten hier ook met een relationele vormingsdagen en mondiale dagen, zowel dat over verschillende delen van de wereld gaat. Dat zijn ook doelstellingen die daarin terugkomen en dat je dat een beetje gaat afstemmen. Dat ze daar niet een dag mee bezig zijn en dat ze daar het jaar erna daarover leren. Dat is niet logisch. Maar dan moet je evalueren, weg van de methode stappen. Maar dat gaat nooit niet. Als je in het eerste jaar een vak met een leerplan moet gaan doen, dan moet ge dat eerst wat leren kennen. En binnen drie, vier jaar kan je dat veranderen. Maar dan moet je wel een vakgroep hebben die er 100 % voor staat. Dat is een beetje waar ik persoonlijk naar toe zou willen gaan. Om wat meer projectjes…

Ulrike: Dan kunnen we besluiten dat u eigenlijk wel meer samenhang tussen verschillende thema's zoekt.
Ja, maar dan, er zijn boeken die dat ook aanbieden. Vorig jaar ben ik naar een leerplan introductie geweest ook. Dat is een zeer wijze oefening om te doen, dat je het leerplan pakt en een bepaald thema bedenkt bv. reclame. Je kunt daar gigantisch veel aan koppelen. Je kunt daar gezonde voeding aan koppelen. Reclame voor McDonald's bijvoorbeeld. Maar je kan daar Budget aan koppelen. Allée je kan daar heel veel mee doen. En de overheid. En dat is een beetje, wat dat eigenlijk, dat je eigenlijk wel kan doen.

Ulrike: Ja, we hadden dat ook gehoord. Dat het eigenlijk allemaal apart is.
Terwijl het allemaal door elkaar moet kunnen laten slepen. En dan moet ge het inderdaad moeten kunnen aanpassen naar de school of naar hoe dat je het zelf wilt gaan doen. Dat is evolueren, binnen een paar jaar. Dat gaat niet in begin. Zeker naar evaluatie toe, moet je, zeker met de nieuwe doorlichting, dat ze daar zeer hard op hameren. Dat je op het juiste niveau gaat gaan evalueren. Dat je niet gewoon een definitie vraagt. Maar dat ze meer, ze moeten kunnen gaan uitleggen. Ze moeten ermee aan de slag gaan. Oefeningen maken. Dat ge niet een theorie vraagt dat is eigenlijk waar dat je zeer hard gaat moeten mee opletten in begin. Dat je op het goede niveau zit. En dat is wat doorheen de jaren betert.

Ulrike: Welke werkvormen bevordert de motivatie van uw leerlingen opmerkelijk? Welke soort oefeningen of werkvorm of…?
Ik ben eigenlijk vooral bezig geweest met klasgesprekken. Ik heb bijvoorbeeld het deze morgen er al over gehad, over geld uitgeven via games. Er zat één in mijn klas: "Ik geef zoveel uit ik doe dat samen met mijn ouders. Ik heb al meer dan 1.000 euro uitgegeven, uitgeven aan games." Maar tegen dat ze dat verhaal vertellen en ze gereageerd hebben op elkaar, dan gaat uw tijd voorbij. En eigenlijk, …

Ulrike: Maar natuurlijk is het belangrijk dat ze dit kunnen delen.
Ja zeker, maar dit kost gigantisch veel tijd dan. Maar dat merk ik ook wel, in de opleiding, zijn ze constant bezig met, je moet actief zijn en spelletjes of leuke tussendoortjes doen, maar in de praktijk heb je daar eigenlijk bijna geen tijd voor. Ja, en ik heb nu zelf een spel ontwikkeld rond budget. Maar

ja het was ook weer een heel lesuur dat je kwijt bent. Ze hebben daar ook wel veel aan gehad, maar je bent dan ook weer veel tijd kwijt. Ik merk dat heel veel leerlingen er baat bij hebben om gewoon een keer te luisteren om, te babbelen. En dan zou je moeten kunnen overgaan naar in groepswerk of een taak of een bundel waarmee dat ze dan zelf aan de slag kunnen gaan, nadat ze de input gekregen hebben. Dan merk ik wel dat ze euhm, dat ze eigenlijk toch wel meer aan dat gesprek, of toch in dit geval, dat ze dit eigenlijk toch wel oké vinden. Dat het niet is dat ze altijd actief moeten zijn. Maar natuurlijk, dan moet je wel opmerken, gelijk bij ons geval, zit er dan wel een keer een escape room in, in die methode. Maar dat mag dan ook geen ding zijn van 'Wow, wat doen we nu hier?'. Dus is het een beetje evenwicht maken. Een gewoon onderwijsleergesprek. Daar is niets mis mee eigenlijk. Dat is gemakkelijk om informatie te delen met hen. Maar ja in één uurke dat allemaal samen inpraten met hen en aan de slag gaan. Dat gaat niet, dat is te weinig. Maar ja.

Ja. Ik denk dat euhm beetje een evenwicht is tussen echt wel hoe dat het vroeger nog meer was en dan nieuwe, de nieuwe activiteiten. Ik denk dat dat wel belangrijk is.

Ulrike: Dus het grootste leereffect is de eigenlijk het OLG?
De OLG, en dan er een goeie opdracht aan gekoppeld. En dan voor andere kan je gemakkelijk toetsen. Maar echt ook een opdracht waarmee ze dan ook iets zijn en ja in iedere klas is het dan ook anders, dat je een gesprek mee aangaat. Maar ja, neen, inderdaad, het leereffect, ze gaan daar nog altijd veel aan hebben. Ze moeten een goeie concrete opdracht hebben en dat vind je in de methodes ook niet altijd. Is gewoon wel weer: "ah ja een vraagje, we gaan het invullen". Volgend vraagje, en we gaan het invullen. En dat is een beetje... Daarom ook dat ik voorstander ben om dan te evolueren naar iets anders. Omdat je dan, meer uw eigen ding en echt gewoon dan je opdracht, project. Hier je BZL bij wijze van spreken en doe maar. En dat is dan het gene wat dat, misschien beter is. Dat zien we dan wel in de toekomst zeker? Ja, ik denk dat belangrijk is, belangrijkst is.

Ulrike: Euhm ik weet niet euhm of u feedback zou willen geven op onze workshop?
Ik heb hem bekeken. Ik wou hem u ook doorsturen. Maar ik heb hem pas vanmorgen doorgestuurd omdat de rest euhm … Wacht, ik ga een keer kijken. Ik ga hem openzetten. Ik had een paar dingen. euhm…

Ulrike: Het klopt natuurlijk niet, niet volledig nu met uw visie. Want nu is het totaal iets anders.
Ja. Ma ja, dat is inderdaad. Het zit … En dat is dan wat je met die workshops zou moeten hebben, is dat ze dan, dat die leerlingen zelf individueel aan de slag kunnen. Maar ik merk ook dat soms, met die tentoonstelling. En er was dan nog een keer iets. Neen, met die producten konden ze zelf aan de slag gaan. Euhm, maar dat ze een aantal keren euhm… Het was niet duidelijk of moet daar nu een leerkracht aanwezig zijn of kunnen ze 100 % zelfstandig aan de slag.

Jonna: Bij sommige standen wel. Dus bij sommige standen wel. Maar wij dachten van ok, het is wel interessant dat ze verschillende soorten leerstof of thema's zien. In dan vier uur tijd, lesuur. Allée ja die focus, is dan echt meer op da vak dan en dat we dan ook meer konden zorgen voor samenhang. Dat was ons idee.
Ja inderdaad wat thematischer. Want je trekt… Het gaat om MVO, maar dan komt die 'gezonde voeding' erbij, komt eigenlijk 'producten gaan kopen' daarbij. Je kan zelfs aardrijkskunde eraan linken, vanwaar komen die producten? En daar ben ik dan wel een voorstander van. Je kan gaan samen allee, dat ze zien 'ah ja dat dingen gaan kopen en dat heeft invloed op ons budget'. Op ons gezinsbudget dan. Dat is wel goed. Euhm maar dat was van, moet er daar nu iemand aanwezig zijn omdat dacht… Stel dat ik nu dat ik dat 100% alleen moet doen… **Ulrike: Is misschien een beetje moeilijk?**

Jonna: Maar we dachten, 't is eerder interessant om die workshop te organiseren met uw vakcollega's. En dan effectief zo'n volledige voormiddag in te plannen voor het vak mens en

Samenleving. En dan euhm, is eigenlijk de bedoeling, bij het meeste van de standen, ik ga da nu niet veralgemenen, was het de bedoeling dat de leerlingen eerst individueel aan de slag gaan. Eerst gaan onderzoeken, analyseren en zo. En dat de leerkracht eigenlijk als coach optreedt en bepaalde OLG's wel gaat leiden. Op sommige momenten dan.
Ja inderdaad. Dat dacht ik ook. Je zit nu met twaalf klassen. Ik ga nu puur voor ons bekijken. Ah ja, eigenlijk, alleen dat doen, neen. Met twee of inderdaad met inderdaad met drie klassen samen. Dan ga je ook al minder, minder, als ik dat hier vier, drie keer moet doen, vier uren. Dan ben ik zelf ook veel uren kwijt, op dat moment daardoor. Ma inderdaad als je zegt,: "We doen dat hier samen." Dan is dat inderdaad wel iets dat mooi was.

Ulrike: We hebben nu wel alles heel erg beknopt uitgeschreven. Het is een algemeen idee voor ons bachelorproef.
Ma nee dat is logisch. Het is nog maar november ook allé.

Ulrike: Onze vraag was, wat vindt u van de inhouden die aan bod komen?
Het is iets dat bij ons, denk ik, geloof ik volgend jaar pas aan bod gaat komen. In het 2de jaar euhm maar ja, neen, ik vond eigenlijk wel, ik vond het eigenlijk wel logisch. Allee de samenhang van het onderwerp dat je gekozen had. Ik bedoel van de dingen dat je eraan gekoppeld had. Ja je zit met die 'planet', je gaat dan naar dat 'koopgedrag', euhm ja, wacht ze, ja producten maken, dat zou ik bv. dan misschien niet doen. Maar ja, inderdaad als je dat met verschillende collega's doet. Gaat iemand zich daar zeker wel zich in kunnen vinden om dat meer te gaan doen.

Ulrike: En zie je dat als een meerwaarde. Moesten we echt iets gaan maken, iets dat ecologisch is of denk je eerder goh dat is eigenlijk overbodig?
Ik weet niet of ze dat op die dag misschien dan een belangrijk iets moet zijn. 'k Denk dat het misschien wel belangrijk is dat ze, dat ze zeker… Ik had er hier iets van opgeschreven. Dat ze zeker elementen, dingen mee hebben. Toen dat ik het las, had ik zoiets van, toen ik het vanmorgen herlas. Om dat in vier uur te doen, leek het mij ook, heel veel om in vier uren te toen. Dat die timing zoeken, heel moeilijk is en bv. door zoiets weg te laten **Ulrike: Dat er meer ruimte komt.** Maar dan kan je daar misschien wel een overlap zien, met bv. ik ken die leerplandoelstelling niet van het vak 'beeld', maar kunnen ze daar misschien wel in 'beeld', iets aan koppelen. Dat je vakoverschrijdend dat gaat doen. En dat je in die workshop zelf daar iets minder mee aan de slag moet gaan. Maar ik vond hetgeen dat daar stond, dat dat wel logisch aan elkaar zat. Allee als je kiest voor maatschappelijk verantwoord ondernemen, dat dat wel logisch was, hetgeen erbij zat. Je kon misschien evengoed een ander onderwerp gekozen hebben, maar dat was wel logisch die inhoud. En dat is eigenlijk, misschien wel ook een inhoud dat niet zo makkelijk is om dat op een gewone lesmanier te gaan doen. En dat inderdaad, ik heb dat ook opgeschreven hier, dat als ze op zelfontdekking gaan, dat dit bij dit thema misschien wel goed is dat ze zelf websites gaan onderzoeken. Vooral voor organisaties of bedrijven die er zeer goed op letten. Dat dat wel goed is. De rest, rond zakgeld dat kan vrij eenvoudig gemaakt worden, maar dat, ik heb dat zelf nog nooit gegeven, het is een beetje een thema…, ik ga dat zien naar volgend jaar dan. Het leek mij wel logisch.

Ulrike: Momenteel zijn we ook een klein beetje aan het zoeken voor terug die taxonomie van Bloom eraan te koppelen. Want we weten het niet zo goed. Mogen wij dat op die manier geven. Als de evaluatie eigenlijk op een andere manier moet gebeuren. Want het is veel op het niveau van analyseren, evalueren…, maar ja, dan een workshop, komt daar niet echt aan toe…

Ja, de workshop op zich niet, maar eigenlijk dan de opdracht die je eraan koppelt. Want ze moeten dan eens een poster maken. Neen, ze moeten dan ook een keer iets gaan maken ook? 'Het was een naam die ik niet echt kende. Ik Heb het niet echt opgezocht ook nog. Ze moesten ne keer… **Ulrike: Een**

Powtoon Ja, dat. Ze moesten dat gaan maken, maar eigenlijk was die opdracht voldoende. Als dat op een hoog niveau van Bloom is, is dat wel een goeie: Vragen of ze een poster willen maken, en in die poster moet hun mening zitten dan kun je dat eigenlijk wel… Dat ze eerst inhoud vergaren, op de eilandjes of in de hoeken, hetgeen dat ze daar ze moeten doen met die informatie dan kunt ge wel als een evaluatie zien dan, maar dan is het weer moeilijk: hoe ga ja daar een quotering op zetten? Voor scholen die dan wel met punten werken. Ik weet niet of je nog interviews gedaan hebt met scholen die misschien niet in het puntensysteem zitten? Dat iedereen dan zijn vruchten kan plukken. Afhankelijk ook waar jullie terecht komen volgend jaar, hopelijk.

Ja? Ja, neen, als uw opdracht beantwoordt aan de doelstelling is dat ok denk ik. Ik ben ook nog jong he, dus he. Je had misschien verwacht dat er hier zo een vrij jonge leerkracht ging zitten? Het is zelf nog maar mijn derde jaar dat ik lesgeef dus… Ik heb gewoon al heel veel geleerd in de afgelopen jaren vooral op dat vlak dan, daar spreken ze bijna niet over een opleiding, voor uw leerplan realisatie dat is het belangrijkste. Tijdens uw stage merk je: we zijn bezig met ons boek en we schrijven da leerplandoel wel op. Daar draait het wel om, vooral die evaluatie. Als er een inspectie komt dat ze merken dat het op een goed niveau is dat alles wordt gevraagd. Dat je een volledige doelstelling, bijvoorbeeld dat van budget, we zijn er nu mee bezig geweest: 'Maak in een gesimuleerde situatie.', dus je moet he, maar ze moeten keuzes maken voor zichzelf in de simulatie. Dus dat moet wel gebeuren in een opdracht, maar ik bedoel… Ik ben die nu aan het maken, maar ze moeten keuzes maken voor hun eigen, maar het mag niet echt zijn, dus ge moogt niet vragen om hun budget een week bij te houden, dat kan niet, dat is niet gesimuleerd, het zijn zo een woorden, zo een details dat je moet op letten als je dan opdrachten gaat gaan maken dat je, ik denk dat dat wel iets is.

Denkt u dat er genoeg variatie is aan werkvormen of wat vindt u precies van de werkvormen die gebruikt worden.
Telkens dat je informatie moet verzamelen en dan er iets mee moet doen denk, ik maar dat er inderdaad ook nog plaats is voor de leerkracht om informatie te gaan delen. Want als je dan posters of folders in die eerste hoek legt zodat ze op de goede manier en onmiddellijk op de juiste manier of een snelle manier de juiste informatie uit te halen die belangrijk is. Dat ze nu wel rond die tafel… Er zijn daar 10 dingen, maar dat ze er eerst naar kijken wat is dat hier en dat ze onmiddellijk kunnen gericht gaan zoeken omdat ook uw tijd efficiënt wordt ingezet dan. Denk ik maar voor de rest zag het er afwisselend uit.

Jonna: Wat we sowieso gingen voorzien was een soort van oefeningen bundel of een bundel waarbij je allerlei vragen kan geven. Zodat ze dat eigenlijk ook wel als leidraad en vastzetting gebruiken. De school of de leerkracht of de vakgroep die dan beslist om die workshop te gebruiken, dat ze dan op basis van de werkblaadjes of groepsvragen of ze zeggen op basis van punten en dan kunnen wij ook wel criteria voor schrijven?
Ik denk dat inderdaad want wij hebben er ook over gediscussieerd. Toetsen? Ja, neen, want ze moeten het wel niet gewoon reproduceren dus toetsen is niet altijd, denk ik voor dit vak niet altijd het best om nu voor het eerst een toets te geven rond 'keuzes', maar ook een taak daar rond, want ze moeten het eigenlijk niet van buiten kennen. Ze moeten het kunnen gebruiken en dan weet ik dat een toets niet altijd de beste of dat resulteren in een toets niet het beste is in dit vak.

Ulrike: In principe zou je hier ook enkele evaluatievormen insteken?
Ja inderdaad maar dan afhankelijk van waar je echt naartoe wilt is het een pure workshop en dan die evaluatie daarbij. Eigenlijk heb je dan heel mooi en heel veel dingen aangeraakt binnen MVO, binnen dat maatschappelijk verantwoord ondernemen dus denk ik als je in die workshop zelf al ze dingen laat creëren dan gaat misschien wel vier uur iets weinig zijn en moet je misschien naar een dag gaan.

Is dat haalbaar een workshop van een dag maken?
Das natuurlijk wel wat anders. Ofwel inderdaad de aanzet geven tot kijk daarna kan je met die informatie dat doen. Dat je die weken daarna… Dat je de workshop doet in het begin van de maand en de tweede, derde, vierde week dan per workshop (hoek) een taak hebt een opdracht maar dat ze eerst de workshop moeten gedaan hebben om informatie … Da kan wel. Dat zou misschien beter zijn dan zeggen: "We gaan er een dag van maken." 'k Denk dat dat misschien nog…

De workshop op zich, bij het woord workshop denk ik ook iets van er komt iemand dat geven, dat heb ik altijd bij een workshop, maar das niet de bedoeling om het zelf te…

Jonna: Het wordt wel geleid, bij elke stand rekenen dat er iemand aanwezig is. Ulrike: Er zijn ook hulpfiches voor leerkrachten dat het duidelijk is.
Het is een mooi iets maar om in de praktijk te brengen en om het zogezegd als kant en klare workshop dat er inderdaad veel en dan van die fiches, uitleg of "hoe moeten we dit aanpakken" dat dat er wel gaat moeten bij zijn en uitgebreid genoeg. Maar dan ja een beetje…, maar het was wel een mooi… Ik vond het eigenlijk wel leuk dit doen, maar het moet ingepland worden, het heeft wel allerlei dingen ik vond het wel leuk eigenlijk.

Jonna: Daarjuist had u het over creëren, dat het voor zou kunnen zorgen dat er te weinig tijd is in 4 uur. Had u het dan enkel over da knutselen of die Powtoon? Of zou dat eerder kunnen dienen als een taak achteraf?
Ja, neen, die timing dat ga je moeten zoeken dat… **Ulrike: Ik denk wel dat dat ook veel tijd in beslag neemt en dat dat niet haalbaar is.** Voor één of andere opdracht moeten ze ook op de computer gaan zoeken, ja dat gaat geen 10 minuutjes. Dat gaat wellicht naar een half uur gaan. Een half uur van vier uur. Dat je inderdaad een doelstelling hebt van vier uur dat het een beetje evenwicht zoeken is van wat gaat er lukken en wat niet, om dan veel van die taken te geven… Je moet ze zeker aan de slag laten of er een aanzet brengen tot een taak en daar dan nog weken voor hebben om dat af te werken of op een of andere manier. Of ICT, ik weet niet precies wat de ICT-doelstellingen zijn, want je hebt dat hier en daar bijgezet dus je kan als extra optie tot vakoverschrijdend werken erbij zetten eventueel.

Ulrike: Ik zie de workshop eerder in mijn hoofd dat ze vooral dingen gaan doen, maar ik vermoed dat als ze die Powtoon dan na die workshop zou doen en dat je dan enkel informatie verzameld en dan komt het niet echt als een workshop nog, das dan een beetje moeilijk?
Ja, het is dat evenwicht.

Ulrike: Evenwicht zoeken om toch…? Jonna: evenwicht zoeken en afwerken thuis. Ulrike: Dat ze er eigenlijk al aan kunnen beginnen een beetje en eigenlijk…?
Hmm ja, dat is het finetunen thuis.

Ulrike: Want anders weet ik het niet…?
Hmm ja, das misschien heel dom of, heel uw concept weg, misschien dat je het dan beperkt tot twee dingen of drie dingen, en dat ze daar dan wel tijd voor hebben om 100% af te werken, maar dan mis je weer wat inhoud uiteindelijk dus ja. Ik had eigenlijk zoiets van ja het zit wel logisch in elkaar dus waarom daaraan sleutelen. Ja, als je dan evaluatie daaraan wil koppelen en tijd inschatten is zeker voor zo een groot werk denk dat het moeilijk is.

Jonna: Of gewoon het concept behouden en een stuk doorschuiven naar zelfstandig werken?
Inderdaad want uiteindelijk op vier uur wat uiteindelijk niet voor elke leerkracht zijn lesuur zal zijn die week heel wat doelstellingen aanreiken, aanhalen dus je hebt eigenlijk nog wel de weken daarna tijd om verder te gaan verdiepen en realiseren en dan evalueren. Ik denk dat dat dan een piste is om misschien te bekijken dat je toch wel tijd creëert. Dat is inderdaad wel dat je kan bekijken.

Ulrike: En de volgende vraag komt een beetje op hetzelfde neer uiteindelijk.
Ja, een keer kijken of ik alles… Ja dat is inderdaad een keer kijken bijvoorbeeld die producten als je daar zelf al aanzetten toegeef of een assortiment voor bedenkt, je hebt misschien zelf of al wat meer ideeën daar rond, zoals die folders ofzo, heel concrete websites of blaadjes, van kijk dat is voor Oxfam dat voor *SDG's,* dat euhm... Ik denk dat leerklachten... Ik heb zelf ook een bachelor gedaan over Cartoons, en ik weet begod niet meer wat er daarmee gedaan is achteraf, maar toen was dat wel echt wel gaan ontwerpen, maar 't materiaal was wel af, maar niet concreet genoeg voor de leerkrachten. Ik denk dat dat wel belangrijk is. Als je iets afwerkt, het product, alsjeblieft… en dat het duidelijk is. **Ulrike: kant en klaar.** Ja.

Ulrike: Dus u zou het gebruiken, moest het volledig kant en klaar zijn?
Of dan aanzetten tot, hoe kan je er verder mee, dat je tips geeft van de workshop, maar dat je natuurlijk kant en klaar … Anderzijds zit je een beetje met de vrijheid ook. Het is daarom dat ik het nog niet gegeven heb omdat ik niet weet hoe ik het zelf zou gaan geven.

Ulrike: Uiteindelijk is het toch wel de bedoeling dat we iets maken, dat toch echt een meerwaarde biedt.
Ja, tuurlijk, maar misschien dat het een ondersteuning is. Maar dat je inderdaad ook de optie hebt van, kijk we hebben iets voorzien maar dit zijn misschien ook opties waaraan we gedacht hebben, maar verder niet op ingegaan zijn. Dat is een beetje een keuze dat jullie gaan moeten maken. Geven we de aanzet tot of maken we het zelf?

Ulrike: Is er nog iets dat u ons wil meegegeven?
Neen! Veel succes. Dat is een hele boterham. Het is heel concreet hetgeen wat jullie willen doen. Je hebt nu al een idee waarnaar je naartoe wilt. Dus zeker na jullie examens en jullie stages toe. Ik spreek uit ervaring. Dat het heel belangrijk is, dat je al weet waar je wilt doen.

Jonna: Vooral ook omdat we met Erasmus studenten zitten.
Ah ja, ok. Maar je het is wel mooi dat als je een concept hebt dat je kunt zeggen 'jij kan dat maken op verplaatsing.

Jonna: 't Is daarom ook dat we voor vier hoeken gekozen hebben.
Ja, zodat je inderdaad kunt gaan verdelen. Het ziet er wel wijs uit.

Ulrike: We hadden dan ook nog eens een vraagje. We dachten misschien ook om de leerlingen te bevragen, wat dat hun voorkeuren zijn, maar 'k weet niet of dat ja … Ziet u dat als een meerwaarde?
Of dat je bij de leerlingen polst of ze geïnteresseerd zijn in die workshop?

Ulrike: Ik zal u het misschien eens tonen. Dat zijn de vragen dat we in gedachten hadden.
Voor de leerlingen. Ja, maar dat ze zelf.

4 Feedback

FEEDBACKFICHE VERA WORKSHOP

Beste leerkracht

We zijn vier studenten die het onderwijsvak Economie volgen aan de Arteveldehogeschool Gent. In het kader van onze bachelorproef stellen wij u de VERA-workshop voor. Deze hebben wij ontwikkeld voor het vak Mens & Samenleving rond de onderwerpen MVO en MVC.

Met dit feedbackfiche willen wij nagaan in welke mate onze workshop voldoet aan de verwachtingen van de leerkrachten. Via de onderstaande stellingen willen we peilen wat u van de VERA-workshop vindt. U dient deze te beoordelen aan de hand van de waardeschaal. Daarnaast bestaat er ook de mogelijkheid om extra tips of commentaren te noteren bij 'opmerkingen'.

Alvast bedankt!

Laura De Backer, Jonna De Schryver, Lien Hoornaert, Ulrike Van Coppernolle

Beoordelaar: A. Staessen	**Hoek:**

	Slecht	**Onvoldoende**	**Voldoende**	**Goed**	**Uitstekend**
ALGEMEEN					
De workshop integreert voldoende onderwerpen die in het vak Mens & samenleving aan bod komen (zie overzicht hoeken).					**X**
	Opmerkingen: een gevarieerd aanbod				
De geselecteerde leerplandoelen worden bereikt in de hoek.					**X**
	Opmerkingen:				
De geschatte duurtijd van de hoek is realistisch ingeschat en is haalbaar.				**X**	
	Opmerkingen: Dit is moeilijk om in te schatten. Ik zou dit eerst eens moeten uittesten. Het neemt altijd veel tijd in beslag om alles georganiseerd te krijgen, dus zeker voldoende tijd inplannen.				

STRUCTUUR + WERKVORMEN					
De hoek is logisch opgebouwd.					**x**
	Opmerkingen: prima				
	Slecht	**Onvoldoende**	**Voldoende**	**Goed**	**Uitstekend**
De leerlingen kunnen de hoek zelfstandig doorlopen.				**x**	**x**
	Opmerkingen: denk inderdaad dat dit moet lukken				
De lay-out (kleurgebruik, lettertype, paginaopmaak, …) is aantrekkelijk.				**x**	**x**
	Opmerkingen: verzorgd, goed leesbaar, leuk figuurtje,..				
Er is voldoende variatie en afwisseling in werkvormen.					**x**
	Opmerkingen: heel goed.				
De workshop integreert voldoende creatieve en multimediale opdrachten.					**x**
	Opmerkingen: heel goed				
GEBRUIKSVRIENDELIJKHEID					
De lerarenbundel is gebruiksvriendelijk en bevat de nodige informatie.					**x**
	Opmerkingen: eenmaal je deze hoeken een eerste keer hebt doorlopen, zal dit inderdaad een goede leidraad vormen.				
De website is gebruiksvriendelijk, alles is gemakkelijk terug te vinden.				**x**	
	Opmerkingen: is inderdaad gebruiksvriendelijk, maar toch even zoeken voor mij wat ik eerst moest aanklikken (kan natuurijk aan mij liggen, ben al iets ouder en minder digitaal geschoold). **Dat je steeds TERUG moest kan soms zorgen dat je het overzicht verliest of een stukje vergeet. Let wel, ik vind dit heel goed en ik heb dit ook snel moeten doorlopen omdat ik pas laat jullie oproep heb gezien en toch wilde reageren.**				

GEBRUIKSKLAAR					
Ik zou de workshop implementeren in mijn klassen.					**x**
	Opmerkingen: ik zal dit volgend schooljaar eens uittesten. Ik breng jullie dan ook op de hoogte als jullie dit wensen				
Alle voorwaarden zijn voldaan om de workshop te gebruiken in mijn les.					
	Opmerkingen: voor mijn leerlingen zijn sommige filmpjes misschien iets te makkelijk, naar natuurlijk is dit omdat dit een andere doelgroep is. Ik wens jullie alvast veel succes!				

FEEDBACKFICHE VERA WORKSHOP

Beste leerkracht

We zijn vier studenten die het onderwijsvak Economie volgen aan de Arteveldehogeschool Gent. In het kader van onze bachelorproef stellen wij u de VERA-workshop voor. Deze hebben wij ontwikkeld voor het vak Mens & Samenleving rond de onderwerpen MVO en MVC.

Met dit feedbackfiche willen wij nagaan in welke mate onze workshop voldoet aan de verwachtingen van de leerkrachten. Via de onderstaande stellingen willen we peilen wat u van de VERA-workshop vindt. U dient deze te beoordelen aan de hand van de waardeschaal. Daarnaast bestaat er ook de mogelijkheid om extra tips of commentaren te noteren bij 'opmerkingen'.

Alvast bedankt!

Laura De Backer, Jonna De Schryver, Lien Hoornaert, Ulrike Van Coppernolle

Beoordelaar: A. Draulans	**Hoek: allemaal**

	Slecht	**Onvoldoende**	**Voldoende**	**Goed**	**Uitstekend**
ALGEMEEN					
De workshop integreert voldoende onderwerpen die in het vak Mens & samenleving aan bod komen (zie overzicht hoeken).					**x**
	Opmerkingen: enorm knap!				
De geselecteerde leerplandoelen worden bereikt in de hoek.					
	Opmerkingen:				
De geschatte duurtijd van de hoek is realistisch ingeschat en is haalbaar.				**x**	
	Opmerkingen: Jullie gebruiken verschillende digitale media en dergelijke. Wegens het enorm grote aanbod (powtoon, gebruik qr-codes,…) gaan sommige onderwerpen trager doorlopen worden omdat een deel van de lln hier niet mee vertrouwd is. Wat niet wegneemt dat het heel leerrijk is voor de lln!!				
STRUCTUUR + WERKVORMEN					
De hoek is logisch opgebouwd.					**x**
	Opmerkingen: Enorm veel variatie!!! Heel fris opgevat.				

	Slecht	Onvoldoende	Voldoende	Goed	Uitstekend
De leerlingen kunnen de hoek zelfstandig doorlopen.					**x**
	Opmerkingen: Moeilijk in te schatten natuurlijk. Maar alles is enorm gedetailleerd uitgewerkt en veel extra materiaal zodat dit alle kans heeft op slagen.				
De lay-out (kleurgebruik, lettertype, paginaopmaak, …) is aantrekkelijk.					**x**
	Opmerkingen:				
Er is voldoende variatie en afwisseling in werkvormen.					**x**
	Opmerkingen:				
De workshop integreert voldoende creatieve en multimediale opdrachten.					**x**
	Opmerkingen: Zoals eerder vermeld, misschien net wat te veel verschillende multimediale opdrachten. **Tip: als lln op hun gsm een scanner van qr-codes installeren, hebben ze de ipad niet nodig.** **Niet alle lln beschikken over instagram.** **Opdracht 4 (badkamer – producten experimenten) is net wat te ver gaand. Dit kan misschien in andere lessen gedaan worden (techniek-nw) om dan zo de link naar M&S te leggen.**				
GEBRUIKSVRIENDELIJKHEID					
De lerarenbundel is gebruiksvriendelijk en bevat de nodige informatie.					**x**
	Opmerkingen:				
De website is gebruiksvriendelijk, alles is gemakkelijk terug te vinden.					**x**
	Opmerkingen:				
GEBRUIKSKLAAR					
Ik zou de workshop implementeren in mijn klassen.					**x**
	Opmerkingen:				
					x

Alle voorwaarden zijn voldaan om de workshop te gebruiken in mijn les.	**Opmerkingen:** **Ik ben erg onder de indruk van wat jullie gecreëerd hebben. Dit moet een enorm grote uitdaging geweest zijn, zowel de inhoudelijke vormgeving, het ICT-deel, het creatieve. Dit is heel dankbaar materiaal en is inspirerend! Knap!!**

FEEDBACKFICHE VERA WORKSHOP

Beste leerkracht

We zijn vier studenten die het onderwijsvak Economie volgen aan de Arteveldehogeschool Gent. In het kader van onze bachelorproef stellen wij u de VERA-workshop voor. Deze hebben wij ontwikkeld voor het vak Mens & Samenleving rond de onderwerpen MVO en MVC.

Met dit feedbackfiche willen wij nagaan in welke mate onze workshop voldoet aan de verwachtingen van de leerkrachten. Via de onderstaande stellingen willen we peilen wat u van de VERA-workshop vindt. U dient deze te beoordelen aan de hand van de waardeschaal. Daarnaast bestaat er ook de mogelijkheid om extra tips of commentaren te noteren bij 'opmerkingen'.

Alvast bedankt!

Laura De Backer, Jonna De Schryver, Lien Hoornaert, Ulrike Van Coppernolle

Beoordelaar: A. Baele	**Hoek: 4**

	Slecht	**Onvoldoende**	**Voldoende**	**Goed**	**Uitstekend**
ALGEMEEN					
De workshop integreert voldoende onderwerpen die in het vak Mens & samenleving aan bod komen (zie overzicht hoeken).					**x**
	Opmerkingen:				
De geselecteerde leerplandoelen worden bereikt in de hoek.					**x**
	Opmerkingen:				
De geschatte duurtijd van de hoek is realistisch ingeschat en is haalbaar.				**x**	
	Opmerkingen: zal afhangen van klas tot klas. Bij ons (TSO BSO school) zitten in 1A veel leerlingen die uiteindelijk in BSO zullen terechtkomen. Onze leerlingen werken doorgaans traag.				
STRUCTUUR + WERKVORMEN					
De hoek is logisch opgebouwd.					**x**
	Opmerkingen:				

	Slecht	Onvoldoende	Voldoende	Goed	Uitstekend
De leerlingen kunnen de hoek zelfstandig doorlopen.					**x**
	Opmerkingen:				
De lay-out (kleurgebruik, lettertype, paginaopmaak, …) is aantrekkelijk.					**x**
	Opmerkingen:				
Er is voldoende variatie en afwisseling in werkvormen.					**x**
	Opmerkingen: heel zeker: opdracht per 2, bewegend in de klas, bookwidgets individueel achter de pc, …				
De workshop integreert voldoende creatieve en multimediale opdrachten.					**x**
	Opmerkingen: zeker en vast!				
GEBRUIKSVRIENDELIJKHEID					
De lerarenbundel is gebruiksvriendelijk en bevat de nodige informatie.					**x**
	Opmerkingen:				
De website is gebruiksvriendelijk, alles is gemakkelijk terug te vinden.				**x**	
	Opmerkingen: tip: evaluatiekader onderzoek en ontwerp label kan ook via ForAllRubrics (gebruiksvriendelijk) **Casussen hoek 4 kreeg ik niet geopend. Als dit aan mij ligt, mag ook dit gerust naar uitstekend gaan.**				
GEBRUIKSKLAAR					
Ik zou de workshop implementeren in mijn klassen.					**x**
	Opmerkingen: Ikzelf geef het vak niet, maar ik bracht mijn collega op de hoogte.				
Alle voorwaarden zijn voldaan om de workshop te gebruiken in mijn les.					**x**
	Opmerkingen: idem hierboven				

FEEDBACKFICHE VERA WORKSHOP

Beste leerkracht

We zijn vier studenten die het onderwijsvak Economie volgen aan de Arteveldehogeschool Gent. In het kader van onze bachelorproef stellen wij u de VERA-workshop voor. Deze hebben wij ontwikkeld voor het vak Mens & Samenleving rond de onderwerpen MVO en MVC.

Met dit feedbackfiche willen wij nagaan in welke mate onze workshop voldoet aan de verwachtingen van de leerkrachten. Via de onderstaande stellingen willen we peilen wat u van de VERA-workshop vindt. U dient deze te beoordelen aan de hand van de waardeschaal. Daarnaast bestaat er ook de mogelijkheid om extra tips of commentaren te noteren bij 'opmerkingen'.

Alvast bedankt!

Laura De Backer, Jonna De Schryver, Lien Hoornaert, Ulrike Van Coppernolle

Beoordelaar: M. Baeyens	**Hoek:**

	Slecht	**Onvoldoende**	**Voldoende**	**Goed**	**Uitstekend**
ALGEMEEN					
De workshop integreert voldoende onderwerpen die in het vak Mens & samenleving aan bod komen (zie overzicht hoeken).					**x**
	Opmerkingen:				
De geselecteerde leerplandoelen worden bereikt in de hoek.				**x**	
	Opmerkingen:				
De geschatte duurtijd van de hoek is realistisch ingeschat en is haalbaar.				**x**	
	Opmerkingen:				
STRUCTUUR + WERKVORMEN					
De hoek is logisch opgebouwd.				**x**	
	Opmerkingen:				

	Slecht	Onvoldoende	Voldoende	Goed	Uitstekend
De leerlingen kunnen de hoek zelfstandig doorlopen.					
	Opmerkingen: geen idee, daarvoor moet ik nog grondiger kijken				
De lay-out (kleurgebruik, lettertype, paginaopmaak, …) is aantrekkelijk.				**x**	
	Opmerkingen:				
Er is voldoende variatie en afwisseling in werkvormen.				**x**	
	Opmerkingen:				
De workshop integreert voldoende creatieve en multimediale opdrachten.				**x**	
	Opmerkingen:				
GEBRUIKSVRIENDELIJKHEID					
De lerarenbundel is gebruiksvriendelijk en bevat de nodige informatie.				**x**	
	Opmerkingen:				
De website is gebruiksvriendelijk, alles is gemakkelijk terug te vinden.			**x**		
	Opmerkingen: **Is niet eenvoudig bij een eerste gebruik, is wat zoeken**				
GEBRUIKSKLAAR					
Ik zou de workshop implementeren in mijn klassen.				**x**	
	Opmerkingen:				
Alle voorwaarden zijn voldaan om de workshop te gebruiken in mijn les.					
	Opmerkingen: geen idee, daarvoor moet ik nog grondiger kijken				

FEEDBACKFICHE VERA WORKSHOP

Beste leerkracht

We zijn vier studenten die het onderwijsvak Economie volgen aan de Arteveldehogeschool Gent. In het kader van onze bachelorproef stellen wij u de VERA-workshop voor. Deze hebben wij ontwikkeld voor het vak Mens & Samenleving rond de onderwerpen MVO en MVC.

Met dit feedbackfiche willen wij nagaan in welke mate onze workshop voldoet aan de verwachtingen van de leerkrachten. Via de onderstaande stellingen willen we peilen wat u van de VERA-workshop vindt. U dient deze te beoordelen aan de hand van de waardeschaal. Daarnaast bestaat er ook de mogelijkheid om extra tips of commentaren te noteren bij 'opmerkingen'.

Alvast bedankt!

Laura De Backer, Jonna De Schryver, Lien Hoornaert, Ulrike Van Coppernolle

Beoordelaar: G. Vanmarcke	**Hoek: 3**

	Slecht	**Onvoldoende**	**Voldoende**	**Goed**	**Uitstekend**
ALGEMEEN					
De workshop integreert voldoende onderwerpen die in het vak Mens & samenleving aan bod komen (zie overzicht hoeken).					**+**
	Opmerkingen: Er is een leuke variatie in de aanrijking van de leerstof. "Filmpje van het klokhuis", fiche om zelf iets te maken, vragen met bookwidgets.				
De geselecteerde leerplandoelen worden bereikt in de hoek.					**+**
	Opmerkingen:				
De geschatte duurtijd van de hoek is realistisch ingeschat en is haalbaar.				**+**	
	Opmerkingen: Bij het dag verloop spreken de makers over 60 minuten, in de lestijden 50. En in de hoeken weer van 60 minuten. Persoonlijk denk ik dat de leerlingen er langer aan zullen werken. Het is zeer interessant en zeer mooi voorgesteld, het nodigt uit om alles te lezen en uit te proberen. Persoonlijk kom ik liever zo'n voorbereidingen tegen dan omgekeerd.				

	Slecht	Onvoldoende	Voldoende	Goed	Uitstekend
STRUCTUUR + WERKVORMEN					
De hoek is logisch opgebouwd.					+
	Opmerkingen: Ja, de eerste pagina toont de verschillende hoeken en deelactiviteiten. **De leerkracht wordt ook goed bijgestaan.**				
De leerlingen kunnen de hoek zelfstandig doorlopen.				+	
	Opmerkingen: Dankzij de pint screen en de bij gezette pijltje zullen ze er wel geraken, de jeugd zal er wel eerder mee weg zijn dan de leerkracht.				
De lay-out (kleurgebruik, lettertype, paginaopmaak, …) is aantrekkelijk.					+
	Opmerkingen: Het titelblad en de herhaling ervan in de deelopdrachten vind ik super. **Er is een leuke naam aan het lessenpakket geven. Dit is tof gevonden, dat maakt de inhoud realistisch en aantrekkelijker.** **Vera is ook tof en vlot voorgesteld.**				
Er is voldoende variatie en afwisseling in werkvormen.					+
	Opmerkingen :Doe-activiteiten, kijk-activiteiten, inzicht opdoen, leren door middel van een quiz .Op het einde een algemene nabeschouwing voor de leerlingen.				
De workshop integreert voldoende creatieve en multimediale opdrachten.					+
	Opmerkingen: Zeker Piktochart, Prezi video, zelf badkamer producten maken.				
GEBRUIKSVRIENDELIJKHEID					
De lerarenbundel is gebruiksvriendelijk en bevat de nodige informatie.					+
	Opmerkingen: Leerplannummers, verbetersleutels, suggesties, voorbereiding te kopiëren blaadjes en de verschillende invalshoeken.				
De website is gebruiksvriendelijk, alles is gemakkelijk terug te vinden.				+	
	Opmerkingen: Persoonlijk ben ik geen voorstander van een QR-code. Het duurt veel te lang eer je erin zit en je kan het niet zomaar betrouwen. **De toegankelijkheid met een link vind ik veel beter.**				
GEBRUIKSKLAAR					

Ik zou de workshop implementeren in mijn klassen.				+	
	Opmerkingen: Sommige websites zal ik dit schooljaar nog aan de leerlingen geven. Bookwidgets kende ik al maar ik besefte niet dat het zo handig was. Ik apprecieerde het, dat ze suggesties voorstelden. De voorziene evaluatie bladeren en de verbetersleutels zijn ook handig. Moest ik deze workshop moeten geven, zou ik me toch wat zekerder moeten voelen met het ict gebruik. Maar dat is eerder een spiegel voor mijzelf dan voor de makers. Gelukkig is de jeugd er vlugger mee weg.				
Alle voorwaarden zijn voldaan om de workshop te gebruiken in mijn les.					+
	Opmerkingen: Eigenlijk wel. Het is leerzaam, variërend, aanschouwelijk, bruikbaar en uitnodigend. Ik zou eerder de lesduur vermeerderen dan de inhoud van de verschillende hoeken te verminderen.				

FEEDBACKFICHE VERA WORKSHOP

Beste leerkracht

We zijn vier studenten die het onderwijsvak Economie volgen aan de Arteveldehogeschool Gent. In het kader van onze bachelorproef stellen wij u de VERA-workshop voor. Deze hebben wij ontwikkeld voor het vak Mens & Samenleving rond de onderwerpen MVO en MVC.

Met dit feedbackfiche willen wij nagaan in welke mate onze workshop voldoet aan de verwachtingen van de leerkrachten. Via de onderstaande stellingen willen we peilen wat u van de VERA-workshop vindt. U dient deze te beoordelen aan de hand van de waardeschaal. Daarnaast bestaat er ook de mogelijkheid om extra tips of commentaren te noteren bij 'opmerkingen'.

Alvast bedankt!

Laura De Backer, Jonna De Schryver, Lien Hoornaert, Ulrike Van Coppernolle

Beoordelaar: V. Bogaert	**Hoek: 1+2**

	Slecht	**Onvoldoende**	**Voldoende**	**Goed**	**Uitstekend**
ALGEMEEN					
De workshop integreert voldoende onderwerpen die in het vak Mens & samenleving aan bod komen (zie overzicht hoeken).					**x**
	Opmerkingen: Zeer sterk!				
De geselecteerde leerplandoelen worden bereikt in de hoek.					**x**
	Opmerkingen: Zeer sterk!				
De geschatte duurtijd van de hoek is realistisch ingeschat en is haalbaar.		**x**	**x**		
	Opmerkingen: Timing: Ik vind het heel ambitieus om dit op 1 dag af te krijgen. Mijn publiek 1A (TSO) zou hier absoluut het dubbele voor nodig hebben, vrees ik.				
STRUCTUUR + WERKVORMEN					

De hoek is logisch opgebouwd.	**Opmerkingen: Ja, al vind ik het niet logisch dat je werkt met een overzicht, een stappenplan en een stappenplan voor de laatste opdracht. Is een overzicht en 1 langer stappenplan niet logischer?**				
	Slecht	**Onvoldoende**	**Voldoende**	**Goed**	**Uitstekend**
De leerlingen kunnen de hoek zelfstandig doorlopen.		**X**	**X**		
	Opmerkingen: Niet elke leerling heeft deze zelfstandigheid. Tip: deze opdracht pas in trimester 3 leggen zodat ze hier reeds maanden in kunnen groeien alvast.				
De lay-out (kleurgebruik, lettertype, paginaopmaak, …) is aantrekkelijk.					**x**
	Opmerkingen: Vooral de lerarenbundel vind ik absoluut knap! **Leuk dat Vera de boel overal opvrolijkt! ☺**				
Er is voldoende variatie en afwisseling in werkvormen.					**x**
	Opmerkingen:				
De workshop integreert voldoende creatieve en multimediale opdrachten.				**x**	
	Opmerkingen: Zeker! Al vraag ik me af waarom jullie inzetten op POWTOON en niet op POWERPOINT waar de eerstejaars tenminste wel al noties van hebben…				
GEBRUIKSVRIENDELIJKHEID					
De lerarenbundel is gebruiksvriendelijk en bevat de nodige informatie.			**x**		
	Opmerkingen: Het is zoeken om erin te komen, eerlijk gezegd. Maar zeer helder en duidelijk uitgeschreven. Maar omdat je in het begin echt moet zoeken waar alles staat (doordat het meeste via de website te vinden is) vond ik het eerder ingewikkeld. Ik vermoed dat leerkrachten hierop zouden afhaken. **Bedenking: Deze workshop zit superknap in elkaar. Waarom niet in bijberoep starten volgend jaar en scholen afschuimen en zelf de workshop aanbieden en begeleiden?**				
				x	

De website is gebruiksvriendelijk, alles is gemakkelijk terug te vinden.	**Opmerkingen: Zeer knap in elkaar gestoken, maar nu nog verschillende foutmeldingen vanuit de lerarenbundel naar de website. Vooral in HOEK 2 veel error-meldingen.** **Sommige delen ontbreken ook nog, bv. de oranje infokaarten bij hoek 2.**				
GEBRUIKSKLAAR					
Ik zou de workshop implementeren in mijn klassen.				**x**	
	Opmerkingen: Haalbaarheid 1A TSO stel ik in vraag. Er wordt veel zelfstandigheid gevraagd en ik zie hier maar een minderheid in slagen. (Maar hé, alles is een leerschool hé)				
Alle voorwaarden zijn voldaan om de workshop te gebruiken in mijn les.				**x**	
	Opmerkingen: Zelfde reden als hierboven.				

FEEDBACKFICHE VERA WORKSHOP

Beste leerkracht

We zijn vier studenten die het onderwijsvak Economie volgen aan de Arteveldehogeschool Gent. In het kader van onze bachelorproef stellen wij u de VERA-workshop voor. Deze hebben wij ontwikkeld voor het vak Mens & Samenleving rond de onderwerpen MVO en MVC.

Met dit feedbackfiche willen wij nagaan in welke mate onze workshop voldoet aan de verwachtingen van de leerkrachten. Via de onderstaande stellingen willen we peilen wat u van de VERA-workshop vindt. U dient deze te beoordelen aan de hand van de waardeschaal. Daarnaast bestaat er ook de mogelijkheid om extra tips of commentaren te noteren bij 'opmerkingen'.

Alvast bedankt!

Laura De Backer, Jonna De Schryver, Lien Hoornaert, Ulrike Van Coppernolle

Beoordelaar: G. Deseure	**Hoek:**

	Slecht	**Onvoldoende**	**Voldoende**	**Goed**	**Uitstekend**
ALGEMEEN					
De workshop integreert voldoende onderwerpen die in het vak Mens & samenleving aan bod komen (zie overzicht hoeken).					**x**
	Opmerkingen: ik vind hetgeen jullie aanbieden zeer goed. Veel variatie in vraagstelling.				
De geselecteerde leerplandoelen worden bereikt in de hoek.				**x**	
	Opmerkingen: is natuurlijk moeilijk te beoordelen omdat we het niet kunnen uittesten maar ik vermoed dat dat in orde is.				
De geschatte duurtijd van de hoek is realistisch ingeschat en is haalbaar.				**x**	
	Opmerkingen: sommige zaken zullen misschien wat meer tijd in beslag nemen dan je had verwacht. Dat is dikwijls zo, ook omdat er soms zaken voordoen waar je geen rekening mee had gehouden.				
STRUCTUUR + WERKVORMEN					
De hoek is logisch opgebouwd.				**x**	
	Opmerkingen:				

	Slecht	Onvoldoende	Voldoende	Goed	Uitstekend
De leerlingen kunnen de hoek zelfstandig doorlopen.				**x**	
	Opmerkingen:				
De lay-out (kleurgebruik, lettertype, paginaopmaak, …) is aantrekkelijk.					**x**
	Opmerkingen:				
Er is voldoende variatie en afwisseling in werkvormen.					**x**
	Opmerkingen:				
De workshop integreert voldoende creatieve en multimediale opdrachten.					**x**
	Opmerkingen:				
GEBRUIKSVRIENDELIJKHEID					
De lerarenbundel is gebruiksvriendelijk en bevat de nodige informatie.				**x**	
	Opmerkingen:				
De website is gebruiksvriendelijk, alles is gemakkelijk terug te vinden.				**x**	
	Opmerkingen:				
GEBRUIKSKLAAR					
Ik zou de workshop implementeren in mijn klassen.				**x**	
	Opmerkingen: ik zal het zeker voorleggen aan mijn collega's die mens en samenleving geven en we gaan er zeker zaken uit gebruiken!				
Alle voorwaarden zijn voldaan om de workshop te gebruiken in mijn les.				**x**	
	Opmerkingen: Ik vind het zeer goed wat jullie gecreëerd hebben. Ik heb wel niet alles kunnen uittesten maar wat ik deed vond ik zeker heel goed. De tijd was een beetje te kort vooral omdat we door die Coronatoestanden veel extra werk hebben.				

FEEDBACKFICHE VERA WORKSHOP

Beste leerkracht

We zijn vier studenten die het onderwijsvak Economie volgen aan de Arteveldehogeschool Gent. In het kader van onze bachelorproef stellen wij u de VERA-workshop voor. Deze hebben wij ontwikkeld voor het vak Mens & Samenleving rond de onderwerpen MVO en MVC.

Met dit feedbackfiche willen wij nagaan in welke mate onze workshop voldoet aan de verwachtingen van de leerkrachten. Via de onderstaande stellingen willen we peilen wat u van de VERA-workshop vindt. U dient deze te beoordelen aan de hand van de waardeschaal. Daarnaast bestaat er ook de mogelijkheid om extra tips of commentaren te noteren bij 'opmerkingen'.

Alvast bedankt!

Laura De Backer, Jonna De Schryver, Lien Hoornaert, Ulrike Van Coppernolle

Beoordelaar: L. Van Daele	**Hoek: 4**

	Slecht	**Onvoldoende**	**Voldoende**	**Goed**	**Uitstekend**
ALGEMEEN					
De workshop integreert voldoende onderwerpen die in het vak Mens & samenleving aan bod komen (zie overzicht hoeken).				**X**	
	Opmerkingen:				
De geselecteerde leerplandoelen worden bereikt in de hoek.				**X**	
	Opmerkingen:				
De geschatte duurtijd van de hoek is realistisch ingeschat en is haalbaar.			**X**	**X**	
	Opmerkingen: Het eerste deel van de hoek is zeer ruim ingeschat. Indien je wat minder lang hier bij stilstaat, is er meer tijd om het laatste deel ook aan bod te laten komen. De reflectie met de Padlet is zeker goed, maar ik vrees dat er antwoorden uit de leerlingen gesleurd gaan moeten worden. Je kan dit misschien oplossen door er een competitie-element in te steken (als ze bv. hetzelfde hebben aangeduid), waardoor ze enthousiaster zullen zijn en automatisch meer zullen antwoorden.				

	Slecht	Onvoldoende	Voldoende	Goed	Uitstekend
STRUCTUUR + WERKVORMEN					
De hoek is logisch opgebouwd.				**X**	
	Opmerkingen:				
De leerlingen kunnen de hoek zelfstandig doorlopen.				**X**	
	Opmerkingen:				
De lay-out (kleurgebruik, lettertype, paginaopmaak, …) is aantrekkelijk.				**X**	
	Opmerkingen:				
Er is voldoende variatie en afwisseling in werkvormen.					**X**
	Opmerkingen:				
De workshop integreert voldoende creatieve en multimediale opdrachten.					**X**
	Opmerkingen:				
GEBRUIKSVRIENDELIJKHEID					
De lerarenbundel is gebruiksvriendelijk en bevat de nodige informatie.					**X**
	Opmerkingen:				
De website is gebruiksvriendelijk, alles is gemakkelijk terug te vinden.				**X**	
	Opmerkingen:				
GEBRUIKSKLAAR					
Ik zou de workshop implementeren in mijn klassen.			**X**		
	Opmerkingen: Ligt niet aan jullie, maar ik zou eerst de inhouden nog eens moeten bekijken. Hier heb ik nog geen tijd voor gehad door de omstandigheden van de afgelopen weken.				
Alle voorwaarden zijn voldaan om de workshop te gebruiken in mijn les.				**X**	
	Opmerkingen:				

FEEDBACKFICHE VERA WORKSHOP

Beste leerkracht

We zijn vier studenten die het onderwijsvak Economie volgen aan de Arteveldehogeschool Gent. In het kader van onze bachelorproef stellen wij u de VERA-workshop voor. Deze hebben wij ontwikkeld voor het vak Mens & Samenleving rond de onderwerpen MVO en MVC.

Met dit feedbackfiche willen wij nagaan in welke mate onze workshop voldoet aan de verwachtingen van de leerkrachten. Via de onderstaande stellingen willen we peilen wat u van de VERA-workshop vindt. U dient deze te beoordelen aan de hand van de waardeschaal. Daarnaast bestaat er ook de mogelijkheid om extra tips of commentaren te noteren bij 'opmerkingen'.

Alvast bedankt!

Laura De Backer, Jonna De Schryver, Lien Hoornaert, Ulrike Van Coppernolle

Beoordelaar: L. Aerts	**Hoek: alle**

	Slecht	**Onvoldoende**	**Voldoende**	**Goed**	**Uitstekend**
ALGEMEEN					
De workshop integreert voldoende onderwerpen die in het vak Mens & samenleving aan bod komen (zie overzicht hoeken).					**x**
	Opmerkingen:				
De geselecteerde leerplandoelen worden bereikt in de hoek.				**x**	
	Opmerkingen:				
De geschatte duurtijd van de hoek is realistisch ingeschat en is haalbaar.				**x**	
	Opmerkingen: **Ik zou niet bij elke hoek het 'eindwerkje' (prezi, powtoon, ppt…) laten maken: de leerlingen zijn hier altijd extreem lang mee bezig. Zelfs als je het hen thuis laat maken, zijn al deze opdrachten samen wat overdreven voor zo'n klein vakje. Ik heb wel nieuwe werkvormen leren kennen, waarvoor dank.**				
STRUCTUUR + WERKVORMEN					
					x

De hoek is logisch opgebouwd.	**Opmerkingen:**				
	Slecht	**Onvoldoende**	**Voldoende**	**Goed**	**Uitstekend**
De leerlingen kunnen de hoek zelfstandig doorlopen.				**x**	
	Opmerkingen: **Er zit heel veel verschil tussen de computervaardigheden van de leerlingen. Als leerkracht zal soms wat geholpen moeten worden, maar daarvoor zijn we er ook, natuurlijk.**				
De lay-out (kleurgebruik, lettertype, paginaopmaak, …) is aantrekkelijk.				**x**	
	Opmerkingen: **De documenten wel, de website is wat minder 'flashy', maar meer dan ok.**				
Er is voldoende variatie en afwisseling in werkvormen.					**x**
	Opmerkingen:				
De workshop integreert voldoende creatieve en multimediale opdrachten.					**x**
	Opmerkingen:				
GEBRUIKSVRIENDELIJKHEID					
De lerarenbundel is gebruiksvriendelijk en bevat de nodige informatie.					**x**
	Opmerkingen:				
De website is gebruiksvriendelijk, alles is gemakkelijk terug te vinden.				**x**	
	Opmerkingen: **Je moet wel goed weten in welke hoek en met welk deel je bezig bent, misschien kon je met meerzeggende namen voor de hoeken en de delen gewerkt hebben?**				
GEBRUIKSKLAAR					
Ik zou de workshop implementeren in mijn klassen.					**x**
	Opmerkingen:				
Alle voorwaarden zijn voldaan om de workshop te gebruiken in mijn les.					**x**
	Opmerkingen:				

FEEDBACKFICHE VERA WORKSHOP

Beste leerkracht

We zijn vier studenten die het onderwijsvak Economie volgen aan de Arteveldehogeschool Gent. In het kader van onze bachelorproef stellen wij u de VERA-workshop voor. Deze hebben wij ontwikkeld voor het vak Mens & Samenleving rond de onderwerpen MVO en MVC.

Met dit feedbackfiche willen wij nagaan in welke mate onze workshop voldoet aan de verwachtingen van de leerkrachten. Via de onderstaande stellingen willen we peilen wat u van de VERA-workshop vindt. U dient deze te beoordelen aan de hand van de waardeschaal. Daarnaast bestaat er ook de mogelijkheid om extra tips of commentaren te noteren bij 'opmerkingen'.

Alvast bedankt!

Laura De Backer, Jonna De Schryver, Lien Hoornaert, Ulrike Van Coppernolle

Beoordelaar: P. Matthijs	**Hoek: 2**

	Slecht	**Onvoldoende**	**Voldoende**	**Goed**	**Uitstekend**
ALGEMEEN					
De workshop integreert voldoende onderwerpen die in het vak Mens & samenleving aan bod komen (zie overzicht hoeken).				**x**	
	Opmerkingen:				
De geselecteerde leerplandoelen worden bereikt in de hoek.				**x**	
	Opmerkingen:				
De geschatte duurtijd van de hoek is realistisch ingeschat en is haalbaar.				**x**	
	Opmerkingen: Goed, maar voor sommige hoeken zal de tijd iets te beperkt zijn.				
STRUCTUUR + WERKVORMEN					
De hoek is logisch opgebouwd.					**x**
	Opmerkingen:				

	Slecht	Onvoldoende	Voldoende	Goed	Uitstekend
De leerlingen kunnen de hoek zelfstandig doorlopen.				**x**	
	Opmerkingen: Goed, de leerlingen hebben alles ter beschikking.				
De lay-out (kleurgebruik, lettertype, paginaopmaak, …) is aantrekkelijk.			**x**		
	Opmerkingen: De lay-out is te eentonig, eventueel modernere kleuren gebruiken.				
Er is voldoende variatie en afwisseling in werkvormen.				**x**	
	Opmerkingen:				
De workshop integreert voldoende creatieve en multimediale opdrachten.				**x**	
	Opmerkingen:				
GEBRUIKSVRIENDELIJKHEID					
De lerarenbundel is gebruiksvriendelijk en bevat de nodige informatie.					**x**
	Opmerkingen: Voor een klas van +/- 10 leerlingen is dit in orde, voor meer dan 10 leerlingen zal de leraar rekening moeten houden met een langere tijdsduur per hoek.				
De website is gebruiksvriendelijk, alles is gemakkelijk terug te vinden.				**x**	
	Opmerkingen:				
GEBRUIKSKLAAR					
Ik zou de workshop implementeren in mijn klassen.				**x**	
	Opmerkingen: Voor mij, als leraar Elektriciteit Praktijk, niet van toepassing, maar als ik het vak Mens en Samenleving zou geven, zou ik zeker gebruik maken van deze workshop.				
Alle voorwaarden zijn voldaan om de workshop te gebruiken in mijn les.				**x**	
	Opmerkingen: 'Alle voorwaarden' is hier subjectief, aangezien leraren een ander zicht kunnen hebben op de te geven leerstof of een andere focus willen leggen.				

FEEDBACKFICHE VERA WORKSHOP

Beste leerkracht

We zijn vier studenten die het onderwijsvak Economie volgen aan de Arteveldehogeschool Gent. In het kader van onze bachelorproef stellen wij u de VERA-workshop voor. Deze hebben wij ontwikkeld voor het vak Mens & Samenleving rond de onderwerpen MVO en MVC.

Met dit feedbackfiche willen wij nagaan in welke mate onze workshop voldoet aan de verwachtingen van de leerkrachten. Via de onderstaande stellingen willen we peilen wat u van de VERA-workshop vindt. U dient deze te beoordelen aan de hand van de waardeschaal. Daarnaast bestaat er ook de mogelijkheid om extra tips of commentaren te noteren bij 'opmerkingen'.

Alvast bedankt!

Laura De Backer, Jonna De Schryver, Lien Hoornaert, Ulrike Van Coppernolle

Beoordelaar: O. Van Doorne	**Hoek: 2**

	Slecht	**Onvoldoende**	**Voldoende**	**Goed**	**Uitstekend**
ALGEMEEN					
De workshop integreert voldoende onderwerpen die in het vak Mens & samenleving aan bod komen (zie overzicht hoeken).					**x**
	Opmerkingen:				
De geselecteerde leerplandoelen worden bereikt in de hoek.					**x**
	Opmerkingen:				
De geschatte duurtijd van de hoek is realistisch ingeschat en is haalbaar.			**x**		
	Opmerkingen:				
STRUCTUUR + WERKVORMEN					
De hoek is logisch opgebouwd.					**x**
	Opmerkingen:				

	Slecht	Onvoldoende	Voldoende	Goed	Uitstekend
De leerlingen kunnen de hoek zelfstandig doorlopen.				x	
	Opmerkingen:				
De lay-out (kleurgebruik, lettertype, paginaopmaak, …) is aantrekkelijk.					x
	Opmerkingen:				
Er is voldoende variatie en afwisseling in werkvormen.				x	
	Opmerkingen:				
De workshop integreert voldoende creatieve en multimediale opdrachten.					x
	Opmerkingen:				
GEBRUIKSVRIENDELIJKHEID					
De lerarenbundel is gebruiksvriendelijk en bevat de nodige informatie.					x
	Opmerkingen:				
De website is gebruiksvriendelijk, alles is gemakkelijk terug te vinden.					x
	Opmerkingen:				
GEBRUIKSKLAAR					
Ik zou de workshop implementeren in mijn klassen.					x
	Opmerkingen:				
Alle voorwaarden zijn voldaan om de workshop te gebruiken in mijn les.					x
	Opmerkingen:				

FEEDBACKFICHE VERA WORKSHOP

Beste leerkracht

We zijn vier studenten die het onderwijsvak Economie volgen aan de Arteveldehogeschool Gent. In het kader van onze bachelorproef stellen wij u de VERA-workshop voor. Deze hebben wij ontwikkeld voor het vak Mens & Samenleving rond de onderwerpen MVO en MVC.

Met dit feedbackfiche willen wij nagaan in welke mate onze workshop voldoet aan de verwachtingen van de leerkrachten. Via de onderstaande stellingen willen we peilen wat u van de VERA-workshop vindt. U dient deze te beoordelen aan de hand van de waardeschaal. Daarnaast bestaat er ook de mogelijkheid om extra tips of commentaren te noteren bij 'opmerkingen'.

Alvast bedankt!

Laura De Backer, Jonna De Schryver, Lien Hoornaert, Ulrike Van Coppernolle

Beoordelaar: S. Michiels	**Hoek: 1-4**

	Slecht	**Onvoldoende**	**Voldoende**	**Goed**	**Uitstekend**
ALGEMEEN					
De workshop integreert voldoende onderwerpen die in het vak Mens & samenleving aan bod komen (zie overzicht hoeken).				**x**	
	Opmerkingen:				
De geselecteerde leerplandoelen worden bereikt in de hoek.			**x**		
	Opmerkingen:				
De geschatte duurtijd van de hoek is realistisch ingeschat en is haalbaar.			**x**		
	Opmerkingen:				
STRUCTUUR + WERKVORMEN					
De hoek is logisch opgebouwd.				**x**	
	Opmerkingen:				

	Slecht	Onvoldoende	Voldoende	Goed	Uitstekend
De leerlingen kunnen de hoek zelfstandig doorlopen.			**x**		
	Opmerkingen:				
De lay-out (kleurgebruik, lettertype, paginaopmaak, …) is aantrekkelijk.					**x**
	Opmerkingen:				
Er is voldoende variatie en afwisseling in werkvormen.					**x**
	Opmerkingen:				
De workshop integreert voldoende creatieve en multimediale opdrachten.					**x**
	Opmerkingen:				
GEBRUIKSVRIENDELIJKHEID					
De lerarenbundel is gebruiksvriendelijk en bevat de nodige informatie.				**x**	
	Opmerkingen:				
De website is gebruiksvriendelijk, alles is gemakkelijk terug te vinden.					**x**
	Opmerkingen:				
GEBRUIKSKLAAR					
Ik zou de workshop implementeren in mijn klassen.					**x**
	Opmerkingen:				
Alle voorwaarden zijn voldaan om de workshop te gebruiken in mijn les.			**x**		
	Opmerkingen:				

FEEDBACKFICHE VERA WORKSHOP

Beste leerkracht

We zijn vier studenten die het onderwijsvak Economie volgen aan de Arteveldehogeschool Gent. In het kader van onze bachelorproef stellen wij u de VERA-workshop voor. Deze hebben wij ontwikkeld voor het vak Mens & Samenleving rond de onderwerpen MVO en MVC.

Met dit feedbackfiche willen wij nagaan in welke mate onze workshop voldoet aan de verwachtingen van de leerkrachten. Via de onderstaande stellingen willen we peilen wat u van de VERA-workshop vindt. U dient deze te beoordelen aan de hand van de waardeschaal. Daarnaast bestaat er ook de mogelijkheid om extra tips of commentaren te noteren bij 'opmerkingen'.

Alvast bedankt!

Laura De Backer, Jonna De Schryver, Lien Hoornaert, Ulrike Van Coppernolle

Beoordelaar: G. De Wulf	**Hoek: 1/2/3/4**

	Slecht	**Onvoldoende**	**Voldoende**	**Goed**	**Uitstekend**
ALGEMEEN					
De workshop integreert voldoende onderwerpen die in het vak Mens & samenleving aan bod komen (zie overzicht hoeken).					**x**
	Opmerkingen: **Veel verschillende onderwerpen, telkens uitvoerig besproken. Heel leuk materiaal!**				
De geselecteerde leerplandoelen worden bereikt in de hoek.					**x**
	Opmerkingen: **Sommige hoeken overlappen wel, dus als ik deze workshop zou doen, zou ik hoek 1 laten vallen, wegens tijdsgebrek.**				
De geschatte duurtijd van de hoek is realistisch ingeschat en is haalbaar.				**x**	
	Opmerkingen: De tijd is realistisch ingeschat, maar ik vind wel dat alles veel tijd in beslag neemt. Een lesuur duurt 50 minuten. Eer alle lln op hun plaats zitten en hun spullen gepakt hebben, ben je zeker 5 minuten kwijt. Het is niet altijd mogelijk om het lokaal al klaar te zetten voor de lln komen, door bezetting van de lokalen, dus daar verlies je ook weer tijd aan. **Een volledige dag spenderen aan een 1-uursvak is bij ons ook niet mogelijk. Ik zie heel veel leuke ideeën, maar vrees een beetje voor het uitvoerend gedeelte. Ik zou, als ik alles wil doen, zeker 6 weken**				

	bezig zijn met deze workshop. Mijn voorkeur zou dus ook uitgaan om af en toe eens een workshop in te lassen.				
	Slecht	**Onvoldoende**	**Voldoende**	**Goed**	**Uitstekend**
STRUCTUUR + WERKVORMEN					
De hoek is logisch opgebouwd.					**x**
	Opmerkingen:				
De leerlingen kunnen de hoek zelfstandig doorlopen.					
	Opmerkingen: Dit kan je alleen weten als je de hoek uittest in de praktijk. Leerlingen met weinig ICT-vaardigheden, gaan hier moeite mee hebben.				
De lay-out (kleurgebruik, lettertype, paginaopmaak, …) is aantrekkelijk.					**x**
	Opmerkingen: Mooie, rustige lay-out.				
Er is voldoende variatie en afwisseling in werkvormen.					**x**
	Opmerkingen:				
De workshop integreert voldoende creatieve en multimediale opdrachten.					**x**
	Opmerkingen:				
GEBRUIKSVRIENDELIJKHEID					
De lerarenbundel is gebruiksvriendelijk en bevat de nodige informatie.					**x**
	Opmerkingen:				
De website is gebruiksvriendelijk, alles is gemakkelijk terug te vinden.					**x**
	Opmerkingen:				
GEBRUIKSKLAAR					
Ik zou de workshop implementeren in mijn klassen.				**x**	
	Opmerkingen: Ja, mits een aantal zaken in te korten of weg te laten.				
Alle voorwaarden zijn voldaan om de workshop te gebruiken in mijn les.					**x**
	Opmerkingen:				

FEEDBACKFICHE VERA WORKSHOP

Beste leerkracht

We zijn vier studenten die het onderwijsvak Economie volgen aan de Arteveldehogeschool Gent. In het kader van onze bachelorproef stellen wij u de VERA-workshop voor. Deze hebben wij ontwikkeld voor het vak Mens & Samenleving rond de onderwerpen MVO en MVC.

Met dit feedbackfiche willen wij nagaan in welke mate onze workshop voldoet aan de verwachtingen van de leerkrachten. Via de onderstaande stellingen willen we peilen wat u van de VERA-workshop vindt. U dient deze te beoordelen aan de hand van de waardeschaal. Daarnaast bestaat er ook de mogelijkheid om extra tips of commentaren te noteren bij 'opmerkingen'.

Alvast bedankt!

Laura De Backer, Jonna De Schryver, Lien Hoornaert, Ulrike Van Coppernolle

Beoordelaar: L. Vanmarcke	**Hoek:**

	Slecht	**Onvoldoende**	**Voldoende**	**Goed**	**Uitstekend**
ALGEMEEN					
De workshop integreert voldoende onderwerpen die in het vak Mens & samenleving aan bod komen (zie overzicht hoeken).				**X**	
	Opmerkingen: Ik zou de transversale doelen ook aan bod laten komen + je werkt ook vakoverschrijdend met STEM. Dit mag er ook instaan.				
De geselecteerde leerplandoelen worden bereikt in de hoek.				**X**	
	Opmerkingen:				
De geschatte duurtijd van de hoek is realistisch ingeschat en is haalbaar.				**X**	
	Opmerkingen: Vind ik moeilijk te beantwoorden. Ik denk dat jullie tijd tekort gaan komen. Afhankelijk van jullie doelgroep. Voorzie uitbreidingsoefeningen & voorzie een alternatief voor traag werkende leerlingen. Dat zij zeker de essentie meekrijgen.				

STRUCTUUR + WERKVORMEN					
De hoek is logisch opgebouwd.					**x**
	Opmerkingen:				

	Slecht	**Onvoldoende**	**Voldoende**	**Goed**	**Uitstekend**
De leerlingen kunnen de hoek zelfstandig doorlopen.				**x**	
	Opmerkingen: hier en daar zo je 1 vraag/oefening al ingevuld kunnen geven ter voorbeeld.				
De lay-out (kleurgebruik, lettertype, paginaopmaak, …) is aantrekkelijk.					**x**
	Opmerkingen: dikke pluim! Uitblinker !				
Er is voldoende variatie en afwisseling in werkvormen.					**X**
	Opmerkingen: Het is ook leuk als variatie als je niet constant als leermiddel een pc nodig hebt.				
De workshop integreert voldoende creatieve en multimediale opdrachten.					**x**
	Opmerkingen: **Picktochart, bookwidigts, … fantastisch!**				
GEBRUIKSVRIENDELIJKHEID					
De lerarenbundel is gebruiksvriendelijk en bevat de nodige informatie.				**X**	
	Opmerkingen:				
De website is gebruiksvriendelijk, alles is gemakkelijk terug te vinden.				**X**	
	Opmerkingen:				

GEBRUIKSKLAAR					
Ik zou de workshop implementeren in mijn klassen.				X	
	Opmerkingen: test ik zeker eens uit!				
Alle voorwaarden zijn voldaan om de workshop te gebruiken in mijn les.				X	
	Opmerkingen:				

KM

De Muer
Zo 7-6-2020 16:51
Aan: Ulrike

Dag Ulrike

Ik ben onder de indruk! Dit ziet er echt fantastisch uit.

Er zijn veel zaken die ook bijvoorbeeld kunnen gebruikt worden in het 4de jaar. (Zowel in de richting economie ASO als in handel TSO)

Is het de bedoeling dat jullie dit echt ook in de praktijk willen gaan doen? Anders wil ik dit gerust in plannen voor volgend schooljaar. Ik ben echt benieuwd naar het resultaat.

Een paar opmerkingen:
- Link 'inleiding' werkt niet op mijn computer.
- Zie Hoek1:overzicht. Je gaat volgends mij naar een verkeerde pagina. Naar hoek 2 overzicht.
- Zie hoek3: MVC -afvalvrij consumeren - stappenplan:algemeen (pen&papier) (Word) De lay-out is op mijn computer niet zoals het moet zijn.

Groeten,

De Muer

5 Materiaal workshop

5.1 UITWERKING

5.1.1 Pictogrammen

ALGEMEEN DOCUMENT	P.
Pictogrammen	131 – 132

5.1.2 Hoeken

5.1.2.1 Hoek 1: MV0 – initiatieven met focus op de planeet

HOEK 1: MVO – INITIATIEVEN MET FOCUS OP DE PLANEET	
ALGEMEEN	
Hoek 1: Overzicht	134 - 137
Hoek 1: Stappenplan algemeen	138 - 142
Hoek 1: Begrippenlijst	143 - 144
Hoek 1: Woordenlijst – Te kennen woorden	145
DEEL 1: Tafeltentoonstelling (VERKENNEN)	
Hoek 1: Overzicht infokaarten	146
Hoek 1: Infokaarten tafeltentoonstelling	147 - 200
DEEL 2: Vragenlijsten (VERWERKEN)	
Hoek 1: Overzicht Duurzame Ontwikkelingsdoelstellingen	201-211
DEEL 3: OPTIE 1 - Elevator pitch (VASTZETTEN + REFLECTEREN)	
Hoek 1: Stappenplan *elevator pitch*	212 - 214
EVALUATIEDOCUMENTEN	
Hoek 1: Verbetersleutel BookWidgets	215 - 235
Hoek 1: Evaluatiekader *elevator pitch*	236 - 237

5.1.2.2 Hoek 2: MVO – Initiatieven met focus op de planeet en de mens

HOEK 2: MVO – INITIATIEVEN MET FOCUS OP MENS EN PLANEET	
ALGEMEEN	
Hoek 2: Overzicht	239 – 242
Hoek 2: Stappenplan algemeen	243 – 246
Hoek 2: Begrippenlijst	247
Hoek 2: Woordenlijst – Te kennen woorden	248
DEEL 2: Vragenlijst	
Hoek 2: Overzicht infokaarten	249
Hoek 2: Naamkaarten van personages	250 – 252
Hoek 2: Opdracht 1 – Groene infokaarten	253 – 261
Hoek 2: Opdracht 2 – BookWidgets bijlagen	262 – 266
Hoek 2: Opdracht 3 – Duurzame Ontwikkelingsdoelstellingen	267 – 277
Hoek 2: Opdracht 3 – Oranje infokaarten	278 – 295
Hoek 2: Opdracht 3 – UVRM-kader	296 – 300
Hoek 2: Opdracht 3 – Vragen	301
DEEL 3: Powtoon	
Hoek 2: Stappenplan Powtoon	302 – 305
Hoek 2: Handleiding Powtoon	306 – 316
Hoek 2: Powtoon – Omschrijving opdracht	317
Hoek 2: Powtoon – Ondernemingen	318
Hoek 2: Powtoon – Sjabloon informatie van onderneming	319 – 320
Hoek 2: Powtoon – Sjabloon zelfreflectie	321 – 322
EVALUATIEDOCUMENTEN	
Hoek 2: Deel 2 – Verbetersleutel	323 – 342
Hoek 2: Deel 3 – Verbetersleutel	343 – 355
Hoek 2: Evaluatiekader Powtoon	356 – 357

5.1.2.3 Hoek 3: MVC – Afvalvrij consumeren

HOEK 3: MVC– AFVALVRIJ CONSUMEREN	
ALGEMEEN	
Hoek 3: Overzicht (pen en papier)	359- 361
Hoek 3: Overzicht (word)	362 - 365
Hoek 3: Stappenplan algemeen (pen en papier)	366 - 373
Hoek 3: Stappenplan algemeen (word)	374 - 381
Hoek 3: Begrippenlijst	382
Hoek 3: Woordenlijst – Te kennen woorden	383- 384
DEEL 1: De afvalberg (VERKENNEN + VERWERKEN)	
Hoek 3: De afvalberg infofiche	385
DEEL 2: Infofiche *zero waste* badkamer (VERKENNEN + VERWERKEN)	
Hoek 3: Sjabloon infofiche *zero waste* badkamer (pen en papier)	386 – 387
Hoek 3: Sjabloon infofiche *zero waste* (word)	388 - 389
DEEL 4: DIY *Zero waste* badkamerproducten	
Hoek 3: *Zero waste* badkamer producten	390 - 395
DEEL 5: Review video	
Hoek 3: Stappenplan review video	396 - 400
Hoek 3: Handleiding prezi video	401- 410
EVALUATIEDOCUMENTEN	
Hoek 3: Verbetersleutels BookWidgets – de afvalberg	411 - 413
Hoek 3: Aangevuld sjabloon	414 - 416
Hoek 3: Verbetersleutels BookWidgets - zero waste quiz	417 - 420
Hoek 3: Evaluatieschema review video	421-422

5.1.2.4 Hoek 4: MVC – bewust consumeren

HOEK 4: MVC – BEWUST CONSUMEREN	
ALGEMEEN	
Hoek 4: Overzicht	423 – 426
Hoek 4: Stappenplan algemeen	427 – 431
Hoek 4: Begrippenlijst	432 – 436
Hoek 4: Woordenlijst – Te kennen woorden	437 – 438
DEEL 1: Winkelen voor een casus	
Hoek 4: Winkelkaarten	439 – 486
Hoek 4: Infofiches	487 – 582
Hoek 4: Boodschappenlijst	583 – 590
Hoek 4: Casussen	591 – 597
DEEL 3: Evaluatie	
Hoek 4: Stappenplan ontwerp label	598 – 600
Hoek 4: Stappenplan onderzoek label	601 – 603
Hoek 4: Handleiding Canva	605 – 614
EVALUATIEDOCUMENTEN	
Hoek 4: Verbetersleutel analyse labels	615 – 639
Hoek 4: Evaluatiekader ontwerp label	640 – 641
Hoek 4: Evaluatiekader onderzoek label	642 – 643

5.1.3 Slot

SLOT	
1. PUZZELS	
Slot: Quote 1	645
Slot: Quote 2	646
Slot: Quote 3	647
Slot: Quote 4	648
3. EXIT TICKET	
Slot: Exit ticket	649

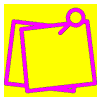
5.2 LERARENBUNDEL

Lerarenbundel	650

PICTOGRAMMEN

Doorheen de workhop komen verschillende pictogrammen aan bod. In de volgende tabel worden deze toegelicht.

Pictogram	Betekenis
	Verkennen
	Verdiepen
	Verwerken
	Vastzetten
	Informatie delen met anderen
	Handleiding
	Keuze maken
	Presentatie
	Organisatie
	Voorbereiden: cursusblad

	Voorbereiden: Post-it
	Indienen: computer
	Uitvoeren: filmen
	Uitvoeren: recept
	Uitvoeren: PowToon

HOEK 1: MVO – INITIATIEVEN MET FOCUS OP DE PLANEET	
ALGEMEEN	
Hoek 1: Overzicht	134 - 137
Hoek 1: Stappenplan algemeen	138 - 142
Hoek 1: Begrippenlijst	143 - 144
Hoek 1: Woordenlijst – Te kennen woorden	145
DEEL 1: Tafeltentoonstelling (VERKENNEN)	
Hoek 1: Overzicht infokaarten	146
Hoek 1: Infokaarten tafeltentoonstelling	147 - 200
DEEL 2: Vragenlijsten (VERWERKEN)	
Hoek 1: Overzicht Duurzame Ontwikkelingsdoelstellingen	201-211
DEEL 3: OPTIE 1 - Elevator pitch (VASTZETTEN + REFLECTEREN)	
Hoek 1: Stappenplan *elevator pitch*	212 - 214
EVALUATIEDOCUMENTEN	
Hoek 1: Verbetersleutel BookWidgets	215 - 235
Hoek 1: Evaluatiekader *elevator pitch*	236 - 237

HOEK 1: MVO - Initiatieven met focus op de planeet

OVERZICHT



Het overzicht geeft je een concreet beeld van hoe deze hoek opgebouwd en georganiseerd is. Hoek 1 bestaat uit drie verschillende delen. Ontdek wat je te wachten staat!

Verklaring moeilijke woorden
In deze hoek zijn alle moeilijke woorden genummerd. (bv. multinationals[1]) Alle genummerde woorden staan in een begrippenlijst. In deze lijst worden alle moeilijke woorden verklaard.
De begrippenlijst vind je terug op de website van Vera bij 'algemeen' of via de volgende QR-code.

DEEL 1: Tafeltentoonstelling (VERKENNEN)	
Tijd	**Omschrijving**
30 min.	**Omschrijving opdracht** De tafels en muren zijn bedekt met infokaarten. Op deze infokaarten staan verschillende initiatieven die bedrijven of handelaars nemen om maatschappelijk verantwoord te ondernemen. (verdieping: planeet) Al deze bedrijven of handelaars zetten op één of andere manier in op duurzaamheid. Het is aan jullie om te ontdekken op welke manier ze dit doen. **Uitleg infokaarten** De infokaarten bestaan telkens uit een voor- en achterkant. Sommige kaarten zijn ook voorzien van een bijlage. <u>Voorkant</u> → Op de voorkant van de infokaart vind je het bedrijf en hun activiteit terug, samen met een ondersteunende afbeelding. Sommige kaarten zijn ook voorzien van een QR-code. Bedrijf Activiteit  → De voorkant van de kaarten kan groen of oranje gekleurd zijn. <u>Legende kleuren</u> Groene kaarten: multinationals[1] Oranje kaarten: lokale bedrijven/handelaars  <u>Achterkant</u> → Op de achterkant van de infokaarten vind je meer informatie over het bedrijf of de opdracht die je dient uit te voeren. Deze opdrachten kunnen bestaan uit het lezen van de bijlagen of het bekijken van een videofragment of website. Instructies opdracht en/of uitleg bedrijf  <u>Bijlagen</u> → De bijlagen geven meer informatie over de initiatieven die bedrijven of handelaars nemen in verband met duurzaamheid. Alle bijlagen zijn gekenmerkt door een gele strook bovenaan de pagina. Gele strook = bijlage 

[1] **Multinational**: Een multinational is een bedrijf dat in meerdere landen tegelijk geregistreerd en/of werkzaam is. In al deze landen produceert en/of verkoopt ze goederen en/of diensten.

DEEL 2: Vragenlijsten (VERWERKEN)	
Tijd	**Omschrijving**
20 min.	**Omschrijving opdracht** Alle infokaarten zijn uitgerust met een gepersonaliseerde vragenlijst op BookWidgets. Je dient twee (IN TE VULLEN NAAR KEUZE – TIJD/NIVEAU) vragenlijsten naar keuze in te vullen met behulp van de bijhorende infokaarten. De vragenlijsten zijn gemakkelijk te openen via een QR-code op het stappenplan. Het is aangewezen om een tablet te nemen als de vragenlijst over een videofragment of website gaat. Op deze manier kan de vragenlijst ingevuld worden tijdens het doornemen van de website of het videofragment. **BookWidgets** Alle vragenlijsten hebben zes vragen die bestaan uit: inhoudelijke vragen, meningsvragen en een vraag over de SDG's[2]. Meer informatie over de SDG's vind je op de infofiche 'Duurzame Ontwikkelings-doelstellingen' aan de muur.









DEEL 3 - OPTIE 1: Elevator pitch (VASTZETTEN + REFLECTEREN)	
Tijd	**Omschrijving**
Klas/thuis 1 uur	**Omschrijving opdracht** Op het einde van deze hoek selecteer je de infokaart die je het meest aansprak. De infokaarten zijn ook terug te vinden op de website als je de behoefte hebt om deze thuis nog eens te bekijken. Vervolgens maak je een *elevator pitch* over je gekozen infokaart met behulp van richtvragen. **Omschrijving *elevator pitch* (=verkooppraatje-in-de-lift)** Definitie: een *elevator pitch* is een kort maar krachtige presentatie waarin je iets of iemand in ongeveer zestig seconden voorstelt. Het *elevatorpitchconcept* komt uit de zakenwereld van Amerika. Zestig seconden stemt ongeveer overeen met de tijd dat het duurt om in New York met de lift naar de twintigste verdieping te gaan. In deze tijdsspanne proberen zakenmannen hun idee voor te stellen aan drukbezette investeerders. Op het einde van deze hoek, is het aan jou om een *elevator pitch* te maken. Bekijk hiervoor het stappenplan *elevator pitch* aandachtig.

[2] **SDG'S**: Sustainable Development Goals (Nederlands: Duurzame Ontwikkelingsdoelstellingen)

DEEL 3 OPTIE 2: Padlet (VASTZETTEN + REFLECTEREN)	
Tijd	**Omschrijving**
Klas/thuis 40 min.	**Omschrijving opdracht** Op het einde van deze hoek is er een reflectiemoment voorzien. Door middel van twee Padlets krijg je de kans om je ervaringen, meningen, gevoelens en kennis rond MVO te delen met je medestudenten. De gegeven richtvragen zullen je hierbij helpen. Stap zeven uit het stappenplan geeft je alle informatie om deze opdracht tot een goed einde te brengen.



HOEK 1: MVO - Initiatieven met focus op de planeet

STAPPENPLAN: ALGEMEEN



Volg dit stappenplan om de opdracht tot een goed einde te brengen. De geschatte tijd geeft een indicatie van hoelang je ongeveer aan elke stap zal werken. Succes!

STAPPENPLAN: ALGEMEEN		
Stappen	**Omschrijving**	**Geschatte tijd**
STAP 1 	**ORGANISATIE** Lees eerst het overzicht dat ook op de afzijdige tafel ligt. Het overzicht geeft je een concreet beeld van het verloop van deze hoek. Het bevat verder ook alle informatie die je nodig hebt om deze hoek succesvol te voltooien. Je mag het overzicht en stappenplan bijhouden gedurende deze hoek.	5 min.
DEEL 1: Tafeltentoonstelling (VERKENNEN)		
STAP 2 	**VERKENNEN** Bekijk de voorkant en achterkant van alle infokaarten gedurende tien minuten. In deze stap dien je nog geen bijlagen te lezen of QR-codes te scannen. Het doel is om kennis te maken met verschillende initiatieven die bedrijven of handelaars nemen om maatschappelijk verantwoord te ondernemen. Op het einde van deze stap moet het duidelijk zijn welke initiatieven jou het meest aanspreken.	10 min. 
STAP 3 	**VERKENNEN** Je hebt nu een globaal overzicht van de verschillende initiatieven waarrond je kan werken. Kies nu twee initiatieven (IN TE VULLEN NAAR KEUZE – TIJD/NIVEAU) uit waarin je je wil verdiepen. Je vindt een overzicht van alle initiatieven nog eens terug aan de muur, boven de afzijdige tafel.	2 min.
STAP 4 	**VERDIEPEN** Doorloop de eerste infokaart die je bij stap twee koos nauwkeurig. In deze stap dien je ook de bijlagen te lezen en/of QR-codes te scannen op de infokaart. Na deze stap moet je kunnen uitleggen waarom je eerst gekozen initiatief past in het kader van maatschappelijk verantwoord ondernemen.	10 min.

DEEL 2: Vragenlijsten (VERWERKEN)		
STAP 5 	**VERWERKEN** Nu ben je klaar om de online vragenlijst in te vullen over je eerste infokaart. Deze vragenlijst mag je invullen met behulp van de infokaart. Het aantal punten dat je met elke vraag kan verdienen, vind je op het einde van elke vraag. ***Waar vind ik de vragenlijsten terug?*** *De vragenlijsten vind je terug via deze QR-code.*	10 min.
STAP 6 	**VERDIEPEN** Doorloop de tweede infokaart die je bij stap twee koos nauwkeurig. In deze stap dien je ook de bijlages te lezen en/of de QR-codes te scannen bij de infokaart. Na deze stap moet je kunnen uitleggen waarom je tweede gekozen initiatief past in het kader van maatschappelijk verantwoord ondernemen.	10 min.
STAP 7 	**VERWERKEN** Nu ben je klaar om de online vragenlijst in te vullen bij je tweede infokaart. Deze vragenlijst mag je invullen met behulp van de infokaart. Het aantal punten dat je met elke vraag kan verdienen, vind je op het einde van elke vraag. ***Waar vind ik de vragenlijsten terug?*** *De vragenlijsten vind je terug via deze QR-code.*	10 min. 

OPTIE 1 - DEEL 3: Elevator pitch (VASTZETTEN + REFLECTEREN)		
STAP 8	**OPTIE 1: VASTZETTEN + REFLECTEREN** Als je klaar bent met het invullen van de twee (IN TE VULLEN NAAR KEUZE – TIJD/NIVEAU) vragenlijsten, ben je aan het einde gekomen van deze hoek. Hier krijg je de kans om de *elevator pitch* voor te bereiden die je thuis zal moeten maken. ***Wat kan ik al doen?*** *Je kan de vragen die je dient te beantwoorden in de elevator pitch al voorbereiden. Schrijf je antwoorden neer op een cursusblad.* *Vragen:* - *Welk initiatief i.v.m. MVO sprak je het meest aan? Motiveer hierbij ook je keuze.* - *Wat wil deze onderneming of handelaar met hun initiatief bereiken?* - *Denk je dat dit initiatief een grote impact heeft op de planeet? Motiveer hierbij ook je antwoord.* - *Welke initiatieven rond MVO zijn volgens jou nog nodig in de toekomst? / Hoe kan een onderneming nog inzetten op MVO? / Welk initiatief mis je vandaag? Je mag gebruik maken van een concreet voorbeeld.* *<u>Richtvragen</u>:* o *Wat is de meerwaarde?* o *Hoe zou je dit uitwerken?* o *Hoe is het duurzaam/ ethisch verantwoord?* Het stappenplan '*elevator pitch*' zal je verder begeleiden in de ontwikkeling van je *elevator pitch*. Scan de volgende QR-code:	Resterende tijd/thuis 
STAP 9	**ORGANISATIE** Leg het overzicht en stappenplan terug op de afzijdige tafel. Op deze manier kan de volgende groep ook vlot aan de slag.	1 min.

OPTIE 2 - DEEL 3: Padlet (VASTZETTEN + REFLECTEREN)		
STAP 8	**OPTIE 2: VASTZETTEN + REFLECTEREN** Als je klaar bent met het invullen van de twee (IN TE VULLEN NAAR KEUZE – TIJD/NIVEAU) vragenlijsten, ben je aan het einde gekomen van deze hoek. Hier krijg je de kans om je kennis, mening en gevoelens te delen met je medestudenten. Dit wordt georganiseerd a.d.h.v. een Padlet. Scan de QR-code van de Padlets en geef een antwoord op de gegeven vragen. Werkwijze Padlet: - Druk op '+' om een antwoord toe te voegen. - De eerste drie vragen dien je te beantwoorden in één Post-it. De titel van de Post-it is je naam. - Voor de laatste vraag verschijnt een andere Padlet. Beantwoord de vragen opnieuw in één Post-it. De titel van de Post-it is je naam. *Vragen:* *<u>Padlet 1: Mijn ervaring</u>* 1. *Welk initiatief i.v.m. MVO sprak je het meest aan? Motiveer hierbij ook je keuze.* 2. *Wat wil deze onderneming of handelaar met hun initiatief bereiken?* 3. *Denk je dat dit initiatief een grote impact heeft op de planeet? Motiveer hierbij ook je antwoord.* QR-code gemaakte Padlet 1 *<u>Padlet 2: Vernieuwing in MVO</u>* 4. *Welke initiatieven rond MVO zijn volgens jou nog nodig in de toekomst? / Hoe kan een onderneming nog inzetten op MVO? / Welk initiatief mis je vandaag? Je mag gebruik maken van een concreet voorbeeld.* ***Richtvragen**:* ○ *Wat is de meerwaarde?* ○ *Hoe zou je dit uitwerken?* ○ *Hoe is het duurzaam/ ethisch verantwoord?* QR-code gemaakte Padlet 2	Resterende tijd/thuis 
STAP 9	**ORGANISATIE** Leg het overzicht en stappenplan terug op de afzijdige tafel. Op deze manier kan de volgende groep ook vlot aan de slag.	1 min.

HOEK 1: BEGRIPPENLIJST	
DEEL 1: Tafeltentoonstelling (VERKENNEN)	
Begrippen	**Definitie**
Multinational[1]	Een multinational is een bedrijf dat in meerdere landen tegelijk geregistreerd en/of werkzaam is. In al deze landen produceert en/of verkoopt ze goederen en/of diensten.
SDG's[2]	De SDG's zijn de Duurzame Ontwikkelingsdoelstellingen die de wereld zich stelt richting 2030 om aan duurzame ontwikkeling te werken. Het vormt een actieplan om de mensheid te bevrijden van armoede en de planeet terug op de koers richting duurzaamheid te plaatsen. (SDG'S, sd)
Elevator Pitch[3]	Een *elevator pitch* is een kort maar krachtige presentatie waarin je iets of iemand in ongeveer 60 seconden voorstelt.
Afvalarm / Zero Waste[4]	De levensstijl waarbij je actief probeert om je afvalgebruik te verminderen of volledig aan banden te leggen. (Jessie, sd)
Korte keten[5]	Korte keten betekent de kortst mogelijke weg dat voeding aflegt van de producent of boer tot bij de verbruiker. Het voedsel passeert dus weinig of geen tussenhandelaars. (Het Vlaams Woordenboek, 2018)
Biologisch[6]	Bij de productie rekening houden met het milieu en dierenwelzijn. (Encyclo.nl, sd)
Duurzaam[7]	<u>Twee betekenissen</u>: 1. Eigenschap van lang goed te blijven of te blijven bestaan. 2. Streven om verstandig met energiebronnen en het milieu om te gaan. (Kernerman Dictionaries, sd)
Recycleren[8]	Grondstoffen terugwinnen uit afval en opnieuw voor gebruik geschikt maken. Bv. Een fiets gemaakt uit gerecycleerde blikken. (Van Daele, sd)
Circulaire economie[9]	In een circulaire economie worden tal van strategieën toegepast om materialen en producten zo hoogwaardig mogelijk te blijven inzetten in de economie. Dit kan door ze bijvoorbeeld te herstellen of om te vormen tot nieuwe producten. (Vlaanderen-circulair, sd)
Gecertificeerd[10]	Verklaren dat iemand of iets heeft bewezen aan de eisen te voldoen. (Kernerman Dictionaries, sd)
Composteerbaar[12]	Het met behulp van bacteriën om laten zetten van huisvuil naar potgrond (aarde voor planten). (Encyclo.nl, sd)

Sociale economie[11]	De sociale economie bestaat uit ondernemingen en initiatieven die: • Specifieke maatschappelijke meerwaarde willen realiseren. Bv. milieuvriendelijke productieprocessen en producten • Goederen en diensten leveren waarvoor klanten en behoeften bestaan, zowel vandaag als in de toekomst. (Sociale Economie, sd)
Ecologisch[13]	Rekening houdend met het leven van dieren en planten. Bv. Ecologische landbouw gebruikt geen gif. (Encyclo.nl, sd)
Transparantie[14]	Openheid in wat een onderneming doet. Een basisvoorwaarde voor transparantie is het openbaar maken van relevante informatie. Bv. Duurzame initiatieven delen (Plopsa for Nature) (MVOVlaanderen, sd)
Pesticiden[15]	Bestrijdingsmiddel in de landbouw om ziektes te bestrijden of onkruid te verdelgen. (Van Dale, sd)
Agro-ecologisch[16]	Agro-ecologie betekent voedsel verbouwen op een duurzame manier: lokaal, met de natuur en de kringloop mee. (Netwerk bewust verbruiken, 2014)
Looistoffen[17]	De naam **looistof** komt voort uit de leerlooierij. Huiden worden gelooid tot leer door het toevoegen van tannines (chemische bouwsteen). (Hoogland, 2012)
Biobased materiaal[18]	Materialen die hoofdzakelijk bestaan uit natuurlijke grondstoffen. Bv. hout (Bruggink, 2015)
Balen[19]	Wordt gebruikt voor nauw samengeperste of strak verpakte grote hoeveelheden goederen die zijn klaargemaakt voor transport, bijvoorbeeld katoen. (Encyclo.nl, sd)
Verticale boerderij[20]	Een verticale boerderij kweekt gewassen in een magazijn, boerderijtoren, kantoor, … De gewassen worden gekweekt in rekken met verschillende lagen, onder paarse ledverlichting. (Cardinaels, 2020)
Maatschappij[21]	Maatschappij duidt op de samenleving of een groep mensen en de relaties die tussen hen bestaan. (Katrien, sd)
FSC label[22]	Een FSC label garandeert dat een product afkomstig is uit verantwoord beheerde bossen, en/of gerecycleerd materiaal. (FSC, sd)
Statiegeld[23]	Statiegeld is een klein bedrag dat wordt geheven bij de aankoop van een product en dat wordt terugbetaald als de koper de verpakking van het product na gebruik weer inlevert. (Encyclo, sd)

HOEK 1: WOORDENLIJST – TE KENNEN WOORDEN	
DEEL 1: Tafeltentoonstelling (VERKENNEN)	
Woorden	**Definitie**
Afvalarm/ Zero Waste	De levensstijl waarbij je actief probeert om je afvalgebruik te verminderen of volledig aan banden te leggen. (Jessie, sd)
Korte keten	Korte keten betekent de kortst mogelijke weg dat voeding aflegt van de producent of boer tot bij de verbruiker. Het voedsel passeert dus weinig of geen tussenhandelaars. (Het Vlaams Woordenboek, 2018)
Biologisch	Bij de productie rekening houden met het milieu en dierenwelzijn. (Encyclo.nl, sd)
Sociale economie	De sociale economie bestaat uit ondernemingen en initiatieven die: • Specifieke maatschappelijke meerwaarde willen realiseren. Bv. milieuvriendelijke productieprocessen en producten • Goederen en diensten leveren waarvoor klanten en behoeften bestaan, zowel vandaag als in de toekomst. (Sociale Economie, sd)
Ecologisch	Rekening houdend met het leven van dieren en planten. Bv. Ecologische landbouw gebruikt geen gif. (Encyclo.nl, sd)
Transparantie	Openheid in wat een onderneming doet. Een basisvoorwaarde voor transparantie is het openbaar maken van relevante informatie. Bv. Duurzame initiatieven delen (Plopsa for Nature) (MVOVlaanderen, sd)
Biobased materiaal	Materialen die hoofdzakelijk bestaan uit natuurlijke grondstoffen. Bv. hout (Bruggink, 2015)
Maatschappij	Maatschappij duidt op de samenleving of een groep mensen en de relaties die tussen hen bestaan. (Katrien, sd)
Circulaire economie	In een circulaire economie worden tal van strategieën toegepast om materialen en producten zo hoogwaardig mogelijk te blijven inzetten in de economie. Dit kan door ze bijvoorbeeld te herstellen of om te vormen tot nieuwe producten. (Vlaanderen-circulair, sd)

OVERZICHT: INFOKAARTEN

Hier vind je een overzicht terug van alle infokaarten die aan bod komen in de tafeltentoonstelling.

Dit overzicht geeft je een concreet beeld van de ondernemingen die geïntegreerd zijn in de tafeltentoonstelling en in welke branche ze actief zijn. Daarnaast vind je ook de manier waarop de informatie over de handelaar of onderneming weergegeven is.

OVERZICHT: INFOKAARTEN			
Nr. infokaart	**Onderneming/handelaar**	**Activiteit**	**Informatieweergave**
1	Resortecs	Mode	Videofragment
2	Ben & Jerry's	Voeding	Website
3	Ohne	Duurzame shop	Muurfoto's
4	Too Good To Go	App	Artikel uit tijdschrift
5	Ikea	Woonwarenhuis	Informatieboekje
6	McDonald's	Fastfoodrestaurant	Informatiefiches
7	Avani	Sociale onderneming[3]	Videofragment
8	Veja	Mode	Bijlage
9	Colruyt	Supermarkt	Krantenartikel
10	Brussels Airport	Luchthaven	Milieurapport
11	Plopsaland	Pretpark	Informatiefiches
12	Seepje	Hygiëne	Jaarverslag

[3] **Sociale onderneming**: Een sociale onderneming is een onderneming met een maatschappelijke missie.

HOEK 1: INFOKAARTEN TAFELTENTOONSTELLING

1. **RESORTECS** – MODE



(Resortecs, sd)

SCAN MIJ

RESORTECS – MODE

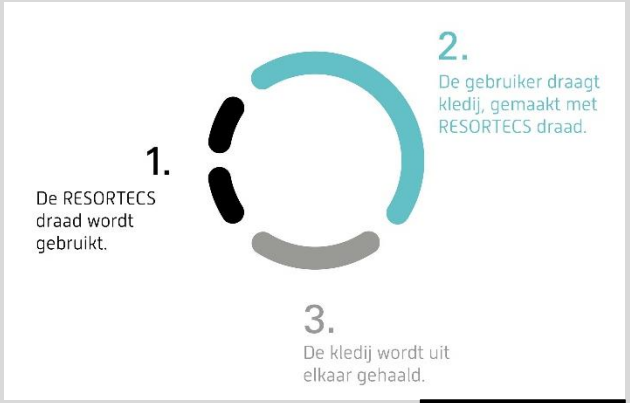
De mode-industrie is de tweede meest vervuilende industrie in de wereld.

Met Resortecs willen Cedric Verhoeck en Vanessa Counaert de modesector duurzamer maken. Scan de QR-code en ontdek op welke manier zij dit met hun bedrijf kunnen realiseren. (Resortecs, sd)



(Global Change Award, 2018)

LOGOVERKLARING



(Janssens, sd)

2. BEN & JERRY'S – VOEDING



(Ben & Jerry's, sd)

SCAN MIJ

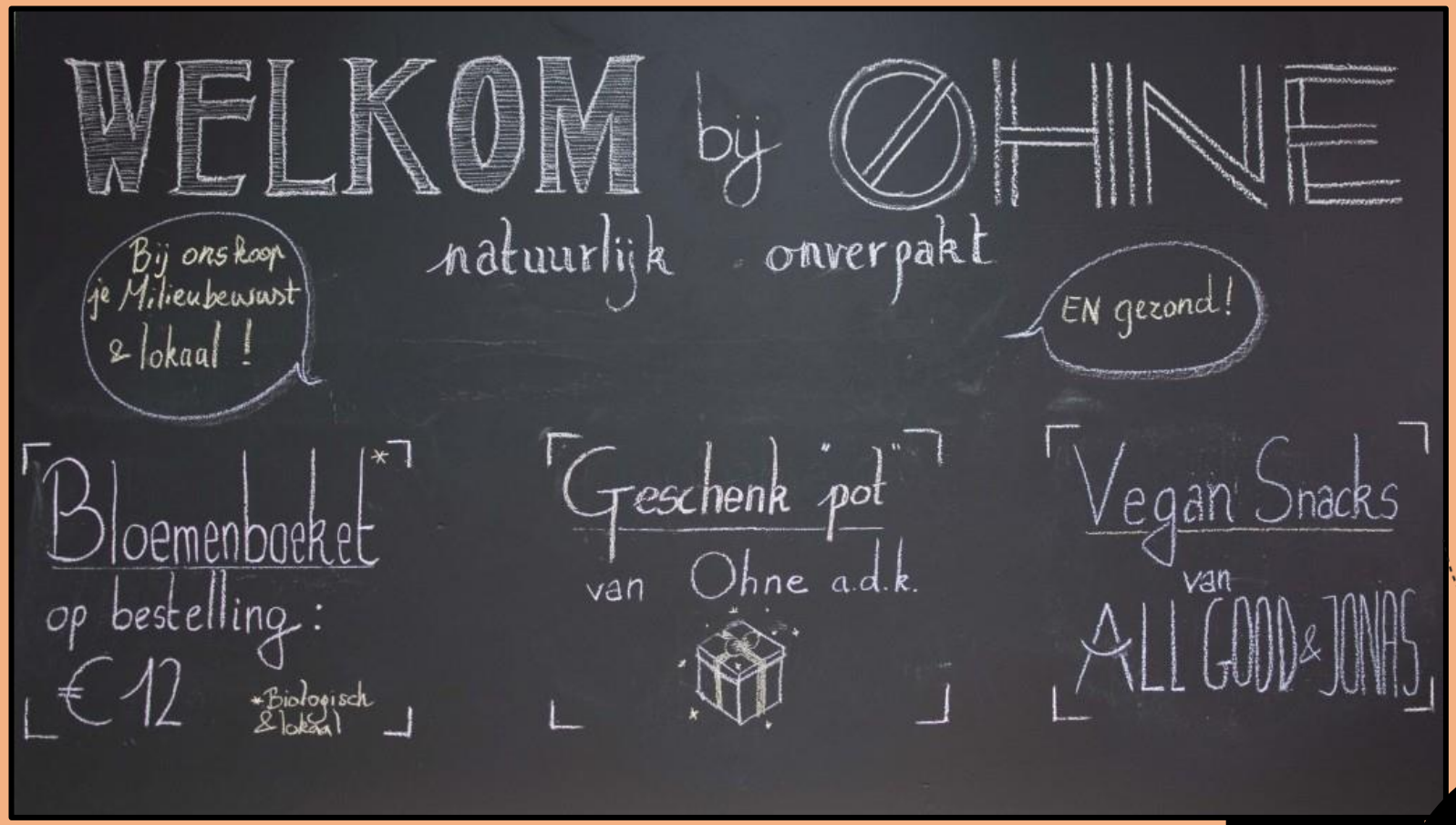
BEN & JERRY'S – VOEDING

'If it's melted, it's ruined' luidt de slogan van de ijsproducent Ben & Jerry's. De onderneming is al jaren op missie. Scan de QR-code en ontdek het verhaal achter de slogan. (Ben & Jerry's, sd)



(Ben & Jerry's, sd)

3. OHNE – DUURZAME SHOP



(Ohne, sd)

BEZOEK MIJ A.D.H.V. DE MUURFOTO'S

OHNE – DUURZAME SHOP

Ohne is een winkel dat een alternatief vormt voor een klassieke supermarkt.

Vijf jonge Gentenaars hadden het idee om een verpakkingsarme winkel te openen in Gent. Hun winkelconcept steunt op drie pijlers: **afvalarm[4], korte keten[5] en biologisch[6].**

Bekijk de drie muurfoto's en ontdek hoe Ohne milieubewust te werk gaat. (Ohne, sd)

(Ohne, sd)

OHNE

NATUURLIJK ONVERPAKT

(Ohne, sd)

1



(Zolea, 2015)

> Minder plastic verpakkingen in de vuilnisbak én lekker lokaal en biologisch[6] eten: dat is in een notendop waar het bij Ohne om draait. (Ohne, sd)

2



(Ohne, sd)

> Omdat Ohne echt een verschil wil maken, zet het in op dagelijkse verbruiksgoederen: in de eerste plaats voeding maar daarnaast ook onderhoudsproducten en cosmetica.
>
> Doordat men voornamelijk kiest voor lokaal geproduceerde goederen, sparen ze enorm veel transportkilometers uit. Ook de verpakkingscyclus wordt hierdoor overbodig. (Ohne, sd)

3



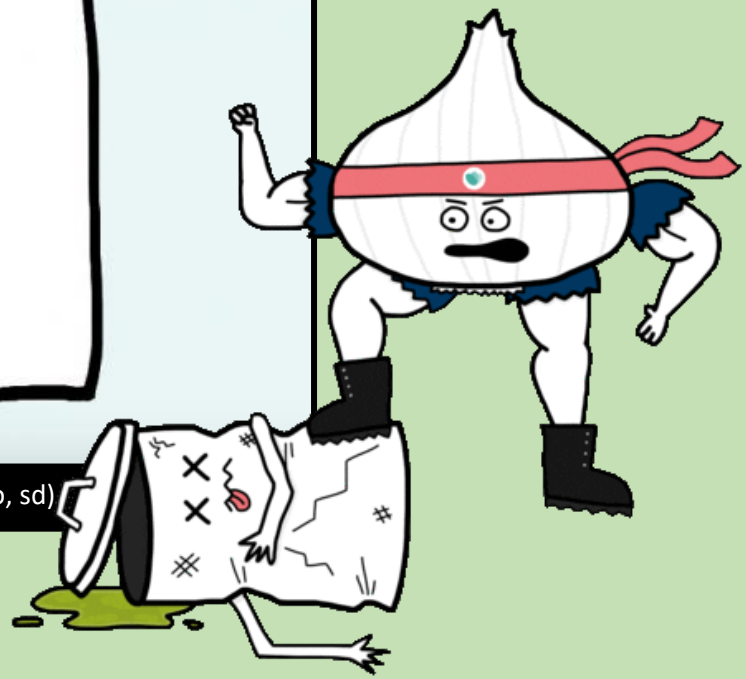
(Ohne, sd)

Het nieuwe winkelconcept wil consumenten overhalen om hun koopgewoonten aan te passen naar een milieubewuster koopgedrag.

Ohne vraagt dan ook aan de consument om zelf herbruikbare potten of zakken mee te brengen naar de winkel. (Ohne, sd)

4. TOO GOOD TO GO – APP





(Too Good To Go, sd)

TOO GOOD TO GO – APP

Één derde van het **voedsel** wordt **verspild**. Dat is niet alleen jammer voor het eindproduct maar ook voor de nodige grondstoffen.

Verspilling is verantwoordelijk voor maar liefst **8%** van de **wereldwijde CO2-uitstoot**. Dat is zonde en slecht nieuws voor de aarde.

Ontdek hoe de app 'Too Good To Go' strijdt tegen voedselverspilling.
(Too Good To Go, sd)

Download de app en ontdek de deelnemende winkels in jouw buurt.



TOO GOOD TO GO: TIJDSCHRIFT



Weer een stap dichter bij
NO WASTE

Carrefour sluit zich aan bij Too Good To Go, de app die helpt strijden tegen voedselverspilling en je de kans geeft tegen een lagere kost te genieten, terwijl je dus ook een hoger doel dient… Hoe je dat doet? Door onverkochte verse producten tegen een lage prijs te kopen in meer dan 240 deelnemende winkels van Carrefour. Daar wint iedereen bij!

TOO GOOD TO GO, WASDA?

In de eerste plaats is het een simpele manier om onze gewoonten rond het verspillen van voedsel bij te sturen. Elk jaar eindigt 1/3 van de wereldwijde voedselproductie bij het afval. Too Good To Go, een volledig gratis app, brengt je in contact met **240 Carrefourwinkels verspreid over heel België**. Voor €3,99 ontvang je een verrassingsmand ter waarde van €12 à €15, vol verse, onverkochte producten, klaar voor gebruik. **Minder verspilling en een lagere kost, voor een milieuvriendelijke actie** waar zowel consumenten als kwekers blij van worden!



CARREFOUR, PIONIER TEGEN VERSPILLING

Too Good To Go

Dit partnership met Too Good To Go betekent een nieuwe stap in de acties tegen verspilling van Carrefour. Al 15 jaar schenken we onverkochte producten aan de voedselbanken en liefdadigheidsinstellingen via de Schenkingsbeurs. Een goed beheer van onze stock, producten in snelverkoop zetten (herkenbaar aan hun gele etiket) en een goede communicatie met onze klanten vormen de basis van ons engagement voor ecologie en duurzaamheid. Met Too Good To Go zetten we nog een extra stap naar het grote doel: zero waste.

EEN ENGAGEMENT OP LANGE TERMIJN

Voedsel is kostbaar, het heeft een waarde die we allemaal respecteren. Voor Carrefour betekent de strijd tegen verspilling tegelijk **het milieu en de biodiversiteit beschermen**. Dit engagement voor milieu- en ethische doelen is trouwens bekroond met de prijs voor "CSR Professional of the Year 2018". Op deze gedeelde waarden hebben Carrefour en Too Good To Go de fundamenten gebouwd van een duurzaam partnership, gericht op onze klanten en een verantwoorde voedselconsumptie.

"Vanaf ons eerste contact met Too Good To Go zagen we een mooie kans om onverkocht voedsel te beperken, terwijl we tegelijk onze sociale rol blijven spelen als structurele donor aan liefdadige organisaties zoals de voedselbanken, via de Schenkingsbeurs."

PASCAL LÉGLISE, DIRECTEUR SOCIALE EN ECOLOGISCHE VERANTWOORDELIJKHEID, KWALITEIT EN DUURZAME ONTWIKKELING CARREFOUR BELGIË

Download hier de gratis app ▸

(Simply You, zomer 2019)

5. IKEA – WOONWARENHUIS



(IKEA, sd)

BEKIJK HET INFOBOEKJE!



IKEA – WOONWARENHUIS

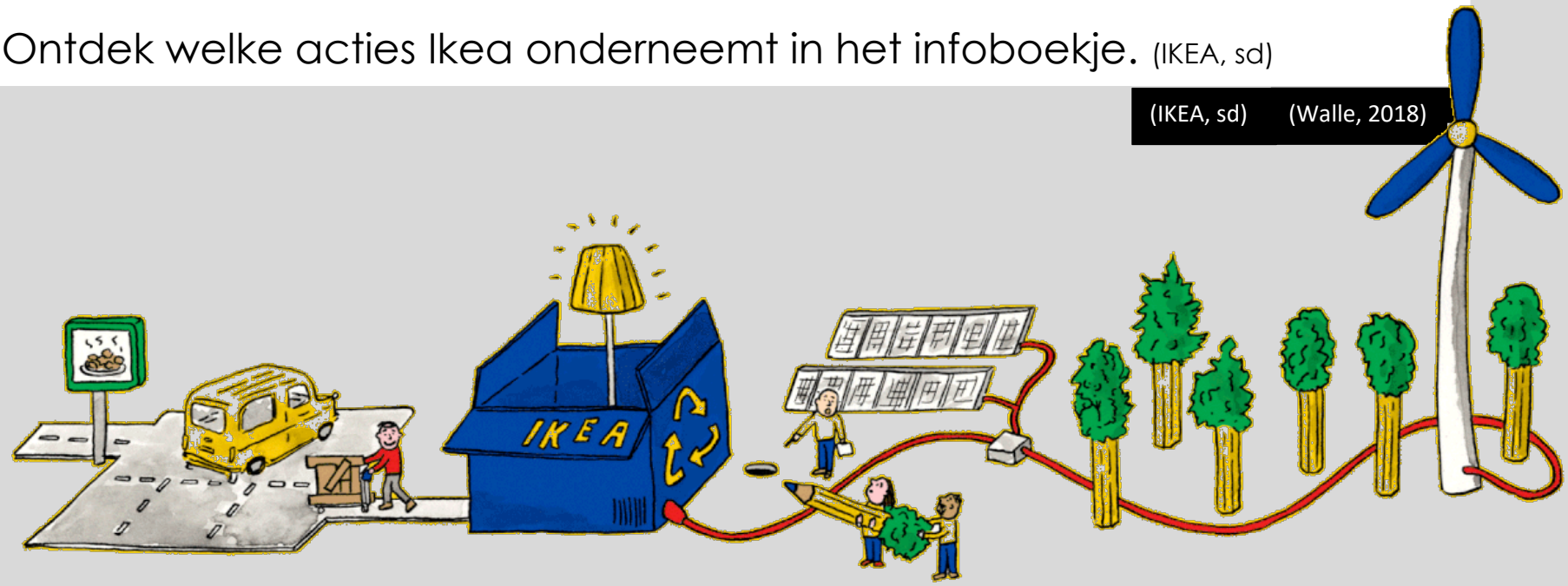
Ingvar Kamprad richtte IKEA op in 1943 toen hij 17 was. Hij verkocht betaalbare balpennen, portefeuilles en fotolijsten, … in het Zweeds dorpje Älmhult. Goede, functionele en mooie producten moesten er voor iedereen zijn vond hij.

Zijn visie luidde: **'Geen enkele methode is efficiënter dan het juiste voorbeeld geven.'**

Vandaag wil het wereldwijd woninginrichtingsmerk zijn visie doortrekken door **'duurzaamheid[7]' hoog op de agenda** te plaatsen.

Ontdek welke acties Ikea onderneemt in het infoboekje. (IKEA, sd)

(IKEA, sd) (Walle, 2018)



IKEA – VOEDING



(IKEA, sd)

Blader door dit klein bundeltje en ontdek welke initiatieven **IKEA** neemt om duurzamer te ondernemen.

DUURZAAM PLASTIC



(IKEA, sd)

IKEA wil tegen 2030 al het plastic in hun producten vervangen door hernieuwbaar of gerecycleerd[8] materiaal.
(IKEA, sd)

VERKOOP - ZONNEPANELEN



(IKEA, sd)

IKEA werkt samen met SVEA Solar, een bedrijf dat gespecialiseerd is in zonnepanelen.

Hiermee wil het woonwarenhuis duurzame energie promoten.

IKEA wil zonnepanelen zo snel mogelijk beschikbaar maken voor iedereen. (IKEA, sd)

GEBRUIK - ZONNEPANELEN



(IKEA, sd)

IKEA produceert sinds 2020 evenveel hernieuwbare energie als ze verbruiken.

Tot nu toe hebben ze al meer dan 750.000 zonnepanelen geïnstalleerd op hun winkels en andere gebouwen. (IKEA, sd)

CIRCULAIRE ECONOMIE



(IKEA, sd)

Niets gaat verloren, alles krijgt een nieuwe vorm.

Omdat grondstoffen stilaan uitgeput geraken, probeert IKEA meer te doen met minder.

Het leidt tot een circulaire visie[9] waar herstellen, hergebruiken en recycleren centraal staat.

Hoe? Op de volgende pagina vind je meer informatie. (IKEA, sd)

CIRCULAIRE ECONOMIE: VOORBEELD



(IKEA, sd)

ÅTERSTÄLLA, een textielcollectie

In 2017 werkte designer J.J samen met de Belgische kringwinkel Ateljee.

Ze ontwierpen een originele textielcollectie met stofoverschotten die niet meer verkocht werden.

Made In Belgium, 100% gerecycleerd en 100% verantwoord. (IKEA, sd)

VEGGIE HOTDOG

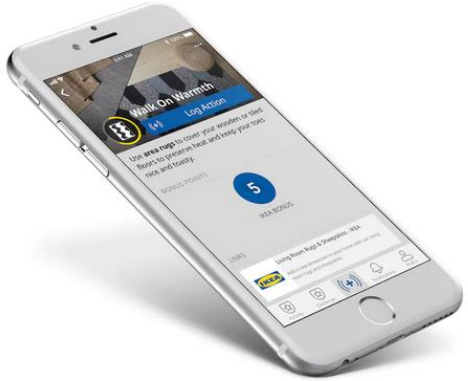


(IKEA, sd)

IKEA ontwikkelde een plantaardig en duurzamer alternatief voor hun iconische hotdog.

Statistieken wijzen erop dat plantaardige voeding minder grondstoffen, water en landbouwgrond vereist om eenzelfde hoeveelheid eten te produceren. (IKEA, sd)

IKEA Better Living App



IKEA

Better Living

(IKEA, sd)

De gratis IKEA Better Living App geeft tips om de voetafdruk van jongeren en volwassenen te verkleinen.

Je ziet direct hoe ‘goed’ je bezig bent.

Download de App en neus even rond. Kan jij nog duurzamer leven? (IKEA, sd)

6. MCDONALD'S - FASTFOODRESTAURANT



(McDonald's, sd)

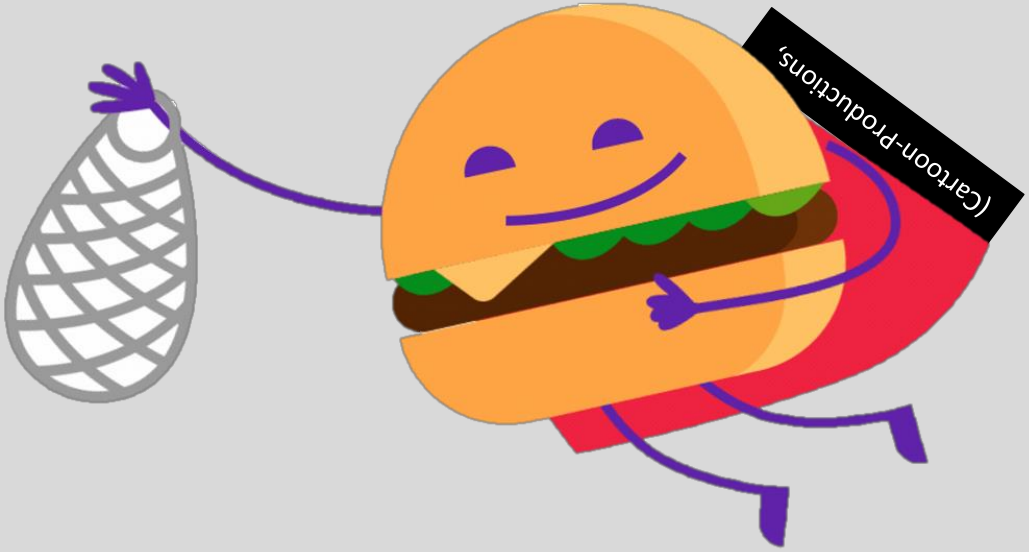
ONTDEKT ALLES OVER OP DEZE TAFEL!

MCDONALD'S - FASTFOODRESTAURANT

McDonald's België zet concrete stappen om hun fastfoodketens duurzamer te maken. In dit kader stelde McDonald's eind 2019 ook het ambitieuze programma **'*Better M*'** voor. (McDonald's, sd)

Bekijk de informatiefiches en ontdek hoe McDonald's inzet op duurzaamheid[7].

(McDonald's, sd)



Bye, plastic rietjes: McDonald's lanceert nieuwe milieuvriendelijke verpakkingen

Bron: HLN, 14 november 2019



(McDonald's, sd)

© McDonald's - Nieuwe verpakking van McFlurry

McDonald's heeft een grootschalig innovatieprogramma opgezet om plastic te verminderen en om meer verpakkingen in Europa te recycleren. Zo kunnen klanten tegen het einde van dit jaar in alle 86 Belgische restaurants van de populaire fastfoodketen geen plastic rietjes meer verkrijgen. Er komen papieren exemplaren in de plaats, die enkel nog op vraag van de klanten worden uitgedeeld. "We willen onze voetafdruk verminderen en weten dat ook onze klanten dat willen", klinkt het bij McDonald's.

Vandaag kondigde McDonald's het 'Better M'-programma aan om in heel Europa plastic uit de verpakkingen te verwijderen en tot een minimum te beperken.

Naast het verwijderen van plastic en het overschakelen op duurzamere materialen, werkt McDonald's er ook aan om gebruikte verpakkingen makkelijker te recycleren en te hernieuwen. Zo zullen bijvoorbeeld tegen 2020 alle gebruikte verpakkingen in de restaurants op basis van vezels afkomstig zijn van gerecycleerde of gecertificeerde[10] bronnen, waarvoor geen ontbossing plaatsvindt.

Wist je dat?

McDONALD'S ZET ZICH IN VOOR HET MILIEU

'REDUCE': WE GEBRUIKEN UITSLUITEND 100% GROENE ENERGIE.

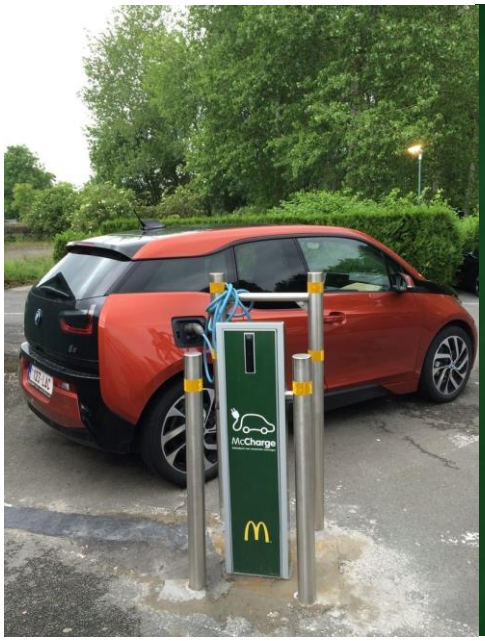
'RE-USE': ONZE TOILETTEN WORDEN GESPOELD MET REGENWATER.

'RECYCLE': AL ONZE FRITUURROLIE WORDT GERECYCLEERD TOT BIODIESEL.



(McDonald's, sd)





Wist je dat?

McDONALD'S

BELGIË INTRODUCEERDE IN 2009 DE 'McCHARGE': HET EERSTE PUBLIEKE OPLAADPUNT VOOR ELEKTRISCHE VOERTUIGEN IN BELGIË.

SINDSDIEN WORDT ELK NIEUW RESTAURANT HIERMEE UITGERUST.

Wist je dat?

McDONALD'S BELGIË HEEFT

SINDS 2009 EEN EIGEN AFVALBEHEERSYSTEEM.
ONZE GREEN TRUCK HAALT 2 KEER PER WEEK ALLE AFVAL OP, GESORTEERD IN 7 VERSCHILLENDE DEELSTROMEN.



SCALE FOR GOOD

(McDonald's, sd)

Als grootste restaurantketen ter wereld, heeft McDonald's de verantwoordelijkheid en kans om een bijdrage te leveren aan de meest urgente maatschappelijke en milieu-uitdagingen van deze tijd, zoals het tegengaan van klimaatverandering, vermindering van afval en (voedsel)verspilling, het bieden van verantwoorde voeding en goed werkgeverschap. Met 37.000 restaurants in meer dan 100 landen en 69 miljoen gasten per dag, kunnen ook kleine aanpassingen al een aanzienlijk verschil maken. Daarom zetten we binnen ons internationale duurzaamheidsprogramma 'Scale for Good' onze schaalgrootte in om een positieve impact te maken. We kijken altijd hoe we de lat hoger kunnen leggen, om zo onze verantwoordelijkheid als bedrijf voor onze omgeving te nemen. Dit doen we niet alleen, maar samen met onze gasten, werknemers, franchisenemers, ketenpartners en andere samenwerkingspartners.

We richten ons op 5 pijlers

Reducing (Food) Waste, Climate Action, Good Employer, Sustainable Protein en Commitment to Families. Dit zijn thema's waarop we het verschil kunnen en willen maken. Onze gasten staan centraal, we willen graag dat zij genieten van onze producten, maar ook een goed gevoel hebben bij McDonald's als merk en bedrijf dat aandacht heeft voor haar impact op mens, dier en milieu.



1 REDUCING (FOOD) WASTE

We zijn zuinig met onze grondstoffen en houden de waarde van verpakkingen, voedsel en andere materialen zo lang mogelijk in onze keten. **Reduce, Re-use, Recycle & Rethink!**

2 CLIMATE ACTION

We maken onze restaurants en kantoren steeds duurzamer, waarbij we toewerken naar **klimaatneutrale (ver)bouw, operatie en logistiek.**

3 GOOD EMPLOYER

McDonald's is een werkgever in het hart van de samenleving, waar je je goed bij voelt, omdat wij onze schaalgrootte inzetten om **iedereen de kans en vrijheid te geven om zich te ontwikkelen** om mee te kunnen doen in deze maatschappij.



4 SUSTAINABLE PROTEIN

We bieden onze gasten een gevarieerd menu van dierlijke en plantaardige producten, waarin we een optimale balans bewaken tussen het **verbeteren van dierenwelzijn en het verminderen van milieu-impact in de gehele keten.**

5 COMMITMENT TO FAMILIES

We maken verantwoorde keuzes leuk, lekker en makkelijk om voor te kiezen, zodat gasten **met een goed gevoel kunnen genieten.**



© 2019 McDonald's

Geen gewone koffie.



(McDonald's, sd)

Koffie bij McDonald's

Van espresso tot flat white: McDonald's serveert de lekkerste koffiespecialiteiten in McCafé. En in de gehele keten werken we continu aan verduurzaming. Dat smaakt naar meer!

Verduurzaming van teelt ...

De 100% arabicabonen die we voor onze koffie gebruiken zijn van Segafredo. De koffiebonen worden geteeld op boerderijen die door Rainforest Alliance zijn gecertificeerd. Dit betekent dat bij de productie onder andere rekening is gehouden met de bescherming van het milieu en goede arbeidsomstandigheden voor de boeren en hun gezinnen.



... tot verpakking

We schenken onze koffie in bekers die gemaakt zijn van gecertificeerd en gerecycled papier. De buitenzijde van de bekers is gemaakt van gerecyclede vezels, de binnenkant van FSC-gecertificeerde vezels. De bekers zijn op hun beurt weer volledig recyclebaar tot nieuwe materialen.

Koffie geeft ons energie

Na het zetten van de koffie, vangen we het koffiedik apart op. Ruim 300 ton per jaar. Dat verwerken we tot groene brandstof. Hiermee besparen we maar liefst 160 ton CO_2 per jaar, ten opzichte van normale afvalverwerking.

McDonald's vindt het belangrijk dat iedereen zich goed voelt bij McDonald's als merk en bedrijf. Ook als duurzaam bedrijf. Meer weten over onze aanpak, ambities en resultaten?

Meer informatie

SCALE FOR GOOD

Afval en recycling, McDonald's maakt er wat van

Omdat wij duurzaam ondernemen heel belangrijk vinden, gaan we zuinig om met onze grondstoffen. We halen eruit, wat erin zit!



Restmateriaal

In onze keuken wordt restmateriaal zorgvuldig in 7 stromen gescheiden voor recycling. Zoals plastic, papier, koffiedik, voedselafval en frituurolie.

We willen jouw afval

Gooi al het afval bij ons in de afvalbak en niet in de berm.

Nascheiding

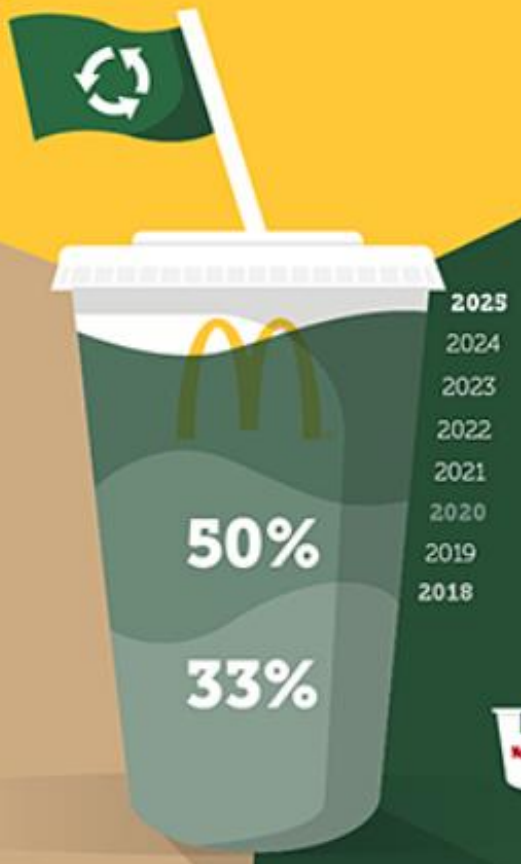
Door onze afval-verwerker wordt plastic uit ons restafval achteraf nauwkeurig gescheiden van papier- en voedselafval.

4

Wij maken er wat van!

Plastic en papier krijgen een tweede leven in nieuwe producten of verpakkingen.





...van onze grondstoffen wordt gerecycled.

5

En we gaan verder

We maken onze verpakkingen steeds duurzamer en kijken waar we ze weg kunnen laten.



Meer weten? Kijk op www.mcdonalds.nl/scaleforgood

McDonald's maakt er wat van

7. AVANI – SOCIALE ONDERNEMING



(AVANI, sd)

SCAN MIJ

AVANI – SOCIALE ONDERNEMING

Jaarlijks worden **wereldwijd** naar schatting **1 biljoen plastic zakken verbruikt**. Dat heeft een enorme impact op het milieu. Naast het vervuilende productieproces, eindigen plastic zakken ook vaak in de verbrandingsoven of in de natuur.

Avani probeert als sociale onderneming[11] hierin een verschil te maken. Dat doen ze door het **produceren en promoten van duurzame verpakkingen en horecaproducten**. Hun producten zijn allemaal gemaakt van natuurlijke ingrediënten die volledig composteerbaar[12] zijn. (AVANI, sd)

(Ringier Food, 2017)

KENMERKEN: DUURZAME ZAK *'I AM NOT PLASTIC'*



100% biologisch afbreekbaar en composteerbar



gebruikt voor verschillende internationale evenementen



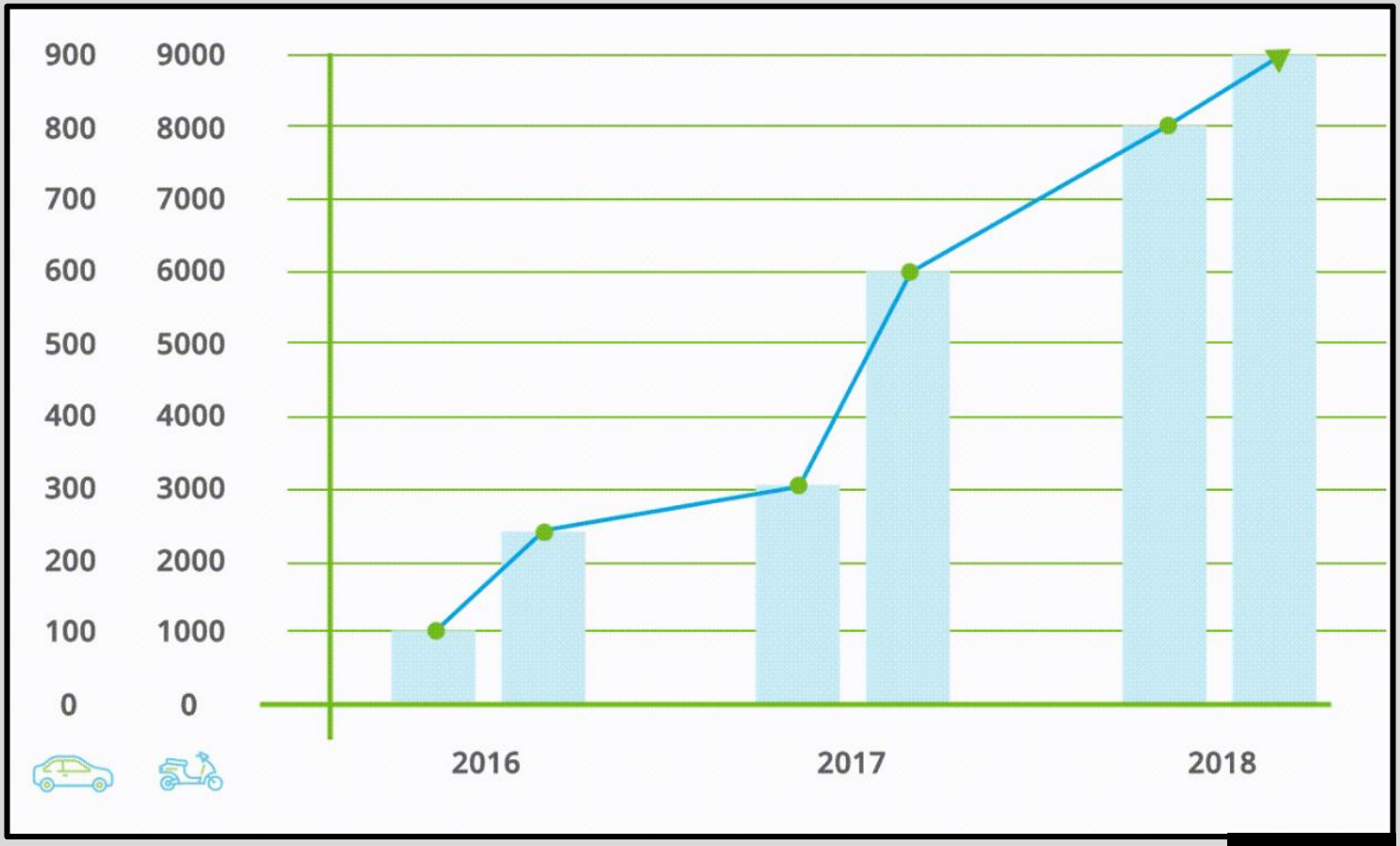
Licht, duurzaam, niet giftig en winddicht



Circulaire economie

AVANI – SOCIALE ONDERNEMING

Avani heeft in totaal al 3.047 ton aan niet duurzame producten vervangen.



(AVANI, sd)

LEGENDE

= 100 Jeep Cherokee



(Jeep)

= 1000 Honda Vario



(Bike)

8. VEJA - MODE



(VEJA, sd)

BEKIJK DE INFOKAARTEN!

VEJA - MODE

Het Franse schoenenmerk **VEJA** maakt hippe sneakers en accessoires met aandacht voor mens en milieu. Bekijk de bijhorende infokaarten en ontdek hoe VEJA de meest **ecologische[13] sneakers** op aarde probeert te maken. (VEJA, sd)

(VEJA, sd)



(VEJA, sd)



(VEJA, sd)



(VEJA, sd)



INLEIDING

Veja is Braziliaans voor **"kijken"**. Hiermee willen ze aantonen dat ze verder kijken dan de sneaker. Ze kijken ook naar hoe de sneaker gemaakt wordt.

Hoe worden Veja's gemaakt? Welke grondstoffen worden er gebruikt? Welk loon krijgen de arbeiders? Het zijn voorbeelden van enkele vragen waarop Veja een antwoord geeft. **Transparantie**[14] staat bij dit merk voorop. (VEJA, sd)



De informatiebollen leiden jullie doorheen de informatie.

ONDERWERPEN

1. GRONDSTOFFEN
2. VERPAKKING
3. PRIJS

1. GRONDSTOFFEN

KATOEN



(VEJA, sd)

BIOLOGISCH KATOEN

VEJA gebruikt alleen biologisch[6] katoen. Ze werken rechtstreeks samen met boerenorganisaties in Brazilië en Peru die katoen oogsten met **respect voor mens en milieu.**

In tegenstelling tot intensieve katoenteeltbedrijven worden er hier **geen chemische meststoffen of pesticiden[15]** gebruikt. (VEJA, sd)



(VEJA, sd)

MODEL 'NOVA' 2019

Het model 'NOVA' dat gelanceerd werd in 2019, bestaat grotendeels uit biologisch[6] en agro-ecologisch[16] katoen. Je vindt het terug in de **veters, voering en canvas**.

Bovendien bevatten de meeste Veja-modellen biologisch[6] katoen. (VEJA, sd)

1. GRONDSTOFFEN

RUBBER



(VEJA, sd)

WILDE RUBBER

Sinds 2004 heeft Veja 195 ton wilde rubber gekocht. Hiermee konden ze **120.000 hectare Amazonewoud behouden**. (VEJA, sd)



(VEJA, sd)

VEJA-ZOLEN

Wilde rubber wordt gebruikt in de zool van **elke sneaker**.

In totaal bestaat een Veja-zool uit **18 tot 22% natuurlijk rubber**.

Voor een kilo geoogst rubber wordt jaarlijks 1,2 ha bos beschermd. (VEJA, sd)

1. GRONDSTOFFEN

LEDER



(VEJA, sd)

AFKOMST LEDER

Het leer dat VEJA gebruikt komt uit het zuiden van Brazilië. Ze zorgen ervoor dat het **niet** afkomstig is van gebieden die **ontbost** werden voor veeteelt. (VEJA, sd)



(VEJA, sd)

CHEMISCHE CONTROLE

Om van de huid van dieren leer te maken, zijn **looistoffen**[17] nodig. Om ervoor te zorgen dat deze looistoffen **niet giftig** worden, voeren ze het hele jaar door **chemische controles** in leerlooierijen.

De sneakers bevatten daardoor geen schadelijke, giftige of vervuilende elementen. (VEJA, sd)



(VEJA, sd)

ALTERNATIEF LEDER

C.W.L is een alternatief materiaal voor leer dat Veja sinds januari 2019 gebruiken op het Campo-model. Het is van **biologische**[6] oorsprong en **samengesteld uit maïs.** (VEJA, sd)

1. GRONDSTOFFEN

SUÈDE



(Sneaker2020, sd)

SUÈDE

SYNTHETISCHE SUÈDE

Veja's synthetisch suède wordt gemaakt in Brazilië, in een fabriek die het gebruik van water en chemicaliën controleert. Toch blijft synthetisch suède op basis van aardolie en is hun doel om 100% biobased[18] alternatieven te vinden. (VEJA, sd)

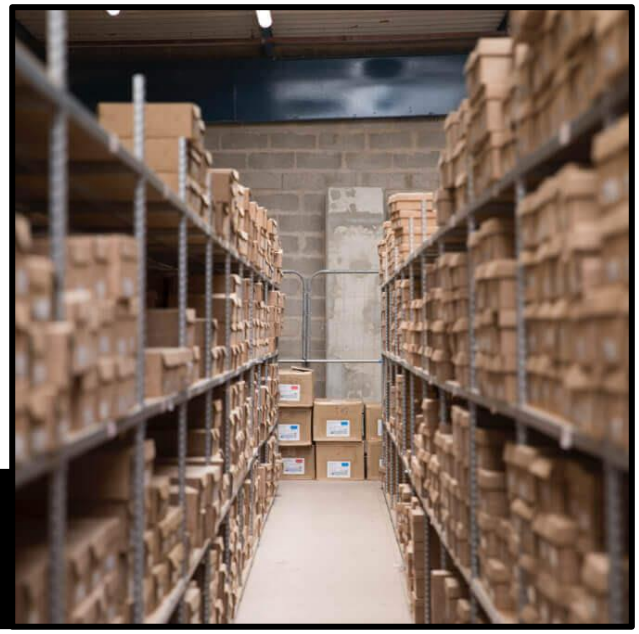
2. VERPAKKING



(VEJA, sd)

LEVERING VAN KATOEN

Wanneer VEJA het katoen koopt, wordt het meestal geleverd in de vorm van grote katoenen **balen[19].** (VEJA, sd)



(VEJA, sd)

SCHOENDOZEN

Alle VEJA sneakerdozen zijn gemaakt van **gerecycleerd karton**.

Ze bevatten **geen lijm** en het gebruik van **inkt is beperkt**. Dit zorgt ervoor dat de dozen gemakkelijk gerecycleerd[5] kunnen worden. (VEJA, sd)

3. PRIJS



(VEJA, sd)



(VEJA, sd)



(FASHIONUNITED, 2010)

HOGE PRODUCTIEKOST

Het **kost 5 tot 7 keer meer** om een VEJA **te maken**. Dat komt omdat de grondstoffen milieuvriendelijk zijn en worden ingekocht volgens de principes van de **eerlijke handel**. Alle partijen uit de productieketen krijgen een rechtvaardig loon. Verder **investeert** Veja ook in **onderzoek en nieuwe technologieën**.

Door het **elimineren van reclame**, kunnen de sneakers **verkocht** worden aan **dezelfde prijs als concurrerende** grote **merken**. (VEJA, sd)

9. COLRUYT - SUPERMARKT



Colruyt teelt basilicum in eigen verticale boerderij (De Tijd, maart 2020)

LEES HET ARTIKEL!

COLRUYT - SUPERMARKT

Jij kiest bewust. Wij helpen je op weg. Dit is de slogan van Colruyt in verband met duurzaamheid. (Colruyt, 2020)

Naast het geven van concrete tips, zijn ze ook overgegaan tot actie. Sinds 2020 doet Colruyt aan **'vertical farming'**. (Cardinaels, 2020)

Ontdek in volgend artikel wat 'vertical farming' inhoudt.

(Cardinaels, 2020)



(RetailDetail, 2020)

Colruyt teelt basilicum in eigen verticale boerderij

Bron: De Tijd, 3 november 2020 – Jens Cardinaels




De basilicum van Colruyt groeit onder paars ledlicht. ©BELGA

In haar magazijn in Halle kweekt de Colruyt-groep kruiden in een duurzame verticale boerderij[20]. Vanaf woensdag ligt het eerste product in de rekken: basilicum. 'We willen hier kruiden kweken voor al onze supermarkten.'

De tijd dat groenten altijd van het veld of uit de serre komen, is voorbij. In de hele wereld is *vertical farming* aan een opmars bezig. Ook in Halle worden in een Colruyt-magazijn kruiden gekweekt in rekken met verschillende lagen, onder paarse ledverlichting.

Verticale boerderij

Niet alleen omdat de verticale boerderij minder plaats inneemt, is de teelt duurzamer dan andere. Colruyt voedt zijn planten met regenwater dat op het dak van het magazijn valt. 'Bovendien verbruiken we 90 procent minder water. Water dat planten niet opnemen of dat verdampt, hergebruiken we.' De energie die de verticale boerderij gebruikt, is groen.

Transport

Er komt ook minder transport aan te pas. Normale basilicumplanten moeten nog van de serre naar het Colruyt-magazijn. Deze plantjes groeien in het magazijn, vanwaar ze naar de winkels gaan. 'Ze leggen vijf keer minder kilometers af', zegt Voorend. Pesticides[11] gebruikt Colruyt ook niet.

10. BRUSSELS AIRPORT - LUCHTHAVEN



(mvovlaanderen, 2020)



LEES HET DUURZAAMHEIDS-RAPPORT!

BRUSSELS AIRPORT - LUCHTHAVEN

Samen op weg naar een duurzame[7] toekomst. Dit is de slogan van Brussels Airport in verband met duurzaamheid.

Brussels Airport is de op één na grootste economische motor van België. Je kan de luchthaven een beetje vergelijken met een kleine stad.

De luchthaven wil hierin haar maatschappelijke[21] rol opnemen door continu in te zetten op duurzame jobs en op de verlaging van haar milieu-impact.

Bekijk de informatiefiches en ontdek hoe Brussels Airport haar milieu-impact probeert te verminderen. (Brussels Airport, 2019)



(Brussels Airport, 2019)

BRUSSELS AIRPORT: MILIEURAPPORT 2019 (drie fiches)

5 strategische prioriteiten ...



GELUIDSHINDER EN LUCHTKWALITEIT



AFVALBEHEER



INCLUSIE



DUURZAME INFRASTRUCTUUR



SLIMME MOBILITEIT

(Brussels Airport, 2019)

... omgezet in concrete initiatieven

Voor elke strategische prioriteit werden een aantal belangrijke initiatieven bepaald. De meeste komen verderop in dit milieurapport uitgebreid aan bod.



Verminderen van de hoeveelheid afval

- De hoeveelheid restafval verminderen door nog beter te sorteren samen met FostPlus en onze partners op de luchthaven
- Aanpakken van de invoer van broussevlees en beschermde diersoorten in samenwerking met het Wereldnatuurfonds, de douane, Brussels Airlines en het Natuurhistorisch museum
- Acties opzetten om het gebruik van (eenmalig) plastic te verminderen



Verminderen van grondgeluid en verbeteren van luchtkwaliteit

- Mitigerende maatregelen en nieuwe technologieën onderzoeken en vervolgens invoeren om het grondgeluid en de hoeveelheid fijn stof te verminderen
- Vergroenen van het dienst- en bedrijfswagenpark
- Vergroenen van het grondafhandelingsmateriaal



Meer diversiteit op de werkvloer

- Actie ondernemen om kandidaten te vinden die het moeilijker hebben op de arbeidsmarkt
- Specifieke groepen kandidaten identificeren en manieren zoeken om ze te bereiken
- Onze 'Employee Value Proposition' definiëren en uitdragen zodat toekomstige werknemers weten waar we voor staan en wat we hen kunnen bieden



Bouwen van duurzame infrastructuur

- Studiewerk verrichten naar het toekomstige warmte/koudenetwerk en hernieuwbare energiebronnen
- Energie- en duurzaamheidsnormen voor nieuwe gebouwen opstellen en implementeren gebaseerd op de principes van energieneutraliteit en circulaire economie



Verbeteren van de modal split

- Zorgen voor een uniek ticket voor alle openbaar vervoer
- Onderzoeken hoe we de diabolotaks kunnen omvormen
- Werken aan een betere samenwerking tussen luchthavenbedrijven om medewerkers aan te moedigen te kiezen voor duurzamer transport
- Een duurzaam beleid rond mobiliteit en bedrijfswagens uitwerken

Doelstellingen en prestaties ten opzichte van 2010

CO_2	Energie	Water	Afval
resultaat in 2018:	resultaat in 2018:	resultaat in 2018:	resultaat in 2018:
-33 %	-18 % /m²	-23 % /🚶	-15 % /🚶
doel tegen 2030:	doel tegen 2030:	doel tegen 2021:	doel tegen 2021:
-40 %	-25 % /m²	-10 % /🚶	-10 % /🚶

Afval WATER Mobiliteit Emissies

Kerncijfers 2018

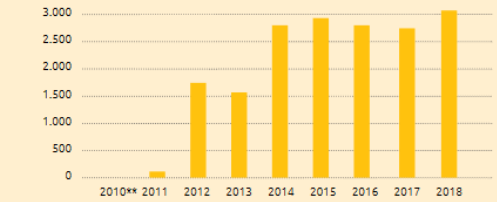
Energie BODEM Geluid

Passagiers en vluchten

(Brussels Airport, 2019)

Energie

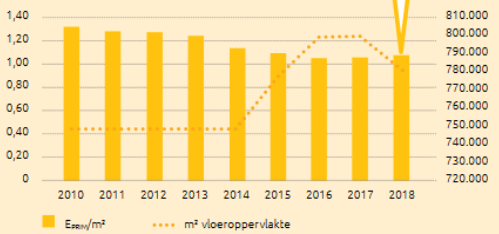
Evolutie totale opbrengst groene stroom (in MWh)



** Plaatsing eerste zonnepanelen in 2011
2018 was een heel zonnig jaar.

Primair energieverbruik (in GJ_{PRIM}/m^2)

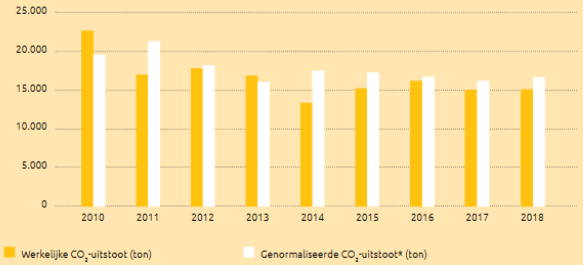
-18,32% t.o.v. 2010



4% van ons elektriciteitsverbruik in 2018 door zonnepanelen → **3.073** MWh = **11.063** gezinnen

Emissies

Evolutie CO_2-uitstoot stationaire bronnen (verbranding gas, stookolie, diesel)



* Bij de genormaliseerde CO_2-uitstoot wordt deze gecorrigeerd op basis van de buitentemperatuur (correctie naar graaddagen).

CO_2

in 2010
22.668
ton werkelijke CO_2-uitstoot

CO_2

in 2018
15.132
ton werkelijke CO_2-uitstoot

Mobiliteit

Aantallen per dag

70.000 reizigers

24.000 werknemers

21.000 auto's

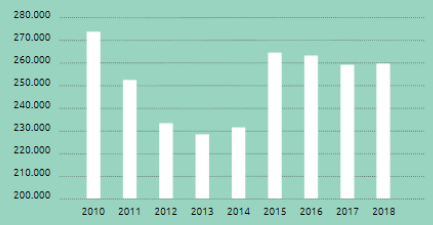
220 treinen

1.000 autobussen

500 vrachtwagens

Water

Leidingwaterverbruik (in m³)

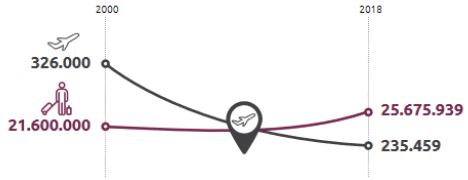


Afval

2.412 ton restafval

22,97% gerecycleerd niet gevaarlijk afval

Passagiers en vluchten



+19% passagiers

-28% vluchten

Bodem

1,2% is beperkt verontreinigd. Er is geen sanering nodig.

4,0% is verontreinigd. Verdere aanpak is nodig.

94,8% is proper.



(Brussels Airport, 2019)

Nieuwe e-bussen voor passagiersvervoer

Duurzaamheid is al langer een focus van Brussels Airport. We leveren dan ook continu inspanningen om onze impact op de omgeving te evalueren en waar mogelijk te verbeteren. Vandaar dat alle passagiersbussen tussen de terminal en de vliegtuigen nu vervangen worden door moderne, elektrische bussen.

Sinds maart 2019 is de bus die u op Brussels Airport van en naar uw vliegtuig brengt, volledig elektrisch. De voordelen? Ze rijden quasi geruisloos, stoten geen CO_2 uit en ze worden opgeladen met 100 % groene stroom. De bedoeling is om het comfort dat de passagier in de terminal geniet, door te trekken in de bussen.

400 ton CO_2 bespaard per jaar

wat bijna **7x** de aarde rond is met een gemiddelde 'oude' dieselbus

Nieuwe vloot e-bussen sinds maart 2019

100 % groene elektrische stroom

150 km autonomie

Stil comfort dankzij de geruisloze motor

Geen CO_2 uitstoot

BENEFIC
Infrastructure for clean transport

* Medegefinancierd door de financieringsfaciliteit voor Europese verbindingen

Ook 'BART' gaat elektrisch

Het **Brussels Airport Rescue Team** dat instaat voor de medische permanentie op Brussels Airport heeft een nieuw interventievoertuig, een 100 % elektrische BMW i3. Deze light versie van de gekende MUG is het eerste elektrische interventievoertuig binnen de medische discipline.



* *In deze publicatie wordt alleen de mening van de auteur weergegeven. De Europese Unie is niet aansprakelijk voor het gebruik dat eventueel wordt gemaakt van de informatie in deze publicatie.*

11. PLOPSALAND - PRETPARK



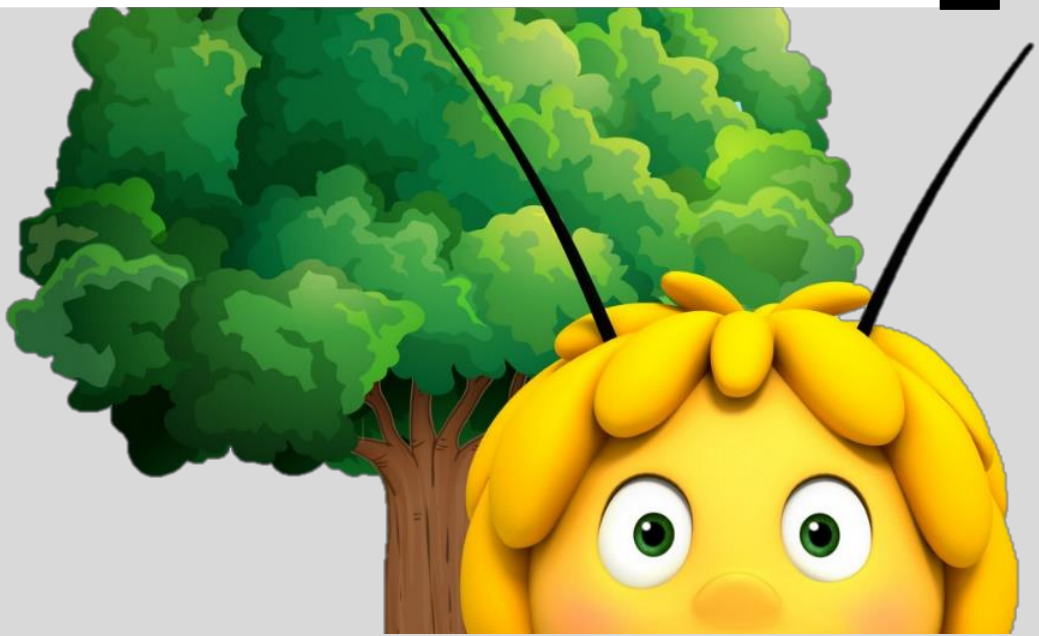
(Plopsaland, sd)

BEKIJK DE INFORMATIEFICHES!

PLOPSALAND - PRETPARK

De Plopsa Group probeert de Plopsa-parken zo milieuvriendelijk en duurzaam[7] mogelijk uit te baten. Daarvoor hebben ze de voorbije jaren al heel wat stappen ondernomen.

Bekijk de informatiefiches en ontdek de **vijf actiepunten** waarmee Plopsaland uitpakt om de natuur te helpen. (Plopsaland De Panne, sd)



(Plopsaland, sd)

Plopsa-pretparken krijgen een duurzaam parcours



Plopsaland zet haar duurzaamheidsambities bij onder de noemer 'Plopsa for nature'.

De voorbije jaren heeft Plopsaland al heel wat stappen ondernomen om hun steentje aan de natuur bij te dragen. (Plopsaland De Panne, sd)

Ontdek hun vijf actiepunten in deze fiche.

1. De Piratenboot beweegt op zonne-energie

De bruisende energie in de attracties wordt geleverd via zonne-energie. De Plopsa-parken zijn namelijk uitgerust met zonnepanelen. (Plopsaland De Panne, sd)



(Plopsaland, sd)

2. De boomstammetjes glijden op gerecupereerd water

Plopsaland plaatste een eigen waterzuiveringsinstallatie om zoveel mogelijk water te zuiveren. Hierdoor kunnen ze een groot deel hergebruiken.
(Plopsaland De Panne, sd)



(Plopsaland, sd)



(Plopsa Fans, 2018)

3. Milieuvriendelijk papier

Plopsaland drukt hun materiaal met inkt op plantaardige basis en op 100% gerecycleerd[8] en milieuvriendelijk papier. Dit papier draagt o.a. het FSC-label[22], wat betekent dat het gebruikte papier afkomstig is van duurzaam beheerde bossen. (Plopsaland De Panne, sd)


PLOPSA INDOOR HASSELT
GOUV.VERWILGHENSINGEL
3500 HASSELT
TEL. 011 29 30 40
BTW. BE 0466.400.051
Studio 100 Café

1 x KIDSBOX	6,99
NEW	
1 x VLAAMS STOOFVLEES FRIET	13,50
1 x PORTIE APPELMOES	1,50
1 x KETCHUP	0,69
1 x CHAUDFONTAINE BLAUW 33	2,69
2 x STATIEGELD 0,10€	0,20
1 x FANTA 30CL	2,69
1 x ALKEN MAES BLIK 50 CL	4,69
SUB-TOTAAL	32,95

(PlopsaFans, 2016)

4. Statiegeld[23] en recyclage

Plopsaland roept de bezoekers op om de in het park aangekochte blikjes of petflesjes binnen te brengen in een van hun inzamelpunten.

Na het binnenbrengen recupereert de bezoeker 25 cent per stuk. Zo kan Plopsaland het afval in ontvangst nemen en bijgevolg veel zorgvuldiger sorteren en verwerken. (Plopsaland De Panne, sd)



(PlopsaFans, 2014)

5. Openbaar vervoer

De Plopsa-parken zijn goed bereikbaar met het openbaar vervoer. Met voordelige combitickets willen ze de bezoekers stimuleren om met de trein, tram of bus te komen. (Plopsaland De Panne, sd)

12. SEEPJE - HYGIËNE



(Seepje, sd)

(PIXERS, sd)

BEKIJK HET JAARVERSLAG!

SEEPJE - HYGIËNE

Seepje wast, poetst en boent de wereld schoner en mooier!
Het bedrijf ‘Seepje’ wil dat iedereen beter wordt van hun reinigingsproducten. (Seepje, sd)

Bekijk hun jaarverslag van 2019 en ontdek welke positieve impact ze hadden op het milieu.



(Seepje, sd)

(Seepje, 2019)

't Bonte jaarverslag 2019

Seepje maakt was- en poetsmiddelen op basis van de beste natuurlijke ingrediënten, zoals onze superschillen uit de Himalaya. Open en eerlijk vertellen we over de beslissingen die we maken en de impact die we creëren.

Maar we houden 't wel graag kort. Heel kort, twee pagina's om precies te zijn. In 2019 verzorgden we meer was- en poetsbeurten dan ooit. Daardoor hebben we op veel gebieden nóg meer impact kunnen maken!

Samen met- en voor ons team, onze schillenboeren, de kanjers van onze sociale werkplaatsen, onze verkooppunten, leveranciers, partners en fans: op weg naar die schonere én mooiere wereld.

2019
in 't superkort
2.100.000
euro omzet
6.700.000
natuurlijke was- en poetsbeurten
16 seepjes

Op weg naar 100% natuurlijk



Wat erin zit? Wij zijn er open over!

Seepje geeft volledige openheid over ingrediënten. Sinds 2019 vind je op de verpakking alle ingrediënten met daarbij de normale-mensen-vertaling. Ook delen we op onze website de samenstelling van onze parfums. Zodat jij precies weet waar je mee wast en poetst.



Nieuw: handzeep en wasverzachter

In 2019 hebben twee handzepen en twee wasverzachters gelanceerd. Gemaakt van 100% natuurlijke ingrediënten en hartstikke Vegan. Hiermee lopen we wereldwijd voorop in de strijd voor gebruik van enkel de beste natuurlijke ingrediënten!



Beste ecologische allesreiniger

Vraag jij je wel eens af of we de strijd écht aankunnen met conventionele producten, die meer synthetische ingrediënten gebruiken? Het antwoord is JA! Zo bevestigt nu ook de Consumentenbond in de allesreinigertest 2019: Seepje behaalt een vierde plaats en is de beste ecologische allesreiniger.

Voor een eerlijke prijs



Seepje is B Corp

We zochten een veelomvattende beoordeling van onze impact op álle fronten. Iets waarmee we konden meten hoe goed we het nu écht doen. Daarom zijn we sinds juli 2019 officieel een B Corp! Deze wereldwijde beweging staat voor een nieuwe definitie van bedrijfssucces: winst en groei dienen een betere wereld.



Ketenimpact vergroten nog niet gelukt

In 2019 is onze ambitie om boeren te trainen en bomen te planten te ambitieus gebleken. We willen meer doen voor mens en natuur in de Himalaya, zowel binnen als buiten onze keten. We zetten op dit moment een gave samenwerking op waarmee we concrete stappen kunnen zetten.



Voor ons team

Ook binnen de muren van ons Washok willen we een positieve impact creëren. Naast onbeperkt vrije dagen, de babybonus en gratis boeken bestellen, zijn we in 2019 verhuisd naar een ruimer kantoorpand in 't centrum van Den Haag en bieden we teamleden een pensioenregeling aan.

Ook de natuur profiteert



34.000 fairtrade avocado's

In onze handlotion, die we speciaal voor de Nationale Postcode Loterij maken, zit de beste avocado olie die er op aarde groeit! De olie komt uit de Thika regio in de Keniaanse Hooglanden waar honderden kleinschalige boeren biologische avocado's groeien. Helemaal fairtrade!



Beloofd: volledig CO2-neutraal in 2030

Seepje belooft als één van de Nederlandse B Corporation volledig CO2-neutraal te zijn in 2030. Een statement, want we vinden dat elk bedrijf de CO2-uitstoot in kaart moet brengen en moet reduceren om dit klimaatdoel al veel eerder te behalen. Want dat is gewoon hartstikke nodig!



2,5 miljoen schone handen

Binnen 22 dagen na de lancering van twee Seepje handzepen, is het ons gelukt om 2,5 miljoen handen natuurlijk schoon te wassen! Dat scheelt flink wat fossiele grondstoffen, zoals aardolie… Samen met onze fans, retailers en partners hebben we honderden #Seepspots gecreëerd.

4.040.503 schillen ingekocht
30 Jaarinkomens in Nepal en India
347.676 Sinaasappelschillen gered
15 Kanjers op de sociale werkplaats
39.864 KG gerecycled plastic
13 Teamleden
1.600 Verkooppunten

En dat alles dankzij jullie schone wasjes, poetsbuien, afwaspret en schone handen!

Doe je mee in 2020?
Klik op de groene knop en ontvang onze brief!

Ik doe mee

De cijfers zijn tot stand gekomen met behulp van verschillende bronnen, van verkoopdata tot openbare data en interviews met onze belanghebbenden, van hier tot in Nepal.

(SDGS, sd)

DUURZAME ONTWIKKELINGS DOELSTELLINGEN

(SDGS, sd)

BETEKENIS

De **'Sustainable Development Goals'** (SDG's) of 'Duurzame Ontwikkelingsdoelstellingen' werden goedgekeurd door de **Verenigde Naties**[4] in september 2015.

De SDG's zijn de doelstellingen die de wereld zich stelt **richting 2030** om aan **duurzame ontwikkeling te werken**. Het vormt een actieplan om de mensheid te bevrijden van armoede en de planeet terug op de koers richting duurzaamheid te plaatsen.

[4] **Verenigde Naties**: In 1945 opgerichte internationale organisatie die tot doel heeft de internationale vrede en veiligheid, vriendschappelijke betrekkingen tussen de volkeren en samenwerking bij internationale vraagstukken te bevorderen.

(SDGS, sd)



Beëindig armoede overal en in al haar vormen.



Beëindig honger, bereik voedselzekerheid en verbeterde voeding en promoot duurzame landbouw.

(SDGS, sd)



Verzeker een goede gezondheid en promoot welzijn voor alle leeftijden.



Verzeker gelijke toegang tot kwaliteitsvol onderwijs en bevorder levenslang leren voor iedereen.

(SDGS, sd)

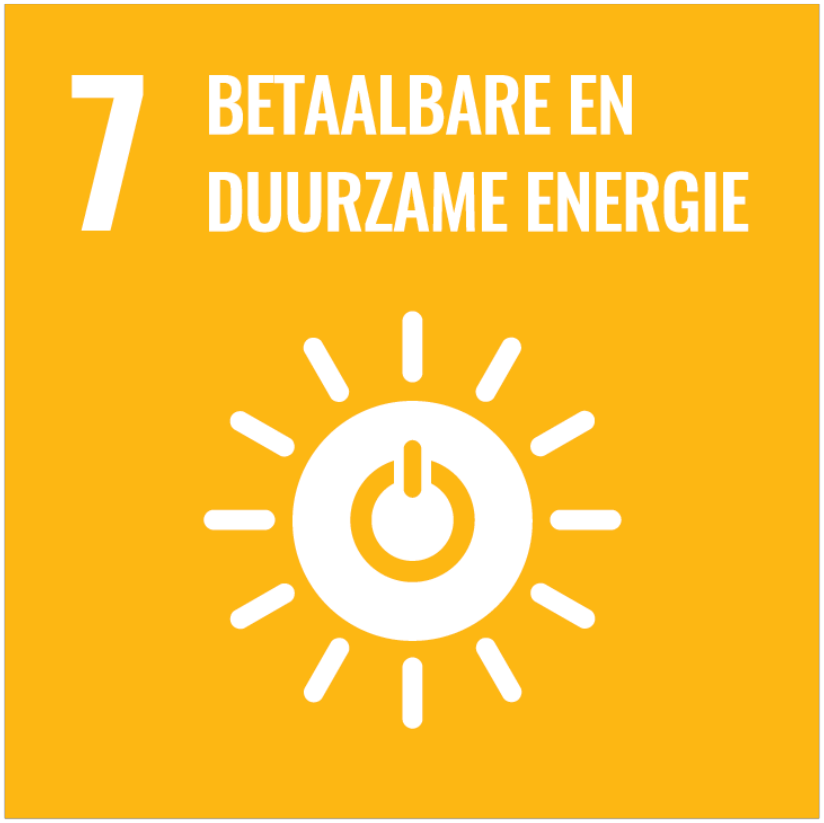


Bereik gendergelijkheid en empowerment voor alle vrouwen en meisjes.



Verzeker toegang en duurzaam beheer van water en sanitair voor iedereen.

(SDGS, sd)



Verzeker toegang tot betaalbare, betrouwbare, duurzame en moderne energie voor iedereen.



Verzeker toegang tot betaalbare, betrouwbare, duurzame en moderne energie voor iedereen.

(SDGS, sd)



Bouw veerkrachtige infrastructuur, bevorder inclusieve en duurzame industrialisering en stimuleer innovatie.



Dring ongelijkheid in en tussen landen terug.

(SDGS, sd)



Bouw veerkrachtige infrastructuur, bevorder inclusieve en duurzame industrialisering en stimuleer innovatie.



Verzeker duurzame consumptie- en productiepatronen.

(SDGS, sd)



Neem dringend actie om de klimaatverandering en haar impact te bestrijden.



Behoud en maak duurzaam gebruik van oceanen, zeeën en mariene hulpbronnen.

(SDGS, sd)



Bescherm, herstel en bevorder het duurzaam gebruik van ecosystemen op het vasteland, beheer bossen duurzaam, bestrijd woestijnvorming, stop landdegradatie en draai het terug en roep het verlies aan biodiversiteit een halt toe.



Bevorder vreedzame en inclusieve samenlevingen met het oog op duurzame ontwikkeling, verzeker toegang tot justitie voor iedereen en bouw op alle niveaus doeltreffende, verantwoordelijke en toegankelijke instellingen uit.

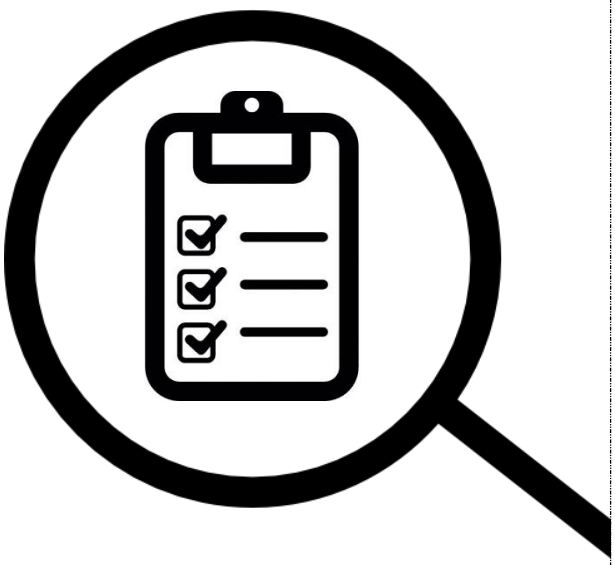
(SDGS, sd)



Versterk de implementatiemiddelen en revitaliseer het wereldwijd partnerschap voor duurzame ontwikkeling.

HOEK 1: MVO - Initiatieven met focus op de planeet

STAPPENPLAN: TAAK - ELEVATOR PITCH



Dit stappenplan zal je begeleiden in de ontwikkeling van je *elevator pitch*[3]. De geschatte tijd geeft een indicatie van hoelang je ongeveer aan elke stap zal werken. Succes!

STAPPENPLAN: ELEVATOR PITCH			
Stappen	**Benodigdheden**	**Omschrijving**	**Geschatte werktijd thuis**
STAP 1 	– Cursusblad – Schrijfmateriaal	**VOORBEREIDEN** Welke informatie moet je *elevator pitch* bevatten? Geef een duidelijk antwoord op de volgende vragen: ☐ Welk initiatief i.v.m. MVO sprak je het meest aan? Motiveer hierbij ook je keuze. ☐ Wat wil deze onderneming of handelaar met hun initiatief bereiken? ☐ Denk je dat dit initiatief een grote impact heeft op de planeet? Motiveer hierbij ook je antwoord. ☐ Welke initiatieven rond MVO zijn volgens jou nog nodig in de toekomst? / Hoe kan een onderneming nog inzetten op MVO? / Welk initiatief mis je vandaag? Je mag gebruik maken van een concreet voorbeeld. <u>Richtvragen</u>: ☐ Wat is de meerwaarde? ☐ Hoe zou je dit uitwerken? ☐ Hoe is het duurzaam/ ethisch verantwoord? Noteer je antwoorden eerst op een cursusblad of in een Word-document. Vink de vragen af die je al beantwoordde. Op deze manier zal je geen vragen vergeten.	40 min. 

[3]***Elevator Pitch***: Een *elevator pitch* is een kort maar krachtige presentatie waarin je iets of iemand in ongeveer 60 seconden voorstelt.

STAP 2 	– Post-It Afmeting: 9x9	**VOORBEREIDEN** In deze stap krijg je de kans om een spiekbriefje te maken. Dit spiekbriefje mag je gebruiken tijdens je *elevator pitch*. Let op, het spiekbriefje moet wel aan onderstaande voorwaarden voldoen. <u>Voorwaarden</u>: – Het spiekbriefje heeft de grootte van een Post-it (afmeting: 9x9); – Het spiekbriefje bevat alleen kernwoorden; – Alleen de voorkant van het spiekbriefje mag gebruikt worden.	10 min. 
STAP 3 	– Camera	**UITVOEREN** Het is tijd om je *elevator pitch* uit te voeren! Je vindt onderaan nog enkele aandachtspunten waarmee je rekening dient te houden. Zoek vervolgens een cameraman of vrouw die jou wil filmen en ga aan de slag! <u>Aandachtspunten</u>: Zorg dat je … – *elevator pitch* alle gevraagde informatie bevat; – elevator pitch ± 60 seconden duurt; – volledig in beeld staat; – luid en duidelijk spreekt; – niet voortdurend naar je spiekbriefje kijkt. Tip: Bekijk ook het evaluatiekader '*Elevator pitch*'. Hierin vind je de elementen waarop je gequoteerd zal worden. Open de volgende link naar het evaluatiekader: https://bit.ly/WorkshopVera-H1-D3	5 min.
STAP 4 	– Computer	**INDIENEN** Dien de volgende documenten in zoals afgesproken met de leerkracht: ☐ Voorbereiding: cursusblad (foto cursusblad/Word-document) ☐ Voorbereiding: spiekbriefje ☐ Uitvoering: *elevator pitch*	5 min. 

[3] ***Elevator Pitch***: Een *elevator pitch* is een kort maar krachtige presentatie waarin je iets of iemand in ongeveer 60 seconden voorstelt.

HOEK 1: MVO - Initiatieven met focus op de planeet

VERBETERSLEUTEL: BOOKWIDGETS





(Resortecs, sd)

1. RESORTECS – MODE

Vragenlijst: videofragment

Wat heeft Resortecs ontwikkeld om de mode-industrie duurzamer te maken? (2P)
Ze hebben een stikdraad ontwikkeld die oplost bij hoge temperatuur en biologisch afbreekbaar is. (Vanhoeck, 2018)

Waarom maakt hun uitvinding de mode-industrie duurzamer? (2)
De stikdraad maakt het demonteren van kledingstukken gemakkelijker en goedkoper. Op deze manier is het eenvoudiger om kledingstukken te recycleren. (Vanhoeck, 2018)

Cedric zegt: "We brengen modemerken dichter bij een circulaire economie". Wat betekent 'een circulaire economie'? Duid het juiste antwoord aan. (2P)

- ☐ Bij een circulaire economie worden grondstoffen op het einde van de levensduur vernietigd.
- ☐ Het basisprincipe van een circulaire economie is dat alles opnieuw wordt gebruikt.
- ☐ Enkel waardevolle grondstoffen worden bij een circulaire economie hergebruikt.

(Vlaanderen-circulair, sd)

Welke SDG's kan je linken aan deze onderneming op basis van het videofragment? Motiveer. (De SDG's vind je aan de muur.) (2P)





(sdgs, sd) (sdgs, sd)

9 – Industrie, innovatie en infrastructuur: Resortecs ontwikkelde een duurzaam alternatief voor de traditionele naaigaren. (Vanhoeck, 2018)

12 – Verantwoorde consumptie en productie: De naaigaren van Resortecs maken verantwoorde productie en consumptie mogelijk doordat ze oplossen bij warmte en biologisch afbreekbaar zijn. (Vanhoeck, 2018)

Zou jij kledij kopen met naaigaren (draad) van Resortecs? Leg uit. (2P)

Denk je dat Resortecs de mode-industrie zal veroveren? M.a.w. dat alle kledij in de toekomst zal gemaakt zijn met hun naaigaren? Leg uit. (2P)



(Ben & Jerry's, sd)

2. BEN & JERRY'S – VOEDING

Vragenlijst: website

Wat bedoelt Ben & Jerry's met de slogan: *'If it's melted, it's ruined!'* (2P)

If it's melted it's ruined betekent letterlijk: Als het (de poolkappen) gesmolten is, is het verpest. Dat geldt voor de planeet, maar ook voor het Ben & Jerry's ijs. (Ben & Jerry's, sd)

Waarom geeft Ben & Jerry's om klimaatverandering? Geef één reden. (2P)

- Van hun Fairtrade leveranciers horen ze al jaren dat de opwarming van de aarde hen rechtstreeks beïnvloedt. Hun oogst hangt sterk af van het weer, en dus het klimaat. Geen oogst? Dan zijn er ook geen ingrediënten voor het Ben & Jerry's ijs. (Ben & Jerry's, sd)
- Omdat de armste en meest kwetsbare landen de hoogste prijs zullen betalen voor de opwarming van de aarde. Zij hebben de minste middelen om zich aan te passen aan een steeds warmer wordende wereld. (Ben & Jerry's, sd)
- Omdat het duidelijk geworden is dat de keuzes die we vandaag maken, de samenleving, economie, gezondheid en het klimaat van de toekomst vormen. (Ben & Jerry's, sd)

Hoe probeert Ben & Jerry's hun impact op het milieu te verlagen? Geef twee voorbeelden. (2P)

- De fabriek in Helledoorn loopt op groene stroom.
- De Chunkinator zet restijs om in biogas.
- Ze investeren in herbebossingsprojecten met lokale NGO's.
- Ze heffen een interne CO2 belasting.

(Ben & Jerry's, sd)

Ben & Jerry's verwijst geregeld naar een akkoord als het gaat over klimaatdoelstellingen. Over welke akkoord gaat het? Duid het juiste antwoord aan. (2P)

- ☐ Akkoord van Schengen
- ☐ Akkoord van Parijs
- ☐ Akkoord van Genève

(Ben & Jerry's, sd)

Welke SDG's kan je linken aan deze onderneming op basis van de website? Motiveer. (De SDG's vind je aan de muur) (2P)

(ps ‘sdgs) (ps ‘sdgs) (ps ‘sdgs) (ps ‘sdgs)



7 – Betaalbare en duurzame energie: De fabriek van Ben & Jerry’s loopt op groene stroom. (Ben & Jerry's, sd)



9 – Industrie, innovatie en infrastructuur: De fabriek van Ben & Jerry’s is uitgerust met een Chunkinator die restijs omzet in biogas. Op deze manier gaat Ben & Jerry’s voedselverspilling tegen met energiewinst. (Ben & Jerry's, sd)



12 – Verantwoorde consumptie en productie: In 2018 lanceerde Ben & Jerry’s de eerste drie Non-Dairy smaken op basis van amandelmelk. (Ben & Jerry's, sd)



13 – Klimaatactie: Ben & Jerry neemt deel aan verscheidene klimaatacties. Ze lopen mee in straatmarsen, houden klimaatcampagnes en roepen jongeren op om hun stem te laten horen. Daarnaast investeren ze in herbossingsprojecten en hanteren ze een CO2-compensatieprogramma. (Ben & Jerry's, sd)

(ps ‘sdgs)



17 – Partnerschap om doelstellingen te bereiken: Ben & Jerry’s werkte doorheen de jaren al samen met verscheidene organisaties. Meestal zijn de samenwerkingen opgezet om campagne te voeren tegen de klimaatverandering. (Ben & Jerry's, sd)

Onder de categorie 'sluit je aan' lees je: 'Doe mee en vraag onze overheid om een eerlijk en ambitieus klimaatbeleid!' Zou jij de petitie ondertekenen? Motiveer. (2P)



(Ohne, sd)

3. OHNE – DUURZAME SHOP

Vragenlijst: bijlage

Wat is het verschil tussen het winkelconcept van Ohne en een gewone supermarkt? (2P)

Het winkelconcept van Ohne steunt op drie pijlers: afvalarm, korte keten en biologisch. Gewone supermarkten besteden hier veel minder aandacht aan. (Ohne, sd)

Waarom verkiest Ohne lokaal geproduceerde goederen? Geef twee redenen. (2P)

Lokaal geproduceerde goederen sparen enorm veel transportkilometers uit. Dat maakt ook de verpakkingscyclus overbodig. (Ohne, sd)

Voor welke producten kan je terecht bij Ohne? (2P)

Voeding, onderhoudsproducten en cosmetica. (Ohne, sd)

Welke SDG's kan je linken aan deze winkel op basis van de bijlage? Motiveer. (De SDG's vind je aan de muur.) (2P)

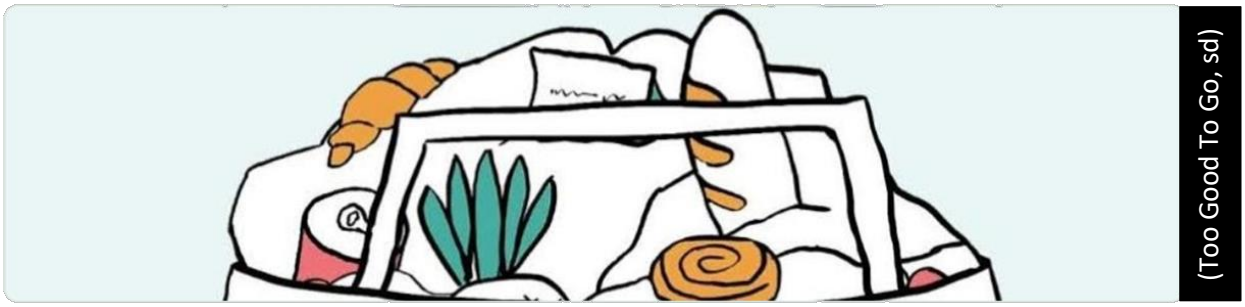
(ps 'sdgs)



12 – Verantwoorde consumptie en productie: Het winkelconcept steunt op drie pijlers: afvalarm, korte keten en biologisch. Ze willen consumenten overhalen om hun koopgewoontes aan te passen naar een milieubewuster koopgedrag. (Ohne, sd)

Denk je dat de gewone supermarkten (Colruyt, Spar, ...) zullen evolueren naar een winkelconcept als Ohne? Motiveer. (2P)

Stel dat Ohne zich vestigt naast een gewone supermarkt. In welke winkel zou jij shoppen? Leg uit. (2P)



(Too Good To Go, sd)

4. TOO GOOD TO GO – APP

Vragenlijst: bijlage

Wat is het hoofddoel van Too Good To Go? (2P)

De app helpt strijden tegen voedselverspilling. (Simply You, zomer 2019)

Hoe werkt Too Good To Go? (2P)

Via de app kan je onverkochte, verse producten tegen een lage prijs kopen in deelnemende winkels. (Simply You, zomer 2019)

Waarom worden zowel consumenten als kwekers, blij van een partnership met Too Good To Go? (2P)

Er is minder verspilling en de consument krijgt verse producten tegen een lagere prijs. (Simply You, zomer 2019)

Welke SDG's kan je linken aan dit initiatief op basis van de bijlage? Motiveer. (De SDG's vind je aan de muur.) (2P)

(sdgs, sd)



12 – Verantwoorde consumptie en productie**:** Too Good To go helpt strijden tegen voedselverspilling. Ze maken mensen bewust van voedselverspilling en sporen hen aan om onverkochte producten te kopen tegen een lage prijs. (Ohne, sd)

Zijn er handelaars in jouw dorp die samenwerken met Too Good To Go? Welke? (Download de app om deze vraag op te lossen.) (2P)

Maak jij gebruik of zou jij gebruik maken van deze app? Motiveer. (2P)



(IKEA, sd)

5. IKEA – WOONWARENHUIS

Vragenlijst: bijlage

Welke initiatieven neemt IKEA om duurzamer te ondernemen? Geef twee voorbeelden. (2P)

- Het plastic in hun producten wordt vervangen door hernieuwbaar of gerecycleerd materiaal.
- IKEA heeft al meer dan 750.000 zonnepanelen geïnstalleerd op hun winkels.
- IKEA verkoopt zonnepanelen in samenwerking met SVEA.
- IKEA zet in op een circulaire economie.
- IKEA maakte een duurzamer alternatief voor hun iconische hotdog.
- IKEA geeft tips om de voetafdruk van jongeren en volwassenen te verkleinen met behulp van een app.

(IKEA, sd)

Leg 'een circulaire economie' uit behulp van de ÅTERSTÄLLA textielcollectie van IKEA. (2P)

De textielcollectie ÅTERSTÄLLA is gemaakt van stofoverschotten die niet meer verkocht werden. Bij een circulaire economie gaat namelijk niets verloren. Alles krijgt een nieuwe vorm. (IKEA, sd)

Waarom koos IKEA om een 'veggie' hotdog te ontwikkelen? Leg uit. (2P)

Statistieken wijzen erop dat plantaardige voeding minder grondstoffen, water en landbouwgrond vereist om eenzelfde hoeveelheid eten te produceren. (IKEA, sd)

Welke SDG's kan je linken aan deze onderneming op basis van de bijlage? Motiveer. (De SDG's vind je aan de muur.) (2P)

(ps 'sdgs)



7 – Betaalbare en duurzame energie: IKEA verkoopt zonnepanelen tegen een lagere prijs. Ze willen zonnepanelen zo snel mogelijk beschikbaar maken voor iedereen. (IKEA, sd)

(ps 'sdgs)



12 – Verantwoorde consumptie en productie: IKEA wil al het plastic uit hun producten halen en vervangen door een duurzamer alternatief tegen 2030. Daarnaast heeft IKEA een circulaire visie. Niets gaat verloren, alles krijgt een nieuwe vorm. (IKEA, sd)

(sdgs, sd)



17 – Partnerschap om doelstellingen te bereiken: IKEA werkt samen met SVEA Solar om betaalbare zonnepanelen te kunnen aanbieden. (IKEA, sd)

IKEA geeft ook tips om duurzamer te consumeren. Welke tips neem jij mee naar de toekomst? Motiveer. (Download de app *'Better Living'* van IKEA om deze vraag op te lossen.) (2P)

Hoe zou IKEA volgens jou nog duurzamer kunnen ondernemen? (2P)



(McDonald's, sd)

6. MCDONALD'S - FASTFOODKETEN

Vragenlijst: bijlage

Wat houdt het *'Better M'* programma van McDonald's in? Leg uit aan de hand van het krantenartikel. (2P)

'*Better M'* is een grootschalig innovatieprogramma opgezet om plastic te verminderen en om meer verpakkingen in Europa te recycleren. (McDonald's, sd)

Welke initiatieven neemt McDonald's nog om duurzamer te ondernemen? Geef twee voorbeelden. (2P)

- McDonald's gebruikt uitsluitend 100% groene energie.
- De toiletten worden gespoeld met regenwater.
- Alle frituurolie wordt gerecycleerd tot biodiesel.
- McDonald's heeft een oplaadpunt voor elektrische wagens.
- McDonald's heeft een eigen afvalbeheerssysteem.
- McDonald's is zuinig met de grondstoffen en houden de waarde van verpakkingen, voedsel en andere materialen zolang mogelijk in de keten.
- McDonald's biedt een variatie aan van dierlijke en plantaardige producten.
- McDonald's levert 'groene' koffie.

(McDonald's, sd)

Bekijk informatiefiche vier aandachtig. Aan welk thema van het internationale duurzaamheidsprogramma *'Scale for Good'* kan je dit linken? Leg uit. (2P)

Je kan dit linken aan de pijler: *'Reducing (Food) Waste'*. Ze zijn zuinig met grondstoffen en houden de waarde van de verpakkingen en andere materialen zo lang mogelijk in de keten. Dit doen ze onder andere door het afval te recycleren. (McDonald's, sd)

Waarom zegt McDonald's dat hun koffie 'geen gewone koffie' is? Geef één redenen. (2P)

- Bij de productie van de koffiebonen wordt er rekening gehouden met de bescherming van het milieu.
- De koffiebekers zijn gemaakt van gerecycleerd papier.
- Het koffiedik wordt opgevangen en verwerkt tot groene brandstof.

(McDonald's, sd)

Welke SDG's kan je linken aan deze onderneming op basis van de bijlage? Motiveer. (De SDG's vind je aan de muur.) (2P)

(ps ‘sgps)



7 – Betaalbare en duurzame energie: McDonald’s gebruikt uitsluitend 100% groene energie. (McDonald's, sd)

(ps ‘sgps)



9 – Industrie, innovatie en infrastructuur: McDonald’s spoelt de toiteletten met regenwater. Nieuwe restaurants zijn uitgerust met een oplaadpunt voor elektrische wagens. Oudere restaurants maken ze steeds duurzamer. Ze werken toe naar een klimaat neutrale bouw, operatie en logistiek. McDonald’s België heeft daarnaast ook een eigen afvalbeheersysteem. (McDonald's, sd)

(ps ‘sgps)



12 – Verantwoorde consumptie en productie: McDonald’s is zuinig met hun grondstoffen en houden de verpakkingen, voedsel en andere materialen zo lang mogelijk in de keten. Ze bewaken ook de balans tussen het verbeteren van dierenwelzijn en het verminderen van hun milieu-impact. (McDonald's, sd)

McDonald's pakt graag uit met hun duurzame acties. (bv. met flyers, via hun website, in de pers, ...) Denk je dat hun verkoop hierdoor zal stijgen? Leg uit. (2P)



(AVANI, sd)

7. AVANI - SOCIALE ONDERNEMING

Vragenlijst: videofragment

Het produceren van duurzame producten behoort tot de *'core business'* of 'kernactiviteit' van Avani. Wat hebben alle producten gemeen? (2P)

Alle producten zijn 100% composteerbaar en biologisch afbreekbaar. (AVANI, sd)

Wat is er uniek aan de *'I AM NOT PLASTIC'* zak van Avani? (2P)

De zak is 100% composteerbaar en biologisch afbreekbaar. Daarnaast lost de zak volledig op in lauw water. In slechts één minuut is de zak verdwenen. Je kan het water achteraf zelf opdrinken. (Karlzway, 2019)

Avani heeft in totaal al 3.047 ton aan niet duurzame producten vervangen. Hoeveel ton Jeep Cherokees werden er vervangen in 2018? (2P)

Er werden in totaal 90 000 Jeep Cherokees vervangen in 2018. (AVANI, sd)

Welke SDG's kan je linken aan deze onderneming op basis van het videofragment? Motiveer. (De SDG's vind je aan de muur.) (2P)

(ps 'sdgs)



12 – Verantwoorde consumptie en productie: Alle producten van Avani zijn 100% composteerbaar en biologisch afbreekbaar. (AVANI, sd)

(ps 'sdgs)



9 – Industrie, innovatie en infrastructuur: Avani ontwikkelde een zak uit natuurlijke grondstoffen dat oplost in lauw water. Op deze manier wil het bedrijf het wereldwijde plastic probleem aanpakken. (Karlzway, 2019)

De Avani *'I AM NOT PLASTIC'* zak bestaat al sinds 2017. Hoe komt het dat nog niet alle plastic zakken in de wereld zijn vervangen door deze? Geef twee mogelijke verklaringen. (2P)

Verkies jij duurzame producten boven niet-duurzame producten? Motiveer. (2P)



(VEJA, sd)

8. VEJA – MODE

Vragenlijst: bijlage

Veja probeert zoveel mogelijk duurzame grondstoffen te gebruiken. Geef twee voorbeelden en leg kort uit waarom deze als 'duurzaam' gezien worden. (2P)

- Biologisch katoen: De katoen is gemaakt met respect voor mens en milieu.
- Wilde rubber: Door het gebruik van wilde rubber kon 120.000 hectare Amazonewoud behouden blijven.
- Leder: Het leder is niet afkomstig van gebieden die ontbost werden voor veeteelt.
- CWL: CWL is een alternatief materiaal voor leder. Het is van biologische oorsprong en samengesteld uit maïs.
- Synthetische suède: Het suède wordt gemaakt in Brazilië, in een fabriek die het gebruik ervan in water en chemicaliën controleert.

(VEJA, sd)

Welke acties onderneemt Veja nog i.v.m. duurzaamheid? Geef één voorbeeld. (2P)

- Alle VEJA sneakerdozen zijn gemaakt van gerecycleerd karton en bevatten geen lijm.
- De katoen wordt geleverd in grote balen.

(VEJA, sd)

Het kost 5 tot 7 keer meer om een VEJA te maken. Toch kunnen de sneakers verkocht worden aan dezelfde prijs als concurrerende grote merken. Hoe kan dat? (2P)

Door het elimineren van reclame, kunnen de sneakers verkocht worden aan dezelfde prijs als concurrerende grote merken. (VEJA, sd)

Welke SDG's kan je linken aan deze onderneming op basis van de bijlage? Motiveer. (De SDG's vind je aan de muur.) (2P)

(sdgs, sd) (sdgs, sd)



8 – Eerlijk werk en economische groei: Veja werkt volgens de principes van eerlijke handel. (VEJA, sd)

9 – Industrie, innovatie en infrastructuur: Veja investeert in onderzoek en nieuwe technologieën. (VEJA, sd)

(sdgs, sd) 

12 – Verantwoorde productie en consumptie: Veja maakt gebruik van duurzame grondstoffen. (Bv. biologisch katoen, C.W.L, …) De sneakers bevatten geen schadelijke, giftige of vervuilende elementen. Verder zijn alle sneakerdozen gemaakt van gerecycleerd karton. De dozen bevatten geen lijm en het gebruik van inkt werd beperkt om het recyclageproces te vergemakkelijken. (VEJA, sd)

(sdgs, sd) 

15 – Leven op het land: Veja maakt gebruik van wild rubber. Hierdoor konden ze 120.000 hectare Amazonewoud behouden. Ze zorgen er ook voor dat het leer dat ze inkopen niet afkomstig is van gebieden die ontbost werden voor veeteelt. (VEJA, sd)

(sdgs, sd) 

17 – Partnerschap om doelstellingen te bereiken: Veja werkt rechtstreeks samen met boerenorganisaties in Peru die katoen oogsten met respect voor mens en milieu. (VEJA, sd)

Denk je dat alle schoenmerken in de toekomst zullen gebruik maken van een duurzame productieketen? Leg uit. (2P)

Stel: je hebt een nieuw paar sneakers nodig. De duurzame sneakers vallen perfect in jouw budget. Kies je voor de duurzame schoenen? Leg uit. (2P)



(Cardinaels, 2020)

9. COLRUYT- SUPERMARKT

Vragenlijst: bijlage

Welke stap nam Colruyt in 2020 om duurzamer te ondernemen? (2P)

Colruyt is gestart met het kweken van kruiden in een duurzame verticale boerderij. (Cardinaels, 2020)

Wat is het verschil tussen een verticale boerderij en een landbouwbedrijf? Leg uit. (2P)

De groenten komen niet uit een serre of boerderij zoals in een landbouwbedrijf. In een verticale boerderij worden kruiden gekweekt in rekken met verschillende lagen, onder paarse ledverlichting. (Cardinaels, 2020)

Wat maakt deze teelt duurzamer? Som twee 'groene' voordelen op. (2P)

- De boerderij neemt minder plaats in.
- Colruyt voedt de planten met regenwater.
- Colruyt gebruikt90% minder water.
- Colruyt hergebruikt water dat niet verdampt of dat planten niet opnemen.
- De energie die de verticale boerderij gebruikt, is groen.
- Er komt minder transport aan te pas.

(Cardinaels, 2020)

Welke SDG's kan je linken aan deze onderneming op basis van de bijlage? Motiveer. (De SDG's vind je aan de muur.) (2P)

(sdgs, sd) (sdgs, sd) (sdgs, sd)



7 – Betaalbare en duurzame energie: De energie die de verticale boerderij gebruikt, is groen. (Cardinaels, 2020)



9 – Industrie, innovatie en infrastructuur: Colruyt kweekt kruiden in een duurzame verticale boerderij. (Cardinaels, 2020)



12 – Verantwoorde consumptie en productie: Niet alleen omdat de verticale boerderij minder plaats inneemt, is de teelt duurzamer dan andere. Colruyt voedt zijn planten met regenwater dat op het dak van het magazijn valt. Bovendien verbruiken ze 90% minder water. Water dat planten niet opnemen of dat verdampt, hergebruiken ze. Verder komt er ook minder transport aan te pas. (Cardinaels, 2020)

Denk je dat meer supermarkten deze stap gaan nemen in de toekomst? Motiveer. (2P)

Hecht jij belang aan duurzaamheid? Met andere woorden, kies jij een duurzaam product over een niet-duurzaam product? Leg uit. (2P)



(BrusselsAirport, 2019)

10. BRUSSELS AIRPORT - LUCHTHAVEN

Vragenlijst: bijlage

Hoe probeert Brussels Airport hun milieu-impact te verlagen? Geef twee voorbeelden. (2P)

- Verminderen van de hoeveelheid afval
- Verbeteren van de luchtkwaliteit
- Bouwen van duurzame infrastructuur
- E-bussen

(BrusselsAirport, 2019)

Brussels Airport zet in op duurzaamheid. Is dat ook af te leiden uit de cijfers van de CO2-uitstoot? Vergelijk de prestatie van 2018 ten opzichte van 2010. (2P)

Ja, de werkelijke CO2-uitstoot is gedaald van 22.668 ton naar 15.132 ton in 2018. (BrusselsAirport, 2019)

Waarom kocht Brussels Airport in 2019 nieuwe bussen aan voor het passagiersvervoer? Leg uit. (2P)

Ze kozen voor e-bussen die quasi geruisloos rijden, geen CO2-uitstoten en opgeladen worden met 100% groene stroom. (BrusselsAirport, 2019)

Wat kan je vertellen over de evolutie van het aantal vluchten in verhouding met het aantal passagiers? Is dat positief of negatief? Leg uit. (2P)

De evolutie is positief. Er waren 19% meer passagiers en 28% minder vluchten in 2018 tegenover 2000. (BrusselsAirport, 2019)

Welke SDG's kan je linken aan deze onderneming op basis van de bijlage? Motiveer. (De SDG's vind je aan de muur.) (2P)

(sdgs, sd)



7 – Betaalbare en duurzame energie: 4% van hun elektriciteitsverbruik kwam in 2018 voort van zonnepanelen. (BrusselsAirport, 2019)

(sdgs, sd)



8 – Eerlijk werk en economische groei: Brussels Airport streeft naar meer diversiteit op de werkvloer. Ze ondernemen onder andere actie om kandidaten te vinden die het moeilijker hebben op de arbeidsmarkt. (BrusselsAirport, 2019)

(ps ‘sdgs)



9 – Industrie, innovatie en infrastructuur: Bouwen van duurzame infrastructuur is een concreet initiatief van Brussels Airport. Ze stellen energie- en duurzaamheidsnormen op voor nieuwe gebouwen. Ze voeren ook ondezoek naar nieuwe technologieën om het grondgeluid en de hoeveelheid fijn stof te verminderen.

(ps ‘sdgs)



12 – Verantwoorde consumptie en productie: Bussels Airport zet in op het verminderen van afval, water, CO2 en energie. De CO2 werd onder andere verminderd door het invoeren van e-bussen. De e-bussen stoten geen CO2 uit en worden opgeladen met 100% groene stroom.

(ps ‘sdgs)



17 – Partnerschap om doelstellingen te bereiken: Brussels Airport werkt samen met Fostplus om nog beter te sorteren. Ze werken aan een betere samenwerking tussen luchtvaartbedrijven om medewerkers aan te moedigen te kiezen voor duurzaam transport.

Vind jij het belangrijk om te vertrekken vanuit een luchthaven dat oog heeft voor duurzaamheid? Leg uit. (2P)



(Plopsaland, sd)

11. PLOPSALAND - PRETPARK

Vragenlijst: bijlage

Welke stappen heeft Plopsaland ondernomen om het park duurzamer te maken? Geef twee voorbeelden. (2P)

- De Plopsa-parken zijn uitgerust met zonnepanelen.
- Plopsaland heeft een eigen waterzuiveringsinstallatie.
- Plopsaland drukt hun materiaal met inkt op plantaardige basis en op 100% gerecycleerd en milieuvriendelijk papier.

(Plopsaland De Panne, sd)

Wat houdt het FSC-label in? Duid het juiste antwoord aan. (2P)

- ☐ Dat wil zeggen dat Plopsaland gebruik maakt van papier dat gerecycleerd kan worden.
- ☐ Dat wil zeggen dat Plopsaland alleen gebruikt maakt van inkt op plantaardige basis.
- ☐ Dat wil zeggen dat het papier afkomstig is van duurzaam beheerde bossen.

(FSC, sd)

Hoe draagt statiegeld bij tot een milieuvriendelijker park? Leg uit. (2P)

De bezoekers brengen hun aangekochte blikjes of petflesjes terug binnen in een inzamelpunt in ruil voor 0,25 cent. Zo kan Plopsaland het afval in ontvangst nemen en bijgevolg veel zorgvuldiger sorteren en verwerken. (PlopsaFans, 2016)

Welke SDG's kan je linken aan deze onderneming op basis van de bijlage? Motiveer. (De SDG's vind je aan de muur.) (2P)

(sdgs, sd)



6 – Schoon water en sanitair: Plopsaland plaatste een eigen waterzuiveringsinstallatie om zoveel mogelijk water te zuiveren. Hierdoor kunnen ze een groot deel hergebruiken. (Plopsaland De Panne, sd)

(sdgs, sd)



7 – Betaalbare en duurzame energie: De bruisende energie in de attracties wordt geleverd via zonne-energie. De Plopsa-parken zijn namelijk uitgerust met zonnepanelen. (Plopsaland De Panne, sd)

(sdgs, sd)



9 – Industrie, innovatie en infrastructuur: Plopsaland beschikt over een eigen waterzuiveringsinstallatie en zonnepanelen. (Plopsaland De Panne, sd)

(ps ‘sdgs, sd)



12 – Verantwoorde consumptie en productie: Plopsaland drukt hun materiaal met inkt op plantaardige basis en op 100% gerecycleerd en milieuvriendelijk papier. Daarnaast maken ze ook gebruik van statiegeld. Op deze manier kan het afval op een zorgvuldigere manier verwerkt en gesorteerd worden. Bezoekers willen ze stimuleren om met het openbaar vervoer te komen door het aanbieden van voordelige combitickets. (Plopsaland De Panne, sd)

Hoe zou Plopsaland hun duurzaamheidsambities nog kunnen versterken volgens jou? (2P)

Verkies jij een duurzaam pretpark tegenover een niet-duurzaam pretpark? Leg uit. (2P)



(Seepje, 2019)

12. SEEPJE - HYGIËNE

Vragenlijst: bijlage

Hoe draagt Seepje zorg voor het milieu? Geef twee voorbeelden. (2P)

- Ze maken gebruik van fairtrade avocado's.
- Ze beloven volledig CO2 neutraal te zijn tegen 2030.
- De zepen zijn gemaakt van 100% natuurlijke ingrediënten.
- De zepen zijn vegan.
- De verpakking bestaat uit gerecycleerd plastic.

(Seepje, 2019)

'Seepje is *B Corp*.' Wat wil dit concreet zeggen? Duid het juiste antwoord aan.

- ☐ Bedrijven krijgen het B *Corp Certification* als ze sociale en milieuvriendelijke inspanningen leveren. (Lair, 2019)
- ☐ Bedrijven krijgen het *B Corp Certification* als ze alleen maar gerecycleerd materiaal gebruiken.
- ☐ Bedrijven krijgen het *B Corp Certification* als ze alleen gebruik maken van natuurlijke producten.

Seepje houdt niet alleen rekening met het milieu. Ook de mensen die werkzaam zijn voor Seepje (people) worden goed verzorgd. Uit wat kan je dit afleiden? (2P)

De werknemers krijgen onbeperkt vrije dagen, een babybonus, een pensioenregeling en kunnen gratis boeken bestellen. Ze ondernemen ook stappen om de boeren in de Himalaya te trainen. (Seepje, 2019)

Welke SDG's kan je linken aan deze onderneming op basis van de bijlage? Motiveer. (De SDG's vind je aan de muur.) (2P)

(sdgs, sd)



<u>8 – Eerlijk werk en economische groei</u>: Seepje is *B Corp*. Deze wereldwijde beweging staat voor een nieuwe definitie van bedrijfssucces: winst, groei en een betere wereld. Seepje werkt ook samen met een sociale werkplaats. (Seepje, 2019)

(sdgs, sd)



<u>12 – Verantwoorde consumptie en productie</u>: Seepje maakt was- en poetsmiddelen van natuurlijke ingrediënten. Hun handlotion is bijvoorbeeld gemaakt van fairtrade avocado's. Verder belooft Seepje volledig CO2 neutraal te zijn tegen 2030. (Seepje, 2019)

(sdgs, sd)



15 – Leven op het land: Seepje werkt concrete stappen uit om boeren te trainen en bomen te planten. (Seepje, 2019)

Vind jij dat Seepje genoeg inzet op transparantie? Leg uit. (2P)

Verkies jij duurzame zeep boven niet-duurzame zeep? Motiveer. (2P)

LOGO SCHOOL	Naam: _____ Datum: _____ Leerkracht: _____ Klas + nr.: _____

EVALUATIEKADER: ELEVATOR PITCH

	Onvoldoende (0-0,5)	Verbetering nodig (1)	Goed (2)	Zeer goed (3)
Voorbereiding - cursusblad	De spreker bereidde zich niet voor. Hij/zij diende het cursusblad niet in.	De spreker bereidde zich onvoldoende voor. Niet alle vragen werden beantwoord en/of de meeste vragen werden heel kort beantwoord zonder diepgang.	De spreker bereidde zich voldoende voor. De meeste vragen werden beantwoord met voldoende diepgang.	De spreker heeft zich uitstekend voorbereid. De vragen werden allemaal beantwoord met de nodige diepgang.
Voorbereiding - Post-it	De spreker volgde de richtlijnen rond de Post-it niet. De Post-it bevat alleen volzinnen en/of de achterkant werd gebruikt.	De spreker had moeite om de richtlijnen rond de Post-it te volgen. De Post-it bevat een afwisseling van kernwoorden en volzinnen.	De spreker volgde met zekere mate de richtlijnen rond de Post-it. De Post-it bevat hoofdzakelijk kernwoorden.	De spreker volgde de richtlijnen rond de Post-it uitstekend. De Post-it bevat alleen kernwoorden.
Structuur - *elevator pitch*	Er is geen duidelijke structuur. De vragen worden door elkaar beantwoord.	Het verhaal bevat een algemene structuur. (introductie, midden en slot), maar de onderdelen zijn niet goed afgestemd op elkaar. De verhouding tussen intro, midden en slot klopt niet.	Het verhaal heeft een algemene structuur (introductie, midden en slot) en de onderdelen zijn goed op elkaar afgestemd. De verhouding zit juist.	De spreker gebruikt een structuur die goed te volgen is. Als luisteraar weet je waar de spreker naartoe wil. De onderdelen zijn ook uitstekend op elkaar afgestemd.

	Onvoldoende (0-0,5)	Verbetering nodig (1)	Goed (2)	Zeer goed (3)
Stemgebruik, articulatie, uitspraak en intonatie	De spreker is slecht te verstaan en/of praat erg monotoon. Het kost moeite om naar de persoon te luisteren.	De spreker is wel te verstaan, maar het is niet prettig om naar te luisteren. (bv. monotoon)	De spreker is goed te verstaan. Er kan gemakkelijk naar geluisterd worden.	De spreker is gemakkelijk om naar te luisteren en weet door stemgebruik de nadruk op belangrijke punten te leggen.
Non-verbale communicatie / houding	De spreker is heel passief en kijkt niet naar de camera. Het verhaal wordt volledig afgelezen van de Post-it.	De spreker staat niet geheel passief en kijkt af en toe naar de camera. Het verhaal wordt grotendeels afgelezen van de Post-it.	De spreker presenteert actief en kijkt voornamelijk naar de camera. De Post-it wordt miniem gebruikt ter ondersteuning.	De spreker presenteert actief en kijkt hoofdzakelijk naar de camera. De Post-it wordt zo goed als niet gebruikt.
Timemanagement	De *elevator pitch* duurde veel te lang of was veel te kort. (verschil: ± 45 sec.) De spreker respecteerde de duurtijd van de *elevator pitch* niet.	De *elevator pitch* duurde te lang of was veel te kort. (verschil: ± 25 sec.) De spreker had moeite om de duurtijd van de *elevator pitch* te respecteren.	De *elevator pitch* duurde een beetje te lang of was een beetje te kort. (verschil: ± 15 sec.) De spreker respecteerde met zekere mate de duurtijd van de *elevator pitch*.	De *elevator pitch* duurde ± 60 seconden. De spreker respecteerde de duurtijd van de *elevator pitch*.

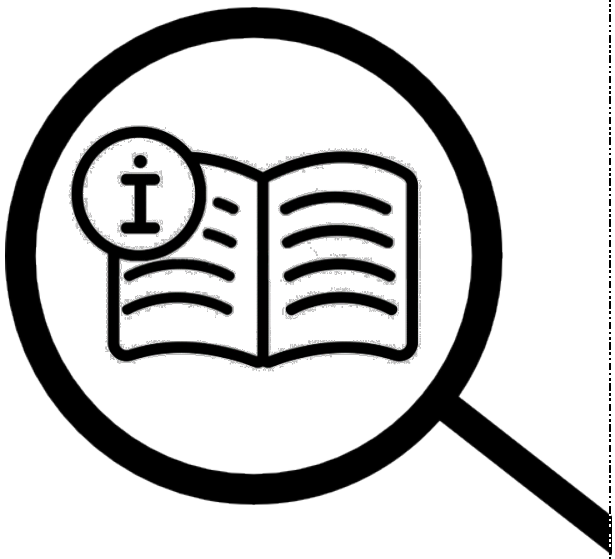
Totale score: /18

Opmerkingen:

HOEK 2: MVO – INITIATIEVEN MET FOCUS OP MENS EN PLANEET	
ALGEMEEN	
Hoek 2: Overzicht	239 – 242
Hoek 2: Stappenplan algemeen	243 – 246
Hoek 2: Begrippenlijst	247
Hoek 2: Woordenlijst – Te kennen woorden	248
DEEL 2: Vragenlijst	
Hoek 2: Overzicht infokaarten	249
Hoek 2: Naamkaarten van personages	250 – 252
Hoek 2: Opdracht 1 – Groene infokaarten	253 – 261
Hoek 2: Opdracht 2 – BookWidgets bijlagen	262 – 266
Hoek 2: Opdracht 3 – Duurzame Ontwikkelingsdoelstellingen	267 – 277
Hoek 2: Opdracht 3 – Oranje infokaarten	278 – 295
Hoek 2: Opdracht 3 – UVRM-kader	296 – 300
Hoek 2: Opdracht 3 – Vragen	301
DEEL 3: Powtoon	
Hoek 2: Stappenplan Powtoon	302 – 305
Hoek 2: Handleiding Powtoon	306 – 316
Hoek 2: Powtoon – Omschrijving opdracht	317
Hoek 2: Powtoon – Ondernemingen	318
Hoek 2: Powtoon – Sjabloon informatie van onderneming	319 – 320
Hoek 2: Powtoon – Sjabloon zelfreflectie	321 – 322
EVALUATIEDOCUMENTEN	
Hoek 2: Deel 2 – Verbetersleutel	323 – 342
Hoek 2: Deel 3 – Verbetersleutel	343 – 355
Hoek 2: Evaluatiekader Powtoon	356 – 357

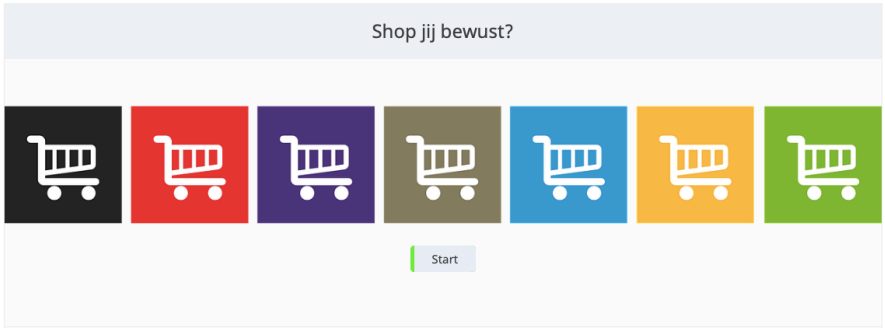
HOEK 2: MVO – Initiatieven met focus op de planeet en mensen

OVERZICHT



Het overzicht geeft je een concreet beeld van hoe deze hoek opgebouwd en georganiseerd is. Hoek twee bestaat uit drie verschillende delen. Ontdek wat je te wachten staat!

Verklaring moeilijke woorden
In deze hoek zijn alle moeilijke woorden genummerd. (bv. visie[1]) Alle genummerde woorden staan in een begrippenlijst. In deze lijst worden alle moeilijke woorden verklaard.
De begrippenlijst vind je terug op de website van Vera bij 'algemeen' of via de volgende QR-code.

DEEL 1: Persoonlijkheidstest (VERKENNEN)	
Tijd	**Omschrijving**
5 min. Klas	**Omschrijving opdracht**  In dit deel vul je een persoonlijkheidstest in via de website van Vera bij hoek 2. Gebaseerd op jouw antwoorden, krijg je een personage toegewezen dat het dichtst bij jouw persoonlijke visie[2] aansluit. Dit personage zal bepalen welke opdrachten je verder moet maken en aan welke tafel je moet staan.

DEEL 2: Onderzoeken (VERDIEPEN)	
Tijd	**Omschrijving**
40 min. Klas/thuis	**Omschrijving opdracht** Op de tafel van jouw personage liggen drie infokaarten. Tijdens de eerste opdracht verken je enkele omschrijvingen van ondernemingen op jouw tafel. Deze rangschik je met je groep volgens duurzaamheid. Daarna verdiep je je individueel in enkele nieuwe begrippen via BookWidgets. Deze zal je nadien toepassen op de ondernemingen. De achterkant van de oranje infokaarten zijn voorzien van QR-codes. Elke QR-code verwijst je door naar een website waarop je meer informatie vindt over de duurzame initiatieven van het bedrijf. Je zal op zoek moeten gaan naar de gevraagde gegevens uit opdracht drie. Op het einde van deze opdracht ga je terug aan de slag als groep en overleg je de vragen en antwoorden mondeling.

Uitleg infokaarten

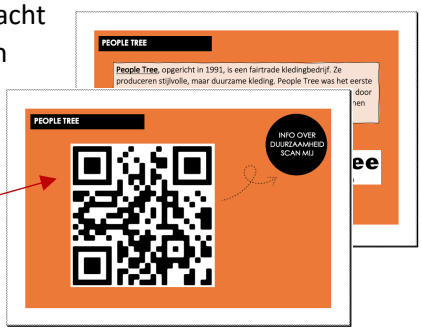


Legende kleuren

De infokaarten zijn in twee verschillende kleuren afgedrukt.

De groene infokaarten: deze gebruik je enkel tijdens opdracht één om ze te rangschikken volgens duurzaamheid.

De oranje infokaarten: deze gebruik je tijdens opdracht drie om informatie op te zoeken via de QR-codes en opnieuw te rangschikken.



QR-codes

De oranje infokaarten bevatten QR-codes. Tijdens opdracht drie scan je deze om meer informatie te verkrijgen over de duurzame initiatieven van elk bedrijf. Zo ga je op zoek naar antwoorden op de vragen bij opdracht drie.

BookWidgets

Je maakt opdrachten via BookWidgets over de duurzame ontwikkelingsdoelstellingen, mensenrechten, UVRM en duurzaamheid in verband met ondernemingen. Aan de linkerkant lees je de bijlagen van het gesplitst werkblad en aan de rechterkant kan je de antwoorden invullen. Het is belangrijk dat je de volgende gegevens correct invult: ZELF IN TE VULLEN.

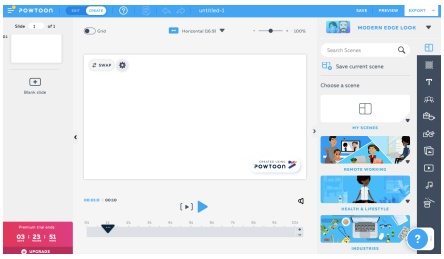


UVRM kader

Het UVRM-kader bevat alle 30 artikels van de Universele Verklaring van de Rechten van de Mens. Bovenaan in bijlage 'Hoek 2: Opdracht 3 – UVRM-kader' staat een lijst met ondernemingen. Deze zijn allemaal genummerd. Onder de ondernemingen vind je alle artikels van het UVRM-kader.
Elk artikelkader is voorzien van drie nummers. Deze nummers verwijzen naar de ondernemingen die bovenaan opgelijst staan. (bv. 1 = People Tree)
Wanneer een onderneming rekening houdt met een artikel uit het UVRM, omcirkel je het nummer.

(bv. wanneer People Tree rekening houdt met artikel 19 van het UVRM, omcirkel je nummer 1 (nummer People Tree).)



DEEL 3: Powtoon (VASTZETTEN)	
Tijd	**Omschrijving**
3 uur. Resterende tijd/ thuis	**Powtoon** In deel drie dien je een animatievideo te maken via Powtoon. De bijlage 'Hoek 2: Handleiding Powtoon' geeft je meer informatie om deze opdracht tot een goed einde te brengen. Je maakt een animatievideo op Powtoon over je gekozen onderneming. Hiervoor bekijk je de aandachtspunten op het stappenplan van Powtoon.  **Reflectie** Op het einde van deze hoek is er een reflectiemoment voorzien aan de hand van het sjabloon 'Hoek 2: Powtoon – Sjabloon zelfreflectie'.



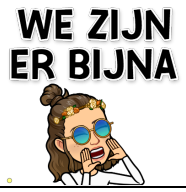
HOEK 2: MVO – Initiatieven met focus op de planeet en mensen

STAPPENPLAN: ALGEMEEN



Volg dit stappenplan om deze hoek tot een goed einde te brengen. De geschatte tijd geeft een indicatie van hoelang je ongeveer aan elke stap zal werken. Succes!

STAPPENPLAN: ALGEMEEN		
Stappen	**Omschrijving**	**Geschatte tijd**
STAP 1	**ORGANISATIE** Lees eerst het overzicht dat ook op de afzijdige tafel ligt. Het overzicht geeft je een concreet beeld van het verloop van deze hoek. Het bevat verder ook alle informatie die je nodig hebt om deze hoek succesvol te voltooien. Je mag het overzicht en stappenplan bijhouden gedurende deze hoek.	5 min.
DEEL 1: PERSOONLIJKHEIDSTEST (VERKENNEN)		
STAP 2	**VERKENNEN** Ga naar de website van Vera of scan de QR-code. Je wordt doorverwezen naar een persoonlijkheidstest. Vul deze test in. Op het einde van deze test zal je een personage toegewezen krijgen op basis van je antwoorden.	5 min. 
DEEL 2: ONDERZOEKEN (VERDIEPEN)		
STAP 3	**VERKENNEN** Ga aan de tafel staan met het naamkaartje van jouw personage. Lees met je groep de drie groene infokaarten. Hierop vind je de omschrijving van de ondernemingen. Rangschik deze ondernemingen volgens duurzaamheid: één is niet duurzaam en drie is duurzaam. Weet je niet meer wat duurzaamheid betekent? Scan de QR-code en bekijk de video over duurzaam ondernemen.	2 min.
STAP 4	**VERDIEPEN** Ga naar de website van VERA of scan de QR-code. Je wordt doorverwezen naar een vragenlijst op BookWidgets. Vul de vragen individueel in.	12 min.
STAP 5	**ORGANISATIE** Na het beantwoorden van de vragen, ga je terug naar je tafel.	1 min

STAP 6 	**VERDIEPEN** Deze stap voer je individueel uit. Ondernemingen proberen zich te onderscheiden van andere bedrijven aan de hand van hun visie[2]. Deze visie[2] gaat vaak hand in hand met maatschappelijke onderwerpen die hun klanten belangrijk vinden, zoals duurzaamheid en innovatie. Scan de QR-code om de website van Vera te openen. Druk vervolgens op het document 'Hoek 2: opdracht 3 - Vragen' en bekijk de vragen aandachtig.	1 min.
STAP 7 	**VERWERKEN** Deze stap voer je individueel uit. Scan de QR-codes op de oranje infokaarten om meer te weten te komen over de bedrijven en hun duurzaamheids-initiatieven. Bekijk de websites aandachtig. Geef vervolgens een antwoord op vraag a. Noteer dit antwoord op een cursusblad in kernpunten. Tip: gebruik de vertalingswebsite DeepL om Engelse websites te vertalen. Scan de QR-code om de Engelse website te vertalen.	10 min
STAP 8 	**VERWERKEN** Voer stap acht – twaalf in groep uit. Bespreek de duurzame initiatieven die jullie noteerden bij vraag a: • Noteerden jullie dezelfde initiatieven? • Waarom kozen jullie voor deze initiatieven?	5 min.
STAP 9 	**VERWERKEN** Los nu vraag b op. Rangschik de oranje infokaarten onder je oorspronkelijke (groene) rangschikking. Bespreek volgende vragen: • Verklaar waarom de oranje infokaarten in deze volgorde liggen. • Vergelijk de oorspronkelijke en nieuwe rangschikking met elkaar. Zijn er gelijkenissen en/of verschillen?	5 min. 
STAP 10 	**VERWERKEN** Knijp voor vraag c een wasknijper op het kaartje van de ondernemingen die volgens jullie één of meerdere mensenrecht(en) schenden.	2 min.

STAP 11	**VERWERKEN** Neem het document 'Hoek 2: Opdracht 3 – UVRM-kader' erbij. Er is één document per groep voorzien. Bovenaan elk document staat een lijst met verschillende ondernemingen. Jullie werken met de ondernemingen die bij jullie personage staan opgelijst. Omcirkel in het UVRM-kader de nummers van de ondernemingen die de mensrechten respecteren.	5 min.
STAP 12	**VERWERKEN** Neem het document 'Hoek 2: Opdracht 3 – Duurzame Ontwikkelingsdoelstellingen' erbij. Bekijk de Duurzame Ontwikkelingsdoelstellingen opnieuw. Koppel vervolgens de SDG's aan de duurzame initiatieven die jullie bij stap acht behandeld hebben.	5 min. 
DEEL 3: POWTOON (VASTZETTEN)		
STAP 13	Je bent aan het einde gekomen van deze hoek. In deze stap ga je de opgedane kennis van deze hoek toepassen. <u>Wat kan ik al doen?</u> Kies met je partner in crime een onderneming uit het sjabloon 'Hoek 2: Powtoon – Ondernemingen'. Het is belangrijk dat je een onderneming kiest uit de lijst van jouw personage. Ga op zoek naar informatie over de onderneming. Probeer alvast een antwoord te zoeken op de volgende vragen: • Algemene informatie: naam, jaar van oprichting, specialisatie, visie[2], etc. • Is het bedrijf duurzaam of niet? Waarom wel of niet? Heeft het al initiatieven omtrent duurzaamheid genomen? • Wat kan het bedrijf ondernemen om duurzamer te worden? • Welke ontwikkelingsdoelen kan je koppelen aan de initiatieven van het bedrijf of de informatie die je gevonden hebt? • Met welke artikelen van de mensenrechten houdt het bedrijf rekening (gebaseerd op de duurzame initiatieven)?	5 min Resterende tijd 
STAP 14	**ORGANISATIE** Leg het overzicht en stappenplan terug op de afzijdige tafel. Op deze manier kan de volgende groep ook vlot aan de slag.	1 min.

HOEK 2: BEGRIPPENLIJST	
DEEL 1: Persoonlijkheidstest (VERKENNEN)	
Begrippen	**Definitie**
De ecologische voetafdruk[1]	De fictieve meeteenheid waarin de belasting van het milieu wordt uitgedrukt. (Prisma)
DEEL 2: Onderzoeken (VERDIEPEN)	
Begrippen	**Definitie**
Visie[2]	Inzicht in iets en in hoe het zich verder moet ontwikkelen. (Prisma)
Menselijke potentieel uitbreiden[3]	Nieuwe innovaties leiden tot betere sportprestaties.
Individualiteit[4]	Geheel van de eigenschappen en hoedanigheden die een individu als zodanig onderscheiden of kenmerken, persoonlijkheid, eigen aard (Prisma)
Authenticiteit[5]	Echtheid (Prisma)
Onbevooroordeeld[6]	Zonder vooraf al een mening te hebben, onpartijdig (Prisma)
Transparantie[7]	Openheid in wat de organisatie doet. Dat betekent ook open communiceren, als het goed gaat met de organisatie maar ook als het slecht gaat. Basisvoorwaarde voor transparantie is het openbaar maken van relevante informatie. (Michels, 2019)
E-commerce platform[8]	Handel via het internet (Prisma)
Verenigde Naties[9]	In 1945 opgerichte internationale organisatie die tot doel heeft de internationale vrede en veiligheid, vriendschappelijke betrekkingen tussen de volkeren en samenwerking bij internationale vraagstukken te bevorderen. (Cultureel Woordenboek.nl, n.d.)
Fundamenteel[10]	Met betrekking tot de basis (Prisma)
Verdrag[11]	Overeenkomst tussen landen (Prisma)
Universaliteit[12]	Algemeenheid (Prisma)
Gepropageerd[13]	Een idee verspreiden (Prisma)
O.m.[14]	Onder meer (Prisma)
Zelfbeschikkingsrecht[15]	Recht om zelf te beslissen over zichzelf (Prisma)

HOEK 2: WOORDENLIJST – TE KENNEN WOORDEN	
DEEL 2: Onderzoeken (VERDIEPEN)	
Woorden	**Definitie**
SDG's	De Sustainable Development Goals (SDG's) of Duurzame Ontwikkelingsdoelstellingen zijn doelstellingen die goedgekeurd zijn door de VN. De VN tracht de doelstellingen omtrent duurzame ontwikkelingen te behalen tegen 2030. Het uiteindelijke doel is een wereld zonder armoede en een koers naar meer duurzaamheid. (SDGs.be, n.d.)
Mensenrechten	Mensenrechten zijn basisrechten en vrijheden voor alle mensen, ongeacht nationaliteit, geslacht, nationale of etnische afkomst, ras, religie, taal of andere status. Mensenrechten omvatten burgerlijke en politieke rechten. Ze worden beschermd en ondersteund door (inter)nationale wetten en verdragen. Daarnaast zijn menselijke waardigheid en gelijkheid de twee belangrijkste sleutelwaarden van de mensenrechten. (Amnesty International, n.d.)
UVRM	De UVRM of de Universele Verklaring van de Rechten van de Mens beschermt mensen tegen oneerlijke behandeling door machtspersonen. Het werd ontworpen door de VN Commissie voor Mensenrechten en is verspreid door Franklin Roosevelt. Het UVRM bevat verschillende mensenrechten die geformuleerd zijn in 30 artikelen. (Amnesty International, n.d.)

OVERZICHT: INFOKAARTEN

Hier vind je een overzicht terug van alle infokaarten die aan bod komen in hoek twee gedurende deel twee.

Dit overzicht geeft je een concreet beeld van de ondernemingen die geïntegreerd zijn in deel twee en hoe ze verdeeld zijn per personage of tafel.

OVERZICHT: INFOKAARTEN		
Personage	**Nr. infokaart**	**Onderneming**
TAFEL 1: **Bewuste shopper**	1.	People Tree
	2.	Nike
	3.	Scotch & Soda
TAFEL 2: **Twijfelachtige shopper**	4.	Jack Wolfskin
	5.	H&M
	6.	Pepe Jeans London
TAFEL 3: **Luxueuze shopper**	7.	VEVJA
	8.	Levi's
	9.	SHEIN

BEWUSTE SHOPPER

TWIJFELACHTIGE SHOPPER

LUXUEUZE SHOPPER

PEOPLE TREE

People Tree, opgericht in 1991, is een fairtrade kledingbedrijf. Ze produceren stijlvolle én duurzame kleding. People Tree was het eerste bedrijf dat een productlabel kreeg van de Wereldhandelsorganisatie door het naleven van de principes van de eerlijke handel, zoals eerlijke lonen en gelijkheid tussen vrouwen en mannen. (People Tree, n.d.)



(Our Story Hero)

People Tree

Sustainable and Fair Trade Fashion

(People Tree)

NIKE

Nike is een Amerikaanse onderneming. Hun missie is om het menselijke potentieel uit te breiden[3]. Dit doen ze door grensverleggende sportinnovaties te creëren, de producten duurzamer te maken en een creatief en divers wereldwijd team op te bouwen. Zo hebben ze een positieve invloed op de gemeenschappen waar werknemers wonen en werken. (Nike, n.d.)



SCOTCH & SODA

Scotch & Soda is een Amsterdams kledingbedrijf dat is opgericht in 1985. Ze beschrijven zichzelf als een vrije geest. Hun visie sluit hier dan ook bij aan: “Wij staan voor individualiteit[4], authenticiteit[5] en de kracht van zelfexpressie om verrassende creaties tot leven te wekken – en die mentaliteit is terug te zien in onze unieke ontwerpen.” (Scotch & Soda, n.d.)



(bargainmoose, 2015)

SCOTCH&SODA
AMSTERDAM COUTURE

(Scotch and Soda)

JACK WOLFSKIN

Jack Wolfskin is in 1981 opgericht door Ulrich Dausien. Het is een Duits merk dat gespecialiseerd is in het maken van kampeer- en trektochtspullen. Het motto van het bedrijf luidt als volgt: “Wij geloven in de macht van dromen. Dromen van vrijheid, onafhankelijkheid en geluk.” (Jack Wolfskin, 2019)



(Jack Wolfskin)

H&M

H&M is een Zweedse onderneming dat ook wel Hennes en Mauritz wordt genoemd. Ze werken volgens verschillende waarden die samen een uniek bedrijf creëren. H&M werkt als een team; gelooft in mensen en ondernemende zielen; wil constant vernieuwen; is prijsbewust, rechtuit en onbevooroordeeld[6]; en gaat steeds op zoek naar de beste en simpelste oplossing. (H&M Group, n.d.)



(Stock, 2014)

(Logo der H&M, 2007)

PEPE JEANS LONDON

Pepe Jeans London is opgericht in 1973. Het is een Engels modebedrijf dat zich specialiseert in de productie van jeans. Het merk wordt geassocieerd met jeans en grenzeloze creativiteit. Pepe Jeans London wil hun klanten helpen door de basis te vormen van zelfverzekerdheid, uniekheid en eigenheid. (Pepe Jeans London, n.d.)



(Dantadd, 2007)

Pepe Jeans
LONDON

(Logo von Pepe Jeans London, 2012)

VEJA

VEJA is een Frans bedrijf dat zich specialiseert in het produceren van duurzaam schoeisel. Zo is eerlijke handel één van hun drie pilaren en willen ze dit stimuleren door bijvoorbeeld katoen rechtstreeks bij de producenten te kopen. VEJA onderhoudt dit proces door in dialoog te gaan met haar producenten, met oog voor transparantie[7] en respect. (Veja, n.d.)



(VEJA)

LEVI STRAUSS & CO

Levi's werd opgericht in 1853 in Amerika. Het is een kledingbedrijf dat gespecialiseerd is in de productie van jeans. De oorspronkelijke oprichter van Levi's vond de eerste spijkerbroek uit in 1873. (Levi Strauss & Co, n.d.)



(Levi's Jeans Lable, 2019)

(Levis logo)

SHEIN

SHEIN, opgericht in 2008, is een internationaal e-commerce platform[8] dat gespecialiseerd is in de productie van kleding voor vrouwen, mannen en kinderen. Hun visie luidt als volgt: “Iedereen kan genieten van de pracht van mode.” (SHEIN, n.d.)



(SHEIN, Outfit SHEIN)

SHEIN™

(SHEIN, Logo SHEIN)

(SDGS, sd)

DUURZAME ONTWIKKELINGS DOELSTELLINGEN

BETEKENIS

De **'Sustainable Development Goals'** (SDG's) of 'Duurzame Ontwikkelingsdoelstellingen' werden goedgekeurd door de **Verenigde Naties**[9] in september 2015.

De SDG's zijn de doelstellingen die de wereld zich stelt **richting 2030** om aan **duurzame ontwikkeling te werken**. Het vormt een actieplan om de mensheid te bevrijden van armoede en de planeet terug op de koers richting duurzaamheid te plaatsen.

WAT ZIJN MENSENRECHTEN?

Mensenrechten zijn fundamentele[11] rechten en vrijheden voor alle mensen, ongeacht hun nationaliteit, geslacht, nationale of etnische afkomst, ras, religie, taal of andere status.

Mensenrechten omvatten burgerlijke en politieke rechten, zoals het recht op leven, vrijheid en de vrijheid van meningsuiting. Daarnaast zijn er ook de sociale, culturele en economische rechten, waaronder het recht op deelname in de cultuur, het recht op voedsel, het recht op werken en op onderwijs.

Mensenrechten worden beschermd en ondersteund door internationale en nationale wetten en verdragen[11].

De Universele Verklaring voor de Rechten van de Mens (UVRM) is de basis van het internationale systeem voor de bescherming van mensenrechten. […] De 30 artikelen van de UVRM leggen de burgerlijke, politieke, sociale, economische en culturele rechten van alle mensen vast. […]



Deze foto van Onbekende auteur is gelicentieerd onder CC BY

DE BETEKENIS VAN MENSENRECHTEN

Twee sleutelwaarden liggen aan de basis van het begrip mensenrechten. De eerste is "menselijke waardigheid" en de tweede is "gelijkheid". Mensenrechten zijn eigenlijk een (poging tot) definitie van die basisstandaarden die nodig zijn voor een leven in waardigheid. Hun universaliteit[12] is afgeleid uit de gedachte dat mensen op een gelijke manier behandeld moeten worden. […][1] (Amnesty International, n.d.)

Bron: https://www.amnesty-international.be/mensenrechten/over-mensenrechten

[1] http://www.eycb.coe.int/compasito/

DE UNIVERSELE VERKLARING VAN DE RECHTEN VAN DE MENS (UVRM)

De UVRM beschermt mensen tegen onrechtvaardige behandeling door degenen die de macht hebben.

VOOR AMNESTY INTERNATIONAL IS DE UNIVERSELE VERKLARING VAN DE RECHTEN VAN DE MENS EEN ZEER BELANGRIJK INSTRUMENT.

De UVRM werd ontworpen door de VN-Commissie voor Mensenrechten en gepropageerd[13] door Eleanor Roosevelt (1884-1962). […]

In de UVRM zijn niet alle mensenrechten opgenomen, omdat de vertegenwoordigers die over de tekst onderhandelden het niet eens konden worden of omdat een bepaald recht toen nog niet algemeen als mensenrecht werd erkend. Daarom wordt de doodstraf niet genoemd, want sommige staten waren in 1948 al tegen die straf, maar andere zijn er tot op de dag van vandaag voorstander van. Om soortgelijke redenen ontbreken in de UVRM verwijzingen naar o.m.[14] de vrijheid van drukpers, het recht op abortus en euthanasie, de academische vrijheid, het stakingsrecht, de bescherming van vrouwen tegen geweld en genitale verminking, de bescherming van kinderen tegen schadelijke arbeid, het individueel klachtrecht, het zelfbeschikkingsrecht[15] van volken en het recht op eigen taal en naam. Veel van deze rechten zijn in diverse latere (bindende) verdragen, waaronder de VN-verdragen van 1966, wel opgenomen.

AMNESTY ZET ZICH IN VOOR DE VERWEZENLIJKING VAN ALLE RECHTEN DIE IN DE UNIVERSELE VERKLARING WORDEN GENOEMD EN VOOR RECHTEN DIE IN LATERE INTERNATIONALE MENSENRECHTENVERDRAGEN ZIJN OPGENOMEN. (Amnesty International, n.d.)

Bron: https://wwwamnesty-international.be/mensenrechten/uvrm

(SDGS, sd)



(SDGS, sd)

BETEKENIS

De **'Sustainable Development Goals'** (SDG's) of 'Duurzame Ontwikkelingsdoelstellingen' werden goedgekeurd door de **Verenigde Naties**[2] in september 2015.

De SDG's zijn de doelstellingen die de wereld zich stelt **richting 2030** om aan **duurzame ontwikkeling te werken**. Het vormt een actieplan om de mensheid te bevrijden van armoede en de planeet terug op de koers richting duurzaamheid te plaatsen.

[2] Verenigde Naties: In 1945 opgerichte internationale organisatie die tot doel heeft de internationale vrede en veiligheid, vriendschappelijke betrekkingen tussen de volkeren en samenwerking bij internationale vraagstukken te bevorderen.

(SDGS, sd)



Beëindig armoede overal en in al haar vormen.



Beëindig honger, bereik voedselzekerheid en verbeterde voeding en promoot duurzame landbouw.

(SDGS, sd)



Verzeker een goede gezondheid en promoot welzijn voor alle leeftijden.



Verzeker gelijke toegang tot kwaliteitsvol onderwijs en bevorder levenslang leren voor iedereen.

(SDGS, sd)

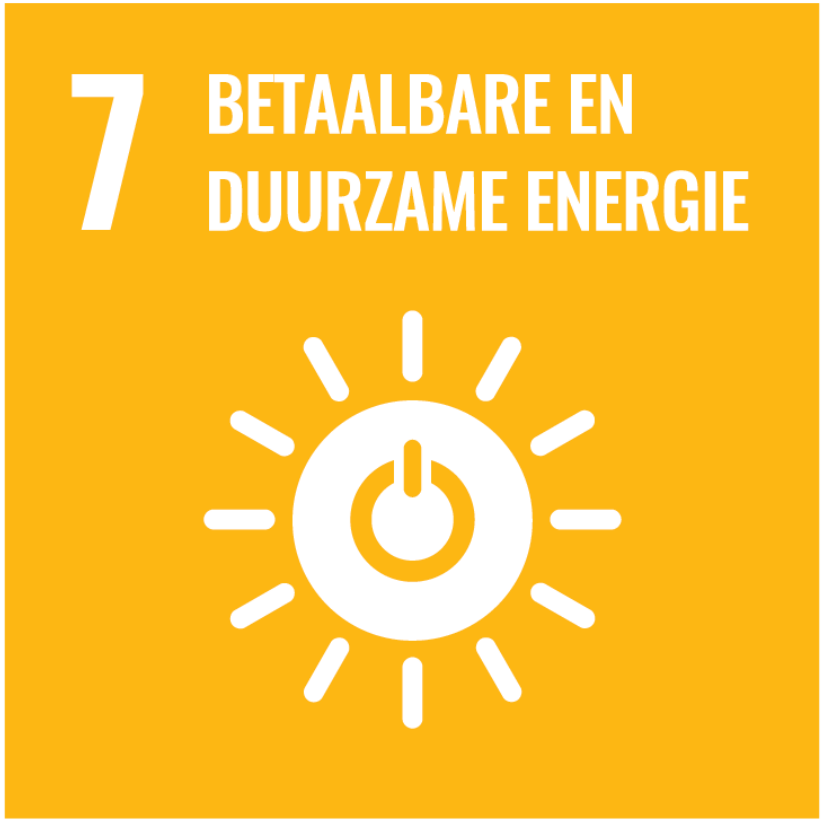


Bereik gendergelijkheid en empowerment voor alle vrouwen en meisjes.



Verzeker toegang en duurzaam beheer van water en sanitair voor iedereen.

(SDGS, sd)



Verzeker toegang tot betaalbare, betrouwbare, duurzame en moderne energie voor iedereen.



Verzeker toegang tot betaalbare, betrouwbare, duurzame en moderne energie voor iedereen.

(SDGS, sd)



Bouw veerkrachtige infrastructuur, bevorder inclusieve en duurzame industrialisering en stimuleer innovatie.



Dring ongelijkheid in en tussen landen terug.

(SDGS, sd)



Bouw veerkrachtige infrastructuur, bevorder inclusieve en duurzame industrialisering en stimuleer innovatie.



Verzeker duurzame consumptie- en productiepatronen.

(SDGS, sd)



Neem dringend actie om de klimaatverandering en haar impact te bestrijden.



Behoud en maak duurzaam gebruik van oceanen, zeeën en mariene hulpbronnen.

(SDGS, sd)



Bescherm, herstel en bevorder het duurzaam gebruik van ecosystemen op het vasteland, beheer bossen duurzaam, bestrijd woestijnvorming, stop landdegradatie en draai het terug en roep het verlies aan biodiversiteit een halt toe.



Bevorder vreedzame en inclusieve samenlevingen met het oog op duurzame ontwikkeling, verzeker toegang tot justitie voor iedereen en bouw op alle niveaus doeltreffende, verantwoordelijke en toegankelijke instellingen uit.

(SDGS, sd)



Versterk de implementatiemiddelen en revitaliseer het wereldwijd partnerschap voor duurzame ontwikkeling.

PEOPLE TREE

People Tree, opgericht in 1991, is een fairtrade kledingbedrijf. Ze produceren stijlvolle én duurzame kleding. People Tree was het eerste bedrijf dat een productlabel kreeg van de Wereldhandelsorganisatie door het naleven van de principes van de eerlijke handel, zoals eerlijke lonen en gelijkheid tussen vrouwen en mannen. (People Tree, n.d.)



(Our Story Hero)

People Tree

Sustainable and Fair Trade Fashion

(People Tree)

PEOPLE TREE

INFO OVER DUURZAAMHEID SCAN MIJ

NIKE

Nike is een Amerikaanse onderneming. Hun missie is om het menselijke potentieel uit te breiden[3]. Dit doen ze door grensverleggende sportinnovaties te creëren, de producten duurzamer te maken en een creatief en divers wereldwijd team op te bouwen. Zo hebben ze een positieve invloed op de gemeenschappen waar werknemers wonen en werken. (Nike, n.d.)



NIKE

INFO OVER DUURZAAMHEID SCAN MIJ

SCOTCH & SODA

Scotch & Soda is een Amsterdams kledingbedrijf dat is opgericht in 1985. Ze beschrijven zichzelf als een vrije geest. Hun visie sluit hier dan ook bij aan: “Wij staan voor individualiteit[4], authenticiteit[5] en de kracht van zelfexpressie om verrassende creaties tot leven te wekken – en die mentaliteit is terug te zien in onze unieke ontwerpen.” (Scotch & Soda, n.d.)



(bargainmoose, 2015)

SCOTCH&SODA
AMSTERDAM COUTURE

(Scotch and Soda)

SCOTCH & SODA

INFO OVER DUURZAAMHEID SCAN MIJ

JACK WOLFSKIN

Jack Wolfskin is in 1981 opgericht door Ulrich Dausien. Het is een Duits merk dat gespecialiseerd is in het maken van kampeer- en trektochtspullen. Het motto van het bedrijf luidt als volgt: “Wij geloven in de macht van dromen. Dromen van vrijheid, onafhankelijkheid en geluk.” (Jack Wolfskin, 2019)



(Jack Wolfskin)

JACK WOLFSKIN

INFO OVER DUURZAAMHEID SCAN MIJ

H&M

H&M is een Zweedse onderneming dat ook wel Hennes en Mauritz wordt genoemd. Ze werken volgens verschillende waarden die samen een uniek bedrijf creëren. H&M werkt als een team; gelooft in mensen en ondernemende zielen; wil constant vernieuwen; is prijsbewust, rechtuit en onbevooroordeeld[6]; en gaat steeds op zoek naar de beste en simpelste oplossing. (H&M Group, n.d.)



(Stock, 2014)

(Logo der H&M, 2007)

H&M

INFO OVER DUURZAAMHEID SCAN MIJ

PEPE JEANS LONDON

Pepe Jeans London is opgericht in 1973. Het is een Engels modebedrijf dat zich specialiseert in de productie van jeans. Het merk wordt geassocieerd met jeans en grenzeloze creativiteit. Pepe Jeans London wil hun klanten helpen door de basis te vormen van zelfverzekerdheid, uniekheid en eigenheid. (Pepe Jeans London, n.d.)



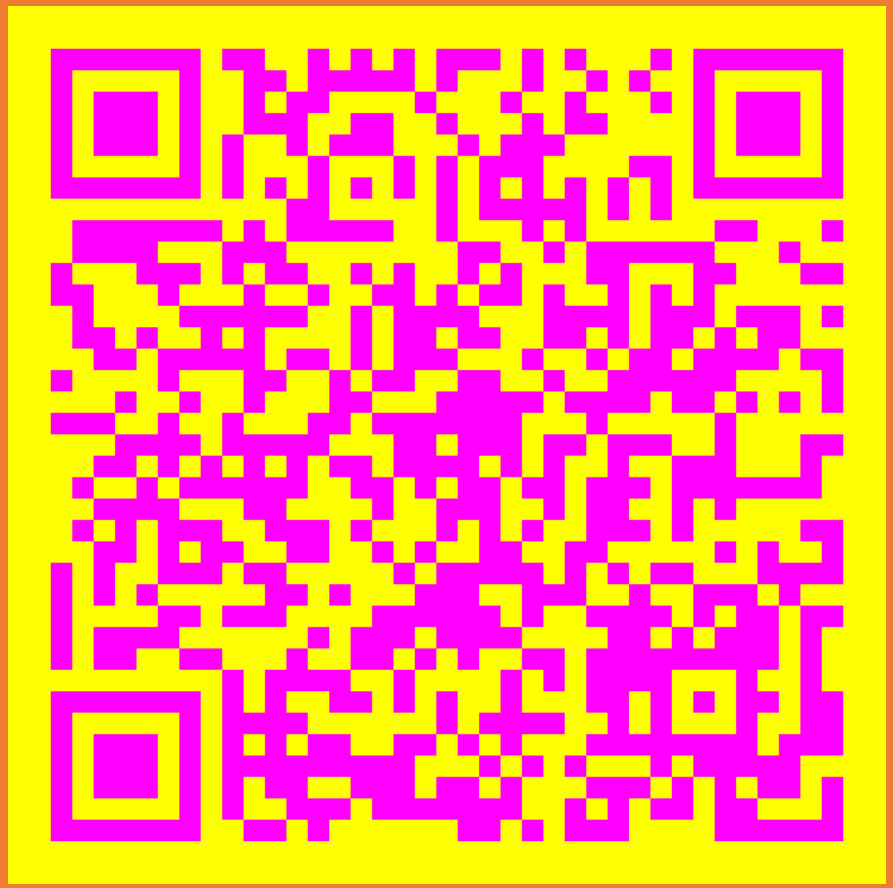
(Dantadd, 2007)

Pepe Jeans
LONDON

(Logo von Pepe Jeans London, 2012)

PEPE JEANS LONDON

INFO OVER DUURZAAMHEID SCAN MIJ



VEJA

VEJA is een Frans bedrijf dat zich specialiseert in het produceren van duurzaam schoeisel. Zo is eerlijke handel één van hun drie pilaren en willen ze dit stimuleren door bijvoorbeeld katoen rechtstreeks bij de producenten te kopen. VEJA onderhoudt dit proces door in dialoog te gaan met haar producenten, met oog voor transparantie[7] en respect. (Veja, n.d.)



(VEJA)

VEJA

INFO OVER DUURZAAMHEID SCAN MIJ

LEVI STRAUSS & CO

Levi's werd opgericht in 1853 in Amerika. Het is een kledingbedrijf dat gespecialiseerd is in de productie van jeans. De oorspronkelijke oprichter van Levi's vond de eerste spijkerbroek uit in 1873. (Levi Strauss & Co, n.d.)

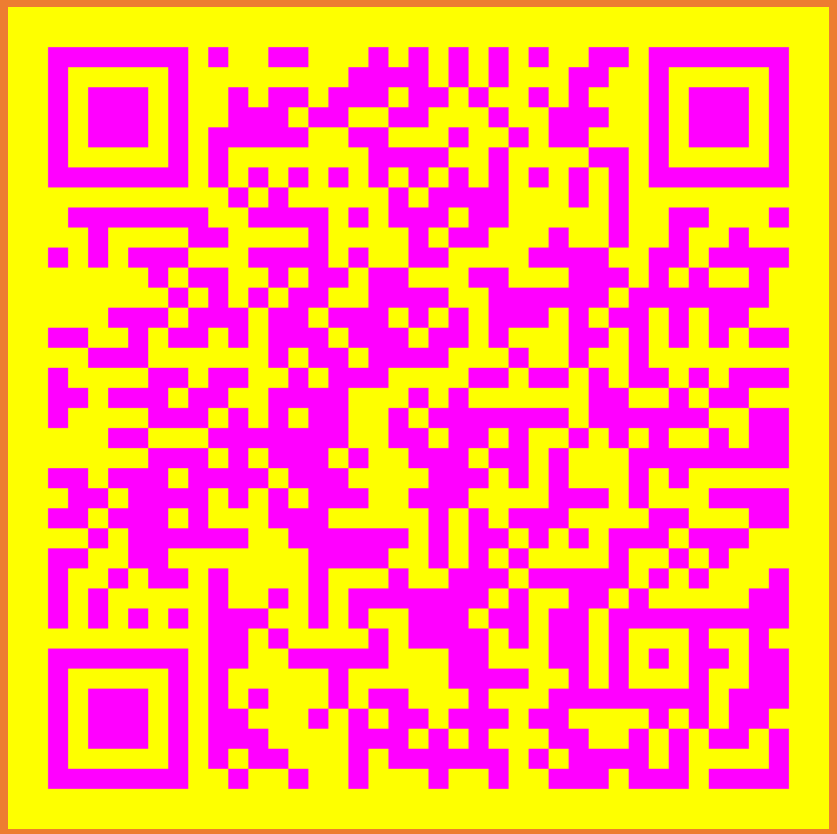


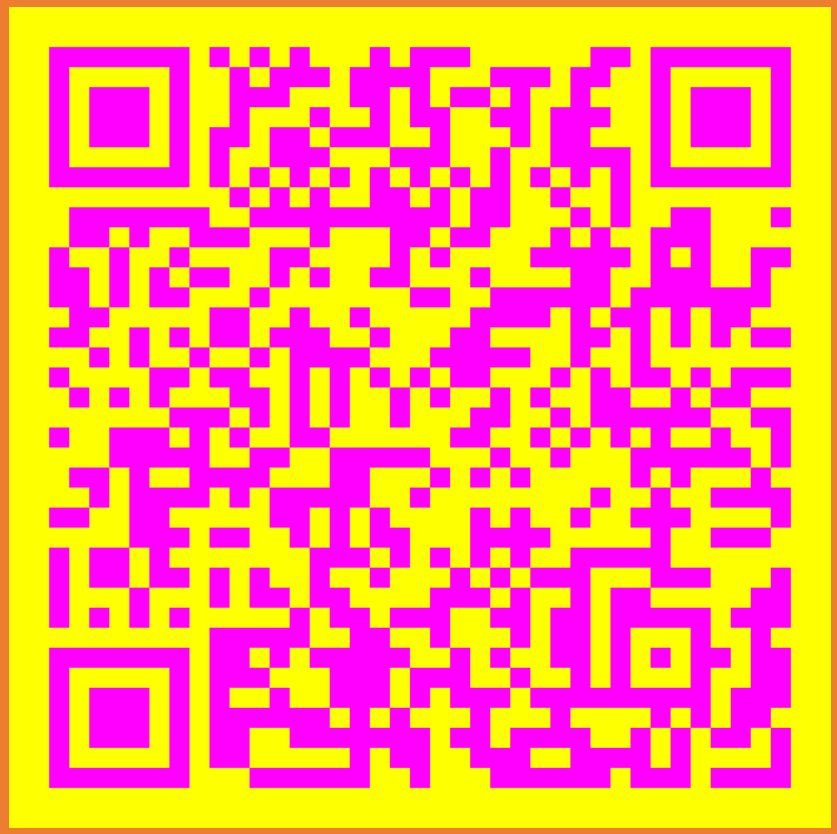
(Levi's Jeans Lable, 2019)

(Levis logo)

LEVI STRAUSS & CO

INFO OVER DUURZAAMHEID SCAN MIJ





SHEIN

SHEIN, opgericht in 2008, is een internationaal e-commerce platform[8] dat gespecialiseerd is in de productie van kleding voor vrouwen, mannen en kinderen. Hun visie luidt als volgt: “Iedereen kan genieten van de pracht van mode.” (SHEIN, n.d.)



(SHEIN, Outfit SHEIN)

SHEIN™

(SHEIN, Logo SHEIN)

SHEIN

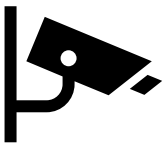
INFO OVER DUURZAAMHEID SCAN MIJ

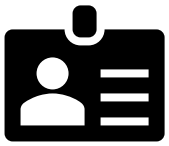
Opdracht 3 - bijlage UVRM-kader

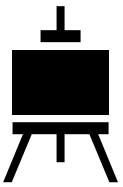
BEWUSTE SHOPPER	**TWIJFELACHTIGE SHOPPER**	**LUXUEUZE SHOPPER**
1. People Tree	1. Jack Wolfskin	1. VEJA
2. Nike	2. H&M	2. Levi's
3. Scotch & Soda	3. Pepe Jeans London	3. SHEIN

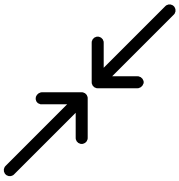
ARTIKELS	1	2	3
Artikel 1			
Artikel 2			
Artikel 3			
Artikel 4			
Artikel 5			
Artikel 6			
Artikel 7			
Artikel 8			
Artikel 9			
Artikel 10			
Artikel 11			
Artikel 12			
Artikel 13			
Artikel 14			
Artikel 15			

ARTIKELS	1	2	3
Artikel 16			
Artikel 17			
Artikel 18			
Artikel 19			
Artikel 20			
Artikel 21			
Artikel 22			
Artikel 23			
Artikel 24			
Artikel 25			
Artikel 26			
Artikel 27			
Artikel 28			
Artikel 29			
Artikel 30			

ARTIKEL 1	ARTIKEL 2	ARTIKEL 3
		
Alle mensen worden vrij geboren en moeten op dezelfde manier behandeld worden.	Iedereen heeft recht op alle rechten, ongeacht of je jong of oud, man of vrouw bent, welke huidskleur je hebt, welke godsdienst je belijdt of welke taal je spreekt.	Je hebt recht op leven in vrijheid en in veiligheid.
ARTIKEL 4	**ARTIKEL 5**	**ARTIKEL 6**
		
Slavernij is verboden.	Je mag niemand folteren.	Je hebt recht op dezelfde bescherming als iedereen.
ARTIKEL 7	**ARTIKEL 8**	**ARTIKEL 9**
		
Iedereen moet volgens de wet op dezelfde manier behandeld worden.	Je hebt het recht om hulp van een rechter te vragen, als je vindt dat je volgens de wetten van je land niet goed wordt behandeld.	Niemand heeft het recht om je zonder goede reden gevangen te zetten of het land uit te sturen.

ARTIKEL 10	ARTIKEL 11	ARTIKEL 12
		
Als je terecht moet staan, moet dat in het openbaar gebeuren. De mensen die je berechten, mogen zich niet door anderen laten beïnvloeden.	Je bent onschuldig tot je schuld bewezen is; je hebt het recht om je te verdedigen tegen beschuldigingen.	Je hebt recht op privacy: op bescherming als iemand je lastig valt, je brieven opent of kwaad van je spreekt.
ARTIKEL 13	**ARTIKEL 14**	**ARTIKEL 15**
		
Je hebt het recht om te gaan en te staan waar je wilt, in eigen land en in het buitenland.	Als je slachtoffer wordt van mensenrechtenschendingen, heb je het recht om naar een ander land te gaan en dat land te vragen om jou te beschermen.	Je hebt recht op een eigen nationaliteit.
ARTIKEL 16	**ARTIKEL 17**	**ARTIKEL 18**
		
Je hebt het recht om te trouwen en een gezin te stichten.	Je hebt recht op eigendom en niemand mag je bezittingen zonder goede redenen afnemen.	Je hebt recht op vrijheid van gedachte, geweten en godsdienst.

ARTIKEL 19	ARTIKEL 20	ARTIKEL 21
		
Je hebt recht op vrijheid van mening en meningsuiting.	Je hebt het recht om bijeen te komen.	Je hebt het recht om deel te nemen aan de politiek van je land.
ARTIKEL 22	**ARTIKEL 23**	**ARTIKEL 24**
		
Je hebt recht op maatschappelijke zekerheid en om jezelf te ontwikkelen.	Je hebt recht op werk in het beroep dat je zelf kiest. Je hebt ook recht op een rechtvaardig loon voor je werk. Mannen en vrouwen moeten voor hetzelfde werk evenveel betaald worden.	Je hebt recht op vrije tijd en vakantie.
ARTIKEL 25	**ARTIKEL 26**	**ARTIKEL 27**
		
Je hebt recht op alles wat nodig is om ervoor te zorgen dat je niet ziek wordt, geen honger hebt en een dak boven je hoofd hebt. Moeder en kind hebben recht op bijzondere zorg en bijstand.	Je hebt recht op onderwijs dat gericht is op de volle ontwikkeling van de menselijke persoonlijkheid en op de versterking van het respect voor de rechten van de mens en fundamentele vrijheden.	Je hebt het recht om te genieten van kunst en wetenschap.

ARTIKEL 28	ARTIKEL 29	ARTIKEL 30
		
De overheid moet ervoor zorgen dat er een "orde" is die al deze rechten beschermt.	Je hebt ook plichten tegenover de mensen om je heen, zodat ook hun mensenrechten kunnen worden beschermd. De wetten in je land mogen niet ingaan tegen deze mensenrechten.	Geen enkel land en geen enkel mens mag proberen om de rechten te vernietigen die in deze Verklaring staan.

Bron: https://www.amnesty-international.be/subthema/universele-verklaring-van-de-rechten-van-de-mens-eenvoudige-versie/841

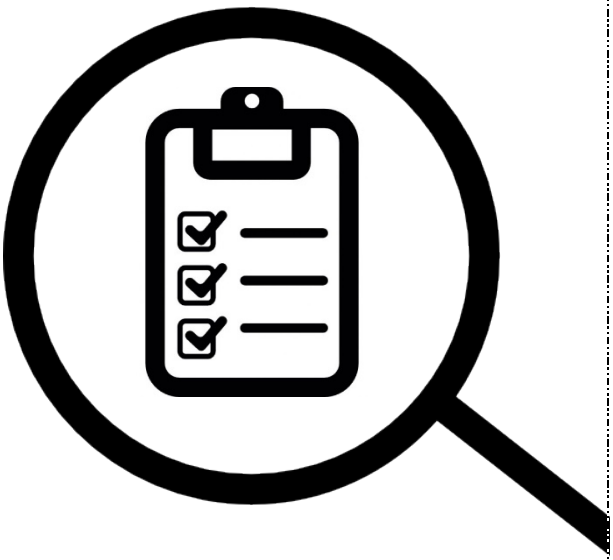
OPDRACHT 3

Vragenlijst

Nummer	Vraag
a	Som twee duurzame initiatieven op die je hebt ontdekt in de infokaarten.
b	Nu weet je wat meer over de bedrijven. Rangschik de oranje infokaarten onder je oorspronkelijke (groene) rangschikking van 1 (niet duurzaam) naar 5 (duurzaam). Beargumenteer vervolgens jullie keuze met behulp van de volgende vragen: • Verklaar waarom de oranje infokaarten in deze volgorde liggen. • Vergelijk de oorspronkelijke en nieuwe rangschikking met elkaar. Zijn er gelijkenissen en/of verschillen?
c	Welke bedrijven schenden volgens jou de mensenrechten? Knijp de wasknijper op het kaartje van de onderneming.
d	Welk(e) artikel(en) van de mensenrechten worden gerespecteerd door de duurzame initiatieven? Omcirkel het nummer van het bedrijf in het UVRM-kader. Bv. 
e	Ga opzoek naar SDG's die je kan koppelen aan de twee duurzame initiatieven die je bij vraag a besprak.

HOEK 2: MVO – Initiatieven met focus op de planeet en mensen

STAPPENPLAN: TAAK – POWTOON



STAPPENPLAN: POWTOON (VASTZETTEN)			
Stappen	**Benodigdheden**	**Omschrijving**	**Geschatte werktijd thuis**
STAP 1 	– Computer – Sjabloon 'Hoek 2: Powtoon – ondernemingen'	**VERKENNEN** Kies eerst een partner in crime. Kies vervolgens samen een onderneming uit de lijst 'Hoek 2: Powtoon – Ondernemingen'. Deze vind je terug op de website of via de volgende link: https://bit.ly/WorkshopVera-H2-D3	5 min.
STAP 2 	– Computer – Sjabloon 'Hoek 2: Powtoon – Sjabloon informatie van onderneming'	**VERWERKEN** Zoek de gevraagde gegevens op en beantwoord de vragen. Plaats de gevonden gegevens in het sjabloon 'Hoek 2: Powtoon – Sjabloon informatie van onderneming'. Let op, de antwoorden komen niet letterlijk voor op de website. Je zal dus zelf een besluit moeten trekken. Open de link naar het sjabloon: https://bit.ly/WorkshopVera-H2-D3 Inhoudelijk bespreek je: ☐ Algemene informatie: naam, jaar van stichting, specialisatie, visie[2], etc. ☐ Is het bedrijf duurzaam? Waarom wel of niet? Heeft de onderneming al initiatieven genomen omtrent duurzaamheid? ☐ Wat kan het bedrijf doen om duurzamer te worden? ☐ Welke ontwikkelingsdoelen kan je koppelen aan de initiatieven van het bedrijf of de informatie die je gevonden hebt? ☐ Met welke artikelen van de mensenrechten houdt het bedrijf rekening (gebaseerd op de duurzame initiatieven)? Vink de vragen af die je al beantwoordde. Op deze manier zal je geen vragen vergeten.	1 uur 
STAP 3 	– Computer – Sjabloon: 'Hoek 2: Handleiding Powtoon'	**UITVOEREN** Maak een animatievideo op Powtoon over je gekozen onderneming. Maak gebruik van de 'Hoek 2:	1u 30min

	– Document: 'Hoek 2: Powtoon – Evaluatiekader'	Handleiding Powtoon' om je Powtoon te maken. Dit document kan je terugvinden op de website van Vera. Open de link om op de handleiding te raadplegen: https://bit.ly/WorkshopVera-H2-D3 De Powtoon bevat zeker: ☐ Een verwelkoming ☐ Vijf foto's ☐ Afsluiting Aandachtspunten: Zorg dat je … – Powtoon minstens 2 minuten duurt; – rekening houdt met de duurtijd van je slides; – geen schrijffouten maakt; – voldoende contrast tussen kleuren voorziet op elke slide; – geen volzinnen hebt (enkel kernwoorden); – een verzorgde lay-out hebt. Tip: Bekijk de evaluatiekader 'Hoek 2: Powtoon – Evaluatiekader'. Hierin vind je de elementen waarop je gequoteerd zal worden. Open de link naar het evaluatiekader: https://bit.ly/WorkshopVera-H2-D3	
STAP 4 	– Computer	**UPLOADEN** Als je klaar bent, upload je de animatievideo op de website van Powtoon. Volg de onderstaande richtlijnen: ☐ Gebruik de volgende structuur voor je titel: *VoornaamAchternaam_VoornaamAchternaam_VERA* ☐ Gebruik de volgende structuur voor de beschrijving van je Powtoon: *BEDRIJFSNAAM_KLAS*	5 min.
STAP 5 	– Sjabloon: 'Hoek 2: Powtoon – Sjabloon zelfreflectie'	**REFLECTEREN** Na het maken van je Powtoon, schrijf je individueel een zelfreflectie in het sjabloon 'Hoek 2: Powtoon – Sjabloon zelfreflectie'. Open de link om de handleiding te raadplegen:	12 min.

		https://bit.ly/WorkshopVera-H2-D3 Beantwoord in je reflectie de volgende vragen: ☐ Wat vond je makkelijk aan de opdracht? ☐ Wat vond je moeilijk? ☐ Wat heb je bijgeleerd? ☐ Hoelang heb je aan de opdracht gewerkt? ☐ Wat vond je van Powtoon? ☐ Wat vond je van de opdracht en waarom?	
STAP 6 	– Computer –	**INDIENEN** Volg de onderstaande richtlijnen: ☐ Geef het document de volgende bestandsnaam: *VoornaamAchternaam_Zelfreflectie* Dien het bestand in zoals afgesproken met de leerkracht.	3 min. 

HOEK 2: MVO – Initiatieven met focus op de planeet en mensen

HANDLEIDING: leren werken met Powtoon



(Nchen2018foryou, 2018)

INHOUDSOPGAVE

1. Doel Powtoon 308

2. Hoe werkt Powtoon? 308

STAP 1: een account maken 308

STAP 2: kies een sjabloon 309

STAP 3: onderdelen van de werkbalk 311

STAP 4: Powtoon opslaan 315

1. DOEL POWTOON

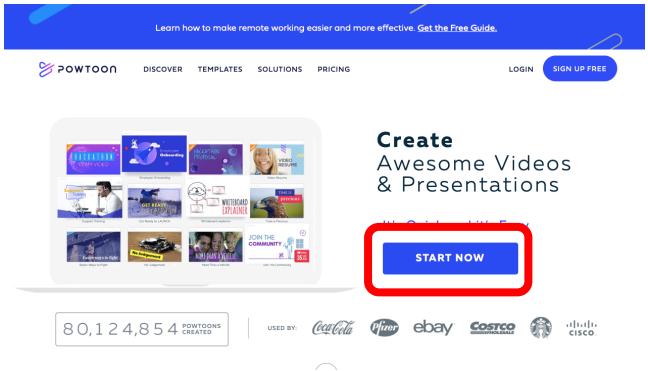


Maak een leuke animatievideo met Powtoon. Het programma heeft een galerij vol met stijlen, afbeeldingen, figuren en animaties. Alles om een mooie animatievideo te maken! Beelden zeggen immers veel meer dan woorden alleen.

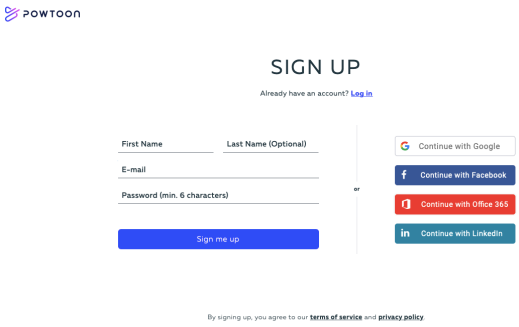
2. HOE WERKT POWTOON?

Je kan nu een stappenplan volgen over hoe je een animatievideo maakt via Powtoon. Ga naar de eerste stap.

STAP 1: EEN ACCOUNT MAKEN

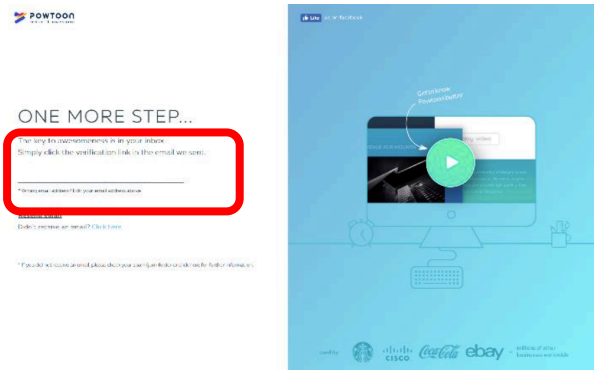


1. Surf naar https://www.Powtoon.com
2. Druk op 'START NOW' en maak een account.

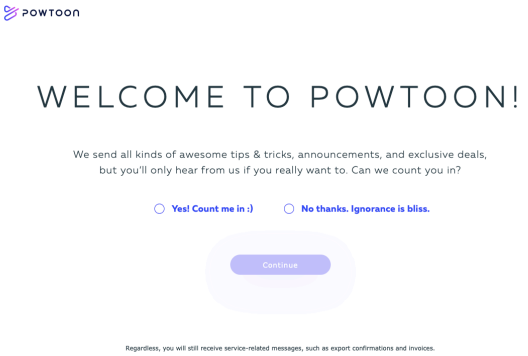


3. Kies om je in te loggen met je e-mailadres van school of via een Google account. (Afhankelijk van wat jouw leerkracht wenst!)
   - Voer een e-mailadres in.
   - Voer een wachtwoord in.

Belangrijk: later kan je het wachtwoord nog veranderen.
Druk dan op 'SIGN ME UP' om verder te gaan.

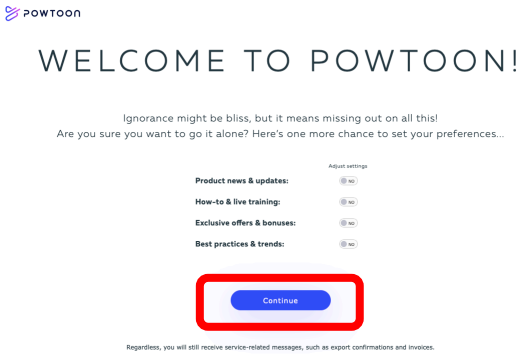


4. Nu zal je jouw account moeten activeren via jouw e-mailaccount. Open de e-mail van Powtoon en druk op 'CONFIRM AND CONTINUE'.



5. Wil je e-mails krijgen van Powtoon met de laatste exclusieve deals?
   - Zo ja, druk dan op 'Yes! Count me in ☺'
   - Zo nee, druk dan op 'No thanks. Ignorance is bliss'

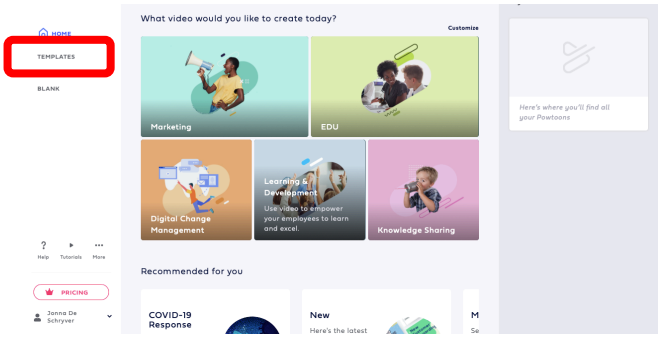
Druk vervolgens op 'Continue'.

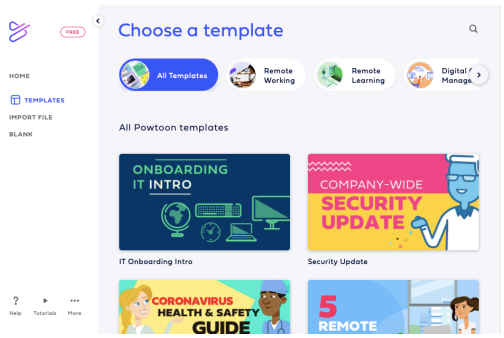


6. Druk opnieuw op 'Continue'.

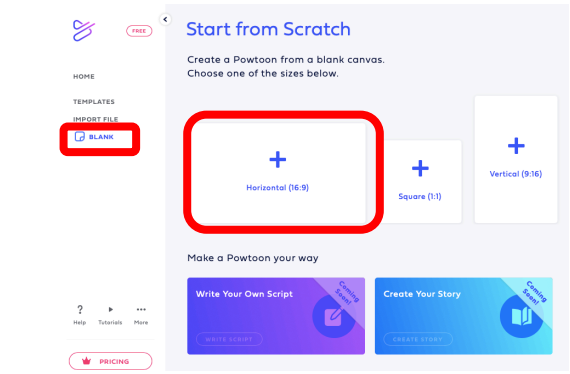
Opmerking: eenmaal je het werkblad opent, laat je de taal in Engels staan.

STAP 2: KIES EEN SJABLOON

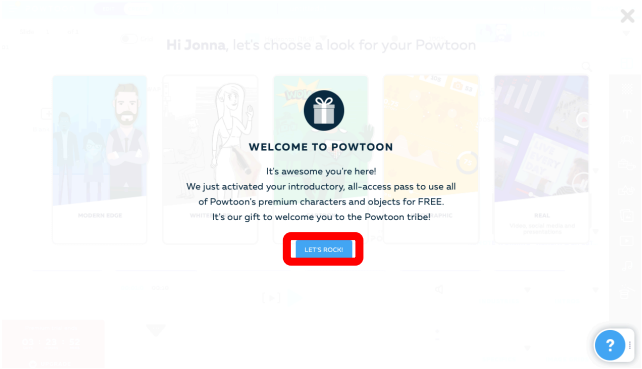




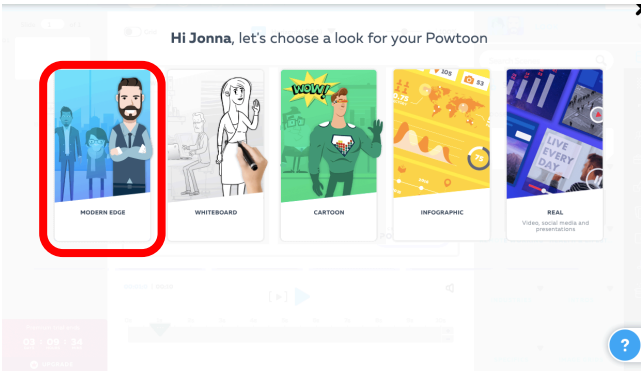
7. Kies een Powtoon sjabloon waarbij de opmaak al vastgelegd is.
   - Druk op *templates* en kies een sjabloon.
   - Wil je zelf een sjabloon opmaken: ga dan naar het volgende puntje.



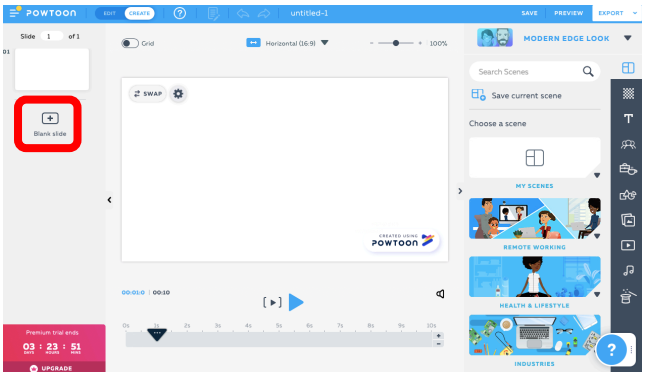
8. Druk op 'Blank' om zelf een sjaboon op te maken. Hierbij start je met een volledig witte Powtoon.



9. Een welkomstbericht van Powtoon: de eerste drie dagen kan je de premium versie gratis gebruiken. Druk op 'LET'S ROCK!'

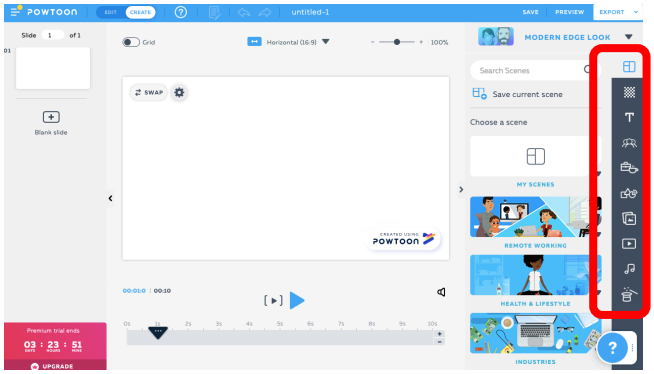


10. Kies een achtergrondopmaak en karakter voor je Powtoon.



11. Vanaf nu kunnen jullie starten met het maken van jullie Powtoon.

Aan de linkerzijde zie je een overzicht van alle slides. Druk op 'blank slide' als je een slide wil toevoegen.



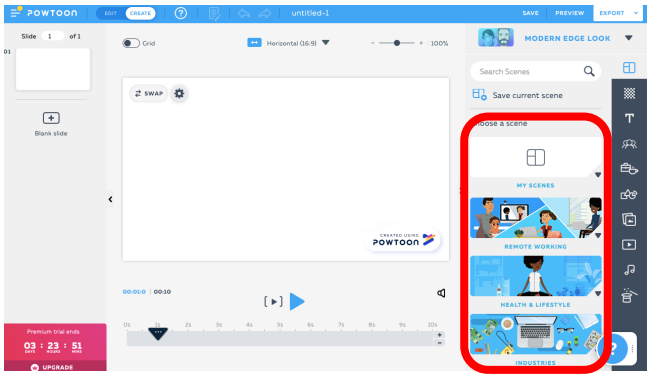
12. Aan de rechterzijde vind je de werkbalk waarmee je de Powtoon kan opmaken.

De werkbalk bestaat uit tien onderdelen:

- Scenes
- Text
- Characters
- Props
- Shapes
- Images
- Video's
- Sound
- Specials

STAP 3: ONDERDELEN VAN DE WERKBALK

ONDERDEEL 1: SCENES



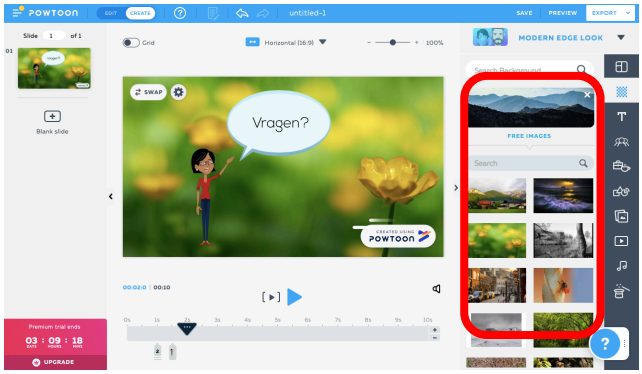
13. Het eerste onderdeel van de werkbalk zijn de 'scenes'. Hier vind je de verschillende thema's terug.

- **Intro**: introductie of verwelkoming
- **Specifics**: specifieke slides
- **Image grids:** kaders voor afbeeldingen
- **Situations**: situaties
- **Concepts**: ontwerpen
- **Calls to action:** om actie vragen
- **Outro's**: afsluiting

Druk op een thema om de verschillende mogelijkheden te laten verschijnen.

Druk opnieuw op het thema om het te sluiten. (voor alle onderdelen)

ONDERDEEL 2: BACKGROUND

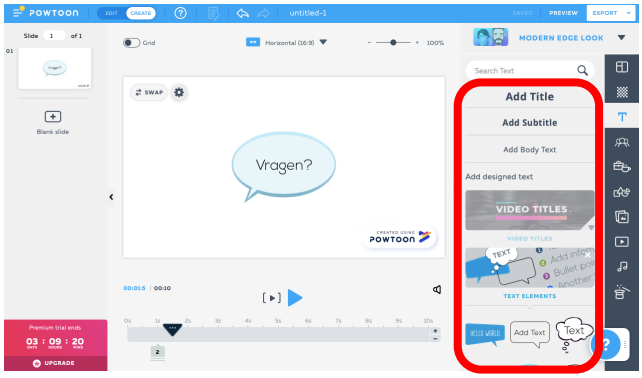


14. Het tweede onderdeel van de werkbalk is 'background'. Hier kan je kiezen tussen verschillende achtergronden.

Kies uit:

- **Upload your background**: upload een afbeelding van je computer.
- **Pick a background color**: kies een achtergrondkleur.
- **Choose a background**: kies een achtergrond uit de lijst van Powtoon.

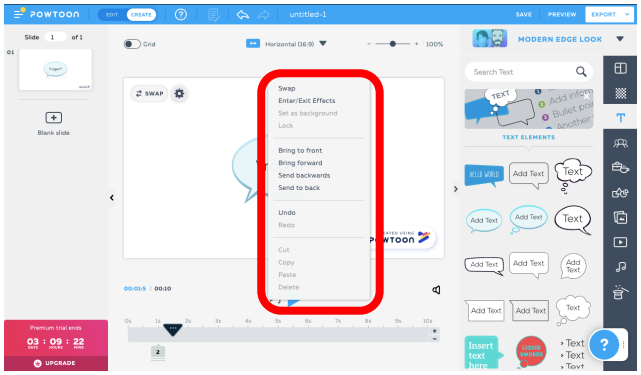
ONDERDEEL 3: TEXT



15. Het derde onderdeel van de werkbalk is ‘text’. Hier kan je kiezen uit verschillende tekstkaders om een tekst in weer te geven.

Kies voor:

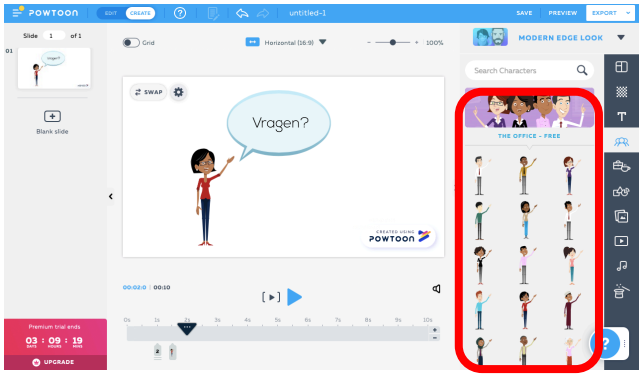
- **Add Title:** voeg een titel toe.
- **Add Subtitle:** voeg een subtitel toe.
- **Add Body Text:** voeg basistekst in.
- **Add designed text:** voeg een opgemaakte tekst in.



16. Druk op de rechtermuisknop om het snelmenu te openen.
Je kan in het snelmenu kiezen uit:

- **Text effects**: de tekst opmaken en effecten toevoegen.
- **Bring to front**: de tekst naar de voorgrond brengen.
- **Bring forward**: de tekst één laag naar voor brengen.
- **Send backwards**: de tekst naar de achtergrond brengen.
- **Send to back:** de tekst één laag naar achter brengen.
- **Undo:** ongedaan maken
- **Redo:** herhalen
- **Cut:** knippen
- **Copy:** kopiëren
- **Delete:** verwijderen

ONDERDEEL 4: CHARACTERS



17. Het vierde onderdeel is ‘characters’. Je vindt hier verschillende personages die je kan invoegen.

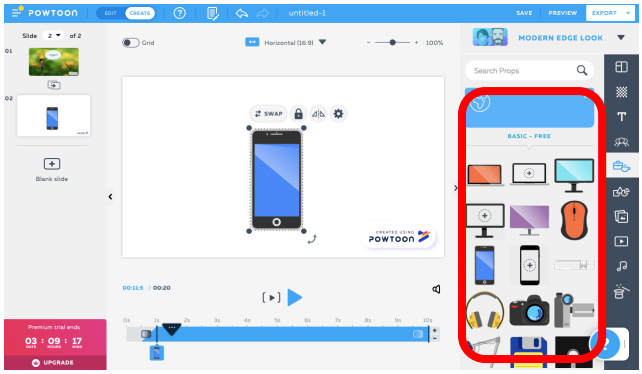


18. Druk met je rechtermuisknop op het personage dat ingevoegd is.

Er verschijnen allerlei symbolen die je kan gebruiken om jouw personage aan te passen.

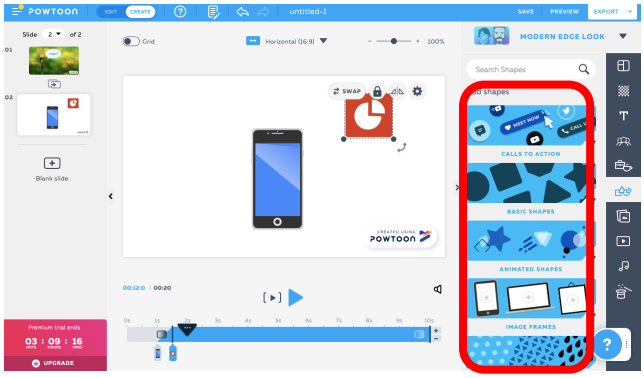
- Swap = personage veranderen
- Lopend mannetje = positie van de personage
- Gespiegelde driehoeken = personage omdraaien
- Wieltje = instellingen: effecten

ONDERDEEL 5: PROPS



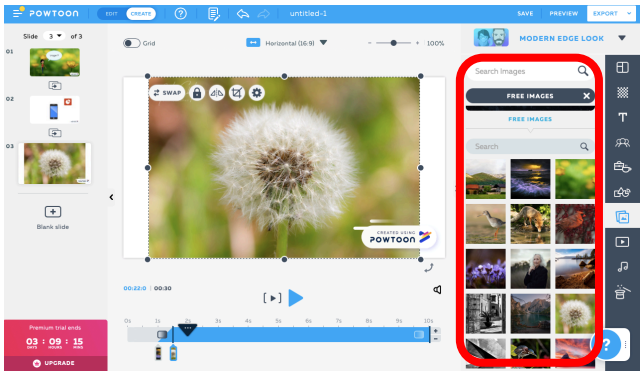
19. Het vijfde onderdeel in het werkblad is ‘props’.
Hier vind je verschillende figuren die je kan invoegen.

ONDERDEEL 6: SHAPES



20. Het zesde onderdeel in de werkbalk is ‘shapes’.
Hier vind je verschillende vormen die je kan invoegen.

ONDERDEEL 7: IMAGES



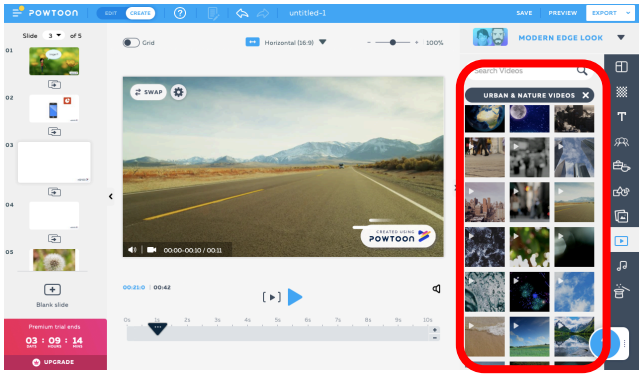
21. Het zevende onderdeel van de werkbalk is ‘images’.

Hier kan je foto’s toevoegen aan je Powtoon.

Keuze uit:

- **Upload image**: upload een afbeelding van je computer.
- **Premium images**: foto’s van Powtoon waarvoor je moet betalen.
- **Free images**: foto’s van Powtoon die je gratis mag gebruiken.

ONDERDEEL 8: VIDEOS

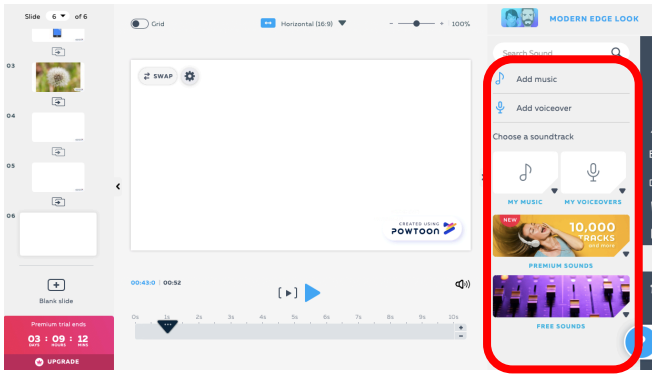


22. Het achtste onderdeel van de werkbalk is ‘videos’.
Hier kan je video’s toevoegen aan jouw presentatie.

Kies uit:

- **Upload video:** upload een video van je computer.
- **Choose a video:** kies een video uit de lijst van Powtoon.

ONDERDEEL 9: SOUND



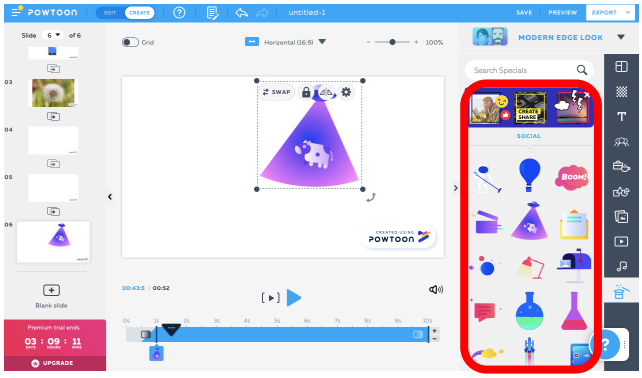
23. Het negende onderdeel van de werkbalk is ‘sound’.

Hier kan je geluid, zoals muziek, toevoegen aan je Powtoon.

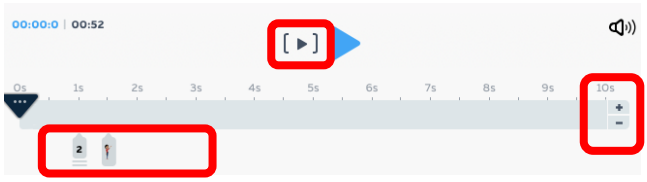
Kies uit:

- **Add music:** upload muziek van je computer.
- **Add voiceover:** spreek zelf een stukje tekst in.
- **Choose a soundtrack:** kies muziek uit de lijst van Powtoon.

ONDERDEEL 10: SPECIALS



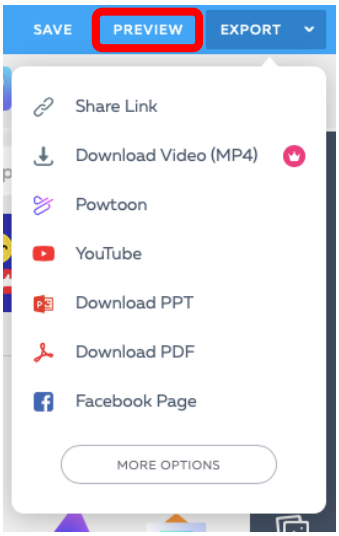
24. Het laatste onderdeel is ‘specials’. Dit zijn afzonderlijke thema’s met figuren die je kan toevoegen aan je Powtoon.



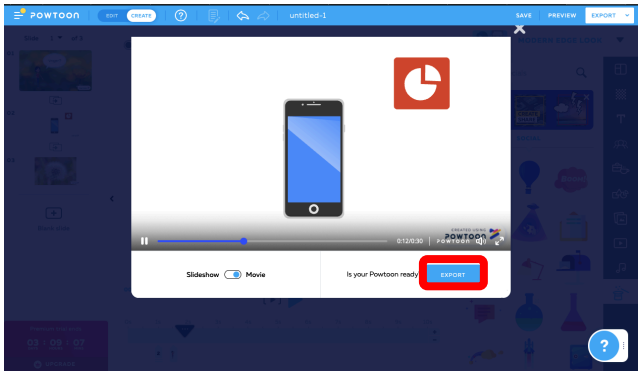
25. Dit is de tijdsbalk van jouw Powtoon. Hier kan je items verslepen zodat ze verschijnen wanneer jij wilt. Dus jij bepaalt zelf de volgorde en de tijd.

- Volgorde figuren: sleep het tekentje van je figuur onder de tijdsbalk op de gewenste plaats. M.a.w. wanneer moet je figuurtje verschijnen?
- Duurtijd slide:
  Verkorten met één second: -
  Verlengen met één second: +
- Druk op [▶] om dezelfde slide te bekijken.

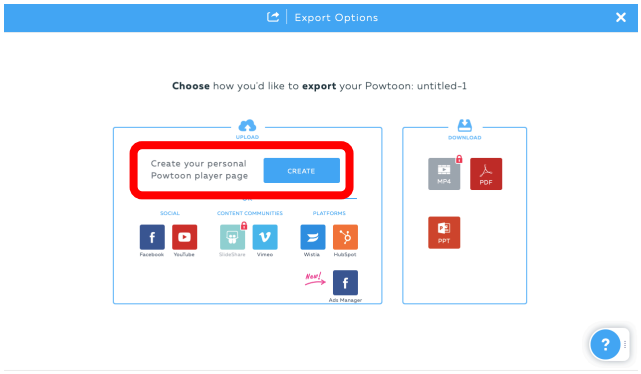
STAP 4: POWTOON OPSLAAN



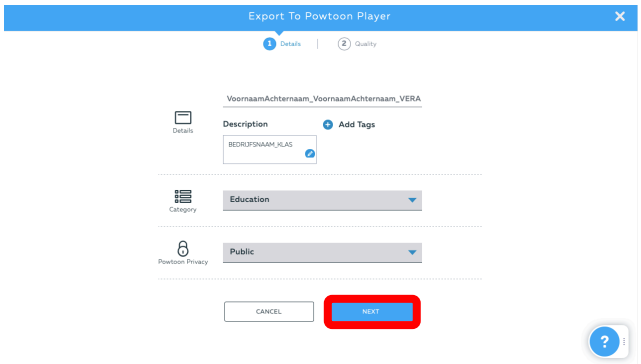
26. Is jouw Powtoon klaar? Druk op ‘preview’ naast ‘export’. Bekijk je Powtoon.



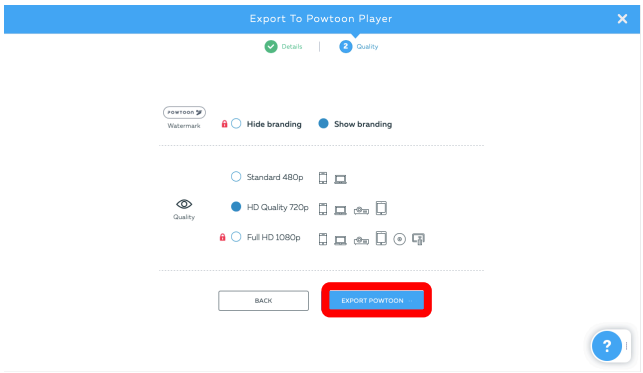
27. Is je Powtoon volledig klaar en ben je tevreden? Druk dan op ‘EXPORT’.



27. Maak nu jouw eigen Powtoon-pagina. Druk op ‘CREATE’.



28. Vul de gegevens in zoals afgebeeld. Druk dan op ‘NEXT’.



29. Vul de gegevens in zoals afgebeeld. Druk dan op ‘EXPORT POWTOON’.

Nu staat jouw Powtoon online. Goed gedaan!

Bron: https://www.powtoon.com

OMSCHRIJVING OPDRACHT: POWTOON: ANIMATIEVIDEO

- Kies in een groepje van twee een onderneming uit de lijst 'Powtoon – ondernemingen'.

- Ga op zoek naar informatie over jullie gekozen onderneming.

  a. Ga op zoek naar informatie dat een antwoord geeft op de volgende vragen. Plaats de gevonden informatie in het sjabloon 'Powtoon – informatie onderneming'.

     - ☐ Algemene informatie: naam, jaar van stichting, specialisatie, visie, etc.
     - ☐ Is het bedrijf duurzaam of niet? Waarom wel of niet? Heeft het al initiatieven omtrent duurzaamheid?
     - ☐ Wat kan het bedrijf ondernemen om duurzamer te worden?
     - ☐ Welke ontwikkelingsdoelen kan je koppelen aan de initiatieven van het bedrijf of de informatie die je gevonden hebt?
     - ☐ Met welke artikelen van de mensenrechten houdt het bedrijf rekening (gebaseerd op de duurzame initiatieven)?

     <u>Enkele tips:</u>

     - Gebruik artikels, websites, blogs, etc.
     - Zoek op *bedrijfsnaam* duurzaamheid/sustainability
     - Gebruik DeepL om Engelse pagina's te vertalen.

- Bekijk het document 'handleiding Powtoon'.

- Maak een presentatie waarin jullie de bovenstaande vragen beantwoorden. De presentatie moet minstens twee minuten duren. Wees creatief! Integreer afbeeldingen, tekst, video's, muziek, etc.

- Ben je klaar? Upload jouw presentatie op Powtoon met de juiste benaming en de juist beschrijving:

  - <u>Benaming:</u> VoornaamAchternaam_VoornaamAchternaam_VERA
  - <u>Beschrijving:</u> BEDRIJFSNAAM_KLAS

- Schrijf daarna een zelfreflectie in het sjabloon 'Powtoon – zelfreflectie'.

POWTOON – KIES EEN ONDERNEMING UIT DE LIJST VAN JOUW PERSONAGE

BEWUSTE SHOPPER

- Jack Wolfskin
- H&M
- Pepe Jeans London

TWIJFELACHTIGE SHOPPER

- VEJA
- Levi's
- SHEIN

LUXUEUZE SHOPPER

- People Tree
- Nike
- Scotch & Soda

LOGO SCHOOL	Naam: _____ Datum: _____ Klas: _____ Leerkracht: _____ Nr.: _____

Powtoon: informatie van onderneming

Ga op zoek naar informatie dat een antwoord geeft op de volgende vragen. Beantwoord de onderstaande vragen alvorens je de Powtoon maakt. Plaats de informatie gestructureerd in dit sjabloon.

Enkele tips:

- Gebruik artikels, websites, blogs, etc.
- Zoek op *bedrijfsnaam* duurzaamheid/sustainability
- Gebruik DeepL om Engelse pagina's te vertalen.

☐ Algemene informatie: naam, jaar van stichting, specialisatie, visie, etc.

☐ Is het bedrijf duurzaam of niet? Waarom wel of niet? Heeft het al initiatieven omtrent duurzaamheid genomen?

☐ Wat kan het bedrijf ondernemen om duurzamer te worden?

☐ Welke ontwikkelingsdoelen kan je koppelen aan de initiatieven van het bedrijf of de informatie die je gevonden hebt?

☐ Met welke artikelen van de mensenrechten houdt het bedrijf rekening (gebaseerd op de duurzame initiatieven)?

LOGO SCHOOL	Naam: _____ Datum: _____ Klas: _____ Leerkracht: _____ Nr.: _____

Powtoon: zelfreflectie

Schrijf individueel een zelfreflectie in dit Word-document.

Geef het document de volgende bestandsnaam:
VoornaamAchternaam_Zelfreflectie.

Jouw leerkracht kiest de wijze van indienen.

Beantwoord in je reflectie de volgende vragen:

- ☐ Wat vond je makkelijk aan de opdracht?

- ☐ Wat vond je moeilijk?

- ☐ Wat heb je bijgeleerd?

☐ Hoelang heb je aan de opdracht gewerkt?

☐ Wat vond je van Powtoon?

☐ Wat vond je van de opdracht en waarom?

HOEK 2: MVO – Initiatieven met focus op de planeet en mensen

VERBETERSLEUTEL van DEEL 2



DEEL 2: DE ONDERNEMINGEN (INITIATIEVEN)

OPDRACHT 1 — GROEP

- **Lees de drie infokaarten over de ondernemingen die op tafel liggen.**

  1. **Hoe duurzaam zijn de bedrijven volgens jou? Rangschik de bedrijven van 1 (niet duurzaam) naar 3 (duurzaam).**

     Weet je niet meer wat duurzaamheid betekent? Scan dan de QR-code en bekijk de video over duurzaam ondernemen.
     Link: https://www.youtube.com/watch?v=ozmd-med5ng

     Persoonlijk antwoord
     (Duurzaam ondernemen: de onderneming voert kerntaken uit, terwijl het daarnaast rekening houdt met het milieu en het sociale aspect. (Het Klokhuis, 2017))

OPDRACHT 2 — INDIVIDUEEL

Vragenlijst: BookWidgets

- **Ga naar BookWidgets en beantwoord de volgende vragen. Lees de bijlagen over de SDG's en mensenrechten.**

  1. **Duid de juiste definitie voor 'Duurzame Ontwikkelingsdoelstellingen' aan:**

  ☐ De *Sustainable Development Goals (SDG's)* of Duurzame Ontwikkelingsdoelstellingen zijn doelstellingen die goedgekeurd zijn door de VN. De VN tracht de doelstellingen omtrent duurzame ontwikkelingen te behalen tegen 2030. Het uiteindelijke doel is een wereld zonder armoede en een koers naar meer duurzaamheid. (SDGs.be, n.d.)

  ☐ De Duurzame Ontwikkelingsdoelstellingen of *Sustainable Development Goals* (SDG's) zijn goedgekeurd door Europa. Elk bedrijf dient de SDG's te behalen tegen 2025.

  ☐ De Duurzame Ontwikkelingsdoelstellingen of *Sustainable Development Goals* (SDG's) zijn doelstellingen die de VN heeft goedgekeurd. De SDG's moeten ervoor zorgen dat het aantal bedrijven toeneemt op de markt. Met andere woorden, het economische aspect van de SDG's is het belangrijkste.

  2. **Duid de juiste definitie voor 'UVRM' aan:**

  ☐ De UVRM of de Universele Verklaring van de Rechten van de Mens beschermt mensen tegen oneerlijke behandeling door machtspersonen. Het werd ontworpen door de VN Commissie voor Mensenrechten en is verspreid door Franklin Roosevelt. Het UVRM bevat verschillende mensenrechten die geformuleerd zijn in 30 artikelen. (Amnesty International, n.d.)

☐ De UVRM of de Universele Verklaring van de Rechten van de Mens beschermt mensen tegen oneerlijke behandeling door machtspersonen. Het UVRM bevat verschillende mensenrechten die geformuleerd zijn in 27 artikelen. De VN Commissie voor Mensenrechten ontwierp het UVRM en werd bekendgemaakt door Thomas Jefferson.

☐ De UVRM of de Universele Verklaring van de Rechten van de Mens beschermt enkel vrouwen tegen oneerlijke behandeling door machtspersonen. Franklin Roosevelt ontwierp het UVRM en de VN Commissie voor Mensenrechten verspreidde het.

3. Duid de juiste definitie voor 'Mensenrechten' aan:

☐ Mensenrechten zijn basisrechten en vrijheden voor alle mensen, ongeacht nationaliteit, geslacht, nationale of etnische afkomst, ras, religie, taal of andere status. Mensenrechten omvatten burgerlijke en politieke rechten. Ze worden beschermd en ondersteund door (inter)nationale wetten en verdragen. Daarnaast zijn menselijke waardigheid en gelijkheid de twee belangrijkste sleutelwaarden van de mensenrechten. (Amnesty International, n.d.)

☐ Mensenrechten zijn basisrechten en vrijheden voor alle mensen in Europa. Ze omvatten burgerlijke en sociale rechten. Ze worden enkel gerespecteerd door de wetten in Europa. Daarnaast zijn menselijke waardigheid en gelijkheid de twee belangrijkste sleutelwaarden van de mensenrechten.

☐ Mensenrechten zijn basisrechten voor kinderen. Mensenrechten omvatten vooral artikelen over privacy tegenover ouders en de school. Daarnaast zijn menselijke waardigheid en gelijkheid de belangrijkste sleutelwaarden van de mensenrechten.

4. Duid aan welke SDG's je kan koppelen aan het volgende duurzame initiatief.

People Tree zet zoveel mogelijk in op handwerk om meer jobs te creëren. De leveranciers worden financieel ondersteund om hoge productiestandaarden te bereiken. M.a.w. de leveranciers krijgen een eerlijk loon, werken in goede werkomstandigheden, etc. (People Tree, n.d.)

Opgelet: er zijn dus meerdere antwoorden correct.

☐ 8 Verzeker toegang tot betaalbare, betrouwbare, duurzame en moderne energie voor iedereen. (SDGs.be, n.d.)
☐ 2 Beëindig honger, bereik voedselzekerheid en verbeterde voeding en promoot duurzame landbouw. (SDGs.be, n.d.)
☐ 3 Verzeker een goede gezondheid en promoot welzijn voor alle leeftijden. (SDGs.be, n.d.)

5. Waarom zijn niet alle mensenrechten opgenomen in het UVRM?

Niet alle vertegenwoordigers gingen akkoord met bepaalde mensenrechten. Sommige mensenrechten van vandaag werden toen nog niet erkend als een mensenrecht. (Amnesty International, n.d.)

6. Geef twee voorbeelden van mensenrechten die niet opgenomen zijn in het UVRM.

Mogelijke antwoorden: de vrijheid van drukpers, het recht op abortus en euthanasie, de academische vrijheid, het stakingsrecht, de bescherming van vrouwen tegen geweld en genitale verminking, de bescherming van kinderen tegen schadelijke arbeid, het individueel klachtrecht, het zelfbeschikkingsrecht van volken en het recht op eigen taal en naam. (Amnesty International, n.d.)

OPDRACHT 3 INDIVIDUEEL & GROEP

Vragenlijst opdracht 3

a) Som twee duurzame initiatieven op die je het meest aanspreken.
Zie het algemene antwoordkader op pagina 9 en volgende: alle duurzame initiatieven van de bedrijven staan in het kader.

b) Nu weet je wat meer over de bedrijven. Rangschik de oranje infokaarten onder je oorspronkelijke (groene) rangschikking van 1 (niet duurzaam) naar 5 (duurzaam).
In het onderstaande kader vind je de juiste rangschikking van de bedrijven terug.

Opmerking: De onderstaande oplossing is gebaseerd op de beoordelingen van de *rating* website 'Good on you'. Het antwoord is dus niet 100 procent sluitend. Deze website geeft kledingmerken een score op de volgende domeinen: *people, planet* en *animals*. Elk merk krijgt hierbij een globale score: *we avoid, not good enough, it's a start, good* en *great.* (Good On You, n.d.) Je kan hun beoordelingswijze raadplegen via de volgende link: https://goodonyou.eco/how-we-rate/

RANGSCHIKKING BEDRIJVEN OP BASIS VAN DUURZAAMHEID:

BEWUSTE SHOPPER	
1. GREAT	**People Tree,** opgericht in 1991, is een fairtrade kledingbedrijf. Ze produceren stijlvolle én duurzame kleding. People Tree was het eerste bedrijf dat een productlabel kreeg van de Wereldhandelsorganisatie door het naleven van de principes van de eerlijke handel, zoals eerlijke lonen en gelijkheid tussen vrouwen en mannen. (People Tree, n.d.)
2. IT'S A START	**Nike** is een Amerikaanse onderneming. Hun missie is om het menselijke potentieel uit te breiden. Dit doen ze door grensverleggende sportinnovaties te creëren, de producten duurzamer te maken en een creatief en divers wereldwijd team op te bouwen. Zo hebben ze een positieve invloed op de gemeenschappen waar werknemers wonen en werken. (Nike, n.d.)
3. NOT GOOD ENOUGH	**Scotch & Soda** is een Amsterdams kledingbedrijf dat is opgericht in 1985. Ze beschrijven zichzelf als een vrije geest. Hun visie sluit hier dan ook bij aan: "Wij staan voor individualiteit, authenticiteit en de kracht van zelfexpressie om verrassende creaties tot leven te wekken – en die mentaliteit is terug te zien in onze unieke ontwerpen." (Scotch & Soda, n.d.)

TWIJFELACHTIGE SHOPPER	
1. GOOD	**Jack Wolfskin** is in 1981 opgericht door Ulrich Dausien. Het is een Duits merk dat gespecialiseerd is in het maken van kampeer- en trektochtspullen. Het motto van het bedrijf luidt als volgt: "Wij geloven in de macht van dromen. Dromen van vrijheid, onafhankelijkheid en geluk." (Jack Wolfskin, 2019)
2. IT'S A START	**H&M** is een Zweedse onderneming dat ook wel Hennes en Mauritz wordt genoemd. Ze werken volgens verschillende waarden die samen een uniek bedrijf creëren. H&M werkt als een team; gelooft in mensen en ondernemende zielen; wil constant vernieuwen; is prijsbewust, rechtuit en onbevooroordeeld; en gaat steeds op zoek naar de beste en simpelste oplossing. (H&M Group, n.d.)
3. NOT GOOD ENOUGH	**Pepe Jeans London** is opgericht in 1973. Het is een Engels modebedrijf dat zich specialiseert in de productie van jeans. Het merk wordt geassocieerd met jeans en grenzeloze creativiteit. Pepe Jeans London wil hun klanten helpen door de basis te vormen van zelfverzekerdheid, uniekheid en eigenheid. (Pepe Jeans London, n.d.)

LUXUEUZE SHOPPER	
1. GOOD	**VEJA** is een Frans bedrijf dat zich specialiseert in het produceren van duurzaam schoeisel. Zo is eerlijke handel één van hun drie pilaren en willen ze dit stimuleren door bijvoorbeeld katoen rechtstreeks bij de producenten te kopen. VEJA onderhoudt dit proces door in dialoog te gaan met haar producenten, met oog voor transparantie en respect. (Veja, n.d.)
2. IT'S A START	**Levi's** werd opgericht in 1853 in Amerika. Het is een kledingbedrijf dat gespecialiseerd is in de productie van jeans. De oorspronkelijke oprichter van Levi's vond de eerste spijkerbroek uit in 1873. (Levi Strauss & Co, n.d.)
3. WE AVOID	**SHEIN,** opgericht in 2008, is een internationaal e-commerce platform dat gespecialiseerd is in de productie van kleding voor vrouwen, mannen en kinderen. Hun visie luidt als volgt: "Iedereen kan genieten van de pracht van mode." (SHEIN, n.d.)

- **Beargumenteer vervolgens jullie keuze met behulp van de volgende vragen**:
  - **Verklaar waarom de oranje infokaarten in deze volgorde liggen.**
    De bedrijven liggen gerangschikt volgens duurzaamheid. Het ene bedrijf heeft meer en betere initiatieven op vlak van duurzaamheid dan de andere. Het gaat om initiatieven die rekening houden met de impact van het bedrijf op de aarde, mensen en dieren.

    Het antwoord is gebaseerd op de website Good on you. Zij onderzoeken hoe sterk bedrijven inzetten op initiatieven voor de planeet, mensen en dieren. De website geeft een score op elk domein, alsook een globale score. (Good On You, n.d.)

- **Zijn er gelijkenissen en/of verschillen tussen jullie oorspronkelijke rangschikking en de nieuwe rangschikking? Welke?**
  Persoonlijk antwoord.

c) Welke bedrijven schenden volgens jullie één of meerdere mensenrecht(en)? Knijp een wasknijper op het kaartje van de ondernemingen.

De onderstaande bedrijven hebben in het jaar 2019-2020 de mensenrechten geschonden. Elk bedrijf wordt gestaafd met een voorbeeld. Veel bedrijven werken niet transparant: zoals SHEIN, Pepe Jeans, etc. Bij deze bedrijven kunnen we ervan uit gaan dat de mensenrechten geschonden worden. Hoewel er geen duidelijke bewijzen zijn over geschonden mensenrechten, wordt het tegendeel ook niet bewezen.

Voorbeelden – schending mensenrechten (2018-2020):

Merk	Onderwerp	Link
H&M	Dwangarbeid (RetailDetail, 2019)	https://www.retaildetail.eu/en/news/fashion/hm-too-investigates-chinese-forced-labour
Levi Strauss & Co	Misbruik van vrouwen door machtspersonen (bv. bazen, werknemers, etc.) (Deutsche Welle, 2019)	https://www.dw.com/en/levis-wrangler-vow-to-end-rape-culture-in-factories/a-50045651
Nike	Dwangarbeid, geen vakantie, geen vrijheid, etc. (Ingram, 2020)	https://bitterwinter.org/ccp-stepping-up-the-pace-of-uyghur-forced-labor-into-inner-china/

d) Welk(e) artikel(en) van de mensenrechten worden gerespecteerd door de duurzame initiatieven? Omcirkel het nummer van het bedrijf in het UVRM-kader.

Zie het algemene antwoordkader op pagina 9 en volgende: de gewaardeerde mensenrechten worden opgesomd in het algemene antwoordkader voor elke onderneming.

Bv.



e) Ga opzoek naar SDG's die je kan koppelen aan de twee duurzame initiatieven die je bij vraag a beantwoord hebt.

Zie het algemene antwoordkader op pagina 9 en volgende: alle duurzame initiatieven staan opgesomd in het kader.

Twijfelachtige shopper:

	JACK WOLFSKIN	H&M	PEPE JEANS LONDON
Algemene informatie: - ***naam;*** - ***jaar van stichting;*** - ***specialisatie;*** - ***visie.***	- Jack Wolfskin - 1981 - Kampeer- en trektochtspullen - "Wij geloven in de macht van dromen. Dromen van vrijheid, onafhankelijkheid en geluk." (Jack Wolfskin, 2019)	- Hennes & Mauritz - 1947 - Kledij, accessoires, make-up, beddengoed, handdoeken, meubelartikelen. - "H&M's filosofie is het bieden van fashion en kwaliteit tegen de beste prijs op een duurzame manier." (H&M, n.d.)	- Pepe Jeans London - 1973 - Jeans- en vrijetijdskleding - "We zijn een iconisch merk dat wordt geassocieerd met jeans en grenzeloze creativiteit. Pepe Jeans London dient als basis om zelfvertrouwen, uniekheid en echtheid, uit te stralen."
Is het bedrijf duurzaam? Waarom wel of niet? Heeft de onderneming al initiatieven genomen omtrent duurzaamheid?	**JA: veel duurzame initiatieven** - Bescherming van natuurlijke bronnen en chemicaliënmanagement: Bluesign-systeem, ZDHC – de weg naar een schone productie, controle op gevaarlijke stoffen in de productieketen, Green Book: controle op gevaarlijke stoffen in het eindproduct, afvalwatercontrole in de fabrieken, milieubewust werken met verpakkingsmateriaal, samen tegen microplastics (Jack Wolfskin, n.d.)	**JA/NEE: tussen veel en weinig duurzame initiatieven** - Innovatie: steunen bedrijven als Renewcell, Worn Again, Ambercycle en Infinited Fiber, etc. (Global Change Award), katoen biologisch, gerecycled of afkomstig van Better Cotton Initiative (BCI), All-stars (toekomstvriendelijke materialen), Vegea en Circulose (H&M, n.d.) - Transparant: productachtergrond op de productpagina geeft meer info over leveranciers (H&M, n.d.) - *Clean up*: onnodige wasbeurten tijdens het verven stoppen,	**NEE: weinig duurzame initiatieven** - TRU-BLU: innovatief programma (Pepe Jeans London, n.d.) - Wiser Wash: wastechnologie (geen toxische stoffen en geen waterverspilling) (Pepe Jeans London, n.d.)

	- Klimaatbescherming: CO2-gereduceerde transporten, 100% groene stroom, groene mobiliteit, duurzame winkelinrichting, groen hoofdkantoor (Jack Wolfskin, n.d.) - Duurzame materialen: gerecyclede materialen (GRS), 100% biologische katoen, dons uitsluitend van diervriendelijke pluimveehouderijen, strenge eisen aan onze leerleveranciers, merinoswol uitsluitend van diervriendelijke bedrijven (Jack Wolfskin, n.d.) - Afzien van het gebruik ten gunste van het welzijn van de dieren en de bescherming van het milieu: 100% PFC-vrij, geen gebruik van bont, geen gebruik van angorawol, geen nanotechnologie in onze producten, 100% pvc-vrije producten, Mosquito-Proof by Construction (Jack Wolfskin, n.d.) - Duurzame producten: hoogste kwaliteit en goed onderhoud, repareren in plaats van vervangen (Jack Wolfskin, n.d.)	medewerkers en leveranciers trainen in het minimaliseren van watergebruik, het stimuleren van boeren om minder chemicaliën te gebruiken, aandringen voor een krachtiger beleid om rivieren en zoetwater te herstellen en te beschermen in landen als Turkije en Bangladesh, chemicaliën, verpakkingen, transport (H&M, n.d.) - Eerlijk: leveranciers tekenen een Sustainability Commitment, trainingen, verbinden aan UN Guiding Principle on Business and Human Rights (eerlijk loon, verbod op dwangarbeid en kinderarbeid, dierenwelzijn) (H&M, n.d.) - Verandering: zero-waste-mode (H&M, n.d.) - Shop bewust: Conscious-producten (H&M, n.d.) - *Close the loop*: recycling dozen in winkels (H&M, n.d.) - *Let's be for all:* iedereen is welkom (gendergelijkheid,	

	- Sociale betrokkenheid: lidmaatschap Fair Wear Foundation, gedragscode voor faire en veilige arbeidsomstandigheden, maatschappelijke betrokkenheid in hoofdvestiging (Vitos Behindertenhilfe) (Jack Wolfskin, n.d.) - Voor onze medewerkers in eigen land: opleiding bij Jack Wolfskin, gezondheidsmanagement (Jack Wolfskin, n.d.) - Jack Wolfskin maakt de leveranciersketen transparant: bluesign-systeem (Jack Wolfskin, n.d.)	vrouwenrechten en *body positivity*) (H&M, n.d.) - Was minder, herstel, recycle en herhaal (H&M, n.d.)	
Wat kan het bedrijf doen om duurzamer te worden?	Bv. Meer transparantie bij de leerproducenten.	Bv. Emancipatie van werknemers bevorderen: collectieve onderhandelingsrechten, recht om klacht in te dienen, etc.	Bv. Meer transparantie: arbeidsbeleid
Welke ontwikkelingsdoelen kan je koppelen aan de initiatieven van het bedrijf of de informatie die je gevonden hebt?	1, 6, 7, 8, 9, 10, 12, 13, 14, 15, 16, 17	1, 6, 8, 9, 10, 12, 13, 16, 17	6, 9

Met welke artikelen van de mensenrechten houdt het bedrijf rekening (gebaseerd op de duurzame initiatieven)?	1, 3, 4, 5, 22, 23, 26	1, 3, 4, 5, 23	/

Luxueuze shopper:

	VEJA	LEVI'S	SHEIN
<u>Algemene informatie:</u> - ***naam;*** - ***jaar van stichting;*** - ***specialisatie;*** - ***visie.***	- VEJA - 2004 - Schoeisel en accessoires - "Het idee achter een paar VEJA sneakers: rechtstaan met een voet in design en de andere in sociale verantwoordelijkheid." (VEJA, n.d.)	- Levi Strauss & Co - 1853 - Jeansbroeken - "Je draag jeans. Je leeft in Levi's." (Levi Strauss & Co, n.d.)	- SHEIN - 2008 - Kledij, accessoires, schoenen, handtassen - "Iedereen kan genieten van de schoonheid van fashion." (SHEIN, n.d.)
Is het bedrijf duurzaam? Waarom wel of niet? Heeft de onderneming al initiatieven genomen omtrent duurzaamheid?	**Ja: veel duurzame initiatieven** - <u>Innovatie</u>: de schoenen bestaan voor 53% uit natuurlijke en gerecycleerde producten (VEJA, n.d.) - <u>Katoen</u>: organisch katoen rechtstreeks gekocht van bij katoen-producenten, geen gebruik van chemische verdelgers en pesticiden, samenwerken met ADEC, overeengekomen productprijs, goed inkomen, betaling aan ADEC per verkochte kilo, IBD label. (VEJA, n.d.) - <u>Rubber</u>: aankoop wilde rubber om Amazone woud te behoeden, rechtstreeks	**Ja/nee: tussen veel en weinig duurzame initiatieven** - <u>Levi's Welltread (duurzaamste collectie)</u>: 100% recyclebaar, welzijn van werknemers centraal, katoen gemaakt van beregende hennep, Water<Less technologieën (96% waterbesparing tijdens afwerkingsprocessen), zoveel mogelijk gerecyclede materialen (Levi Strauss & Co, n.d.) - <u>Water<Less</u>: 20 verschillende productietechnieken om waterverbruik te verminderen (Levi Strauss & Co, n.d.)	**Nee: geen duurzame initiatieven**

	aankopen bij gemeenschappen, schoenzolen gemaakt uit 18-22% natuurlijke rubber, eerlijke prijzen, samenwerking met Amopreab, bevolking krijgt technische ondersteuning bij het produceren van half afgewerkte producten, technische kits (VEJA, n.d.) - Transparantie: extra betalen om werkomstandigheden te verbeteren, ASF integreert mensen die anders uitgesloten worden in het werkveld, eerlijke handel, 40% vooraf gefinancierd, organisch certificaat, chemische transparantie, pvc-vrij, random metingen op verboden chemische stoffen, B Corp, geen kinderarbeid, geen dwangarbeid, geen discriminatie, garandeer veilige werkomgeving, tonen respect en fatsoen, recht op vakbondsvrijheid, veel controle uitvoeren (VEJA, n.d.) - Eerlijke handel: balans van de globale handel herstellen, jaarcontracten (VEJA, n.d.) - Re-integratie: kwetsbare personen helpen een job te	- Gescreende chemische producten (Levi Strauss & Co, n.d.) - Verantwoord dons (Levi Strauss & Co, n.d.) - Geautoriseerde vintage en hergebruikte jeans (Levi Strauss & Co, n.d.) - Welzijn van werknemers (Levi Strauss & Co, n.d.) - Tolerantie voor LGBTQ en Pride (Levi Strauss & Co, n.d.) - Skateboardgemeenschappen samenbrengen (Levi Strauss & Co, n.d.) - *Service corps* (Levi Strauss & Co, n.d.) - *Community day* (Levi Strauss & Co, n.d.)	

	vinden en hun sociale stabiliteit te herstellen (VEJA, n.d.) - Productie: normale leefomstandigheden, goed beloond (loon), nabijheid en kwaliteit van huisvesting, vrijheid om groepen te vormen om hun rechten te beschermen, levenstandaard en koopkrachtpariteit, werknemersvoordelen en vrijheid van meningsuiting, bonussen bij overwerk, meer testen en audits om bovenstaande te blijven garanderen. (VEJA, n.d.) - *Upcycling:* hergebruiken van materiaal of producten, zoals plastic flessen, gerecycled katoen, gerecycled polyester, B-mesh, Hexamesh, J-Mesh, lederen alternatief: C.W.L. (VEJA, n.d.) - Leer: opspoorbaar en chemisch transparant, regelmatige audits, Chroomvrij, vissenleer wordt hergebruikt (VEJA, n.d.)		
Wat kan het bedrijf doen om duurzamer te worden?	Bv. Zorg voor meer transparantie: specifieke stappen om energieverbruik te reduceren	Bv. Verminder het gebruik van leer, wol en andere.	Bv. Verbeter communicatie omtrent het verminderen van de impact op de planeet, mens en dier.

Welke ontwikkelingsdoelen kan je koppelen aan de initiatieven van het bedrijf of de informatie die je gevonden hebt?	1, 3, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 15, 16, 17	3, 5, 6, 8, 12, 13, 16, 17	/
Met welke artikelen van de mensenrechten houdt het bedrijf rekening (gebaseerd op de duurzame initiatieven)?	1, 3, 4, 5, 13, 19, 22, 23, 26	1, 3, 4, 5, 23	/

Bewuste shopper:

	PEOPLE TREE	NIKE	SCOTCH & SODA
<u>Algemene informatie:</u> - ***naam;*** - ***jaar van stichting;*** - ***specialisatie;*** - ***visie.***	- People Tree - 1991 - Fairtrade kledij - "Elk product wordt van begin tot eind gemaakt volgens de hoogste ethische en milieunormen." (People Tree, n.d.)	- Nike - 1964 - Sportkleding, voornamelijk schoenen - "Inspiratie en innovatie brengen aan elke atleet* in de wereld. *Als je een lichaam hebt, ben je een atleet."	- Scotch & Soda - 1985 - Kledij voor kinderen, vrouwen en mannen - "Wij staan voor individualiteit, authenticiteit en de kracht van zelfexpressie om verrassende creaties tot leven te wekken – en die mentaliteit is terug te zien in onze unieke ontwerpen" (Scotch & Soda, n.d.)
Is het bedrijf duurzaam? Waarom wel of niet? Heeft de onderneming al initiatieven genomen omtrent duurzaamheid?	**Ja: veel duurzame initiatieven** - <u>Eerlijke handel</u>: volgens de hoogste Fair Trade standaarden om producenten te ondersteunen, training, ontwikkeling van kleuringen (lage-impact), organische katoen, betere prijzen, betere werkomstandigheden, lokale duurzaamheid, eerlijke deals met boeren en werknemers (People Tree, n.d.)	**Ja/nee: tussen veel en weinig duurzame initiatieven** - <u>Move to Zero</u>: CO2-neutraal en afvalvrij productieproces (Nike, n.d.) - <u>Een nieuwe verzenddoos</u>: karton gerecycled en hout afkomstig uit verantwoord beheerde bossen (FSC-keurmerk) (Nike, n.d.) - <u>European Logistics Campus</u>: volledig op hernieuwbare	**Nee: veel duurzame initiatieven: niet sluitend, onduidelijk (planet), etc.** - <u>Milieu</u>: gebruik van ledverlichting, energiezuinige machines en apparaten, openbaar vervoer en met de fiets gaan werken stimuleren, 100% aangesloten op groene energie, transportbewegingen observeren op CO2-uitstoot te verlagen, merendeel fabrieken energie uit zonnepanelen of

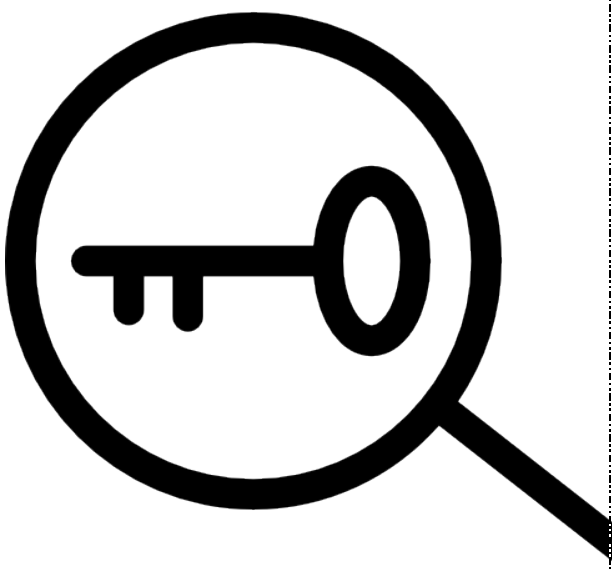
	- Milieubeleid: enkel natuurlijk vezels gebruiken (Lenzing certified TENCEL), GOTS (Global Organic Textile Standard Certified Cotton) gecertificeerde organische katoen, promoot organische teelt, giftige stoffen vermijden door GOTS en azo-vrije kleurstoffen te gebruiken, waterreserves beschermen door afval water te zuiveren, regenwater op te vangen en water te recyclen, materialen gebruiken dat biologisch afbreekbaar zijn, milieu initiatieven ondersteunen voor een duurzame toekomst, producenten steunen bij lokale controle over het milieu en de gemeenschap, leveranciers zoeken die prioriteit geven aan bescherming van de natuur, promoot het gebruik van traditionele ambacht en handgemaakte textiel. (People Tree, n.d.) - Stoffen: organische katoen, Tencel Lyocell, jeans (87,2% minder waterverbruik dan andere jeansproducties), linnen (geen irrigatie en chemische	energie (wind, zon, geothermische energie, biomassa en waterkracht) en 95% van het productieafval wordt gerecycled (Nike, n.d.) - Duurzame materialen: Nike Air, Nike Flykit, Nike Flyleather, gerecycled polyester, duurzaam katoen, duurzame materiaalmixen (Nike, n.d.) - Planten bomen (Nike, n.d.) - Innovatie herboren: hergebruik een schoen (recycling), Circular Design Guide (Nike, n.d.) - FLA: Fair Labour Association (Nike, n.d.)	andere hernieuwbare energiebronnen, op zoek gaan naar nieuwe circulaire manieren, 3R-concept (reduce, recycle en re-use van water in het productieproces), samenwerking Eelco (cartridges) (Scotch & Soda, n.d.) - Duurzame stoffen: better katoen (BCI: Better Cotton Initiative), hennep gekweekt zonder pesticiden of insecticiden, voor de productie van biologisch katoen is er 95% minder water nodig dan voor niet-biologische katoen (Scotch & Soda, n.d.) - Productie: transparant, strikt milieubeleid en goede arbeidsomstandigheden, samenwerking Amfori (handelsorganisatie: open en duurzame handel volgens gedragscode), contract met gedragscode (BSCI), controle door onafhankelijke onderzoeksbureaus (SAAS) (Scotch & Soda, n.d.) - Gedragscode: vrijheid van Vereniging en het Recht op Collectieve Onderhandeling,

	tussenkomst nodig) en wol (People Tree, n.d.) - Fair Trade boeren, producenten, handwerk mannen: ondersteunen met kennis, financiële ondersteuning om hoge productiestandaarden te bereiken (People Tree, n.d.) - Productie: werk creëren door handwerk te promoten, eerlijk loon, goede werkomstandigheden, CO2-uitstoot van machines verlagen door handwerk te promoten (People Tree, n.d.) - Nog initiatieven: Creative Handicrafts, KTS, Swallows, (People Tree, n.d.) People Tree Foundation (Bombolulu) (People Tree, n.d.), Give Back Box (verpakking van besteldoos hergebruiken om kledij te doneren aan het goede doel) (People Tree, n.d.)		eerlijke beloning, veiligheid en gezondheid op de werkvloer, geen kinderarbeid, bijzondere bescherming van jonge werknemers, geen dwangarbeid, bescherming van het milieu, ethisch handelen, geen discriminatie, fatsoenlijke werktijden en geen baanonzekerheid (Scotch & Soda, n.d.) - Fabrieken: Amfori BSCI-normen, ISO 14001-normen (milieubeheerssysteem), SA8000 (maatschappelijk geaccepteerde werkvloer), GOTS en GRS, werkomstandigheden verbeteren door kinderopvang te voorzien, toegang tot onderwijs voor kinderen van werknemers en het aanbieden van sport- en andere ontspanningsmogelijkheden, productie van denim: gebruik van ozon- en laserbehandelingen en regelmatig controle op chemische stoffen bij producten (Scotch & Soda, n.d.)

			- Dierenwelzijn: 100% bontvrij, geen konijnenhaar, tegen dierenproeven, kasjmier en mohair dat afkomstig is van producenten die dierenwelzijn respecteren, geen gebruik van producten afkomstig van bedreigde diersoorten, veren en dons afkomstig van de vleesproductie, geen bont, leer en huiden afkomstig van vleesproducten en wol dat afkomstig is van producenten die respect hebben voor dierenwelzijn (Scotch & Soda, n.d.)
Wat kan het bedrijf doen om duurzamer te worden?	Bv. Geen wol gebruiken	Bv. Geen gebruik van leer, wol en andere.	Bv. Duidelijke acties ondernemen omtrent waterverbruik, CO2-uitstoot en dergelijke.
Welke ontwikkelingsdoelen kan je koppelen aan de initiatieven van het bedrijf of de informatie die je gevonden hebt?	1, 4, 5, 6, 9, 10, 11, 12, 13, 15, 16, 17	7, 8, 9, 12, 13, 15, 16	4, 6, 7, 8, 9, 13, 16, 17
Met welke artikelen van de mensenrechten houdt het bedrijf rekening (gebaseerd op de duurzame initiatieven)?	1, 3, 4, 5, 19, 23	1, 3, 4, 5, 23	1, 3, 4, 5, 19, 22, 23

HOEK 2: MVO – Initiatieven met focus op de planeet en mensen

VERBETERSLEUTEL van DEEL 3



Twijfelachtige shopper:

	JACK WOLFSKIN	H&M	PEPE JEANS LONDON
<u>Algemene informatie:</u> - ***naam;*** - ***jaar van stichting;*** - ***specialisatie;*** - ***visie.***	- Jack Wolfskin - 1981 - Kampeer- en trektochtspullen - "Wij geloven in de macht van dromen. Dromen van vrijheid, onafhankelijkheid en geluk." (Jack Wolfskin, 2019)	- Hennes & Mauritz - 1947 - Kledij, accessoires, make-up, beddengoed, handdoeken, meubelartikelen. - "H&M's filosofie is het bieden van fashion en kwaliteit tegen de beste prijs op een duurzame manier." (H&M, n.d.)	- Pepe Jeans London - 1973 - Jeans- en vrijetijdskleding - "We zijn een iconisch merk dat wordt geassocieerd met jeans en grenzeloze creativiteit. Pepe Jeans London dient als basis om zelfvertrouwen, uniekheid en echtheid, uit te stralen."
Is het bedrijf duurzaam? Waarom wel of niet? Heeft de onderneming al initiatieven genomen omtrent duurzaamheid?	**JA: veel duurzame initiatieven** - <u>Bescherming van natuurlijke bronnen en chemicaliënmanagement</u>: Bluesign-systeem, ZDHC – de weg naar een schone productie, controle op gevaarlijke stoffen in de productieketen, Green Book: controle op gevaarlijke stoffen in het eindproduct, afvalwatercontrole in de fabrieken, milieubewust werken met verpakkingsmateriaal, samen tegen microplastics (Jack Wolfskin, n.d.)	**JA/NEE: tussen veel en weinig duurzame initiatieven** - <u>Innovatie</u>: steunen bedrijven als Renewcell, Worn Again, Ambercycle en Infinited Fiber, etc. (Global Change Award), katoen biologisch, gerecycled of afkomstig van Better Cotton Initiative (BCI), All-stars (toekomstvriendelijke materialen), Vegea en Circulose (H&M, n.d.) - <u>Transparant</u>: productachtergrond op de productpagina geeft meer info over leveranciers (H&M, n.d.)	**NEE: weinig duurzame initiatieven** - <u>TRU-BLU:</u> innovatief programma (Pepe Jeans London, n.d.) - <u>Wiser Wash</u>: wastechnologie (geen toxische stoffen en geen waterverspilling) (Pepe Jeans London, n.d.)

	- Klimaatbescherming: CO2-gereduceerde transporten, 100% groene stroom, groene mobiliteit, duurzame winkelinrichting, groen hoofdkantoor (Jack Wolfskin, n.d.) - Duurzame materialen: gerecyclede materialen (GRS), 100% biologische katoen, dons uitsluitend van diervriendelijke pluimveehouderijen, strenge eisen aan onze leerleveranciers, merinoswol uitsluitend van diervriendelijke bedrijven (Jack Wolfskin, n.d.) - Afzien van het gebruik ten gunste van het welzijn van de dieren en de bescherming van het milieu: 100% PFC-vrij, geen gebruik van bont, geen gebruik van angorawol, geen nanotechnologie in onze producten, 100% pvc-vrije producten, Mosquito-Proof by Construction (Jack Wolfskin, n.d.) - Duurzame producten: hoogste kwaliteit en goed onderhoud, repareren in plaats van vervangen (Jack Wolfskin, n.d.)	- *Clean up*: onnodige wasbeurten tijdens het verven stoppen, medewerkers en leveranciers trainen in het minimaliseren van watergebruik, het stimuleren van boeren om minder chemicaliën te gebruiken, aandringen voor een krachtiger beleid om rivieren en zoetwater te herstellen en te beschermen in landen als Turkije en Bangladesh, chemicaliën, verpakkingen, transport (H&M, n.d.) - Eerlijk: leveranciers tekenen een Sustainability Commitment, trainingen, verbinden aan UN Guiding Principle on Business and Human Rights (eerlijk loon, verbod op dwangarbeid en kinderarbeid, dierenwelzijn) (H&M, n.d.) - Verandering: zero-waste-mode (H&M, n.d.) - Shop bewust: Conscious-producten (H&M, n.d.) - *Close the loop*: recycling dozen in winkels (H&M, n.d.)	

	- Sociale betrokkenheid: lidmaatschap Fair Wear Foundation, gedragscode voor faire en veilige arbeidsomstandigheden, maatschappelijke betrokkenheid in hoofdvestiging (Vitos Behindertenhilfe) (Jack Wolfskin, n.d.) - Voor onze medewerkers in eigen land: opleiding bij Jack Wolfskin, gezondheidsmanagement (Jack Wolfskin, n.d.) - Jack Wolfskin maakt de leveranciersketen transparant: bluesign-systeem (Jack Wolfskin, n.d.)	- *Let's be for all:* iedereen is welkom (gendergelijkheid, vrouwenrechten en *body positivity*) (H&M, n.d.) - Was minder, herstel, recycle en herhaal (H&M, n.d.)	
Wat kan het bedrijf doen om duurzamer te worden?	Bv. Meer transparantie bij de leerproducenten.	Bv. Emancipatie van werknemers bevorderen: collectieve onderhandelingsrechten, recht om klacht in te dienen, etc.	Bv. Meer transparantie: arbeidsbeleid
Welke ontwikkelingsdoelen kan je koppelen aan de initiatieven van het bedrijf of de informatie die je gevonden hebt?	1, 6, 7, 8, 9, 10, 12, 13, 14, 15, 16, 17	1, 6, 8, 9, 10, 12, 13, 16, 17	6, 9

Met welke artikelen van de mensenrechten houdt het bedrijf rekening (gebaseerd op de duurzame initiatieven)?	1, 3, 4, 5, 22, 23, 26	1, 3, 4, 5, 23	/

Luxueuze shopper:

	VEJA	LEVI'S	SHEIN
<u>Algemene informatie:</u> - ***naam;*** - ***jaar van stichting;*** - ***specialisatie;*** - ***visie.***	- VEJA - 2004 - Schoeisel en accessoires - "Het idee achter een paar VEJA sneakers: rechtstaan met een voet in design en de andere in sociale verantwoordelijkheid." (VEJA, n.d.)	- Levi Strauss & Co - 1853 - Jeansbroeken - "Je draag jeans. Je leeft in Levi's." (Levi Strauss & Co, n.d.)	- SHEIN - 2008 - Kledij, accessoires, schoenen, handtassen - "Iedereen kan genieten van de schoonheid van fashion." (SHEIN, n.d.)
Is het bedrijf duurzaam? Waarom wel of niet? Heeft de onderneming al initiatieven genomen omtrent duurzaamheid?	**Ja: veel duurzame initiatieven** - <u>Innovatie</u>: de schoenen bestaan voor 53% uit natuurlijke en gerecycleerde producten (VEJA, n.d.) - <u>Katoen</u>: organisch katoen rechtstreeks gekocht van bij katoen-producenten, geen gebruik van chemische verdelgers en pesticiden, samenwerken met ADEC, overeengekomen productprijs, goed inkomen, betaling aan ADEC per verkochte kilo, IBD label. (VEJA, n.d.) - <u>Rubber</u>: aankoop wilde rubber om Amazone woud te	**Ja/nee: tussen veel en weinig duurzame initiatieven** - <u>Levi's Welltread (duurzaamste collectie)</u>: 100% recyclebaar, welzijn van werknemers centraal, katoen gemaakt van beregende hennep, Water<Less technologieën (96% waterbesparing tijdens afwerkingsprocessen), zoveel mogelijk gerecyclede materialen (Levi Strauss & Co, n.d.) - <u>Water<Less</u>: 20 verschillende productietechnieken om waterverbruik te verminderen (Levi Strauss & Co, n.d.)	**Nee: geen duurzame initiatieven**

	behoeden, rechtstreeks aankopen bij gemeenschappen, schoenzolen gemaakt uit 18-22% natuurlijke rubber, eerlijke prijzen, samenwerking met Amopreab, bevolking krijgt technische ondersteuning bij het produceren van half afgewerkte producten, technische kits (VEJA, n.d.) - Transparantie: extra betalen om werkomstandigheden te verbeteren, ASF integreert mensen die anders uitgesloten worden in het werkveld, eerlijke handel, 40% vooraf gefinancierd, organisch certificaat, chemische transparantie, pvc-vrij, random metingen op verboden chemische stoffen, B Corp, geen kinderarbeid, geen dwangarbeid, geen discriminatie, garandeer veilige werkomgeving, tonen respect en fatsoen, recht op vakbondsvrijheid, veel controle uitvoeren (VEJA, n.d.) - Eerlijke handel: balans van de globale handel herstellen, jaarcontracten (VEJA, n.d.)	- Gescreende chemische producten (Levi Strauss & Co, n.d.) - Verantwoord dons (Levi Strauss & Co, n.d.) - Geautoriseerde vintage en hergebruikte jeans (Levi Strauss & Co, n.d.) - Welzijn van werknemers (Levi Strauss & Co, n.d.) - Tolerantie voor LGBTQ en Pride (Levi Strauss & Co, n.d.) - Skateboardgemeenschappen samenbrengen (Levi Strauss & Co, n.d.) - *Service corps* (Levi Strauss & Co, n.d.) - *Community day* (Levi Strauss & Co, n.d.)	

	- Re-integratie: kwetsbare personen helpen een job te vinden en hun sociale stabiliteit te herstellen (VEJA, n.d.) - Productie: normale leefomstandigheden, goed beloond (loon), nabijheid en kwaliteit van huisvesting, vrijheid om groepen te vormen om hun rechten te beschermen, levenstandaard en koopkrachtpariteit, werknemersvoordelen en vrijheid van meningsuiting, bonussen bij overwerk, meer testen en audits om bovenstaande te blijven garanderen. (VEJA, n.d.) - *Upcycling:* hergebruiken van materiaal of producten, zoals plastic flessen, gerecycled katoen, gerecycled polyester, B-mesh, Hexamesh, J-Mesh, lederen alternatief: C.W.L. (VEJA, n.d.) - Leer: opspoorbaar en chemisch transparant, regelmatige audits, Chroomvrij, vissenleer wordt hergebruikt (VEJA, n.d.)		

Wat kan het bedrijf doen om duurzamer te worden?	Bv. Zorg voor meer transparantie: specifieke stappen om energieverbruik te reduceren	Bv. Verminder het gebruik van leer, wol en andere.	Bv. Verbeter communicatie omtrent het verminderen van de impact op de planeet, mens en dier.
Welke ontwikkelingsdoelen kan je koppelen aan de initiatieven van het bedrijf of de informatie die je gevonden hebt?	1, 3, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 15, 16, 17	3, 5, 6, 8, 12, 13, 16, 17	/
Met welke artikelen van de mensenrechten houdt het bedrijf rekening (gebaseerd op de duurzame initiatieven)?	1, 3, 4, 5, 13, 19, 22, 23, 26	1, 3, 4, 5, 23	/

Bewuste shopper:

	PEOPLE TREE	NIKE	SCOTCH & SODA
<u>Algemene informatie:</u> - ***naam;*** - ***jaar van stichting;*** - ***specialisatie;*** - ***visie.***	- People Tree - 1991 - Fairtrade kledij - "Elk product wordt van begin tot eind gemaakt volgens de hoogste ethische en milieunormen." (People Tree, n.d.)	- Nike - 1964 - Sportkleding, voornamelijk schoenen - "Inspiratie en innovatie brengen aan elke atleet* in de wereld. *Als je een lichaam hebt, ben je een atleet."	- Scotch & Soda - 1985 - Kledij voor kinderen, vrouwen en mannen - "Wij staan voor individualiteit, authenticiteit en de kracht van zelfexpressie om verrassende creaties tot leven te wekken – en die mentaliteit is terug te zien in onze unieke ontwerpen" (Scotch & Soda, n.d.)
Is het bedrijf duurzaam? Waarom wel of niet? Heeft de onderneming al initiatieven genomen omtrent duurzaamheid?	**Ja: veel duurzame initiatieven** - <u>Eerlijke handel</u>: volgens de hoogste Fair Trade standaarden om producenten te ondersteunen, training, ontwikkeling van kleuringen (lage-impact), organische katoen, betere prijzen, betere werkomstandigheden, lokale duurzaamheid, eerlijke deals met boeren en werknemers (People Tree, n.d.)	**Ja/nee: tussen veel en weinig duurzame initiatieven** - <u>Move to Zero</u>: CO2-neutraal en afvalvrij productieproces (Nike, n.d.) - <u>Een nieuwe verzenddoos</u>: karton gerecycled en hout afkomstig uit verantwoord beheerde bossen (FSC-keurmerk) (Nike, n.d.) - <u>European Logistics Campus</u>: volledig op hernieuwbare	**Nee: veel duurzame initiatieven: niet sluitend, onduidelijk (planet), etc.** - <u>Milieu</u>: gebruik van ledverlichting, energiezuinige machines en apparaten, openbaar vervoer en met de fiets gaan werken stimuleren, 100% aangesloten op groene energie, transportbewegingen observeren op CO2-uitstoot te verlagen, merendeel fabrieken energie uit zonnepanelen of

	- Milieubeleid: enkel natuurlijk vezels gebruiken (Lenzing certified TENCEL), GOTS (Global Organic Textile Standard Certified Cotton) gecertificeerde organische katoen, promoot organische teelt, giftige stoffen vermijden door GOTS en azo-vrije kleurstoffen te gebruiken, waterreserves beschermen door afval water te zuiveren, regenwater op te vangen en water te recyclen, materialen gebruiken dat biologisch afbreekbaar zijn, milieu initiatieven ondersteunen voor een duurzame toekomst, producenten steunen bij lokale controle over het milieu en de gemeenschap, leveranciers zoeken die prioriteit geven aan bescherming van de natuur, promoot het gebruik van traditionele ambacht en handgemaakte textiel. (People Tree, n.d.) - Stoffen: organische katoen, Tencel Lyocell, jeans (87,2% minder waterverbruik dan andere jeansproducties), linnen (geen irrigatie en chemische	energie (wind, zon, geothermische energie, biomassa en waterkracht) en 95% van het productieafval wordt gerecycled (Nike, n.d.) - Duurzame materialen: Nike Air, Nike Flykit, Nike Flyleather, gerecycled polyester, duurzaam katoen, duurzame materiaalmixen (Nike, n.d.) - Planten bomen (Nike, n.d.) - Innovatie herboren: hergebruik een schoen (recycling), Circular Design Guide (Nike, n.d.) - FLA: Fair Labour Association (Nike, n.d.)	andere hernieuwbare energiebronnen, op zoek gaan naar nieuwe circulaire manieren, 3R-concept (reduce, recycle en re-use van water in het productieproces), samenwerking Eelco (cartridges) (Scotch & Soda, n.d.) - Duurzame stoffen: better katoen (BCI: Better Cotton Initiative), hennep gekweekt zonder pesticiden of insecticiden, voor de productie van biologisch katoen is er 95% minder water nodig dan voor niet-biologische katoen (Scotch & Soda, n.d.) - Productie: transparant, strikt milieubeleid en goede arbeidsomstandigheden, samenwerking Amfori (handelsorganisatie: open en duurzame handel volgens gedragscode), contract met gedragscode (BSCI), controle door onafhankelijke onderzoeksbureaus (SAAS) (Scotch & Soda, n.d.) - Gedragscode: vrijheid van Vereniging en het Recht op Collectieve Onderhandeling,

	tussenkomst nodig) en wol (People Tree, n.d.) - Fair Trade boeren, producenten, handwerk mannen: ondersteunen met kennis, financiële ondersteuning om hoge productiestandaarden te bereiken (People Tree, n.d.) - Productie: werk creëren door handwerk te promoten, eerlijk loon, goede werkomstandigheden, CO2-uitstoot van machines verlagen door handwerk te promoten (People Tree, n.d.) - Nog initiatieven: Creative Handicrafts, KTS, Swallows, (People Tree, n.d.) People Tree Foundation (Bombolulu) (People Tree, n.d.), Give Back Box (verpakking van besteldoos hergebruiken om kledij te doneren aan het goede doel) (People Tree, n.d.)		eerlijke beloning, veiligheid en gezondheid op de werkvloer, geen kinderarbeid, bijzondere bescherming van jonge werknemers, geen dwangarbeid, bescherming van het milieu, ethisch handelen, geen discriminatie, fatsoenlijke werktijden en geen baanonzekerheid (Scotch & Soda, n.d.) - Fabrieken: Amfori BSCI-normen, ISO 14001-normen (milieubeheerssysteem), SA8000 (maatschappelijk geaccepteerde werkvloer), GOTS en GRS, werkomstandigheden verbeteren door kinderopvang te voorzien, toegang tot onderwijs voor kinderen van werknemers en het aanbieden van sport- en andere ontspanningsmogelijkheden, productie van denim: gebruik van ozon- en laserbehandelingen en regelmatig controle op chemische stoffen bij producten (Scotch & Soda, n.d.)

			- Dierenwelzijn: 100% bontvrij, geen konijnenhaar, tegen dierenproeven, kasjmier en mohair dat afkomstig is van producenten die dierenwelzijn respecteren, geen gebruik van producten afkomstig van bedreigde diersoorten, veren en dons afkomstig van de vleesproductie, geen bont, leer en huiden afkomstig van vleesproducten en wol dat afkomstig is van producenten die respect hebben voor dierenwelzijn (Scotch & Soda, n.d.)
Wat kan het bedrijf doen om duurzamer te worden?	Bv. Geen wol gebruiken	Bv. Geen gebruik van leer, wol en andere.	Bv. Duidelijke acties ondernemen omtrent waterverbruik, CO2-uitstoot en dergelijke.
Welke ontwikkelingsdoelen kan je koppelen aan de initiatieven van het bedrijf of de informatie die je gevonden hebt?	1, 4, 5, 6, 9, 10, 11, 12, 13, 15, 16, 17	7, 8, 9, 12, 13, 15, 16	4, 6, 7, 8, 9, 13, 16, 17
Met welke artikelen van de mensenrechten houdt het bedrijf rekening (gebaseerd op de duurzame initiatieven)?	1, 3, 4, 5, 19, 23	1, 3, 4, 5, 23	1, 3, 4, 5, 19, 22, 23

LOGO SCHOOL	Naam: _____ Datum: _____ Leerkracht: _____ Klas + nr.: _____

EVALUATIEKADER POWTOON

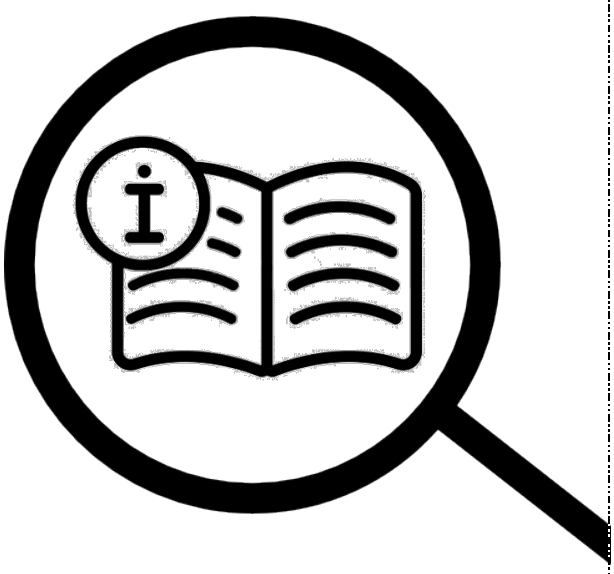
Categorie	Subcategorie	Onvoldoende (0)	Voldoende (0,5)	Goed (1)
INHOUD	*Algemene informatie*	De leerling verzamelde geen algemene informatie over de onderneming.	De leerling verzamelde alle gevraagde algemene informatie over de onderneming (visie, jaar van oprichting, naam, specialisatie).	De leerling verzamelde meer algemene informatie over de onderneming dan gevraag.
	Duurzame initiatieven	De leerling beantwoordde de vraag over de duurzame initiatieven niet.	De leerling beantwoordde de vraag over duurzame initiatieven gedeeltelijk.	De leerling beantwoordde de vraag over duurzame initiatieven volledig.
	Voorstellen	De leerling stelde geen initiatieven voor om de onderneming duurzamer te maken.	De leerling stelde initiatieven voor die foutief zijn voor deze onderneming, maar correct zijn voor een andere onderneming.	De leerling stelde goede initiatieven voor om de onderneming duurzamer te maken.
	Ontwikkelings-doelstellingen	De leerling legde geen correct verband tussen de duurzame initiatieven en de Duurzame Ontwikkelingsdoelstellingen.	De leerling legde slechts enkele correcte verbanden tussen duurzame initiatieven en de Duurzame Ontwikkelings-doelstelingen.	De leerling legde correcte verbanden tussen duurzame initiatieven en de Duurzame Ontwikkelingsdoelstellingen.
	Mensenrechten	De leerling legde geen correct verband tussen de onderneming en mensenrechten.	De leerling legde slechts enkele correcte verbanden tussen de onderneming en mensenrechten.	De leerling legde correcte verbanden tussen de onderneming en mensenrechten.

Categorie	Subcategorie	Onvoldoende (0)	Voldoende (1)	Goed (2)
STIPTHEID		De leerling werkte de opdracht niet op tijd af of diende de opdracht niet in.	De leerling werkte de opdracht op tijd af en diende deze op tijd in.	
CREATIVITEIT		De leerling koos een sjabloon zonder zelf enige aanpassingen te doen.	De leerling voegde een beperkt aantal afbeeldingen of figuren toe die een duidelijk verband hebben met de onderneming.	De leerling voegde voldoende afbeeldingen en figuren toe die een duidelijk verband hebben met de onderneming.
LAYOUT		De animatievideo had bijna geen structuur en de kleuren waren niet mooi op elkaar afgestemd.	In het algemeen was de lay-out goed, maar één van de volgende elementen was niet in orde: contrast tussen kleuren en foto's, de tekstgrootte of de indeling.	De layout van de animatievideo was heel goed op vlak van alle volgende elementen: contrast tussen kleuren en foto's; de tekstgrootte en de indeling.
GRAMMATICALE FOUTEN EN SPELLING		De leerling maakte in de animatievideo meer dan vijf schrijffouten.	De leerling maakte in de animatievideo één à vijf schrijffouten.	De leerling maakt in de animatievideo geen schrijffouten.

HOEK 3: MVC– AFVALVRIJ CONSUMEREN	
ALGEMEEN	
Hoek 3: Overzicht (pen en papier)	359- 361
Hoek 3: Overzicht (word)	362 - 365
Hoek 3: Stappenplan algemeen (pen en papier)	366 - 373
Hoek 3: Stappenplan algemeen (word)	374 - 381
Hoek 3: Begrippenlijst	382
Hoek 3: Woordenlijst – Te kennen woorden	383- 384
DEEL 1: De afvalberg (VERKENNEN + VERWERKEN)	
Hoek 3: De afvalberg infofiche	385
DEEL 2: Infofiche *zero waste* badkamer (VERKENNEN + VERWERKEN)	
Hoek 3: Sjabloon infofiche *zero waste* badkamer (pen en papier)	386 – 387
Hoek 3: Sjabloon infofiche *zero waste* (word)	388 - 389
DEEL 4: DIY *Zero waste* badkamerproducten	
Hoek 3: *Zero waste* badkamer producten	390 - 395
DEEL 5: Review video	
Hoek 3: Stappenplan review video	396 - 400
Hoek 3: Handleiding prezi video	401- 410
EVALUATIEDOCUMENTEN	
Hoek 3: Verbetersleutels BookWidgets – de afvalberg	411 - 413
Hoek 3: Aangevuld sjabloon	414 - 416
Hoek 3: Verbetersleutels BookWidgets - zero waste quiz	417 - 420
Hoek 3: Evaluatieschema review video	421-422

HOEK 3: MVC – Afvalvrij consumeren

OVERZICHT



Het overzicht geeft je een concreet beeld van hoe deze hoek opgebouwd en georganiseerd is. Hoek drie bestaat uit vijf verschillende delen. Ontdek wat je te wachten staat!

In deze hoek zijn alle moeilijke woorden genummerd. (bv. consumptiegedrag[1]) Alle genummerde woorden staan in een begrippenlijst. In deze lijst worden alle moeilijke woorden verklaard.
De begrippenlijst vind je terug op de website van Vera bij 'algemeen' of via de volgende QR-code.

DEEL 1: de afvalberg (VERKENNEN + VERWERKEN)	
Tijd	**Omschrijving**
15 min.	Voor het eerste deel van deze hoek nemen we de afvalberg onder de loep. Hoe groot is de afvalberg van België? Waarom is de groei van de afvalberg problematisch? Wat kunnen wij doen om de afvalberg te verkleinen? **Omschrijving opdracht** Voor deze opdracht werk je individueel. Je bestudeert een infofiche over de afvalberg en lost de bijhorende vraagjes op.

DEEL 2: infofiche voor een *zero waste* badkamer (VERKENNEN + VERWERKEN)	
Tijd	**Omschrijving**
40 min.	Jullie hebben het afvalprobleem bestudeerd in deel één. Je onderzocht reeds enkele manieren om deze te verkleinen. In deel twee gaan we hier dieper op in. Hierin leer je hoe je afval in de badkamer kan vermijden, want naast de keuken is de badkamer één van de plekken waar het meeste afval wordt geproduceerd. Veel mensen gebruiken voor elk lichaamsdeel een ander product. Shampoo en conditioner voor je haar, douchegel en bodylotion voor je lichaam, gezichtstonic, dagcrème en make-up voor het gezicht. Gevolg: vele badkamerkasten staan vol plastic. (Drake, 2018) Hier gaan we verandering in brengen! **Omschrijving opdracht** Voor deel twee van deze hoek gaan jullie in groepjes van vier of vijf aan de slag. Op de tafel zien jullie de twee delen van het infofiche '*hygiëne in een plasticvrije badkamer*' hangen. Verantwoorde VERA heeft het infofiche al van een opmaak en wat info voorzien, maar hier en daar ontbreken nog enkele gegevens. Het is aan jullie om het infofiche aan te vullen. Bekijk het stappenplan aandachtig om de opdracht tot een goed einde te brengen.

DEEL 3: quiz (VASTZETTEN)	
Tijd	**Omschrijving**
klas/thuis 15 min	**Omschrijving opdracht** Test je kennis met behulp van de *zero waste* quiz die je terugvindt op de website. Op deze manier ontdek je of je alles goed begrepen hebt. Beantwoord de vragen door gebruik te maken van je zelfontworpen *zero waste* infofiche.

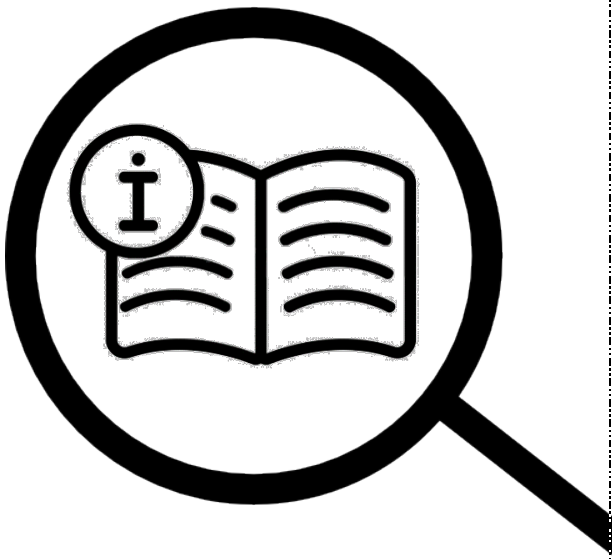
DEEL 4: DIY badkamerproducten maken (VERDIEPEN)	
Tijd	**Omschrijving**
Klas/thuis 10-15 min	**Omschrijving opdracht** Zoals je misschien al las op de website van Anne Drake kan je ook jouw eigen badkamerproducten maken. Op deze manier vermijd je plastic en schadelijke ingrediënten. In deze opdracht krijg je de kans om één van Anne Drake's producten te maken naar voorkeur. De recepten vind je terug op de website. <u>Recepten</u>: • shampoo • tandpasta • droogshampoo • scrub • (extra: conditioner) Je gaf jouw keuze op voorhand door aan de leerkracht. Hij/zij voorziet de nodige ingrediënten om je product thuis/in de klas te maken.

DEEL 5: review video (EVALUATIE)	
Tijd	**Omschrijving**
thuis 1u:30min	**Omschrijving opdracht** Je maakte thuis of in de klas een van de *zero waste* recepten naar keuze. Nadat je het product thuis hebt uitgeprobeerd maak je een review filmpje waarin je het product beoordeeld. Een *zero waste* product kan immers wel een beter alternatief zijn voor het milieu, maar doet het wat het moet doen? Bekijk zeker het stappenplan 'stappenplan review video' om deze opdracht tot een goed einde te brengen. **Wat is een *review* filmpje:** Bij een video review vertellen klanten in een filmpje, wat ze van een product of dienst vonden. Dit soort video's hebben een grote overtuigingskracht voor nieuwe klanten. Nieuwe klanten gaan zo sneller een product kopen, omdat anderen er lovend over zijn. Wanneer klanten niet lovend zijn over het product zullen nieuwe klanten dit product niet zo snel aankopen. (Kleijn, sd)



HOEK 3: MVC – Afvalvrij consumeren

OVERZICHT



Het overzicht geeft je een concreet beeld van hoe deze hoek opgebouwd en georganiseerd is. Hoek drie bestaat uit vijf verschillende delen. Ontdek wat je te wachten staat!

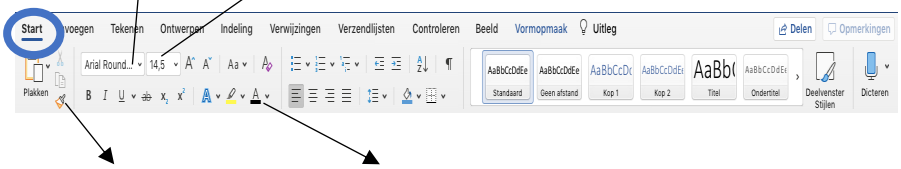
In deze hoek zijn alle moeilijke woorden genummerd. (bv. consumptiegedrag[1]) Alle genummerde woorden staan in een begrippenlijst. In deze lijst worden alle moeilijke woorden verklaard.
De begrippenlijst vind je terug op de website van Vera bij 'algemeen' of via de volgende QR-code.

DEEL 1: DE AFVALBERG (VERKENNEN + VERWERKEN)	
Tijd	**Omschrijving**
15 min.	Voor het eerste deel van deze hoek nemen we de afvalberg onder de loep. Hoe groot is de afvalberg van België? Waarom is de groei van de afvalberg problematisch? Wat kunnen wij doen om de afvalberg te verkleinen? **Omschrijving opdracht** Voor deze opdracht werk je individueel. Je bestudeert een infofiche over de afvalberg en lost de bijhorende vraagjes op.

DEEL 2: INFOFICHE VOOR EEN *ZERO WASTE* BADKAMER (VERKENNEN + VERWERKEN)	
Tijd	**Omschrijving**
40 min.	Jullie hebben het afvalprobleem bestudeerd in deel één. Je onderzocht reeds enkele manieren om deze te verkleinen. In deel twee gaan we hier dieper op in. Hierin leer je hoe je afval in de badkamer kan vermijden, want naast de keuken is de badkamer één van de plekken waar het meeste afval wordt geproduceerd. Veel mensen gebruiken voor elk lichaamsdeel een ander product. Shampoo en conditioner voor je haar, douchegel en bodylotion voor je lichaam, gezichtstonic, dagcrème en make-up voor het gezicht. Gevolg: vele badkamerkasten staan vol plastic. (Drake, 2018) Hier gaan we verandering in brengen! **Omschrijving opdracht** Voor deel twee van deze hoek gaan jullie in groepjes van vier of vijf aan de slag. Op de website vinden jullie een Word document met de naam 'Sjabloon infofiche *zero waste* badkamer'. Verantwoorde VERA heeft het infofiche al van een opmaak en wat info voorzien, maar hier en daar ontbreken nog enkele gegevens. Het is aan jullie om het infofiche aan te vullen. Bekijk het stappenplan aandachtig om de opdracht tot een goed einde te brengen. Voor deze opdracht werken we in Word. Indien de opmaak van het document wijzigt, kan je gebruik maken van volgende functies:

Lettertype
Arial Rounded MT

Lettergrootte

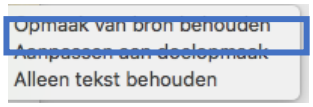


Opmaak kopiëren/plakken
Met deze knop kan je de opmaak van een stuk tekst kopiëren en plakken op een ander stuk tekst.

Tekstkleur

Plakopties
Wanneer je een stuk tekst van het internet kopieert en plakt, verschijnt de functie '**plakopties'** onder het stukje tekst. Klik hierop en kies voor '**aanpassen aan doelopmaak' of 'opmaak samenvoegen'**. Zo heb je aan de hand van één handeling de juiste opmaak.





DEEL 3: QUIZ (VASTZETTEN)	
Tijd	**Omschrijving**
klas/thuis 15 min	**Omschrijving opdracht** Test je kennis met behulp van de *zero waste* quiz die je terugvindt op de website. Op deze manier ontdek je of je alles goed begrepen hebt. Beantwoord de vragen door gebruik te maken van je zelfontworpen *zero waste* infofiche.

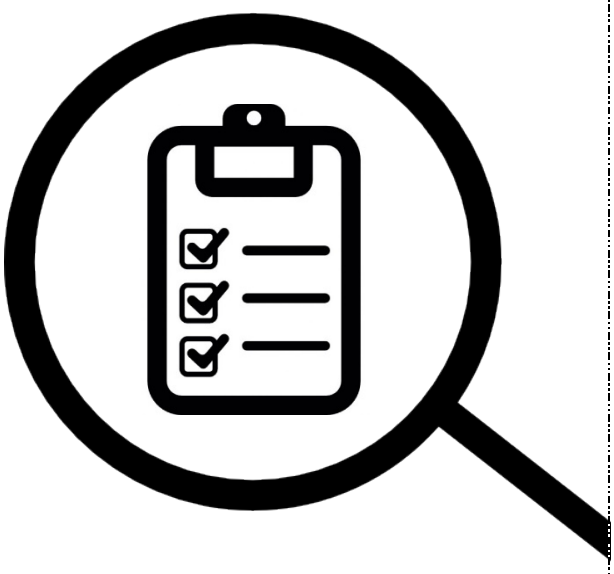
DEEL 4: DIY badkamerproducten maken (VERDIEPEN)	
Tijd	**Omschrijving**
Klas/thuis 10-15 min	**omschrijving opdracht** Zoals je misschien al las op de website van Anne Drake kan je ook jouw eigen badkamerproducten maken. Op deze manier vermijd je plastic en schadelijke ingrediënten. In deze opdracht krijg je de kans om één van Anne Drake's producten te maken naar voorkeur. De recepten vind je terug op de website. <u>Recepten</u>: • shampoo • tandpasta • droogshampoo • scrub • (extra: conditioner) Je gaf jouw keuze op voorhand door aan de leerkracht. Hij/zij voorziet de nodige ingrediënten om je product thuis/in de klas te maken.

DEEL 5: REVIEW VIDEO (EVALUATIE)	
Tijd	**Omschrijving**
Klas/thuis 1u30min	**Omschrijving opdracht** Je maakte thuis of in de klas een van de *zero waste* recepten naar keuze. Nadat je het product thuis hebt uitgeprobeerd maak je een review filmpje waarin je het product beoordeeld. Een *zero waste* product kan immers wel een beter alternatief zijn voor het milieu, maar doet het wat het moet doen? Bekijk zeker het stappenplan 'stappenplan review video' om deze opdracht tot een goed einde te brengen. **Wat is een *review* filmpje:** Bij een video review vertellen klanten in een filmpje, wat ze van een product of dienst vonden. Dit soort video's hebben een grote overtuigingskracht voor nieuwe klanten. Nieuwe klanten gaan zo sneller een product kopen, omdat anderen er lovend over zijn. Wanneer klanten niet lovend zijn over het product zullen nieuwe klanten dit product niet zo snel aankopen. (Kleijn, sd)



HOEK 3: MVC - Afvalvrij consumeren

STAPPENPLAN: ALGEMEEN



Volg dit stappenplan om deze hoek tot een goed einde te brengen. De geschatte tijd geeft een indicatie van hoelang je ongeveer aan elke stap zal werken. Succes!

STAPPENPLAN: ALGEMEEN		
STAP 1	**ORGANISATIE** Lees eerst het overzicht dat ook op de tafel ligt. Het overzicht geeft je een concreet beeld van het verloop van deze hoek. Het bevat verder ook nuttige informatie om deze hoek succesvol te voltooien. Je mag het overzicht en stappenplan bijhouden gedurende deze hoek.	5 min. 
DEEL 1: De afvalberg (VERKENNEN + VERWERKEN)		
Stappen	**Omschrijving**	**Geschatte tijd**
STAP 1	**VERKENNEN** Bekijk het infofiche dat aan de muur hangt en bekijk het infofiche globaal.	2 min.
STAP 2	**VERWERKEN EN REFLECTEREN** Scan de QR-code of open de link naar de vragenlijst op BookWidgets. Hier krijg je opnieuw het infofiche te zien over de afvalberg van België en hoe je kan helpen om deze te verkleinen. Bestudeer het infofiche en los de bijhorende vragen individueel op. Link: https://bit.ly/WorkshopVera-H3-D1	13 min.
DEEL 2: Infofiche voor een *zero waste* badkamer (VERKENNEN + VERWERKEN)		
Stappen	**Omschrijving**	**Geschatte tijd**
STAP 1	**VERKENNEN** Op de tafels vind je het infofiche met de titel 'Hygiëne in een *zero waste* badkamer' Als je even globaal naar de infofiche kijkt, zie je dat er heel wat kaders nog niet ingevuld zijn. Het is aan jou om deze kaders aan te vullen door middel van een aantal gegeven websites. De volgende stappen zullen je verder begeleiden in het invulproces.	1 min.

STAP 2	**ORGANISATIE** Op de tweede pagina van de infofiche zie je dat kader zes leeg is. Dit kader zal je moeten aanvullen met een inspirerende quote of weetje die je aandacht greep op één van de websites waarmee je werkte. Zorg ervoor dat je quote of weetje choqueert of andere mensen overtuigt van een zero waste levensstijl **Stap elf** zal je vragen om je quote/weetje in te vullen. <u>Voorbeeld quote</u>: Bv. "Tegen 2050 zal de oceaan meer plastic bevatten dan vis" (Wereld Economisch Forum) (Let op! De quote mag geen informatie bevatten die al op de poster is vermeld) 	1 min.
STAP 3	**VERKENNEN EN REFLECTEREN** Lees de informatie in kader één.  <u>Bespreek daarna in groep minstens twee van de volgende richtvragen</u>: • Had je hiervoor al gehoord van *zero waste*? • Ben jij iemand met een *zero waste* levensstijl? ○ Op welke manier probeer jij afval te beperken? ○ Indien je nog geen *zero waste* levensstijl hebt, zou je deze levensstijl willen uitproberen? Waarom wel/niet? • Ken je iemand met een *zero waste* levensstijl? Op welke manier probeert hij/zij afval te beperken?	5 min.

STAP 4	**VERKENNEN + REFLECTEREN** Een *zero waste* levensstijl krijgt vaak een negatieve bijklank. Mensen denken vaak dat een *zero waste* levensstijl saai is. Nicky en Jessie zijn twee bloggers met een *zero waste* levensstijl en bewijzen graag het tegendeel.  2 "Hi! Wij zijn Nicky en Jessie (...) op onze blog (...) geven we tips voor een duurzamer leven. Zónder in te leveren op comfort, stijl of leuke dingen. Doei wegwerp-koffiebekers, plastic boterhamzakjes en voorverpakte koekjes. Hi vintage winkels en betere wereld!" Scan de QR-code en bezoek Nicky en Jessie's blog. Scan de QR-code op in kader twee en verken de blog van Nicky en Jessie. <u>Bespreek in groep de minstens twee van de volgende vragen</u>: • Welke voordelen spreken jou het meest aan? • Welk voordeel zou veel mensen overtuigen van een *zero waste* levensstijl? • Welke voordelen overtuigen je niet? • Is je antwoord op de vraag: "Zou je deze levensstijl willen uitproberen?" veranderd?	5 min.
STAP 5	**ORGANISATIE** Voor de volgende vier stappen van deze opdracht splits je je groepje op in twee om de taken te verdelen. <u>Verdeling:</u> • Twee of drie leerlingen gaan aan de slag met stap zeven (plastic) en acht (plasticvrije badkamer) • Twee of drie leerlingen gaan aan de slag met stap negen (*microplastics*, plasticsoep en palmolie) en tien (shampoo)	2 min.
STAP 7	**VERDIEPEN** In deze stap onderzoek je het materiaal 'plastic'. In het artikel achter de QR-code worden enkele interessante cijfergegevens over plastic aangehaald. Zo lees je in kader drie dat een gratis plastic zakje gemiddeld 15 minuten wordt gebruikt. Surf naar de website van het artikel of scan de QR-code: https://www.charliemag.be/wereld/plastic-2/#0 Ga opzoek naar **drie andere cijfergegevens** uit **verschillende alinea's** waarvan jij denkt dat ze mensen zullen choqueren. Noteer ze in het kader.  3 Plastic: interessante cijfers Een gratis plastic zakje wordt gemiddeld slechts 15 MINUTEN gebruikt.	15 min.

STAP 8	**VERDIEPEN** Zoals je kan lezen in kader vier is een plasticvrije badkamer niet enkel vrij van plastic verpakkingen. Je badkamer plasticvrij maken is niet gemakkelijk. Toch is het de moeite waard! Overtuig mensen om hun badkamer plasticvrij te maken en vertel hen hoe ze dit kunnen doen.  **1. WAAROM?** Door je badkamer plasticvrij te maken, verklein je de afvalberg en dat is goed voor het milieu. Scan de QR-code, ga opzoek naar nog twee redenen om mensen te overtuigen van een *zero waste* badkamer en vul ze in op het infofiche. https://www.annedrake.be/blog/plasticvrije-badkamer/ **2. HOE?** Scan de QR-code, zoek twee manieren om plastic in de badkamer te vermijden en vul deze in op het infofiche. Let op! Je wil zo veel mogelijk mensen bereiken, zowel mannen als vrouwen. https://www.druantia.be/blog/persoonlijke-hygiene-in-een-zero-waste-badkamer/	10 min. 

STAP 9	**VERDIEPEN** In deze stap ontdek je de invloed van badkamerproducten op de planeet. Zoals je kan zien in kader vijf bekijken jullie drie problemen: *microplastics*, de plasticsoep en palmolie. Voor elke onderwerp ga je opzoek naar: • **het probleem**: bv. wat zijn *microplastics* en waarom zijn ze schadelijk voor de natuur? → Schrijf een korte verklaring bij "Het probleem" • **de oplossing:** bv. wat kan men doen om het probleem van *microplastics* op te lossen? → Formuleer één oplossing in maximaal twee zinnen bij "Wat kan je doen?" **1. MICROPLASTICS** Volgende website heb je nodig om het de informatie over microplastics aan te vullen. https://do.vlaanderen.be/nieuwe-app-waarschuwt-voor-microplastics **2. PLASTICSOEP** Volgende twee websites heb je nodig om het de informatie over de plasticsoep aan te vullen: • https://plasticsoep.sites.uu.nl/wat-is-de-plastic-soep/ • https://www.milieucentraal.nl/minder-afval/voorkom-afval/plastic-in-zee/ **3. PALMOLIE** Volgende website heb je nodig om het de informatie over palmolie aan te vullen. https://www.greenpeace.org/nl/natuur/478/vragen-over-palmolie/	15 min.

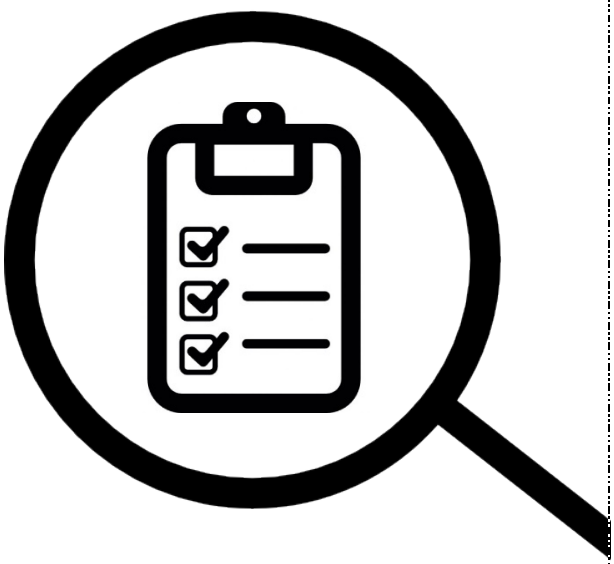


STAP 10	**VERDIEPEN** In deze stap kom je meer te weten over shampoo.  Waarom gebruiken we shampoo? Onze hoofdhuid produceert _____ om onze huid te _____ Dit goedje maakt ons haar _____ Om de t_____ te verwijderen gebruiken we shampoo! Alternatieven voor shampoo: Scan voor meer info NO POO methode = Je haar wassen met _____ (bv. ei, roggemeel) of _____ (enkel water). LOW POO methode = Je haar wassen met een shampoo of zeep zonder _____, _____ en _____. Zoals je kan zien, ontbreken er in kader zeven enkele woorden. Het is aan jullie om deze aan te vullen. **1. Waarom gebruiken we shampoo?** Vul het linkerdeel van kader zes in met behulp van de volgende website. https://www.gezondheidsnet.nl/haarverzorging/je-haar-wassen-is-dat-wel-nodig De *no poo community* is ervan overtuigt dat shampoo, met al zijn schuimende stofjes, meer kwaad doet dan goed. Zij wassen hun haar op een andere manier. Vervolledig deze stap om meer te weten te komen. **2. Alternatieven voor shampoo** Vul het rechterdeel van kader zes in met behulp van de volgende website. Lees de inleiding en de informatie onder de titels: *"**No-poo**" en "**Low-poo**".* https://natuurlijkehaarverzorging.nl/no-poo-en-low-poo/	10 min.
STAP 11	**VERWERKEN** Tijdens je zoektocht ben je heel wat interessante informatie tegengekomen. Nu vul je kader zes in met een choquerende/ overtuigende quote of weetje. <u>Aandachtspunt</u>**:** Bij een quote gebruik je aanhalingstekens en vermeld je de persoon/instantie die deze uitspraak deed. Bv.: "Tegen 2050 zal de oceaan meer plastic bevatten dan vis" (Wereld Economisch Forum)  	1 min.

DEEL 3: Quiz (VASTZETTEN)		
Stappen	**Omschrijving**	**Geschatte tijd**
STAP 1 	**VASTZETTEN** Je hebt verschillende manieren ontdekt om je badkamer plasticvrij te maken. Test je kennis aan de hand van een quiz op BookWidgets. Scan de QR-code of klik op de link om naar de quiz te gaan. Deze quiz mag je invullen met behulp van je infofiche. Link: https://bit.ly/WorkshopVera-H3-D3 Indien je dit deel thuis uitwerkt zal je leerkracht je voorzien van een ingevulde versie van het infofiche.	15 min.
DEEL 4: DIY badkamerproducten maken (VERDIEPEN)		
Stappen	**Omschrijving**	**Geschatte tijd**
STAP 1 	**VERKENNEN** Bekijk de verschillende *zero waste* recepten op de website door de QR-code te scannen. Welk recept wil je uitproberen? Geef je voorkeur door aan de leerkracht die je van de nodige ingrediënten zal voorzien. Link: https://bit.ly/WorkshopVera-H3-D4	5 min. 
STAP 2 	**UITVOEREN** Thuis of in de klas kan je het recept uitproberen. Volg de bereidingswijze op het recept. Wanneer je product klaar is kan je het uitproberen.	5-10 min.
STAP … 	**ORGANISATIE** Leg het overzicht en stappenplan terug op de tafel. Op deze manier kan de volgende groep ook vlot aan de slag.	1 min.

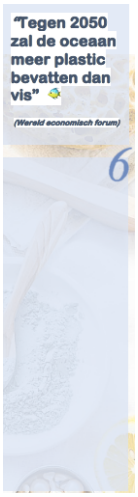
HOEK 3: MVC - Afvalvrij consumeren

STAPPENPLAN: ALGEMEEN



Volg dit stappenplan om deze hoek tot een goed einde te brengen. De geschatte tijd geeft een indicatie van hoelang je ongeveer aan elke stap zal werken. Succes!

STAPPENPLAN: ALGEMEEN		
STAP 1	**ORGANISATIE** Lees eerst het overzicht dat ook op de tafel ligt. Het overzicht geeft je een concreet beeld van het verloop van deze hoek. Het bevat verder ook nuttige informatie om deze hoek succesvol te voltooien. Je mag het overzicht en stappenplan bijhouden gedurende deze hoek.	5 min. 
DEEL 1: De afvalberg (VERKENNEN + VERWERKEN)		
Stappen	**Omschrijving**	**Geschatte tijd**
STAP 1	**VERKENNEN** Bekijk het infofiche dat aan de muur hangt en bekijk het infofiche globaal.	2 min.
STAP 2	**VERWERKEN EN REFLECTEREN** Scan de QR-code of open de link naar de vragenlijst op BookWidgets. Hier krijg je opnieuw het infofiche te zien over de afvalberg van België en hoe je kan helpen om deze te verkleinen. Bestudeer het infofiche en los de bijhorende vragen individueel op. Link: https://bit.ly/WorkshopVera-H3-D1	13 min.
DEEL 2: Infofiche voor een *zero waste* badkamer (VERKENNEN + VERWERKEN)		
Stappen	**Omschrijving**	**Geschatte tijd**
STAP 1	**ORGANISATIE** Open de link naar het document ‘sjabloon infofiche zero waste badkamer’ op de website van Vera. Link: https://bit.ly/WorkshopVera-H3-D2	1 min.
STAP 2	**VERKENNEN** Als je even globaal naar de infofiche kijkt, zie je dat er heel wat kaders nog niet ingevuld zijn. Het is aan jou om deze kaders aan te vullen door middel van een aantal websites. De volgende stappen zullen je verder begeleiden in het invulproces.	

STAP 3	**ORGANISATIE** Op de tweede pagina van de infofiche zie je dat kader zes leeg is. Dit kader zal je moeten aanvullen met een inspirerende quote of weetje die je aandacht greep op één van de websites waarmee je werkte. Zorg ervoor dat je quote of weetje choqueert of andere mensen overtuigt van een zero waste levensstijl. **Stap elf** zal je vragen om je quote/weetje in te vullen. <u>Voorbeeld quote</u>: Bv. "Tegen 2050 zal de oceaan meer plastic bevatten dan vis" (Wereld Economisch Forum) (Let op! De quote mag geen informatie bevatten die al op de poster is vermeld) 	1 min.
STAP 4	**VERKENNEN EN REFLECTEREN** Lees de informatie in kader één.  <u>Bespreek daarna in groep twee van de volgende richtvragen</u>: • Had je hiervoor al gehoord van *zero waste*? • Ben jij iemand met een *zero waste* levensstijl? ○ Op welke manier probeer jij afval te beperken? ○ Indien je nog geen *zero waste* levensstijl hebt, zou je deze levensstijl willen uitproberen? Waarom wel/niet? • Ken je iemand met een *zero waste* levensstijl? Op welke manier probeert hij/zij afval te beperken?	5 min.

STAP 5	**VERKENNEN + REFLECTEREN** Een *zero waste* levensstijl krijgt vaak een negatieve bijklank. Mensen denken vaak dat een *zero waste* levensstijl saai is. Nicky en Jessie zijn twee bloggers met een *zero waste* levensstijl en bewijzen graag het tegendeel.  2 "Hi! Wij zijn Nicky en Jessie (...) op onze blog (...) geven we tips voor een duurzamer leven. Zónder in te leveren op comfort, stijl of leuke dingen. Doei wegwerp-koffiebekers, plastic boterhamzakjes en voorverpakte koekjes. Hi vintage winkels en betere wereld!" Scan de QR-code en bezoek Nicky en Jessie's blog Scan de QR-code op in kader twee en verken de blog van Nicky en Jessie. <u>Bespreek in groep de minstens twee van de volgende richtvragen</u>: • Welke voordelen spreken jou het meest aan? • Welk voordeel zou veel mensen overtuigen van een *zero waste* levensstijl? • Welke voordelen overtuigen je niet? • Is je antwoord op de vraag: "Zou je deze levensstijl willen uitproberen?" veranderd?	5 min.
STAP 6	**ORGANISATIE** Voor de volgende vier stappen van deze opdracht splits je je groepje op in twee om de taken te verdelen. <u>Verdeling:</u> • Twee of drie leerlingen gaan aan de slag met stap zeven (plastic) en acht (plasticvrije badkamer) • Twee of drie leerlingen gaan aan de slag met stap negen (*microplastics*, plasticsoep en palmolie) en tien (shampoo)	2 min.
STAP 7	**VERDIEPEN**  3 Plastic: interessante cijfers Een gratis plastic zakje wordt gemiddeld slechts 15 MINUTEN gebruikt. In deze stap onderzoek je het materiaal 'plastic'. In het artikel achter de QR-code worden enkele interessante cijfergegevens over plastic aangehaald. Zo lees je in kader drie dat een gratis plastic zakje gemiddeld 15 minuten wordt gebruikt. Surf naar de website van het artikel of scan de QR-code: https://www.charliemag.be/wereld/plastic-2/#0 Ga opzoek naar **drie andere cijfergegevens** uit **verschillende alinea's** waarvan jij denkt dat ze mensen zullen choqueren. Noteer ze in het kader.	15 min.

STAP 8	**VERDIEPEN** Zoals je kan lezen in kader vier is een plasticvrije badkamer niet enkel vrij van plastic verpakkingen. Je badkamer plasticvrij maken is niet gemakkelijk. Toch is het de moeite waard! Overtuig mensen om hun badkamer plasticvrij te maken en vertel hen hoe ze dit kunnen doen.  **3. WAAROM?** Door je badkamer plasticvrij te maken, verklein je de afvalberg en dat is goed voor het milieu. Scan de QR-code, ga opzoek naar nog twee redenen om mensen te overtuigen van een *zero waste* badkamer en vul ze in op het infofiche. https://www.annedrake.be/blog/plasticvrije-badkamer/ **4. HOE?** Scan de QR-code, zoek twee manieren om plastic in de badkamer te vermijden en vul deze in op het infofiche. Let op! Je wil zo veel mogelijk mensen bereiken, zowel mannen als vrouwen. https://www.druantia.be/blog/persoonlijke-hygiene-in-een-zero-waste-badkamer/	10 min. 

STAP 9	**VERDIEPEN**	15 min.

In deze stap ontdek je de invloed van badkamerproducten op de planeet. Zoals je kan zien in kader vijf bekijken jullie drie problemen: *microplastics*, de plasticsoep en palmolie.



Voor <u>elke onderwerp</u> ga je opzoek naar:

- **Het probleem**: bv. wat zijn *microplastics* en waarom zijn ze schadelijk voor de natuur?

  → Schrijf een korte verklaring bij “Het probleem”

- **De oplossing:** bv. wat kan men doen om het probleem van *microplastics* op te lossen?

  → Formuleer één oplossing in maximaal twee zinnen bij “Wat kan je doen?”

4. MICROPLASTICS

Volgende website heb je nodig om het de informatie over microplastics aan te vullen.
https://do.vlaanderen.be/nieuwe-app-waarschuwt-voor-microplastics

5. PLASTICSOEP

Volgende twee websites heb je nodig om het de informatie over de plasticsoep aan te vullen:

- https://plasticsoep.sites.uu.nl/wat-is-de-plastic-soep/

- https://www.milieucentraal.nl/minder-afval/voorkom-afval/plastic-in-zee/

6. PALMOLIE

Volgende website heb je nodig om het de informatie over palmolie aan te vullen.

https://www.greenpeace.org/nl/natuur/478/vragen-over-palmolie/

STAP 10	**VERDIEPEN**  In deze stap kom je meer te weten over shampoo. Zoals je kan zien, ontbreken er in kader zeven enkele woorden. Het is aan jullie om deze aan te vullen. **3. Waarom gebruiken we shampoo?** Vul het linkerdeel van kader zes in met behulp van de volgende website. https://www.gezondheidsnet.nl/haarverzorging/je-haar-wassen-is-dat-wel-nodig De *no poo community* is ervan overtuigt dat shampoo, met al zijn schuimende stofjes, meer kwaad doet dan goed. Zij wassen hun haar op een andere manier. Vervolledig deze stap om meer te weten te komen. **4. Alternatieven voor shampoo** Vul het rechterdeel van kader zes in met behulp van de volgende website. Lees de inleiding en de informatie onder de titels: ***"No-poo"*** *en* ***"Low-poo".*** https://natuurlijkehaarverzorging.nl/no-poo-en-low-poo/	10 min.
STAP 11	**VERWERKEN** Tijdens je zoektocht ben je heel wat interessante informatie tegengekomen. Nu vul je kader zes in met een choquerende/ overtuigende quote of weetje. Aandachtspunt**:** Bij een quote gebruik je aanhalingstekens en vermeld je de persoon/instantie die deze uitspraak deed. Bv.: "Tegen 2050 zal de oceaan meer plastic bevatten dan vis" (Wereld Economisch Forum)	2 min.
STAP 12	**BEWAREN EN INDIENEN** Volg de onderstaande richtlijn: ☐ Sla je document op de volgende manier op: Naam1_Naam2_Naam3_Naam4_ZeroWasteInfofiche **Zorg dat je ook thuis je document kan raadplegen.** Verstuur het naar je eigen e-mailadres of sla het op op … (ZELF AAN TE VULLEN). 	2 min.

DEEL 3: Quiz (VASTZETTEN)		
Stappen	**Omschrijving**	**Geschatte tijd**
STAP 1	**VASTZETTEN** Je hebt verschillende manieren ontdekt om je badkamer plasticvrij te maken. Test je kennis aan de hand van een quiz. Scan de QR-code of klik op de link om naar de quiz te gaan. Deze quiz mag je invullen met behulp van je infofiche. Link: https://bit.ly/WorkshopVera-H3-D3	15 min.
DEEL 4: DIY badkamerproducten maken (VERDIEPEN)		
Stappen	**Omschrijving**	**Geschatte tijd**
STAP 1	**VERKENNEN** Bekijk op de verschillende recepten op de website door de QR-code te scannen. Welk recept wil je uitproberen? Geef je voorkeur door aan de leerkracht die je van de nodige ingrediënten zal voorzien. Link: https://bit.ly/WorkshopVera-H3-D4	5 min. 
STAP 2	**UITVOEREN** Thuis of in de klas kan je het recept uitproberen. Volg de bereidingswijze op het recept. Wanneer je recept klaar is kan je het uitproberen.	5-10 min.
STAP …	**ORGANISATIE** Leg het overzicht en stappenplan terug op de tafel. Op deze manier kan de volgende groep ook vlot aan de slag.	1 min.

HOEK 3: BEGRIPPENLIJST	
DEEL 1: de afvalberg (VERKENNEN+VERWERKEN)	
Begrippen	**Definitie**
Consumptiegedrag[1]	Consumptiegedrag is de beschrijving van hoe mensen kopen, wat ze kopen, waar ze kopen, wanneer ze kopen en waarom ze kopen. (Wikipedia-bijdragers, 2013)
Afbreektijd[2]	De periode die een materie nodig heeft om te verdwijnen uit de natuur. (Omgevingsdienst nhn , sd) Niet-natuurlijke materialen breken nooit helemaal af en blijven bestaan. (Greenkids, 2015)
Niet- natuurlijke materialen[3]	Natuurlijke materialen zijn stoffen die door de natuur worden geproduceerd zoals vruchtbare aarde, olie, mineralen, hout en andere gewassen. Niet-natuurlijke grondstoffen zijn stoffen die niet door de natuur geproduceerd worden zoals plastic, isomo, glas, metalen. (Wikipedia-bijdragers, 2015)
DEEL 2: infofiche voor een zero waste badkamer (VERKENNEN)	
Parabenen[4]	Parabenen zijn bewaarmiddelen met antibacteriële eigenschappen. Ze zorgen ervoor dat je shampoo zijn textuur behoud. Hoewel deze materie de huid niet irriteert, zijn er **vermoedens** dat dat parabenen de werking van oestrogeen imiteren, wat zou kunnen zorgen voor hormonale storingen. Hormonale storing wordt gelinkt aan o.a. borstkanker, vervroegde puberteit en verminderde vruchtbaarheid bij mannen. (Dorni, 2017)

HOEK 3: WOORDENLIJST - TE KENNEN WOORDEN	
DEEL 1: de afvalberg (VERKENNEN+VERWERKEN)	
Begrippen	**Definitie**
Consumptiegedrag	Consumptiegedrag is de beschrijving van hoe mensen kopen, wat ze kopen, waar ze kopen, wanneer ze kopen en waarom ze kopen. (Wikipedia-bijdragers, 2013)
Afbreektijd	De periode die een materie nodig heeft om te verdwijnen uit de natuur. (Omgevingsdienst nhn , sd) Niet-natuurlijke materialen breken nooit helemaal af en blijven bestaan. (Greenkids, 2015)
Niet - natuurlijke materialen	Natuurlijke materialen zijn stoffen die door de natuur worden geproduceerd zoals vruchtbare aarde, olie, mineralen, hout en andere gewassen. Niet-natuurlijke grondstoffen zijn stoffen die niet door de natuur geproduceerd worden zoals plastic, isomo, glas, metalen. (Wikipedia-bijdragers, 2015)
Afval beperken	De hoeveelheid afval die je produceert verminderen door zo veel mogelijk te weigeren afval. (Zaailingen, sd)
Hergebruiken	Afval is een keuze, Iets wordt pas afval wanneer jij het niet meer in de buurt wil hebben. Je oude kleren kunnen waardevol zijn voor iemand anders. Wanneer we zaken hergebruiken, is verspilling is niet meer mogelijk en gaan we afval uit de weg. (Martin, 2015)
Recycleren	Grondstoffen terugwinnen uit afval en opnieuw voor gebruik geschikt maken. Bv. Een fiets gemaakt uit gerecycleerde blikken. (Van Daele, sd)
DEEL 2: infofiche voor een zero waste badkamer (VERKENNEN)	
Zero waste of afvalarm	De levensstijl waarbij je actief probeert om je afvalgebruik te verminderen of volledig aan banden te leggen. (Jessie, sd)
Microplastics	In veel verzorgingsproducten zitten kleine deeltjes plastic (kleiner dan 5mm), die zij heel slecht voor het milieu. Ze komen terecht in zee en vissen eten ze niets vermoedend op. (Vlaanderen is duurzaam) Dieren (dus ook de mens) kunnen grote hoeveelheden plastic niet verteren. Wanneer ze grote hoeveelheden plastic opeten kunnen ze hier sterven. (milieu centraal, sd)
Plasticsoep	Het begrip plasticsoep verwijst naar alle plastic vervuiling in de oceaan. (Universiteit Utrecht, sd) Vogels, vissen, dolfijnen en zeehonden zien het aan voor voedsel en eten het op. Of ze raken erin verstrikt. (milieu centraal, sd)

Palmolie	Palmolie is een van de meest gebruikte plantaardige oliën. Voor de aanleg van de plantages worden delen van het regenwoud gekapt. Ontbossing gaat vaak gepaard gaat met hevige bosbranden en zo komt veel CO2 vrij. Hierdoor verandert het klimaat nog sneller. Verder worden inheemse stammen en diersoorten zoals de Orang-oetan door de ontbossing bedreigd. (Rietveld, 2018)
Talg	Talg is een vetachtige materie die geproduceerd wordt door talgklieren die zich vooral in de huid bevinden waar ook beharing is. **Talg** beschermt de huid en het haar tegen uitdroging en infectie door bacteriën en schimmels. (Wikipedia-bijdragers, 2019)
Siliconen	Siliconen worden in haarverzorgingsproducten gebruikt om een beschermend, glanzend laagje te leggen over iedere individuele haar. (Dorni, 2017) Op deze manier wordt je haar beschermt tegen de hitte van de haardroger, vocht en voeding worden tegengehouden. (Cordia, 2020)
Sulfaten	Dit zijn sterke reinigers die je shampoo doen schuimen. Ze verwijderen overtollig talg, maar nemen ook de natuurlijke oliën en eiwitten die je haar sterk en gezond houden weg. (Dorni, 2017)
Parabenen	Parabenen zijn bewaarmiddelen met antibacteriële eigenschappen. Ze zorgen ervoor dat je shampoo zijn textuur behoud. Hoewel deze materie de huid niet irriteert, zijn er **vermoedens** dat dat parabenen de werking van oestrogeen imiteren, wat zou kunnen zorgen voor hormonale storingen. Hormonale storing wordt gelinkt aan o.a. borstkanker, vervroegde puberteit en verminderde vruchtbaarheid bij mannen. (Dorni, 2017)

Palmolie	Palmolie is een van de meest gebruikte plantaardige oliën. Voor de aanleg van de plantages worden delen van het regenwoud gekapt. Ontbossing gaat vaak gepaard gaat met hevige bosbranden en zo komt veel CO2 vrij. Hierdoor verandert het klimaat nog sneller. Verder worden inheemse stammen en diersoorten zoals de Orang-oetan door de ontbossing bedreigd. (Rietveld, 2018)
Talg	Talg is een vetachtige materie die geproduceerd wordt door talgklieren die zich vooral in de huid bevinden waar ook beharing is. **Talg** beschermt de huid en het haar tegen uitdroging en infectie door bacteriën en schimmels. (Wikipedia-bijdragers, 2019)
Siliconen	Siliconen worden in haarverzorgingsproducten gebruikt om een beschermend, glanzend laagje te leggen over iedere individuele haar. (Dorni, 2017) Op deze manier wordt je haar beschermt tegen de hitte van de haardroger, vocht en voeding worden tegengehouden. (Cordia, 2020)
Sulfaten	Dit zijn sterke reinigers die je shampoo doen schuimen. Ze verwijderen overtollig talg, maar nemen ook de natuurlijke oliën en eiwitten die je haar sterk en gezond houden weg. (Dorni, 2017)
Parabenen	Parabenen zijn bewaarmiddelen met antibacteriële eigenschappen. Ze zorgen ervoor dat je shampoo zijn textuur behoud. Hoewel deze materie de huid niet irriteert, zijn er **vermoedens** dat dat parabenen de werking van oestrogeen imiteren, wat zou kunnen zorgen voor hormonale storingen. Hormonale storing wordt gelinkt aan o.a. borstkanker, vervroegde puberteit en verminderde vruchtbaarheid bij mannen. (Dorni, 2017)

Help de afvalberg te verkleinen!

Het probleem: tegen 2050 zal de afvalberg gelijk zijn aan 34 miljoen volgepropte vrachtwagens per jaar. [1]

wist-je-datje

In België produceren we 16,5 miljoen kg huishoudelijk afval PER DAG (= 3.000 🐘). Ons consumptiegedrag zorgt ervoor dat dit toeneemt! = Hoe, wat en waar we ons gerief kopen zorgt voor steeds meer afval.

Ons afval heeft zijn weg gevonden naar elke uithoek van de wereld: op de bodem van de oceaan, in de lucht, diep in onze laatste wouden,... Al dit afval tast land en leven aan 🐢. Dit probleem werd op een eeuw tijd veroorzaakt, maar zal ons nog honderden jaren achtervolgen. Vooral die stukken zwerfafval met een lange afbreektijd,[2] zoals plastic, zijn een groot probleem. Een PET-fles bijvoorbeeld heeft 450 jaar nodig om af te breken. Maar plastic en andere niet-natuurlijke[3] materialen breken eigenlijk nooit helemaal af, ze blijven bestaan. Plastic valt uiteen in kleine deeltjes, die in de aarde en het (zee)water terecht komen.



Wat kan jij doen?

1 Stap 1: Beperken

Probeer zoveel mogelijk afval te vermijden.
Bv. ga voor kraantjeswater en vemijd plastic flessen.

2 Stap 2: Hergebruiken

Vermijd producten voor eenmalig gebruik.
Bv. gebruik metalen rietjes.

3 Stap 3: Recycleren

Als je afval toch in de vuilbak belandt, sorteer dan je afval zodat het gerecycleerd kan worden.

Scan de code voor meer voorbeelden!

Bronnen: Goodplanet . (sd). *thematisch dossier zero afval*. goodplanet.
WWF. (sd). *Afval*. Opgehaald van wwf: https://wwf.be/nl/maak-het-verschil/verklein-je-ecologische-voetafdruk/afval/
Greenkids. (2015). *De afbreektabel*.
Heylen, K. (2018). *Wereldwijde afvalberg tegen 2050 70 procent groter*.

powered by PIKTOCHART

HYGIËNE IN EEN PLASTICVRIJE BADKAMER.

1

Zero waste: wat en waarom?

De levensstijl waarbij je actief probeert om je **afvalgebruik** te verminderen of volledig **aan banden te leggen** is trending!

Zero waste leven is niet alleen **goed voor het milieu**, maar brengt

2

"Hi! Wij zijn Nicky en Jessie (…) op onze blog (…) geven we tips voor een **duurzamer leven. Zónder in te leveren op comfort, stijl of leuke dingen.**

Doei wegwerp-koffiebekers, plastic boterhamzakjes en voorverpakte koekjes. Hi vintage winkels en betere wereld!"

(Het zero waste project, sd)

3

Plastic: interessante cijfers



Een gratis plastic zakje wordt gemiddeld slechts **15 MINUTEN** gebruikt.

…

…



(Vecteezy)

…

(Vandoorne, 2019)

4

Een plasticvrije badkamer

Een badkamer zonder plastic verpakkingen, maar ook zonder ongezonde schuimmiddelen, microplastics, parabenen[4], enz.

Waarom?

- Het is goed voor het milieu.
- …
- …

Hoe?

- Bv…
- Bv…

Scan voor meer voorbeelden

(Drake, Hoe maak je je badkamer plasticvrij?, (Van Dessel, 2019)

(Oskana, 2018)

5

WAT DOEN MIJN BADKAMERPRODUCTEN MET DE AARDE?

MICROPLASTICS

Het probleem: …

Wat kan jij doen: …

PLASTICSOEP

Het probleem: …

Wat kan jij doen: …

PALMOLIE

Het probleem: …

Wat kan jij doen: …

(Vlaanderen is duurzaam)

(Universiteit Utrecht, sd)

(milieu centraal, sd)

(Rietveld, 2018)

"Tegen 2050 zal de oceaan meer plastic bevatten dan vis"

(Wereld economisch forum)

6

7

Waarom gebruiken we shampoo?

Onze hoofdhuid produceert … om onze huid te … Dit goedje maakt ons haar… Om de t… te verwijderen gebruiken we shampoo!

Alternatieven voor shampoo:

Scan voor meer info

NO POO methode = Je haar wassen met … (bv. ei, roggemeel) of … (enkel water).

LOW POO methode = Je haar wassen met een shampoo of zeep zonder …, … en … .

(Groot, 2018)

(Rachel, 2016)

(Oskana, 2018)

HYGIËNE IN EEN PLASTICVRIJE BADKAMER.

1

Zero waste: wat en waarom?

De levensstijl waarbij je actief probeert om je **afvalgebruik** te verminderen of volledig **aan banden te leggen** is trending!

Zero waste leven is niet alleen **goed voor het milieu**, maar brengt ook **innerlijke rust**. Of het kan ook gewoon een **toffe uitdaging** zijn.

(Het zero waste project, sd)

2

"Hi! Wij zijn Nicky en Jessie (…) op onze blog (…) geven we tips voor een **duurzamer leven. Zónder in te leveren op comfort, stijl of leuke dingen.**

Doei wegwerp-koffiebekers, plastic boterhamzakjes en voorverpakte koekjes. Hi vintage winkels en betere wereld!"

(Het zero waste project, sd

3

Plastic: interessante cijfers



Een gratis plastic zakje wordt gemiddeld slechts **15 MINUTEN** gebruikt.

(Vandoorne, 2019)



(Vecteezy)

(Oskana, 2018)

4

Een plasticvrije badkamer

Een badkamer zonder plastic verpakkingen, maar ook zonder ongezonde schuimmiddelen, microplastics, parabenen[4], enz.

Waarom?

- Het is goed voor het milieu.
- _____
- _____

Hoe?

- Bv. _____
- Bv. _____

Scan voor meer voorbeelden

(Drake. Hoe maak je je badkamer plasticvrij?)

(Van Dessel, 2019)

5

WAT DOEN MIJN BADKAMERPRODUCTEN MET DE AARDE?

MICROPLASTICS

Het probleem: _____

_____

_____

_____

Wat kan jij doen: _____

_____

PLASTICSOEP

Het probleem: _____

_____

_____

_____

Wat kan jij doen: _____

_____

PALMOLIE

Het probleem: _____

_____

_____

(Vlaanderen is duurzaam)

(Universiteit Utrecht, sd)

(milieu centraal, sd)

(Rietveld, 2018)

"Tegen 2050 zal de oceaan meer plastic bevatten dan vis"

(Wereld economisch forum)

6

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

7

Waarom gebruiken we shampoo?

Onze hoofdhuid produceert _____ om onze huid te _____ Dit goedje maakt ons haar_____ Om de t_____ te verwijderen gebruiken we shampoo!

Alternatieven voor shampoo:

Scan voor meer info

NO POO methode = Je haar wassen met _____ (bv. ei, roggemeel) of _____ (enkel water).

LOW POO methode = Je haar wassen met een shampoo of zeep zonder _____, _____ en _____.

(Groot, 2018)

(Rachel, 2016)

(Oskana, 2018)

TRY ZERO WASTE!

1 minuut | 7 cent | onmiddellijk te gebruiken



(Boogert, 2020)

CONDITIONER

DOE-HET-ZELF!



(De Loose, 2016)

BENODIGDHEDEN:

- 1 el kokosolie of jojoba olie

TIP: Amandelolie versterkt het haar en voorkomt gespleten punten. Wonderolie en druivenpitolie werken tegen haaruitval.

BEREIDING:

- Breng de olie aan op je haarpunten of over de gehele lengte (bij heel droog haar).
- Laat 10 minuten of een hele nacht inwerken.
- Was het haar goed uit.

Uit: *"Doe het zelf! Ecologie op hoge hakken"* door Anne Drake

(Drake, Doe het zelf: Ecologie op hoge hakken, 2018)

TRY ZERO WASTE!

5 minuten 20 cent 6 maanden houdbaar



(d01salon)

DOE-HET-ZELF!

DROOGSHAMPOO

BENODIGDHEDEN:

- 15 g pijlwortelpoeder of arrowroot, rauw cacaopoeder (voor donkerharigen)
- 5 druppels etherische olie naar keuze
- 1 afsluitbaar glazen potje

BEREIDING:

- Meng het poeder met de etherische olie in het potje. Mensen met een donkere haarkleur kunnen rauw cacaopoeder toevoegen voor een donkerdere versie.
- Dop een zachte make-upborstel in het mengsel en breng het aan op je haarwortels.
- Masseer met je vingers je hoofdhuid en verdeel het poeder. Laat het mensel twee minuten de talg absorberen en borstel je haar goed door. Je kan er ook even met de haardroger door gaan.

Uit: *"Doe het zelf! Ecologie op hoge hakken"* door Anne Drake

(Drake, Doe het zelf: Ecologie op hoge hakken, 2018)

TRY ZERO WASTE!

1 minuut 2 cent onmiddellijk te gebruiken



(van der Waals, 2019)

DOE-HET-ZELF!

SHAMPOO

BENODIGDHEDEN:

- ½ teelepel bicarbonaat
- 100 ml water

BEREIDING:

- Los het bicarbonaat op in het water en doe alles in een afsluitbaar glazen flesje.
- Maak het haar goed nat en schud het flesje goed door elkaar.
- Verdeel de inhoud over je hoofdhuid. Masseer alles grondig in en spoel goed.

Uit: *"Doe het zelf! Ecologie op hoge hakken"* door Anne Drake

(Drake, Doe het zelf: Ecologie op hoge hakken, 2018)

TRY ZERO WASTE!

5 minuten | 70 cent | 1 jaar houdbaar



(Codi, 2019)

DOE-HET-ZELF!

TANDPASTA

BENODIGDHEDEN:

- 30 g kokosolie
- 5 g natriumcarbonaat
- 10 druppels etherische olie, munt
- 15 druppels vloeibare stevia / een mespunt fijn gemalen xylitol

BEREIDING:

- Meng alle ingrediënten in een kom met een lepeltje.
- Proef en voeg naar smaak nog een druppeltje munt toe.
- Dep de tandenborstel in de tandpasta en poets zoals altijd.

De soda reinigt je tanden. De stevia of xylitol neutraliseert de zoute smaak. De kokosolie verzorgt je tandvlees en de muntolie ontsmet je mond en zorgt voor een frisse adem.

Uit: *"Doe het zelf! Ecologie op hoge hakken"* door Anne Drake

(Drake, Doe het zelf: Ecologie op hoge hakken, 2018)

TRY ZERO WASTE!

5 minuten 50 cent onmiddellijk te gebruiken

SCRUB

DOE-HET-ZELF!



(Concious by Chloe, 2019)

BENODIGDHEDEN:

- 2 tl koffiegruis
- 2 tl rauwe cacaopoeder
- 2 tl kokosolie (of een andere basisolie)
- 2 druppels etherische olie naar keuze.

BEREIDING:

- Doe de koffie in een kom en voeg de rauwe cacaopoeder, de kokosolie en de etherische olie toe.

TIP!

Breng minstens één keer per week aan en spoel af met warm water. Je huid is nu goed doorbloed en klaar om je favoriete lotion of olie op te nemen.

Uit: *"Doe het zelf! Ecologie op hoge hakken"* door Anne Drake

(Drake, Doe het zelf: Ecologie op hoge hakken, 2018)

HOEK 3: MVC - Afvalvrij consumeren

STAPPENPLAN: TAAK – REVIEW VIDEO



Volg dit stappenplan om deze hoek tot een goed einde te brengen. De geschatte tijd geeft een indicatie van hoelang je ongeveer aan elke stap zal werken. Succes!

STAPPENPLAN: *REVIEW* VIDEO			
Stappen	**Benodigdheden**	**Omschrijving**	**Geschatte werktijd thuis**
STAP 1 	– Computer met Microsoft Word of een ander tekstverwerkings-programma	**VOORBEREIDEN** Nadat je je product gemaakt en gebruikt hebt, maak je een review filmpje van 2-4 minuten waarin je je zelfgemaakt product beoordeelt. Voor je begint met filmen, maak je een script in Word van wat je zal zeggen. Je review moet de volgende informatie bevatten: 1. <u>Inleiding</u>: ☐ Je begroet je publiek en vertelt waarover je filmpje zal gaan. Je vermeldt welk product je hebt gemaakt. 2. <u>Midden</u>: ☐ Je laat je publiek weten welke ingrediënten je hebt gebruikt. ☐ Je beoordeelt het product aan de hand van volgende richtvragen: – Doet het product wat het moet doen? – Is het gebruiksvriendelijk? – Hoe verschilt jouw product van het winkelproduct? – Schuimt het meer/minder? Vind je dit positief/negatief? – Is de textuur anders? Hoe? Is dit positief/ negatief? – Ruikt/smaakt het lekker? Hoe ruikt/smaakt het? – Was het gemakkelijk om te maken? – Nam de bereidingswijze veel tijd in beslag? – Raad je het aan anderen aan? Waarom wel/niet? – Waarom is dit product beter/slechter dan het winkelproduct? 3. <u>Slot:</u> ☐ Je bedankt je publiek. Je kan eventueel vermelden dat je hoopt dat ze het interessant/bruikbaar vonden.	40 min.

		Vink de onderdelen af die je hebt toegevoegd aan je script. Op deze manier zal je geen onderdelen vergeten. Sla je script op onder de volgende **bestandsnaam**: Naam_Voornaam_ScriptReviewVideo	
STAP 2 	– Computer – Document 'Hoek 3: Handleiding Prezi Video' – Internet	**VOORBEREIDEN** Je maakt je filmpje met Prezi Video. We werken met Prezi Video omdat je jezelf kan filmen en tekst in beeld kan brengen om je bericht te ondersteunen. Bekijk het document 'Hoek 3: Handleiding Prezi Video'. Daarna kan je aan de slag gaan.	10 min.

STAP 3 	– Computer met camera en microfoon – Internet	**VOORBEREIDEN** Je opent de website en maakt een account aan. Je klikt op *create new video* en doorloopt de uitleg op de website. Welke tekst breng je in beeld in je Prezi Video? De tekst die je in beeld brengt, houd je zo kort en bondig mogelijk. Verschillende *frames*: 1. <u>Inleiding:</u> ☐ *Frame 1: G*eef je filmpje een titel, bv. 'Beoordeling *zero waste* scrub. 2. <u>Midden:</u> • *Frame* 2: Som de ingrediënten die je hebt gebruikt op. Indien ze niet allemaal in één *frame* passen, kan je één *frame* per ingrediënt gebruiken. • *Frame* 3: Noteer hierin het woord beoordeling of review. • *Frame 4 tot en met 9*: Deze *frames* gebruik je om je beoordeling te ondersteunen. ○ Geef je product minimum twee positieve en twee negatieve beoordelingen. ○ Breng duidelijk in beeld wanneer het om iets positief of negatief gaat. ▪ Bv. het ruikt lekker. ○ Zorg ervoor dat je eerst de negatieve punten bespreekt en dan de positieve, of omgekeerd. Maar geef ze zeker niet door elkaar. 3. <u>Slot</u> • *Frame 10*: Sluit je filmpje af. Je kan bijvoorbeeld het woord 'bedankt' of 'einde' in beeld brengen. Vink de onderdelen af die je hebt toegevoegd aan je script. Op deze manier zal je geen onderdelen vergeten. Bekijk dit voorbeeld: https://prezi.com/v/h520krgedfbt/ (Natuurlijk breng je in jouw filmpje jezelf ook in beeld.)	15 min. 

STAP 4 	– Computer of laptop met een camera en microfoon – Internet	**UITVOEREN** Eenmaal je je tekst hebt ingeoefend en je *frames* functioneren, kan je beginnen met filmen. Je zal een paar pogingen moeten ondernemen voordat je een filmpje hebt waar je tevreden over bent. <u>Aandachtspunten - filmen</u>: Zorg dat je … – Prezi Video alle gevraagde informatie bevat; – de Prezi Video filmt op een neutrale achtergrond; – Prezi Video 2 à 4 minuten duurt; – goed in beeld staat; – luid en duidelijk spreekt; – niet voortdurend naar je script kijkt. Tip: Bekijk ook het 'evaluatiekader review video' . Hierin vind je de elementen waarop je gequoteerd zal worden. Je vindt het document op de website of scan de volgende QR-code:	15 min.
STAP 5 	– Computer – Internet	**INDIENEN** Dien de volgende documenten in: • Prezi Video Wanneer je een resultaat hebt waarover je tevreden bent, klik je op 'bewaar video'. Op het volgende scherm krijg je de kans om je video openbaar te maken of verborgen te houden. Kies voor 'verborgen houden'. Op deze manier kunnen enkel de personen die de link hebben, je Prezi Video bekijken. Druk vervolgens op de knop 'kopieer link' en dien hem in via zoals afgesproken met de leerkracht. • Script Dien je script in zoals afgesproken met de leerkracht.	2 min. 

HOEK 3: MVC - afvalvrij consumeren

HANDLEIDING: leren werken met Prezi Video



INHOUDSOPGAVE

Inhoudsopgave _____ **402**

1. Doel van Prezi Video _____ **403**

2. Hoe werkt Prezi Video? _____ **403**

Stap 1: account aanmaken _____ 403

Stap 2: create new video _____ 404

Stap 3: kies een sjabloon _____ 405

Stap 4: tekst in beeld brengen _____ 406

Stap 5: toevoegen nieuw frame _____ 407

Stap 6: oefenen en opnemen _____ 408

Stap 7: Prezi video bewaren _____ 409

Stap 8: Prezi Video delen _____ 410

1. DOEL VAN PREZI VIDEO

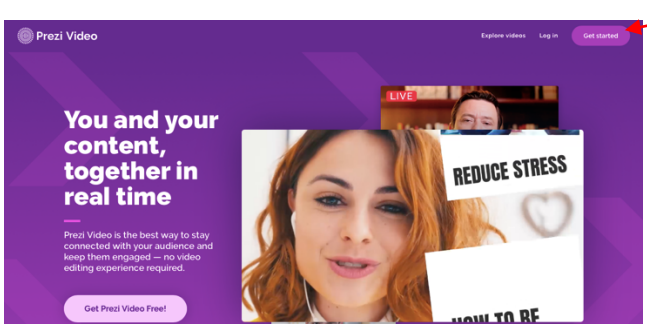


Prezi Video is een gloednieuwe manier om video's te maken waarmee jij en je afbeeldingen in real-time op het scherm worden weergegeven. Op deze manier kan je je boodschap nog beter overbrengen. Ga aan de slag!

2. HOE WERKT PREZI VIDEO?

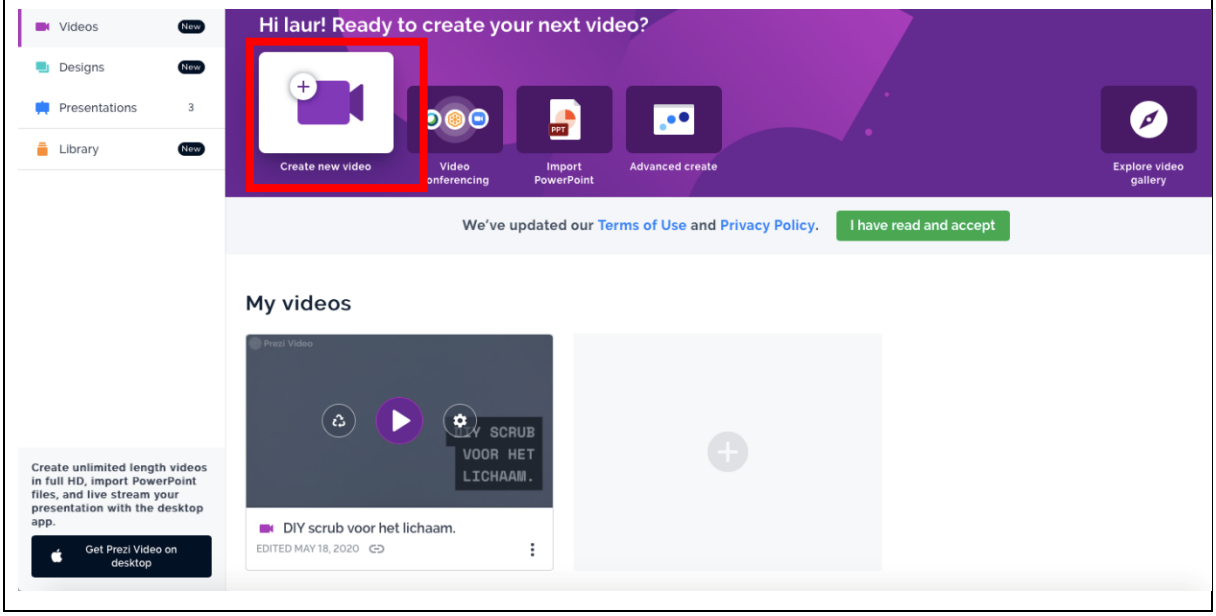
Je volgt het volgende stappenplan om een video te maken in Prezi Video.

STAP 1: ACCOUNT AANMAKEN

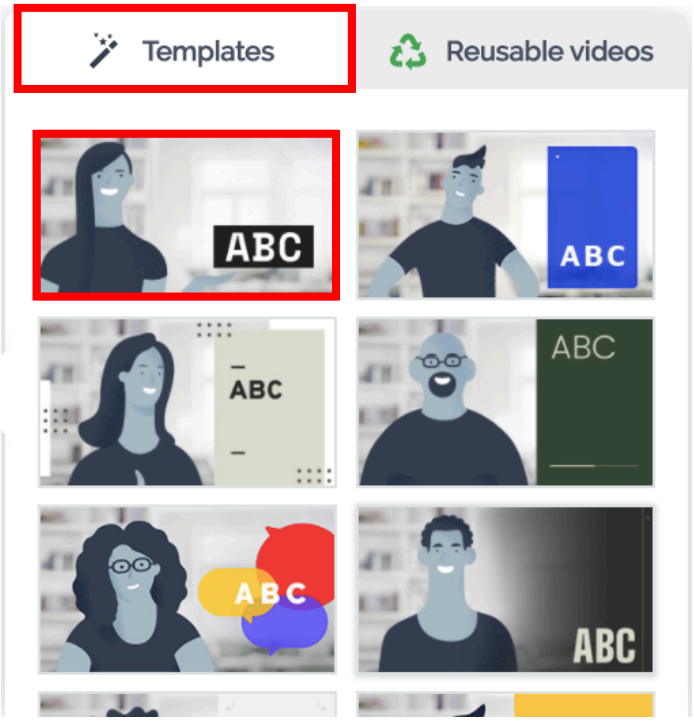
1.	Surf naar: www.https://prezi.com/video/
2.	Klik op 'Get started' rechts bovenaan in beeld. 
3.	Maak een account aan.

STAP 2: CREATE NEW VIDEO

Klik op de functie *create new video* om te starten.



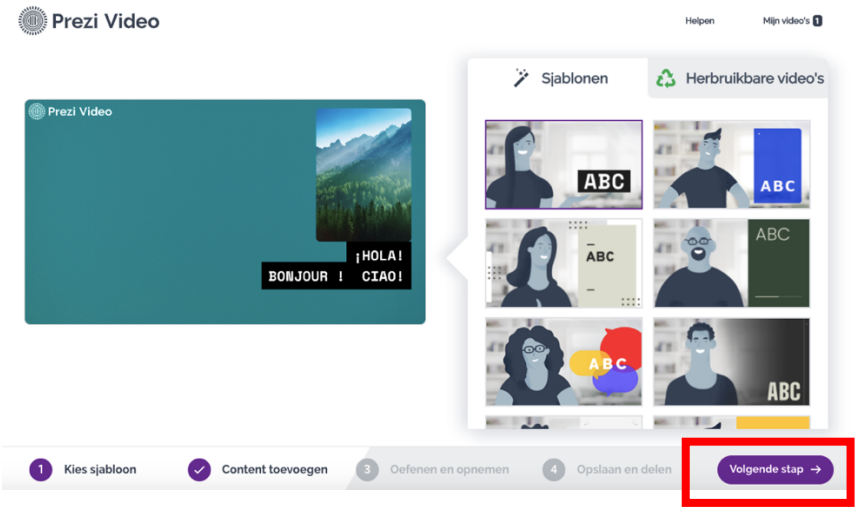
STAP 3: KIES EEN SJABLOON



Kies eerst een template/sjabloon voor je filmpje.

Dit bepaalt de opmaak van je tekst.

Wij kozen in het voorbeeld voor de eerste template.

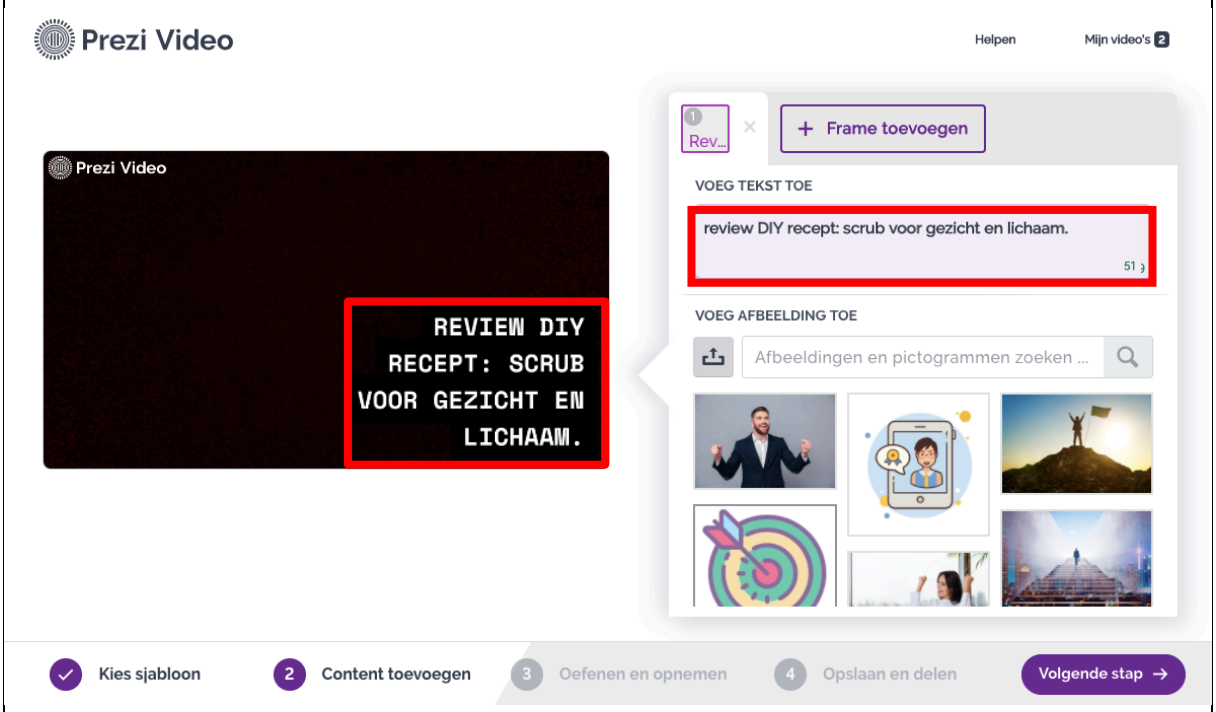


Waneer je je sjabloon gekozen hebt, klik je op volgende stap/*next step*.

STAP 4: TEKST IN BEELD BRENGEN

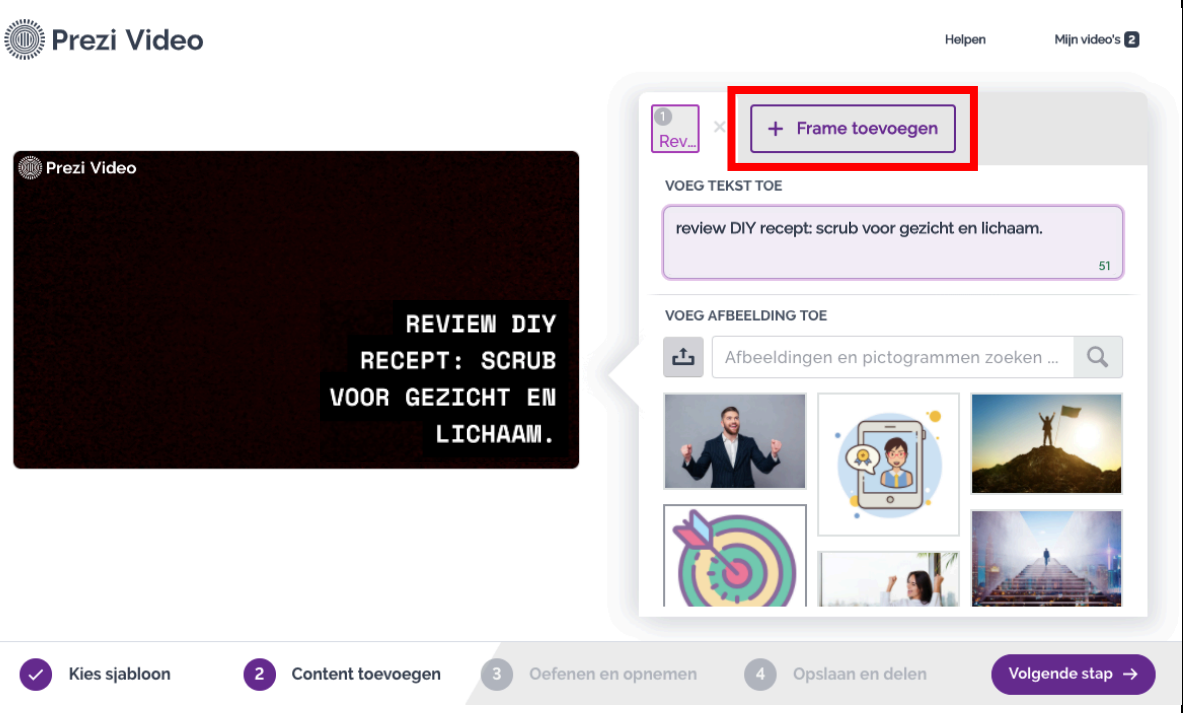
Nu kan je je Prezi Video van tekst voorzien. De tekst die je rechts ingeeft, zal in beeld verschijnen tijdens het filmen (links).

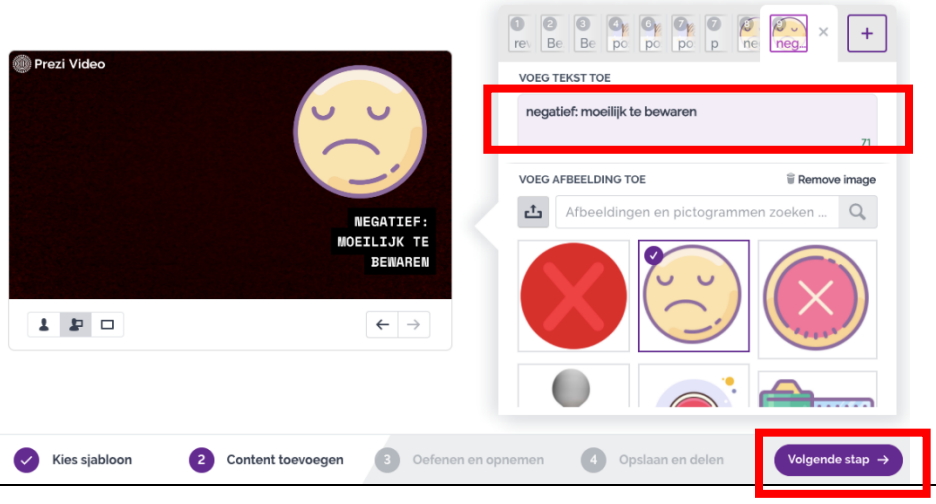
Het eerste frame (of tekstkader) voorzie je van een titel (zie stappenplan review video). Wij kozen bij onze review video bijvoorbeeld voor de titel: ‘review DIY recept: scrub voor gezicht lichaam.’



STAP 5: TOEVOEGEN NIEUW FRAME

Wanneer je de titel voor je *review* video hebt gekozen, kan je een nieuw frame toevoegen. Voor deze opdracht zal je ongeveer tien frames van tekst moeten voorzien. Bekijk het stappenplan aandachtig om te weten welke tekst elk frame moet krijgen.





Wanneer de frames van de nodige tekst zijn voorzien, klik je op volgende stap/ *next step.*

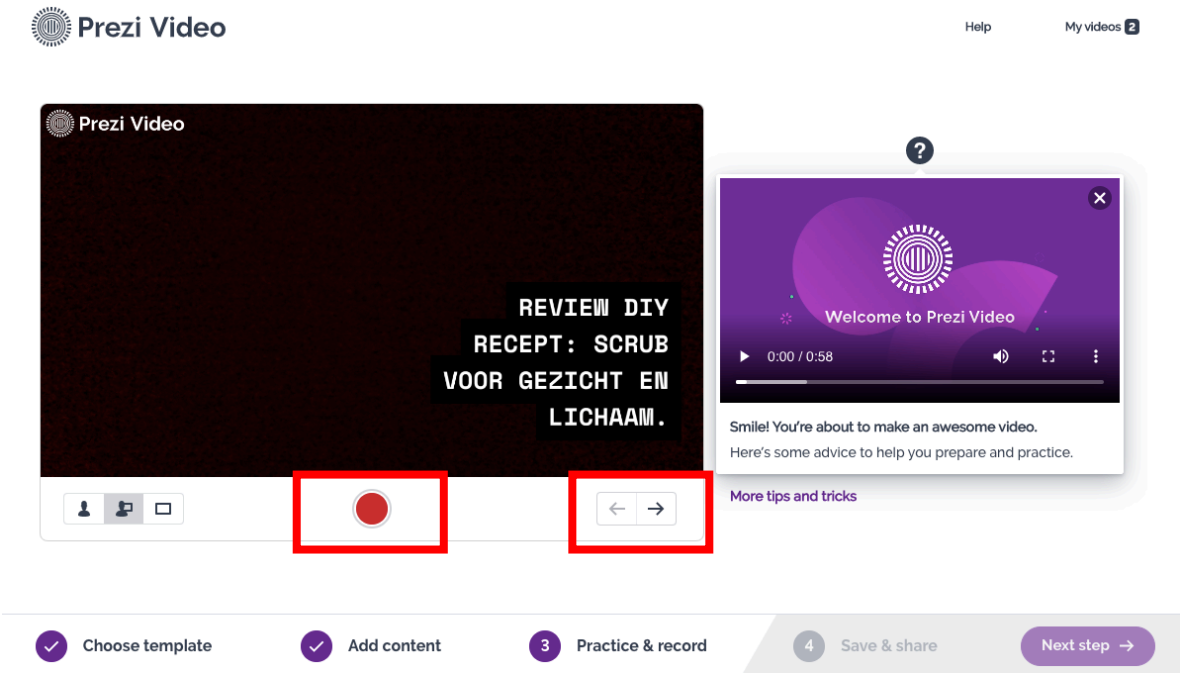
STAP 6: OEFENEN EN OPNEMEN

Door op de rode knop te klikken, begin je met opnemen. Aan de hand van de pijltjes blader je door je *frames.*

Je zal normaal gezien een paar *takes*/pogingen nodig hebben voor je een filmpje hebt waar je tevreden over bent. Je kan zoveel keer proberen als je wilt. Wanneer je niet tevreden bent met het filmpje klik je op deze knop om opnieuw te beginnen:



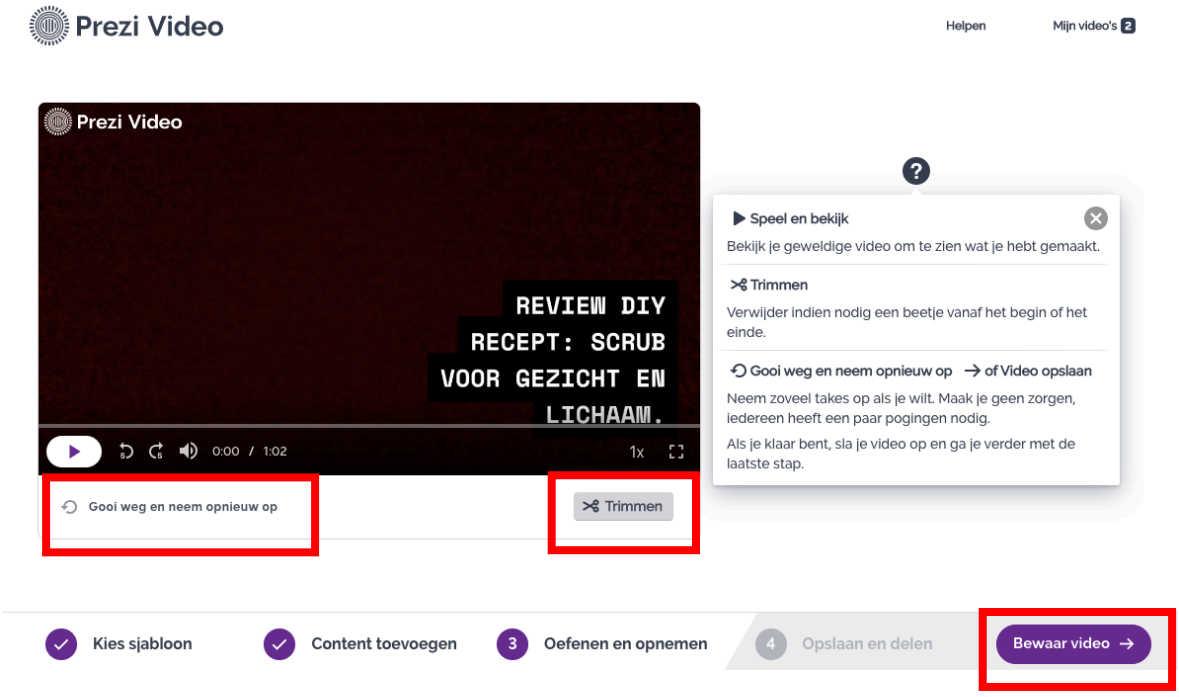
Tip: de video rechts in beeld geeft je nog extra tips om een goede video te maken.



STAP 7: PREZI VIDEO BEWAREN

Nadat je op ‘klaar met opnemen’ of ‘done recording’ hebt geklikt, kom je op onderstaande pagina. Nadat je op ‘klaar met opnemen’ of ‘done recording’ hebt geklikt, kom je op onderstaande pagina. Hier heb je nog drie opties:

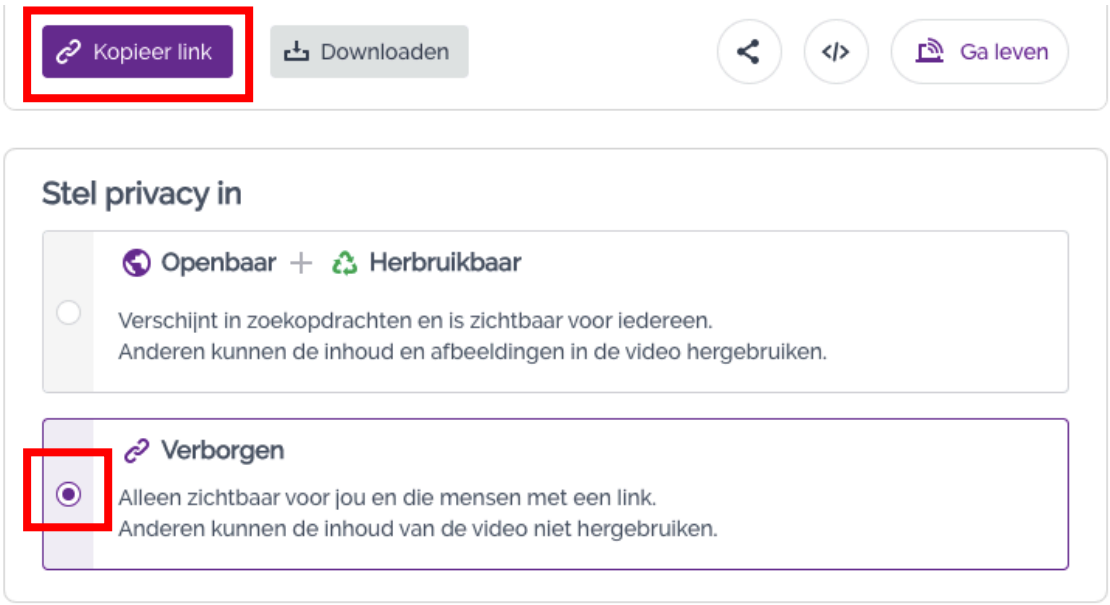
1. Je hebt nog steeds de optie om je filmpje opnieuw op te nemen.
2. Je kan je filmpje nog bijsnijden (= ‘trimmen’ of ‘trim’)
3. Nadien kan je op de knop ‘bewaar video’ of ‘save video’ klikken. Dan kom je op



STAP 8: PREZI VIDEO DELEN

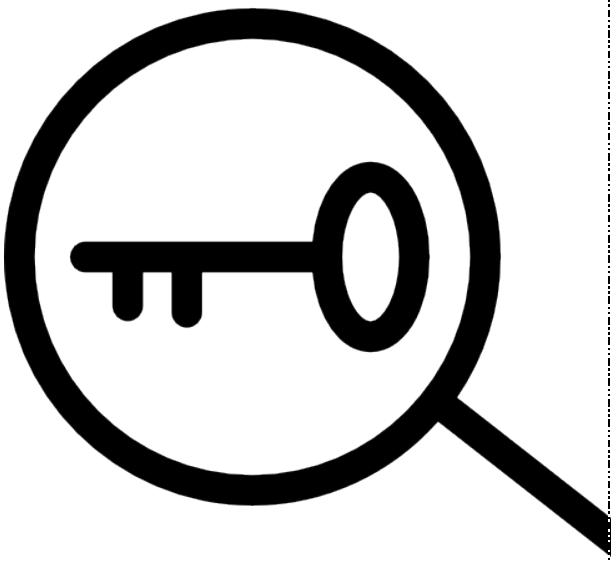
Nadat je je video hebt bewaard, krijg je de keuze om je filmpje openbaar te plaatsen of verborgen te houden. Zorg ervoor dat je het bolletje bij **'verborgen' of 'unlisted'** aanklikt. Zo kunnen enkel mensen met wie je je filmpje deelt het zien.

Klik dan op link kopiëren om je filmpje te delen via een link.



HOEK 3: MVC - Afvalvrij consumeren

VERBETERSLEUTEL: BookWidgets



1. DE AFVALBERG VAN BELGIË

Vragenlijst: infofiche 'Help de afvalberg te verkleinen'



Bekijk het infofiche. Hoeveel kg huishoudafval produceren de Belgen per dag? (1P)

- ☐ 5,7 miljoen kg
- ☐ 16,5 miljoen kg (Goodplanet)
- ☐ 30,2 miljoen kg

Bekijk het infofiche. Waarom is plastic afval zo'n groot probleem? (1P)

Omdat plastic een lange afbreektijd heeft: 450 jaar. Dit wil zeggen dat het tot 450 jaar kan duren vooraleer een PET-fles er niet meer is. Plastic is echter deen natuurlijk materiaal en verdwijnt daarom nooit volledig. Het breekt af in kleine deeltjes die in de aarde en de zee terecht komen. Dit tast de natuur aan. (Greenkids, 2015)

Bekijk het infofiche. Vul de ontbrekende begrippen in. (5P)

Samen kunnen we de afvalberg verkleinen aan de hand van drie stappen:

- Stap 1: *refuse* of beperken: zoveel mogelijk afval weigeren.
- Stap 2: *reuse* of hergebruiken: goederen kopen die we meermaals kunnen gebruiken.
- Stap 3: *recycle* of recycleren: ervoor zorgen dat we ons afval zo goed mogelijk sorteren zodat het gerecycleerd kan worden. (WWF, sd)

In onderstaande kaders vind je woorden en afbeeldingen die je kan linken aan beperken, hergebruiken en recycleren. Welke woorden en afbeeldingen horen bij elkaar? Versleep de kaders en breng ze samen, uiteindelijk bekom je drie groepen. Tip: scan de QR-code op het infofiche. (6P)

Beperken	Hergebruiken	Recycleren

Koop onverpakte groenten. (WWF, sd) Weiger plastic zakjes in de winkel.  (De inspecteur, 2012)	Schenk je oude speelgoed aan de kringloopwinkel. Koop tweedehands kleren in de toffe vintage winkel Think-Twice.  (Waterfleswinkel)	Breng frituurolie naar het containerpark. (WWF, sd) Geplastificeerd papier of karton gooi je bij het restafval. (WWF, sd)  (Gemeente Lennik)

Op welke manieren probeer jij je afval te beperken, te hergebruiken, te recycleren? (1P)

Vind je het belangrijk om het probleem van de afvalberg te verkleinen? Waarom wel/ niet? (1P)

HYGIËNE IN EEN PLASTICVRIJE BADKAMER.

1

Zero waste: wat en waarom?

De levensstijl waarbij je actief probeert om je **afvalgebruik** te verminderen of volledig **aan banden te leggen** is trending!

Zero waste leven is niet alleen **goed voor het milieu**, maar brengt

2

"Hi! Wij zijn Nicky en Jessie (…) op onze blog (…) geven we tips voor een **duurzamer leven. Zónder in te leveren op comfort, stijl of leuke dingen.**

Doei wegwerp-koffiebekers, plastic boterhamzakjes en voorverpakte koekjes. Hi vintage winkels en betere wereld!"

(Het zero waste project, sd

3

Plastic: interessante cijfers



Een gratis plastic zakje wordt gemiddeld slechts **15 MINUTEN** gebruikt.

Persoonlijk antwoord.

Persoonlijk antwoord.



(Vecteezy)

Persoonlijk antwoord.

(Vandoorne, 2019)

4

Een plasticvrije badkamer

Een badkamer zonder plastic verpakkingen, maar ook zonder ongezonde schuimmiddelen, microplastics, parabenen[4], enz.

Waarom?

- Het is goed voor het milieu.
- Het is goedkoop.
- Het is gezond en zacht voo je lichaam.

Hoe?

- Bv. Persoonlijk antwoord.
- Bv. Persoonlijk antwoord.

Scan voor meer voorbeelden

(Drake. Hoe maak je je badkamer plasticvrij?.

(Van Dessel, 2019)

(Oskana, 2018)

5

WAT DOEN MIJN BADKAMERPRODUCTEN MET DE AARDE?

MICROPLASTICS

Het probleem: In veel verzorgingsproducten zitten kleine deeltjes plastic, die zij heel slecht voor het milieu. Ze komen terecht in zee en vissen eten ze niets vermoedend op.

Wat kan jij doen: Gebruik de app van De plastic Soup Foundation die vertelt of je product schadelijke stoffen bevat.

(Vlaanderen is duurzaam)

PLASTIC SOEP

Het probleem: Dit begrip verwijst naar alle plastic vervuiling in de oceaan. Vogels, vissen, dolfijnen en zeehonden zien het aan voor voedsel en eten het op. Of ze raken erin verstrikt.

Wat kan jij doen: Dagje strand? Ruim je ijspapiertjes en plastic flesjes goed op en vergeet de rietjes, vorkjes en doppen niet.

(Universiteit Utrecht, sd)

PALMOLIE

Het probleem: Dit is een van de meest gebruikte plantaardige oliën. Voor de aanleg van de plantages worden delen van het regenwoud gekapt. Ontbossing gaat vaak gepaard gaat met hevige bosbranden en zo komt veel CO_2 vrij. Hierdoor verandert het klimaat nog sneller.

(milieu centraal, sd)

(Rietveld, 2018)

"Tegen 2050 zal de oceaan meer plastic bevatten dan vis"

(Wereld economisch forum)

6

Persoonlijk antwoord.

7

Waarom gebruiken we shampoo?

Onze hoofdhuid produceert talg om onze huid te beschermen. Dit goedje maakt ons haar vettig. Om de talg te verwijderen gebruiken we shampoo!

(Groot, 2018)

Alternatieven voor shampoo:

Scan voor meer info

NO POO methode = Je haar wassen met natuurlijke producten (bv. ei, roggemeel) of geen producten (enkel water).

LOW POO methode = Je haar wassen met een shampoo of zeep zonder sulfaten, siliconen en parabenen.

(Rachel, 2016)

(Oskana, 2018)

HOEK 3: MVC - Afvalvrij consumeren

VERBETERSLEUTEL: BOOKWIDGETS



ZERO WASTE QUIZ

Vragenlijst: infofiche '*zero waste* badkamer'

Wat betekent zero waste leven?

- ☐ Leven zonder afval.
- ☐ Je afvalgebruik verminderen.
- ☐ Bovenstaande antwoorden zijn allebei juist.

Nicky en Jessie geven enkele voorbeelden op hun blog van een zero waste levensstijl. Scan de QR-code en geef twee voordelen die jou het meest overtuigen om deze levensstijl uit te proberen. Verklaar ook waarom deze voordelen jou overtuigen.

Persoonlijk antwoord.

In het artikel '11 cijfers die alles zeggen over plastic (uit Charlie magazine) ontdekte je enkele interessante weetjes over plastic.
Onder de tussentitel '2050' lees je dat de consument/koper het plastic probleem niet alleen kan oplossen (Vandoorne, 2019). Welke twee spelers zullen de consument moeten helpen? Hoe? Zoek het antwoord in onderstaande afbeelding.


te begrijpen.

"Als consument kunnen we veel doen, maar het is niet aan de consument om alles te weten of te begrijpen", geeft professor Van Acker nog mee. "Die verantwoordelijkheid ligt bij de overheden en designers van morgen. Het is aan onze overheid om beter de afvalverwerking te controleren. En aan designers om materialen en verpakkingen te ontwerpen die circulair zijn, niet gericht op wegwerp."

Zowel de overheid als de producenten zullen moeten helpen om het plastic probleem op te lossen. De producenten moeten alternatieven vinden voor wegwerpverpakkingen en materialen. De overheid moet een goede afvalverwerking voorzien, zodat het plastic gerecycleerd kan worden. (Vandoorne, 2019)

Duid aan welke zero waste opties worden vermeld op de volgende webpagina van Druantia: 'Persoonlijke hygiëne in een zero-waste badkamer'. Scan de juiste QR-code op je infofiche.



	Vermeld	Niet vermeld
Shampoo bars i.p.v. flessen shampoo		**X**
Een composteerbare bamboe tandenborstel i.p.v. een plastic tandenborstel	**X**	
Tandpasta tabletten i.p.v. tandpasta in een tube	**X**	
Wasbare ontschminkingsdoekjes i.p.v. wegwerpdoekjes		**X**
Metalen scheermesjes i.p.v. plastic scheermesjes	**X**	
Menstruatiecups i.p.v. tampons of maandverbanden	**X**	
Bamboe wattenstaafjes i.p.v. plastic wattenstaafjes	**X**	
Composteerbare bamboe zakdoeken i.p.v. de normale papieren zakdoeken		**X**

(Van Dessel, 2019)

Vul de zinnen aan met de juiste woorden uit het bovenstaande kader. (7,5P)

microplastics	**voedsel**	**bedreigde diersoorten**	**regenwoud**	**plasticsoep**	**CO2**	**tandpasta**
palmolie	**verteren**		**verstrikt**	**hevige bosbranden**	**de zee**	**maag**
bedreigde diersoorten						

Microplastics zijn kleine plastic deeltjes, grotendeels onzichtbaar voor het blote oog. Ze komen vaak voor in verzorgingsproducten, zoals tandpasta. (Vlaanderen is duurzaam) Via waterzuiveringsinstallaties komen ze in de zee terecht. (Aquafin, sd)

In zee drijft veel plastic, zowel grote stukken als bijna onzichtbare stukjes plastic. Al dit plastic in zee noemen we de plasticsoep. (milieu centraal, sd)

Grote en kleine zeedieren zien plastic aan voor voedsel of raken in plastic verstrikt. Dieren kunnen grotere hoeveelheden plastic in de maag niet verteren en kunnen hierdoor sterven. (milieu centraal, sd)

Vissen eten plastic op en wij eten vissen. Uiteindelijk komen microplastics dus in onze maag terecht. Wat het effect van plastic in ons lichaam is weten wetenschappers nog niet. (milieu centraal, sd)

Palmolie is een van de meest gebruikte plantaardige oliën ter wereld. Het wordt gebruikt in talloze voedsel- en cosmeticaproducten. Het probleem is dat hiervoor grote stukken regenwoud gekapt worden. (Rietveld, 2018)

Dit bedreigt inheemse stammen en bedreigde diersoorten, zoals de orang-oetan. Ontbossing gaat ook gepaard met hevig bosbranden. Hierbij komt veel CO2 vrij en dit zorgt ervoor dat het klimaat sneller veranderd. (Rietveld, 2018)

Verbind de begrippen met hun definitie. Scan indien nodig de juiste QR-code op je infofiche.

Dit is een vetachtige materie die door het lichaam wordt geproduceerd om de huid te beschermen tegen uitdroging. Dit goedje zorgt ervoor dat ons haar vettig wordt. (Wikipedia-bijdragers, 2019)	Talg
Je haar enkel wassen met water.	De *no poo* methode
De groep mensen die ervan overtuigd is dat de standaard shampoo schadelijk is voor de hoofdhuid. (Groot, 2018)	De *no poo community*
Je haar wassen met shampoo zonder sulfaten, siliconen of parabenen. (Rachel, 2016)	De *low poo* methode
Dit zijn agressieve reinigers die natuurlijke oliën verwijderen. Dit goedje zorgt voor het schuimende effect van shampoo. (Rachel, 2016)	Sulfaten
Dit zijn synthetische stoffen die je haar beschermen tegen hitte door een laagje te leggen over het haar, maar houden zo voeding en vocht tegen. (Rachel, 2016)	Siliconen

Zal je dankzij de info die je hier verworven hebt andere keuzes maken in de toekomst? Op welke manier en waarom?

Bijvoorbeeld: Vroeger vroeg ik steeds een plastic zakje aan de kassa in de winkel, nu neem ik vast en zeker een herbruikbare zak mee. Ik wil de afvalberg helpen verkleinen. Of is een bamboetandenborstel of low poo shampoo iets voor jou?

Perosoonlijk antwoord.

LOGO SCHOOL	Naam: _____ Datum: ____ Leerkracht:_____ Nr.:____

Evaluatie *review* video.

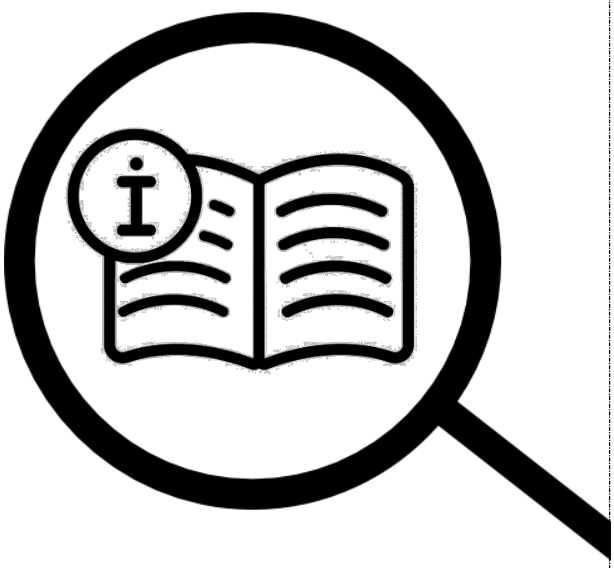
Inhoud:						
Je filmpje bevat de vereiste elementen. Nadat je het product gebruikt hebt beoordeel je het product op video: 1. Je laat je publiek weten welke ingrediënten je hebt gebruikt om het product te maken. 2. Je beoordeelt het product: • Doet het product wat het moet doen? • Is het gebruiksvriendelijk? • Hoe verschilt jouw product van het winkelproduct? ☐ Schuimt het meer/minder? Is dit positief/negatief? ☐ Is de textuur anders? Hoe? Is dit positief/negatief? • Ruikt/smaakt het lekker? Hoe ruikt/smaakt het? • Was het gemakkelijk om te maken? • Nam het veel tijd in beslag of niet? • Raad je het aan anderen aan? Waarom wel/niet? • Waarom is dit product beter/slechter dan het winkelproduct?	5	4	3	2	1	0
Je filmpje heeft een duidelijke inleiding, midden en slot.			3	2	1	0
subtotaal:						**/ 13**
Opmerkingen:						
Presentatie:						
Je spreekt duidelijk en je bent makkelijk te verstaan.	5	4	3	2	1	0
Je ondersteunt wat je zegt met kernwoorden die je aan de hand van Prezi Video in beeld laat verschijnen.	5	4	3	2	1	0
Je spreken enthousiast en hanteert een gepast taalgebruik.	5	4	3	2	1	0
Subtotaal:						**/15**
Opmerkingen:						

Algemeen:		
De presentatie wordt ingediend op/voor de afgesproken deadline.	1	0
Het filmpje duurt 2-4 minuten.	1	0
Schrijffouten.	1	0
Subtotaal:		**/3**

HOEK 4: MVC – BEWUST CONSUMEREN	
ALGEMEEN	
Hoek 4: Overzicht	423 – 426
Hoek 4: Stappenplan algemeen	427 – 431
Hoek 4: Begrippenlijst	432 – 436
Hoek 4: Woordenlijst – Te kennen woorden	437 – 438
DEEL 1: Winkelen voor een casus	
Hoek 4: Winkelkaarten	439 – 486
Hoek 4: Infofiches	487 – 582
Hoek 4: Boodschappenlijst	583 – 590
Hoek 4: Casussen	591 – 597
DEEL 3: Evaluatie	
Hoek 4: Stappenplan ontwerp label	598 – 600
Hoek 4: Stappenplan onderzoek label	601 – 603
Hoek 4: Handleiding Canva	605 – 614
EVALUATIEDOCUMENTEN	
Hoek 4: Verbetersleutel analyse labels	615 – 639
Hoek 4: Evaluatiekader ontwerp label	640 – 641
Hoek 4: Evaluatiekader onderzoek label	642 – 643

HOEK 4: MVC – Bewust consumeren

OVERZICHT



Het overzicht geeft je een concreet beeld van hoe deze hoek opgebouwd en georganiseerd is. Hoek vier bestaat uit drie verschillende delen. Ontdek wat je te wachten staat!

Verklaring moeilijke woorden
In deze hoek zijn alle moeilijke woorden genummerd (bv. hernieuwbare energiebronnen). Alle genummerde woorden staan in een begrippenlijst. In deze lijst worden alle moeilijke woorden verklaard. De begrippenlijst vind je terug op de website van Vera bij 'algemeen' of via de volgende QR-code.

Deel 1: Winkelen voor een gezin (VERKENNEN)	
Tijd	**Omschrijving**
22 min.	**Omschrijving opdracht** Aan de muren hangen winkelkaarten. Op deze winkelkaarten staan verschillende producten die je kan aankopen in een supermarkt. De bedoeling is dat je met twee gaat winkelen voor een gezin aan de hand van een gekregen casus. **Uitleg winkelkaarten** De winkelkaarten zijn onderverdeeld in verschillende categorieën. Elke categorie heeft een verschillende kleur, een afbeelding van het product en twee QR-codes. <u>Onderverdeling van de categorieën per kleur</u>: Drank Fruit en groenten Hygiëne Onderhoud Ontbijt Snacks Varia Voeding <u>Info over het product</u> Op elke winkelkaart staat de naam en een afbeelding van het product dat je kan kopen in de winkel. <u>QR-codes</u> De winkelkaart heeft twee QR-codes. <u>QR-code 1</u> Wanneer je de QR-code aan de linkerkant scant, kom je op een pagina terecht die meer informatie geeft over het product zelf (prijs, allergenen voedingswaarden, verpakking, enzovoort). Naam product Afbeelding  QR-code 1 QR-

	QR-code 2 Wanneer je de QR-code aan de rechterkant scant, kom je op een pagina terecht die meer informatie geeft over het product in de media (reclame, artikel of een recept). **Reflectie** Je reflecteert over de aangekochte producten aan de hand van verschillende vragen in Padlet.

Deel 2: Analyse uitgestalde producten (VERWERKEN)	
Tijd	**Omschrijving**
35 min.	**Omschrijving opdracht** De producten die je hebt aangekocht, bevatten één of meerdere labels op de verpakking. In dit deel ga je na wat deze labels betekenen. Je selecteert twee (IN TE VULLEN NAAR KEUZE – TIJD) labels (met je partner) naar keuze waarin je je wil verdiepen. Je ontdekt elk label aan de hand van de bijhorende vragenlijsten. Nadien reflecteer je of je dezelfde producten zou kopen dan in het begin van deze hoek. **BookWidgets** Alle vragenlijsten bestaan uit inhoudelijke of meningsvragen. Je bekomt de informatie aan de hand van de opgegeven filmpjes of teksten. **Reflectie** Nadien reflecteer je in groep of je dezelfde keuze zou maken dan in dan in het begin, nu je de betekenis van de verschillende labels kent.

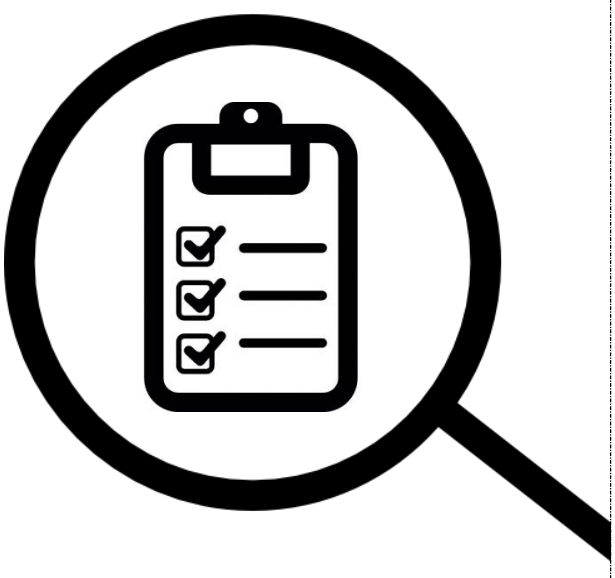
OPTIE 1 – Deel 3: Ontwerp label (VASTZETTEN)	
Tijd	**Omschrijving**
Resterende tijd/ thuis 2 uur	**Omschrijving opdracht** Op het einde van deze hoek kies je één van de labels waarin je je verdiept hebt in de vragenlijsten waarvan je het ontwerp niet duidelijk of minder goed vindt. Je ontwerpt individueel een eigen label via het programma Canva. Je presenteert je label voor de klas aan de hand van een affiche op Canva of een PowerPointpresentatie. Stap zeven uit het stappenplan geeft je alle informatie om deze opdracht tot een goed einde te brengen.

OPTIE 2 – Deel 3: Onderzoek label (VASTZETTEN)	
Tijd	**Omschrijving**
Resterende tijd/ thuis 2 uur	**Omschrijving opdracht** Op het einde van deze hoek kies je één van de labels waarin je je verdiept hebt inde vragenlijsten dat je zelf wil onderzoeken. Je presenteert het onderzoek voor de klas aan de hand van een PowerPointpresentatie of via een affiche op Canva. Stap acht uit het stappenplan geeft je alle informatie om deze opdracht tot een goed einde te brengen.

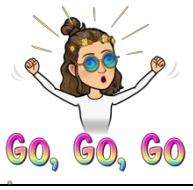


HOEK 4: MVC – Bewust consumeren

STAPPENPLAN: ALGEMEEN



Volg dit stappenplan om de opdracht tot een goed einde te brengen. De geschatte tijd geeft een indicatie van hoelang je ongeveer aan elke stap zal werken. Succes!

STAPPENPLAN: ALGEMEEN		
Stappen	**Omschrijving**	**Geschatte tijd**
STAP 1	**ORGANISATIE** Lees eerst het overzicht dat ook op de afzijdige tafel ligt. Het overzicht geeft je een concreet beeld van het verloop van deze hoek. Het bevat verder ook alle informatie die je nodig hebt om deze hoek succesvol te voltooien. Je mag het overzicht en stappenplan bijhouden gedurende deze hoek.	5 min.
DEEL 1: Winkelen voor een gezin (VERKENNEN)		
STAP 2	**VERKENNEN** Kies <u>één gezin</u> naar keuze uit enkele casussen waarvoor je zal winkelen. Voor deze opdracht werk je per twee.	2 min. 
STAP 3	**VERKENNEN** In deze stap maak je kennis met de producten die de supermarkt aanbiedt. Bekijk met je partner gedurende <u>vijf minuten</u> de winkelkaarten die omhoog hangen. Op elke winkelkaart staan het product en twee QR-codes vermeld. Scan deze QR-codes om meer informatie te verkrijgen over het product. Duid minimum vier producten aan die je wil aankopen op je boodschappenlijstje met een uitwasbare stift. Kies minstens één product uit de categorieën etenswaren en onderhoudsproducten. Het boodschappenlijstje vind je op de tafel in je hoek terug.	10 min.
STAP 4	**REFLECTEREN** Je hebt verschillende producten aangekocht in de supermarkt. Waarom koos je voor deze producten? Ga samen met je partner naar Padlet (ZELF TE MAKEN). *Werkwijze:* 1. Klik op de link van de Padlet. 2. Klik op '+'. 3. Geef je naam in en beantwoord de vragen onder de titel van de Padlet. QR-code Padlet	5 min.

DEEL 2: Analyse uitgestalde producten (VERDIEPEN)		
STAP 5 	**VERKENNEN** Op de producten die je aankocht, staan er verschillende labels vermeld. Kies twee labels (IN TE VULLEN NAAR TIJD – KEUZE) met je partner waarin je je wil verdiepen.	2 min.
STAP 6 	**VERDIEPEN** Ga naar de website van Vera of scan de QR-code. Klik op het eerste label waarin je je wil verdiepen. Dit label verwijst je door naar BookWidgets. Vul vervolgens de vragen in aan de hand van de gegeven filmpjes of teksten. Het aantal punten dat je met elke vraag kan verdienen, vind je op het einde van elke vraag.	14 min.
STAP 7 	**VERDIEPEN** Ga naar de website van Vera of scan de QR-code. Klik op het tweede label waarin je je wil verdiepen. Dit label verwijst je door naar BookWidgets. Vul vervolgens de vragen in aan de hand van de gegeven filmpjes of teksten. Het aantal punten dat je met elke vraag kan verdienen, vind je op het einde van elke vraag. Veeg de uitwasbare inkt op het boodschappenlijstje uit.	14 min.
STAP 8 	**REFLECTEREN** Denk nog eens na over je productkeuze nu je meer te weten bent gekomen over de verschillende labels. Zou je dezelfde keuze maken dan in begin? Reflecteer in groep.	5 min. 

OPTIE 1 – Deel 3: Ontwerp label (VASTZETTEN)		
STAP 9 	**VASTZETTEN – OPTIE 1** Als je klaar bent met het invullen van de twee (IN TE VULLEN NAAR TIJD – KEUZE) vragenlijsten, ben je aan het einde gekomen van deze hoek. In deze stap ga je de opgedane kennis van deze hoek toepassen. Voor deze opdracht werk je individueel. Wat kan ik al doen? Kies één label dat je minder goed of onduidelijk vindt. Beantwoord de volgende vragen over je gekozen label: ☐ Waarvoor staat het gekozen label? Presenteer de kerngedachte van het label duidelijk in de veronderstelling dat niemand het label kent. ☐ Leg het ontwerp van je label uit (waarom je een bepaalde kleur hebt gebruikt, een afbeelding/tekening,…). ☐ Wat vind je aan het huidige label minder/niet goed? ☐ Waarom is jouw label beter dan het huidige label? Motiveer grondig. ☐ Ga je in de toekomst meer aandacht schenken aan producten met een label? Waarom wel/niet?	Resterende tijd/ thuis 
STAP 10 	**ORGANISATIE** Leg het overzicht en stappenplan terug op de afzijdige tafel. Op deze manier kan de volgende groep ook vlot aan de slag.	1 min.

OPTIE 2 – Deel 3: Onderzoek label (VASTZETTEN)		
STAP 9 	**VASTZETTEN OPTIE 2 – ONDERZOEK LABEL** Als je klaar bent met het invullen van de twee (IN TE VULLEN NAAR TIJD) vragenlijsten, ben je aan het einde gekomen van deze hoek. In deze stap ga je de opgedane kennis van deze hoek toepassen. Voor deze opdracht werk je <u>individueel</u>. <u>Wat kan ik al doen?</u> Kies één label dat je minder goed of onduidelijk vindt. Beantwoord de volgende vragen over je gekozen label: ☐ Waarvoor staat het gekozen label? Presenteer de kerngedachte van het label duidelijk in de veronderstelling dat niemand het label kent. ☐ Waar vind je het label terug in België? ☐ Is de betekenis van het label duidelijk voor de consument? Waarom wel/niet? ☐ Heb je producten met het onderzochte label thuis staan? Zo ja, welke? ☐ Ga je in de toekomst meer aandacht schenken aan producten met een label? Waarom wel/niet?	Resterende tijd/ thuis 
STAP 10 	**ORGANISATIE** Leg het overzicht en stappenplan terug op de afzijdige tafel. Op deze manier kan de volgende groep ook vlot aan de slag.	1 min.

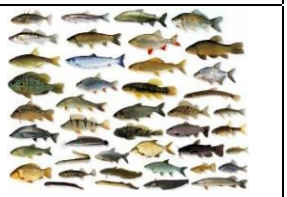
HOEK 4: BEGRIPPENLIJST	
DEEL 1: Winkelen voor een gezin (VERKENNEN)	
BEGRIPPEN	**DEFINITIE**
1 Totaal beschikbaar inkomen	Het bedrag dat het gezin op de rekening krijgt.
DEEL 2: Analyse uitgestalde producten (VERWERKEN)	
BEGRIPPEN	**DEFINITIE**
2 Label	Een product heeft een label of etiket wanneer het voldoet aan bepaalde kwaliteitscriteria. (economie.fgov, 2018)
3 Discriminatie	Het niet gelijk behandelen of een onderscheid maken tussen mensen en groepen. (Wikipedia, 2020)
4 Hernieuwbare energiebronnen	onuitputtelijke energie die schoon en dus het milieu niet schaadt (bv. energie opwekken via water, wind of zon) (Hybride, 2018)
5 Energieverbruik	Het energieverbruik is de elektriciteit en gas die daadwerkelijk verbruikt is. (encyclo, 2011)
6 Lastenboek	Een boek waarin een proces duidelijk staat beschreven en dat je moet volgen. (blavier, 2018)
7 GGO's	Een genetisch gemodificeerd organisme is een organisme waarvan het genetisch materiaal is gewijzigd door gebruik te maken van genetische technologie. (Wikipedia, 2020)
8 nitrieten en nitraten	Nitraat is een stof die van nature voorkomt in groenten en, in mindere mate, in grondwater. Daarnaast worden nitraat en nitriet soms aan levensmiddelen toegevoegd om de houdbaarheid te verbeteren of voor kleurvorming. De consumptie van nitraat zelf is niet gevaarlijk voor de gezondheid, maar nitraat kan in het lichaam omgezet worden in nitriet en onder bepaalde omstandigheden in waarschijnlijk kankerverwekkende stoffen. (voedingscentrum, sd)
9 Referentieprijzen	Een referentieprijs is een prijs of prijzen waartegenover een andere prijs geëvalueerd wordt. Referentieprijzen helpen de consument bij het nemen van beslissingen door hem een referentiekader aan te bieden. (Verbrugghe, sd)
10 Biodiversiteit	'Bio' betekent leven en 'diversiteit' betekent verscheidenheid. Dus biodiversiteit gaat over de verscheidenheid aan plant- en diersoorten die leven op aarde. (Ketnet, sd)
11 Biologisch	Bij de productie rekening houden met het milieu en dierenwelzijn. (encyclo.nl, sd)

12 Productiemiddelen	Productiemiddelen zijn objecten die gebruikt worden in het productieproces. (Wikipedia, 2015)
13 Wereldmarktprijzen	De prijs waarvoor je goederen op de internationale markt kan kopen en verkopen. (Wikipedia, 2017)
14 Wereldwinkel	De Wereldwinkel verkoopt producten die voor een eerlijke prijs verkocht worden. Ze ondersteunen landen die minder ontwikkeld zijn. (Wikipedia, 2017)
15 Recycleren	Recycleren is het opnieuw gebruiken van materialen. (Wikipedia, 2020)
16 Certificaat	Een certificaat is een bewijsstuk voor de kwaliteit van een bedrijf. Zo zegt men bv. dat een bedrijf gecertificeerd is met het FSC label. (Wikipedia, 2019)
17 Voedzaam	Een product met veel voedingsstoffen (woorden.org, sd)

Allergenen

Allergenen moeten duidelijk vermeld worden.

Een allergeen is een bestanddeel van een natuurlijke of kunstmatige stof die allergische reacties kan veroorzaken. Allergenen worden door het lichaam als indringers gezien. Het lichaam reageert ongewoon om deze 'indringers' onschadelijk te maken. Er zijn 14 voedselallergenen (Vandevoorde, Peeters, De Roo, & De Freyne, 2018):

GLUTEN (nu.nl, 2020)		SOJA (Severs)	
SCHAALDIEREN (anafylaxis)		SELDERIJ (lekkervanbijons)	
MOSTERD (istockphoto)		ZWAVELDIOXIDE[1] (Bormil)	
VIS (visserlatijn)		WEEKDIEREN (Visikhetmaar)	
PINDANOTEN (W.V.)		NOTEN (denotenshop.be)	
LUPINE[2] (flottweg)		SESAMZAAD (pit-pit)	
MELK (ekonoom)		EIEREN (lekkervanbijons, ei)	

[1] Zwaveldioxide = wordt toegevoegd als conserveermiddel zodat vlees en fruit niet bruin kleurt. (smaakvanwijn, sd)

[2] Lupine = gele bonen die voornamelijk gegeten wordt in het Middellandse Zeegebied, Latijns-Amerika en Noord-Afrika. (Wikipedia, 2020)



Voedingswaarden

Dit geeft aan welke voedingsstoffen in een product aanwezig zijn. De groene rijen zijn de hoofdcategorieën op de infofiches in de voedingswaardentabel. (Vandevoorde, Peeters, De Roo, & De Freyne, 2018)

Voedingsstof	Verklaring
Energie	Eten en drinken leveren energie die het lichaam nodig heeft om te kunnen functioneren. De hoeveelheid energie wordt uitgedrukt in kilocalorieën (kcal) of kilojoules (kJ). (1 kcal = 4,2 kJ) (voedingscentrum, sd)
Vetten	Vet is een voedingsstof
waarvan verzadigde vetten	Deze vetten zijn vaak van dierlijke afkomst (boter, varkensvet, rundvet). Dit zijn slechte vetten en vergroten de kans op hart en vaatziekten. (voedingscentrum, sd)
Koolhydraten	Koolhydraten zijn voor de hersenen en rode bloedcellen erg belangrijk. (voedingscentrum, sd)
waarvan suikers	Suikers vinden we veel in frisdrank, snoep of koeken. (voedingscentrum, sd)
waarvan zetmeel	Zetmeel vinden we in veel bakkerijgrondstoffen zoals tarwe, bloem en maïszetmeel. (voedingscentrum, sd)
Vezels	Vezels vind je vooral in fruit, groenten en yoghurt. Ze stimuleren goede bacteriën in de darmen. (voedingscentrum, sd)
Eiwitten	Ze zijn onmisbaar voor het lichaam om onder andere te groeien en voor het aanmaken van bloedcellen. (voedingscentrum, sd)
Zout	Zout is onder andere belangrijk voor de samentrekking van spieren en het behoud van de vochtbalans in het lichaam. (Vandevoorde, Peeters, De Roo, & De Freyne, 2018)
Mineralen	Het lichaam heeft mineralen nodig. Er zijn verschillende soorten mineralen:
kalium	Kalium regelt de bloedruk en houdt de hartslag regelmatig. (Vandevoorde, Peeters, De Roo, & De Freyne, 2018)
calcium	Calcium vormt de tanden en houdt ze gezond, zorgt voor stolling van het bloed,… . (Vandevoorde, Peeters, De Roo, & De Freyne, 2018)
magnesium	Magnesium vormt de tanden en botten. Het zorgt ook voor een normale werking van spieren. (Vandevoorde, Peeters, De Roo, & De Freyne, 2018)
ijzer	Bij een ijzertekort, kan je je moe en slap voelen, er bleek uit zien of snel geïrriteerd zijn. (Vandevoorde, Peeters, De Roo, & De Freyne, 2018) (ikazia, sd)

Vitaminen	Vitaminen hebben we slechts in zeer kleine hoeveelheden nodig.
B	Vitamine B verwijst naar de 8 vitamines B: vitamine B1, B2, B3, B5, B6, B8, B9, B12. Deze zorgen onder andere voor een gezonde huid, gezonde haren, een sterk spijsverteringsstelsel en hart,… (Vandevoorde, Peeters, De Roo, & De Freyne, 2018) (kazidomi, 2019)
B1	Vitamine B1 is belangrijk bij de verbranding van koolhydraten en vermindert stress. (Vandevoorde, Peeters, De Roo, & De Freyne, 2018) (kazidomi, 2019)
C	Vitamine C zorgt voor een goede werking van het immuunsysteem (verdedigt het lichaam tegen bacteriën, virussen,…) en een mooie huid. (Vandevoorde, Peeters, De Roo, & De Freyne, 2018)
D	Vitamine D zorgt voor stevige botten en tanden. (Vandevoorde, Peeters, De Roo, & De Freyne, 2018)

HOEK 4: WOORDENLIJST – TE KENNEN WOORDEN	
WOORDEN	**DEFINITIE**
Label	Een product heeft een label of etiket wanneer het voldoet aan bepaalde kwaliteitscriteria. (economie.fgov, 2018)
Biogarantielabel	Dit label geeft aan dat de producten afkomstig zijn van biologische landbouw. Zo worden er bijvoorbeeld geen kunstmatige meststoffen, chemische pesticiden gebruikt. (labelinfo, sd)
Hernieuwbare energiebronnen	onuitputtelijke energie die schoon en dus het milieu niet schaadt (bv. energie opwekken via water, wind of zon) (Hybride, 2018)
Energieverbruik	Het energieverbruik is de elektriciteit en gas die daadwerkelijk verbruikt is. (encyclo, 2011)
Referentieprijzen	Een referentieprijs is een prijs of prijzen waartegenover een andere prijs geëvalueerd wordt. Referentieprijzen helpen de consument bij het nemen van beslissingen door hem een referentiekader aan te bieden. (Verbrugghe, sd)
Biodiversiteit	'Bio' betekent leven en 'diversiteit' betekent verscheidenheid. Dus biodiversiteit gaat over de verscheidenheid aan plant- en diersoorten die leven op aarde. (Ketnet, sd)
Fairtrade	Fairtrade of eerlijke handel garandeert goede arbeidsomstandigheden. Het label biedt (financiële) ondersteuning aan de landbouwer en zijn gemeenschap, d.m.v. een minimumprijs en een premie. (labelinfo, sd)
Productiemiddelen	Productiemiddelen zijn objecten die gebruikt worden in het productieproces. (Wikipedia, 2015)
Wereldmarktprijzen	De prijs waarvoor je goederen op de internationale markt kan kopen en verkopen. (Wikipedia, 2017)
Fairtrade minimumprijs	De 'Fairtrade minimumprijs' wordt berekend om de productiekosten van de boeren te dekken en te voorzien in een leefbaar inkomen. Deze prijs treedt enkel in werking als de marktprijs onder deze minimumprijs zakt. (Say, sd)
Fairtrade premie	De boeren krijgen een soort 'bonus' uitbetaald. Het gaat om een bijkomend bedrag waarover ze beslissen hoe zij dat geld het best kunnen besteden (bv. aan waterputten, bouwen van ziekenhuizen, …). (Say, sd)
Wereldwinkel	De Wereldwinkel verkoopt producten die voor een eerlijke prijs verkocht worden. Ze ondersteunen landen die minder ontwikkeld zijn. (Wikipedia, 2017)
EU Ecolabel	Het EU Ecolabel garandeert dat de productie op een milieuvriendelijke wijze gebeurt. (Labelinfo, sd)
Nutri-Score	Nutri-Score helpt consumenten om gezondere keuzes te maken bij hun aankopen. Nutri-Score bestaat uit 5 niveaus, waarbij A de te verkiezen keuze is en E de te vermijden keuze. (Wikipedia, 2020)

FSC	FSC is het keurmerk voor verantwoord hout en papier. Er zijn drie soorten labels: * Een 'FSC 100%' label geeft aan dat het product volledig afkomstig is uit FSC gecertificeerd(e) bos(sen). * Het FSC materiaal wordt gemengd met gerecycleerd materiaal. * Het product is volledig uit gerecycleerd materiaal gemaakt. (labelinfo, sd) (fsc, sd)
Recycleren	Recycleren is het opnieuw gebruiken van materialen. (Wikipedia, 2020)
Het Groene Punt	Het Groene Punt-logo betekent niet dat de verpakking uit gerecycleerde materialen bestaat. (Fostplus, sd)
Fost Plus	Fost Plus is verantwoordelijk voor de inzameling en recyclage van huishoudelijke verpakkingen in België. (Fostplus, sd)
Made in Belgium	Dankzij Made in Belgium ben je er zeker van dat je Belgische kwaliteit koopt. (handmadeinbelgium, sd)
Import	Import of invoer is, in de handel, het overbrengen van goederen uit het buitenland naar het eigen land. (Wikipedia, 2020)
Export	Export of uitvoer is, in de handel, het overbrengen van goederen uit eigen land naar het buitenland. (Wikipedia, 2020)
Streekproduct	Streekproducten zijn producten die in een bepaalde streek gemaakt worden. (Streekproduct, sd)

1. **FRUIT –** KIWI

SCAN MIJ VOOR MEER INFO



(Zespri)

SCAN MIJ VOOR RECLAME

2. FRUIT – BANAAN (1)

SCAN MIJ VOOR MEER INFO



(Delhaize)

SCAN MIJ VOOR RECLAME

3. FRUIT – BANAAN (2)

SCAN MIJ VOOR MEER INFO



(AH)

SCAN MIJ VOOR EEN RECEPT

4. SNACKS – CHOCOLADE (1)

SCAN MIJ VOOR MEER INFO



(Leonidas)

TOVER-CHOCOLADE ? SCAN MIJ

5. SNACKS – CHOCOLADE (2)

SCAN MIJ VOOR MEER INFO



(Tony's Chocolonely)

SLAAFVRIJ? SCAN MIJ

6. SNACKS – CHIPS (1)

SCAN MIJ VOOR MEER INFO



(oxfamwereldwinkels.be)

WELKE SMAKEN NOG? SCAN MIJ

7. SNACKS – CHIPS (2)

SCAN MIJ VOOR MEER INFO



(Lay's)

CHIPS-SOKKEN? SCAN MIJ

8. SNACKS – MATTENTAARTEN

SCAN MIJ VOOR MEER INFO



(colruyt.collectandgo.be)

ZELF MAKEN? SCAN MIJ

9. SNACKS – CUBERDONS

SCAN MIJ VOOR MEER INFO



(Geldhof)

NEUZEN-OORLOG? SCAN MIJ

10. DRANK – WATER (1)

SCAN MIJ VOOR MEER INFO



(Evian)

PLASTIC IN WATER? SCAN MIJ

11. DRANK – WATER (2)

SCAN MIJ VOOR MEER INFO



(Spa Reine, Mineraalwater | Niet bruisend | PET)

SCAN MIJ VOOR RECLAME

12. DRANK – WATER (3)

SCAN MIJ VOOR MEER INFO



(Spa Reine, Mineraalwater | Niet bruisend | Bak)

SCAN MIJ VOOR RECLAME

13. DRANK – COLA IN PLASTIC FLESSEN (1)

SCAN MIJ VOOR MEER INFO



(Coca-Cola, Cola | Regular | PET)

SCAN MIJ VOOR RECLAME

14. DRANK – COLA IN GLAZEN FLESSEN (2)

SCAN MIJ VOOR MEER INFO



(Coca-Cola, Cola | Regular | Bak | Glas)

SCAN MIJ VOOR RECLAME

15. DRANK – MELK (1)

SCAN MIJ VOOR MEER INFO



(Alpro)

DONKERE KANT? SCAN MIJ

16. DRANK – MELK (2)

SCAN MIJ VOOR MEER INFO



(Everyday)

SCAN MIJ VOOR EEN RECEPT

17. DRANK – SINAASAPPELSAP

SCAN MIJ VOOR MEER INFO

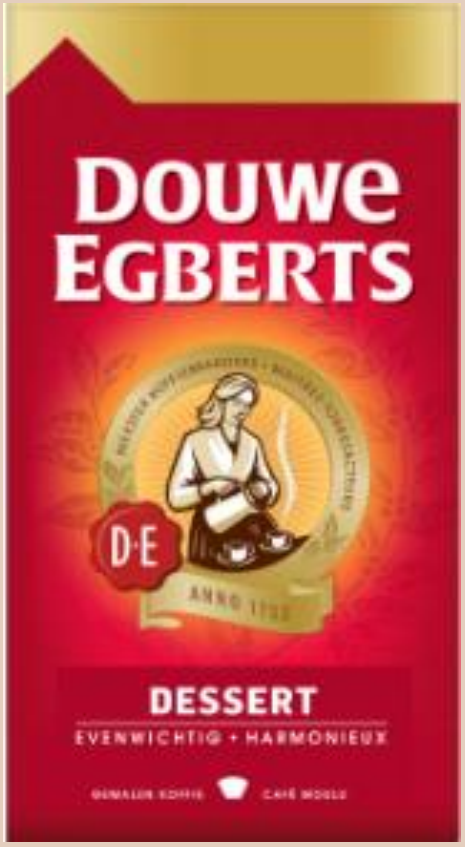


(Appelsientje)

SCAN MIJ VOOR HET PROCES

18. ONTBIJT – KOFFIEBONEN (1)

SCAN MIJ VOOR MEER INFO



(Egberts)

SCAN MIJ VOOR RECLAME

19. ONTBIJT – KOFFIEBONEN (2)

SCAN MIJ VOOR MEER INFO



(Rombouts)

SCAN MIJ VOOR HET PRODUCTIE-PROCES

20. ONTBIJT – SALAMI (1)

SCAN MIJ VOOR MEER INFO



(Marcassou)

SCAN MIJ VOOR RECLAME

21. ONTBIJT – SALAMI (2)

SCAN MIJ VOOR MEER INFO



(Aoste)

DIEREN-WELZIJN? SCAN MIJ

22. ONTBIJT – CORNFLAKES

SCAN MIJ VOOR MEER INFO



(Kellogg's)

T-SHIRT KOPEN? SCAN MIJ

23. ONTBIJT – YOGHURT

SCAN MIJ VOOR MEER INFO



(Alpro)

SCAN MIJ VOOR RECLAME

24. GROENTEN – WORTELEN (1)

SCAN MIJ VOOR MEER INFO



(Delhaize)

BETOVERDE WORTELEN? SCAN MIJ

25. GROENTEN – WORTELEN (2)

SCAN MIJ VOOR MEER INFO

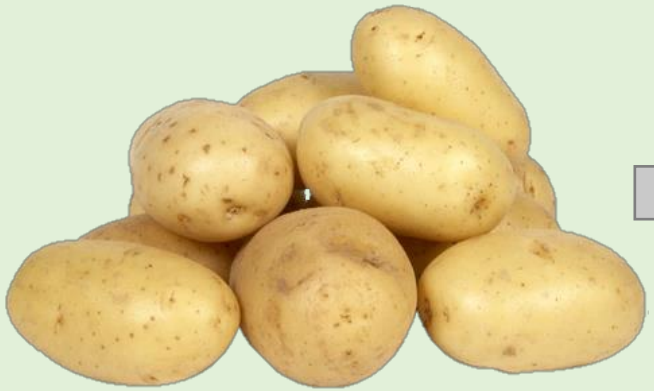


(Colruyt, BONI SELECTION BIO)

SCAN MIJ VOOR RECLAME

26. GROENTEN – AARDAPPELEN (1)

SCAN MIJ VOOR MEER INFO





(Colruyt) (biojournaal)

HERBRUIK-BARE ZAKJES? SCAN MIJ

27. GROENTEN – AARDAPPELEN (2)

SCAN MIJ VOOR MEER INFO



(Albert Heijn)

SCAN MIJ VOOR RECLAME

28. GROENTEN – BONEN (1)

SCAN MIJ VOOR MEER INFO



(Delhaize, Fijne bonen | Getopt | Fairtrade)

SCAN MIJ VOOR EEN RECEPT

29. GROENTEN – BONEN (2)

SCAN MIJ VOOR MEER INFO



(Delhaize, Extra fijne Boontjes)

EVEN GEZOND ALS VERS? SCAN MIJ

30. VOEDING – TOMATENSAUS (1)

SCAN MIJ VOOR MEER INFO



(GrandItalia)

SCAN MIJ VOOR RECLAME

31. VOEDING – VIS (1)

SCAN MIJ VOOR MEER INFO



(Delhaize-bio)

MEER PLASTIC DAN VIS? SCAN MIJ

32. VOEDING – VIS (2)

SCAN MIJ VOOR MEER INFO



(Blini)

SCAN MIJ VOOR EEN RECEPT

33. VOEDING – VIS (3)

SCAN MIJ VOOR MEER INFO



(Iglo)

SCAN MIJ VOOR RECLAME

34. VOEDING – PASTA (1)

SCAN MIJ VOOR MEER INFO



(Soubry)

GRATIS PASTA? SCAN MIJ

35. VOEDING – PASTA (2)

SCAN MIJ VOOR MEER INFO



(Barilla)

SCAN MIJ VOOR RECLAME

36. VOEDING – BOTER (1)

SCAN MIJ VOOR MEER INFO



(Carlsbourg)

WAT IS GEKLAARDE BOTER? SCAN MIJ

37. VOEDING – BOTER (2)

SCAN MIJ VOOR MEER INFO



(Carlsbourg, Boter | Zacht | Ardeens)

SCAN MIJ VOOR RECLAME

38. VARIA – HONDENVOEDING (1)

SCAN MIJ VOOR MEER INFO



(Delhaize)

WELKE HOND? SCAN MIJ

39. VARIA – HONDENVOEDING (2)

SCAN MIJ VOOR MEER INFO



(Delhaize, Hondenvoeding | Junior | Kip)

WAT IS HET BEST? SCAN MIJ

40. ONDERHOUD – WC-REINIGER (1)

SCAN MIJ VOOR MEER INFO



(Frosch)

WAAR VIND JE DIT? SCAN MIJ

41. ONDERHOUD – WC-GEUR (1)

SCAN MIJ VOOR MEER INFO



(Bref)

SCAN MIJ VOOR RECLAME

42. ONDERHOUD – AFWASMIDDEL (1)

SCAN MIJ VOOR MEER INFO



(Dreft)

SCAN MIJ VOOR RECLAME

43. ONDERHOUD – VAATWASTABLETTEN (1)

SCAN MIJ VOOR MEER INFO



(Sun)

WAT IS HET BEST? SCAN MIJ

44. ONDERHOUD – VAATWASTABLETTEN (2)

SCAN MIJ VOOR MEER INFO



(Frosch, Vaatwastabletten | Bicarbonate | Eco)

WAT IS HET BEST? SCAN MIJ

45. HYGIËNE – SHAMPOO (1)

SCAN MIJ VOOR MEER INFO



(NatureBox)

SCAN MIJ VOOR RECLAME

46. HYGIËNE – SHAMPOO (2)

SCAN MIJ VOOR MEER INFO



(Dove, Shampoo | Intense repair)

SCAN MIJ VOOR RECLAME

47. HYGIËNE – DEODORANT (1)

SCAN MIJ VOOR MEER INFO



(Dove, Deospray | 0% original)

HOE KIES JE DE JUISTE? SCAN MIJ

48. HYGIËNE – DEODORANT (2)

SCAN MIJ VOOR MEER INFO



(Weleda)

HOE KIES JE DE JUISTE? SCAN MIJ

1. FRUIT – KIWI

Artikelnaam

Groene kiwi

Info

Je kan de kiwi doormidden snijden en uitlepelen. De kiwi kan ook in schijfjes worden gesneden om in fruitsalades, desserten en patisserie te verwerken. Een kiwi kun je best bewaren in de koelkast, gescheiden van ander fruit.

Merk

(Zespri, Zespri, 2018)

Ingrediënten

Kiwi 100%

Prijs

€ 3,95/bakje (8 stuks) – € 0,49/stuk

Verpakking



(Zespri, Kiwi | Groen | Rav 8pces)

Land van oorsprong

Italië

Allergenen

- Geen zwaveldioxide
- Geen soja
- Geen pindanoten
- Geen sesamzaad
- Geen selderij
- Geen lupine

Voedingswaarden

(eefsbrasserie)

Per 100 g

Energie	**259 kJ (61 kcal)**
Vetten	**<0,5 g**
waarvan verzadigde vetten	<0,1 g
Koolhydraten	**12 g**
waarvan suikers	8,5 g
Vezels	**3 g**
Eiwitten	**1 g**
Zout	**<0,005 g**

Label(s)



(Photo News)

(Delhaize, sd)

2. FRUIT – BANAAN (1)

Artikelnaam

Bananen Fairtrade bio

Info

De bananen worden het best bewaard op een koele plaats, maar niet in de koelkast. Onrijpe bananen met een groen-gele kleur worden uit het vuistje gegeten, in fruitsalades of bij ijscoupes.

Merk

(Delhaize, Bio bij Delhaize)

Ingrediënten

Banaan 100%

Prijs

€ 1,87/kg

Verpakking



(Delhaize, Bananen | Fairtrade | Bio | Eco | Cat1)

Land van oorsprong

Ecuador

Allergenen

Geen zwaveldioxide

Geen soja

Geen pindanoten

Geen sesamzaad

Geen selderij

Geen lupine

(eefsbrasserie)

Voedingswaarden

	Per 100 g
Energie	**366 kJ (86 kcal)**
Vetten	**<0,5 g**
waarvan verzadigde vetten	<0,1 g
Koolhydraten	**20 g**
waarvan suikers	17 g
Vezels	**1,7 g**
Eiwitten	**1,1 g**
Zout	**<0,01 g**

Label(s)

(fairtrade) (biomijnnatuur) (Delhaize, sd)

3. FRUIT – BANAAN (2)

Artikelnaam

Gele bananen

Info

Gele bananen hebben een zachte en zoete smaak. Het is lekker om zo te eten als gezond tussendoortje, in smoothies of fruitsalades. De bananen worden bewaard buiten de koelkast, op een koele plaats.

Merk

(wikipedia)

Ingrediënten

100% banaan

Prijs

€ 0,99/tros (5 bananen) – € 1,26/kg

Verpakking



(AH)

Land van oorsprong

Costa Rica of Colombia

Allergenen

Bevat geen melk

Bevat geen gluten

Geen zwaveldioxide

Voedingswaarden

(eefsbrasserie)

Per 100 g

Energie	**385 kJ (91 kcal)**
Vetten	**0,3 g**
waarvan verzadigde vetten	0,1 g
Koolhydraten	**20 g**
waarvan suikers	16 g
Vezels	**2 g**
Eiwitten	**1 g**
Zout	**0 g**

Label(s)

(Fostplus)

(Albert Heijn, sd)

4. SNACKS – CHOCOLADE (1)

Artikelnaam

Leonidas tablet melkchocolade 30%

Info

Droog en uit de warmte bewaren.

Merk

(Leonidas)

Ingrediënten

Melkchocolade (min. 30% cacao, min. 21% droge melkbestanddelen): suiker, volle melkpoeder, cacaoboter, cacaomassa, emulgator: sojalecithine, natuurlijke vanillearoma.

Prijs

€ 13,00/5 pakjes – € 26,00/kg

Verpakking



(Leonidas, Leonidas Tablet Melkchocolade 30%, 5 x 100

Land van oorsprong

België

Allergenen

Mogelijks noten

Mogelijks gluten

Geen zwaveldioxide

Voedingswaarden

(eefsbrasserie)

	Per 100 g
Energie	**2 261 kJ (541 kcal)**
Vetten	**31 g**
waarvan verzadigde vetten	19 g
Koolhydraten	**54 g**
waarvan suikers	53 g
Vezels	**2 g**
Eiwitten	**8 g**
Zout	**0,2 g**

Label(s)

(arcicom)

(Leonidas, sd)

5. SNACKS – CHOCOLADE (2)

Artikelnaam

Melkchocolade Fairtrade

Info

Een Fairtrade melkchocoladereep uit België met tenminste 32% cacao. Droog en uit de warmte bewaren.

Merk

(Tony'schocolonely)

Ingrediënten

Suiker, volle melkpoeder, cacaoboter, cacaomassa, emulgator sojalecithine

Prijs

€ 3,49/pak – € 19,39/kg

Verpakking



(Tony's Chocolonely)

Land van oorsprong

België

Allergenen

Mogelijks pindanoten

Bevat ei

Bevat gluten

Bevat noten

Voedingswaarden

(eefsbrasserie)

Per 100 g

Energie	**2 280 kJ (545 kcal)**
Vetten	**33,2 g**
waarvan verzadigde vetten	20 g
Koolhydraten	**51,9 g**
waarvan suikers	50,7 g
Eiwitten	**7,7 g**
Zout	**0,21 g**

Label(s)

(nutriscore.colruytgroup)

(fairtrade)

(Delhaize, sd)

6. SNACKS – CHIPS (1)

Artikelnaam

Yucachips zout 50 g

Info

De krokante chips van yuca (cassave of maniok) met zout zijn droog te bewaren. Het is ter plaatse verpakt.

Merk

(Oxfam)

Ingrediënten

Yuca (75,3%), plantaardige olie (palmolie), zout

Prijs

€ 1,08 excl. btw/zakje

Verpakking



(oxfamwereldwinkels.be)

Land van oorsprong

Costa Rica

Allergenen

Mogelijks melk

Mogelijks soja

Mogelijks pindanoten

Mogelijks noten

Voedingswaarden

(eefsbrasserie)

	Per 100 g
Energie	**1 959 kJ (468 kcal)**
Vetten	**20,7 g**
waarvan verzadigde vetten	10,3 g
Koolhydraten	**65,8 g**
waarvan suikers	3,5 g
waarvan zetmeel	62,3 g
Vezels	**3,8 g**
Eiwitten	**2,6 g**
Zout	**0,44 g**

Label(s)

FAIRTRADE (fairtrade)

(Oxfam, sd)

7. SNACKS – CHIPS (2)

Artikelnaam

Gezouten aardappelchips

Info

De chips worden het best droog bewaard.

Merk

(lays.be)

Ingrediënten

Aardappelen, plantaardige oliën (zonnebloem, koolzaad, maïs, in wisselende hoeveelheden), zout

Prijs

€ 0,61/zakje (45 g) – € 13,56/kg

Verpakking



(Lay's)

Land van oorsprong

België

Allergenen

Niet vermeld

Voedingswaarden

	Per 100 g
Energie	**2 305 kJ (551 kcal)**
Vetten	**34 g**
waarvan verzadigde vetten	4,2 g
Koolhydraten	**53 g**
waarvan suikers	0,5 g
Vezels	**4,2 g**
Eiwitten	**6,3 g**
Zout	**1,1 g**

Label(s)

(nutriscore.colruytgroup)

(Fostplus)

(Delhaize, sd)

8. SNACKS – MATTENTAARTEN

Artikelnaam

Geraardsbergse mattentaarten

Info

De *Geraardsbergse mattentaart* is zowat het meest bekende streekproduct van Vlaanderen en zelfs van België. Droog en uit de warmte bewaren.

Merk

(solucious)

Ingrediënten

Matten (volle melk, karnemelk, azijn), bladerdeeg [tarwebloem, palmvet, glucosestroop, zout, melkeiwitten, stabilisator (e451i), antiklontermiddelen (e551, e341iii), voedingszuur (e330), meelverbeteraar (e920)], suiker, eieren (scharrel), water, margarine [plantaardige vetten (palm, kokos), raapzaadolie, emulgator (e471), voedingszuur (e330), kleurstof (e160a), vanille-aroma.

Prijs

€ 1,99/pak (2 stuks) – € 8,65/kg

Verpakking



(colruyt.collectandgo.be)

Land van oorsprong

België

Allergenen

- Bevat gluten
- Bevat eieren
- Bevat melk
- Mogelijks soja
- Mogelijks noten

Voedingswaarden

(eefsbrasserie)

Per 100 g

Energie	**1 701 kJ (407 kcal)**
Vetten	**23 g**
waarvan verzadigde vetten	15 g
Koolhydraten	**40 g**
waarvan suikers	18 g
Vezels	**1,2 g**
Eiwitten	**10 g**
Zout	**0,74 g**

Label(s)

(streekproduct.be)

(colruyt.collectandgo.be, sd)

9. SNACKS – CUBERDONS

Artikelnaam

Geldhof 2 kg grote cuberdons in originele verpakking

Info

Deze lekkernij heeft een bijzondere textuur: hard langs de buitenkant met een vloeibare kern van frambozensmaak.
De Gentse cuberdons van *Geldhof* zijn herkenbaar door de letter g dat is aangebracht op iedere cuberdon. De Gentse cuberdons van confiserie *Geldhof* worden geproduceerd volgens het originele recept van 1873.

Merk

(conf-geldhof)

Ingrediënten

Suiker, geleermiddel (Arabische gom), glucosestroop, water, gelatine, framboos aroma, kleurstoffen (e120)

Prijs

€ 29,50/pak (2 kg) – € 14,75/kg

Verpakking



(Geldhof, GELDHOF CUBERDONS 2KG)

Land van oorsprong

België

Allergenen

Niet vermeld

Voedingswaarden

Niet vermeld

Label(s)

(arcicom)

(streekproduct.be)

(Geldhof, sd)

10. DRANK – WATER (1)

Artikelnaam

Niet bruisend mineraalwater

Info

Niet bruisend natuurlijk mineraalwater

Merk

(Evian, onze merken)

Ingrediënten

100% water

Prijs

€ 3,09/pak (6 x 50 cl) – € 1,03/L

Verpakking



(Evian, Mineraalwater | Niet bruisend | PET)

Land van oorsprong

Frankrijk

Allergenen

Geen

Voedingswaarden

Per portie (referentie inname)

Mineralen	**107 mg**
kalium	1 mg
calcium	80 mg
magnesium	26 mg

Label(s)



(Photo News)

(Delhaize, sd)

11. DRANK – WATER (2)

Artikelnaam

Niet bruisend mineraalwater

Info

Niet bruisend natuurlijk mineraalwater

Merk

(Spa Reine, spa reine logo)

Ingrediënten

Spa® natuurlijk mineraalwater

Prijs

€ 3,35/pak (8 x 50 cl) – € 0,84/L

Verpakking



(Spa Reine, Mineraalwater | Niet bruisend | PET)

Land van oorsprong

België

Allergenen

Geen

Voedingswaarden

Niet vermeld

Label(s)



(Photo News)

(Delhaize, sd)

12. DRANK – WATER (3)

Artikelnaam

Niet bruisend mineraalwater

Info

Niet bruisend natuurlijk mineraalwater

Merk

(Spa Reine, spa reine logo)

Ingrediënten

Spa® natuurlijk mineraalwater

Prijs

€ 3,89/pak (6 x 1L) – € 0,65/L

Verpakking



(Spa Reine, Mineraalwater | Niet bruisend | Bak)

Land van oorsprong

België

Allergenen

Geen

Voedingswaarden

Niet vermeld

Label(s)



(Photo News)

(Delhaize, sd)

13. DRANK – COLA IN PLASTIC FLESSEN

Artikelnaam

Coca-cola Regular

Info

Bewaar de cola koud in de koelkast. Je kan de cola koud opdienen met een schijfje limoen.

Merk

(Wikipedia, sd)

Ingrediënten

Sprankelend water; suiker; kleurstof e150d; voedingszuur e338; natuurlijke aroma's (plantenextracten), waaronder cafeïne.

Prijs

€ 12,49/pak (6 x 1,5L) – € 1,39/L

Verpakking



(Coca-Cola, Cola | Regular | PET)

Land van oorsprong

België

Allergenen

Niet vermeld

Voedingswaarden

	Per 100 ml
Energie	**180 kJ (42 kcal)**
Vetten	**0 g**
waarvan verzadigde vetten	0 g
Koolhydraten	**10,6 g**
waarvan suikers	10,6 g
Eiwitten	**0 g**
Zout	**0 g**

Label(s)

(Nutri-Score, La notoriété du Nutriscore s'installe) (Fostplus) (Delhaize, sd)

14. DRANK – COLA IN GLAZEN FLESSEN

Artikelnaam

Coca-cola Regular

Info

Bewaar de cola koud in de koelkast. Je kan de cola koud opdienen met een schijfje limoen.

Merk

(Wikipedia, sd)

Ingrediënten

Sprankelend water; suiker; kleurstof e150d; voedingszuur e338; natuurlijke aroma's (plantenextracten), waaronder cafeïne.

Prijs

€ 11,69 (6 x 1L) – € 1,95/L

Verpakking



(Coca-Cola, Cola | Regular | Bak | Glas)

Land van oorsprong

België

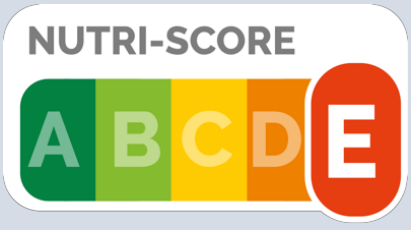
Allergenen

Niet vermeld

Voedingswaarden

	Per 100 ml
Energie	**180 kJ (42 kcal)**
Vetten	**0 g**
waarvan verzadigde vetten	0 g
Koolhydraten	**10,6 g**
waarvan suikers	10,6 g
Eiwitten	**0 g**
Zout	**0 g**

Label(s)



(Nutri-Score, La notoriété du Nutriscore s'installe)

(Delhaize, sd)

15. DRANK – MELK (1)

Artikelnaam

Amandel ongezoet drank

Info

Hoe wordt de melk geproduceerd? Eerst roostert Alpro de amandelen uit het middellandse zeegebied licht om hun natuurlijke smaak tot uiting te laten komen. Nadien worden ze vermalen tot een romige amandelboter en worden ze gemengd met water.

Merk

alpro (dematra)

Ingrediënten

Water, amandel (2,3%), tricalciumfosfaat, zeezout, stabilisatoren (johannesbroodpitmeel, gellan gom), emulgator (lecithinen (zonnebloem))

Prijs

€ 2,25/brik (1L) – € 2,25/L

Verpakking



(Alpro)

Land van oorsprong

België

Allergenen

Mogelijks noten

Geen pindanoten

Geen melk

Geen gluten

Voedingswaarden

(eefsbrasserie)

	Per 100 ml
Energie	**53 kJ (13 kcal)**
Vetten	**1,1 g**
waarvan verzadigde vetten	0,1 g
Koolhydraten	**0 g**
waarvan suikers	0 g
Vezels	**0,3 g**
Eiwitten	**0,4 g**
Zout	**0,14 g**
Vitaminen	**0,09 mg**
vitamine d	0,75 µg
vitamine b1	0,09 mg

0,75 µg (microgram) = 0,00075

Label(s)

(FSC)

(Nutri-Score, Nutriscore)

(Delhaize, sd)

16. DRANK – MELK (2)

Artikelnaam

Halfvolle melk

Info

Na het openen is het nog twee dagen houdbaar in de koelkast (max. + 7 °c).

Merk

Everyday (Everyday, Everyday logo)

Ingrediënten

100% halfvolle melk

Prijs

€ 0,62/stuk (1L)

Verpakking



(Everyday, Everyday Melk Halfvolle)

Land van oorsprong

België

Allergenen

- Bevat melk
- Geen pindanoten
- Geen noten
- Geen gluten
- Geen soja

Voedingswaarden

(eefsbrasserie)

Per 100 ml	
Energie	**200 kJ (48 kcal)**
Vetten	**1,5 g**
waarvan verzadigde vetten	1,1 g
Koolhydraten	**5 g**
waarvan suikers	5 g
Vezels	**0 g**
Eiwitten	**3,5 g**
Zout	**0,13 g**

Label(s)

(Photo News) (FSC) (Colruyt, sd)

17. DRANK – SINAASAPPELSAP

Artikelnaam

Brik sinaasappelsap

Info

Schudden voor gebruik. Gekoeld is de sinaasappelsap op zijn best!

Merk

(Appelsientje, Suiker in vruchtensap - reactie Riedel (Appelsientje))

Ingrediënten

Vruchtensap uit geconcentreerd vruchtensap (appel, witte druif, sinaasappel 24%, mango 2,5%, acerola, citroen, carambola 1,2%), aroma.

Prijs

€ 2,39/brik (1L)

Verpakking



(Appelsientje, APPELSIENTJE mango-carambolasap brik)

Land van oorsprong

Nederland

Allergenen

- Geen melk
- Geen pindanoten
- Geen noten
- Geen soja
- Geen ei

(eefsbrasserie)

Voedingswaarden

Niet vermeld

Label(s)

FSC (FSC)

(Colruyt, sd)

18. ONTBIJT – KOFFIEBONEN (1)

Artikelnaam

Dessert koffie

Info

Een evenwichtige koffie met een vlot en rijk karakter. Gebruik ongeveer 6-7 g koffie per kopje (2 eetlepels of 1 maatschepje) volgens de gewenste sterkte van je koffie. De koffie wordt het best bewaard in een donkere, droge omgeving.

Merk

(Egberts)

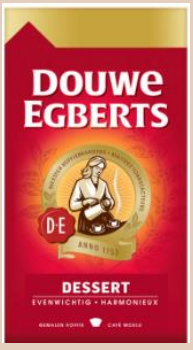
Ingrediënten

100% koffiebonen

Prijs

€ 5,99/pak (500 g) – € 11,98/kg

Verpakking



(Egberts, Koffie | Dessert | Vacuüm)

Land van oorsprong

Nederland

Allergenen

Mogelijks noten (eefsbrasserie)

Voedingswaarden

Niet vermeld

Label(s)

(Fostplus) (FSC)

(Delhaize, sd)

19. ONTBIJT – KOFFIEBONEN (2)

Artikelnaam

Gemalen koffie

Info

Gemalen koffie voor de filter of een espressomachine.

Merk

(Rombouts)

Ingrediënten

100% koffiebonen

Prijs

€ 3,99/pak (250 g) – € 15,96/kg

Verpakking



(Rombouts, Koffie | Gemalen | Fairtrade | Bio)

Land van oorsprong

Frankrijk

Allergenen

Niet vermeld

Voedingswaarden

Niet vermeld

Label(s)

(fairtrade)

(biomijnnatuur)

(Delhaize, sd)

20. ONTBIJT – SALAMI (1)

Artikelnaam

Ardense worst zonder look

Info

Voor een optimale smaak 15 min. voor gebruik openen. Het is een bron van proteïnen zonder toegevoegde kleurstoffen.

Merk

MARCASSOU (okra)

Ingrediënten

Varkensvlees, zout, dextrose, specerijen, kruiden, antioxidant natriumascorbaat. Conserveermiddel natriumnitriet, kaliumnitraat; fermenten, rook, oppervlaktebehandeling conserveermiddel natamycine. 100 g product bereid uit 141 g vlees.

Prijs

€ 3,79/pak (225 g) – € 16,84/kg

Verpakking



(Marcassou)

Land van oorsprong

België

Allergenen

Mogelijks melk

Geen gluten

Voedingswaarden

(eefsbrasserie)

	Per 100 g
Energie	**1 648 kJ (397 kcal)**
Vetten	**33 g**
waarvan verzadigde vetten	13 g
Koolhydraten	**0,1 g**
waarvan suikers	0,1 g
Eiwitten	**25 g**
Zout	**4,1 g**

Label(s)



(nutriscore.colruytgroup)

(Delhaize, sd)

21. ONTBIJT – SALAMI (2)

Artikelnaam

Aoste l'authentique salami kip

Info

Verpakt onder beschermende atmosfeer*. Koel bewaren bij max. 4°c.

Merk

(aoste.be)

Ingrediënten

Kippenvlees, plantaardig vet (palm), zout, melkeiwit, dextrose, plantaardig extract, aroma, antioxidant: natriumascorbaat; kleurstof: natuurlijk cochenille; conserveermiddel: natriumnitriet, kaliumnitraat; fermenten, rook. 100 g product bereid uit 105 g kippenvlees.

Prijs

€ 3,45/pak (100 g) – € 34,50/kg

Verpakking



(Aoste, AOSTE l'Authentique salami kip)

Land van oorsprong

België

Allergenen

Bevat melk

Mogelijks selderij

Mogelijks mosterd

Voedingswaarden

(eefsbrasserie)

	Per 100 g
Energie	**1 100 kJ (265 kcal)**
Vetten	**21 g**
waarvan verzadigde vetten	8,9 g
Koolhydraten	**<0,1 g**
waarvan suikers	<0,1 g
Eiwitten	**19 g**
Zout	**3,2 g**

Label(s)



(nutriscore.colruytgroup)

(colruyt.collectandgo, sd)

22. ONTBIJT – CORNFLAKES

Artikelnaam

Ontbijtgranen Original

Info

Sluit de binnenzak na ieder gebruik af en bewaar op een droge plaats.

Merk

Kellogg's (Wikipedia)

Ingrediënten

Maïs, suiker, gerstemoutaroma, zout.

Prijs

€ 2,29/ pak (500 g) – € 4,58/kg

Verpakking



(Kellogg's)

Land van oorsprong

België

Allergenen

Bevat gluten (eefsbrasserie)

Voedingswaarden

	Per 100 g
Energie	**1 604 kJ (378 kcal)**
Vetten	**0,9 g**
waarvan verzadigde vetten	0,2 g
Koolhydraten	**84 g**
waarvan suikers	8 g
Vezels	**3 g**
Eiwitten	**7 g**
Zout	**1,12 g**
Vitaminen	**16,61 mg**
vitamine d	8,4 µg
vitamine b	16,61 mg
Mineralen	**8 mg**
ijzer	8 mg

8,4 µg (microgram) = 0,0084 m

Label(s)

NUTRI-SCORE A B C D E (nutriscore.colruytgroup)

(Fostplus)

(Delhaize, sd)

23. ONTBIJT – YOGHURT

Artikelnaam

Yoghurt blauwe bosbes

Info

Alpro blauwe bosbes is een heerlijk plantaardig alternatief voor yoghurt met zorgvuldig geselecteerd fruit.

Merk

(ikwordpro.be)

Ingrediënten

Water, gepelde sojabonen (9,8%), suiker, blauwe bosbes (5,7%), tricalciumcitraat, stabilisator, zuurteregelaars (citroenzuur, natriumcitraten), natuurlijk aroma, zwartewortelextract, bosbesextract, wortelextract, zeezout, antioxidanten (tocoferolrijk extract, vetzuuresters van ascorbinezuur)

Prijs

€ 2,55/beker (500 g) – € 5,10/kg

Verpakking



(Alpro)

Land van oorsprong

België

Allergenen

Geen melk

Bevat soja

Mogelijks noten

Geen gluten

Voedingswaarden

(eefsbrasserie)

	Per 100 g
Energie	**293 kJ (70 kcal)**
Vetten	**2,2 g**
waarvan verzadigde vetten	0,4 g
Koolhydraten	**8,2 g**
waarvan suikers	7,9 g
Vezels	**1 g**
Eiwitten	**3,7 g**
Zout	**0,15 g**
Vitaminen	**0,21 g**
vitamine d	0,75 µg
vitamine b	0,21 mg

0,75 µg (microgram) = 0,00075

Label(s)

(nutriscore.colruytgroup)

(Fostplus)

(Delhaize, sd)

24. GROENTEN – WORTELEN (1)

Artikelnaam

Wortelen

Info

Oranje raketten; de tovergroentjes die alle bengels graag lusten, en die bijdragen aan een evenwichtige voeding en een plezier zijn in de keuken!

Merk

(admerchtem)

Ingrediënten

Wortelen 100%

Prijs

€ 1,05/pak (1 zak)

Verpakking



(Delhaize, Wortelen)

Land van oorsprong

België

Allergenen

- Geen zwaveldioxide
- Geen soja
- Geen pindanoten
- Geen sesamzaad
- Geen selderij
- Geen lupine
- Geen gluten
- Geen noten

(eefsbrasserie)

Voedingswaarden

	Per 100 g
Energie	**146 kJ (35 kcal)**
Vetten	**<0,5 g**
waarvan verzadigde vetten	<0,1 g
Koolhydraten	**6,7 g**
waarvan suikers	6,5 g
Vezels	**3,2 g**
Eiwitten	**<0,5 g**
Zout	**0,1 g**

Label(s)

NUTRI-SCORE A B C D E (Photo News)

MADE IN BELGIUM (arcicom)

(Delhaize, sd)

25. GROENTEN – WORTELEN (2)

Artikelnaam

Wortelen

Info

Bewaren in de groentelade van de koelkast.

Merk

(Colruyt, Filter op Boni Selection)

Ingrediënten

100% wortel

Prijs

€ 2,40/stuk – € 1,60/kg

Verpakking



(Colruyt, BONI SELECTION BIO)

Land van oorsprong

België

Allergenen

- Geen lupine
- Geen soja
- Geen pindanoten
- Geen sesamzaad
- Geen selderij

Voedingswaarden

(eefsbrasserie)

	Per 100 g
Energie	**146 kJ (35 kcal)**
Vetten	**0 g**
waarvan verzadigde vetten	0 g
Koolhydraten	**6,7 g**
waarvan suikers	6,5 g
Vezels	**3,2 g**
Eiwitten	**<0,5 g**
Zout	**0,1 g**

Label(s)

(Photo News)

(biomijnnatuur)

(Colruyt, sd)

26. GROENTEN – AARDAPPELEN (1)

Artikelnaam

Aardappelen vast tot matig vastkokend, los

Info

Vast-matig/ vastkokende aardappelen

Merk

(worldvectorlogo)

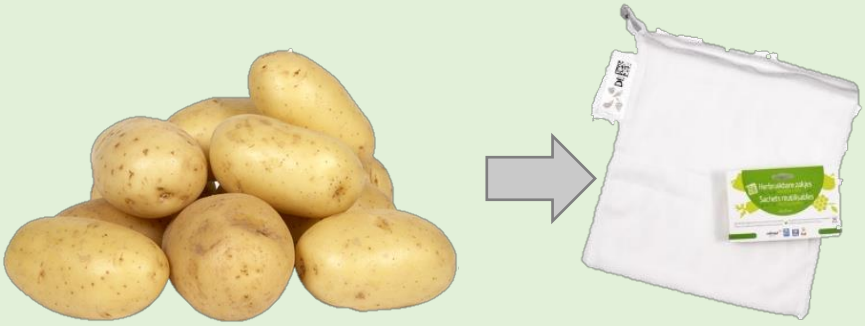
Ingrediënten

100% aardappel

Prijs

€ 1,59/kg

Verpakking



(Colruyt, Aardappelen Vast tot matig vastkokent los)
(biojournaal)

Land van oorsprong

België

Allergenen

- Geen zwaveldioxide
- Geen soja
- Geen pindanoten
- Geen sesamzaad
- Geen selderij
- Geen lupine

(eefsbrasserie)

Voedingswaarden

	Per 100 g
Energie	**382 kJ (90 kcal)**
Vetten	**<0,5 g**
waarvan verzadigde vetten	<0,1 g
Koolhydraten	**19 g**
waarvan suikers	1 g
Vezels	**3,1 g**
Eiwitten	**2 g**
Zout	**<0,005 g**

Label(s)



(Photo News, Vanwaar komt de nutri-score van De Block en zal die de Belg gezonder doen eten?) (Colruyt, sd)

27. GROENTEN – AARDAPPELEN (2)

Artikelnaam

AH pondje vastkokend

Info

Deze aardappelen zijn snel klaar te stomen in 8 minuten. Door het unieke stoomventiel in de folie worden de aardappelen egaal gegaard. Ze zijn stevig en vol van smaak. Het stomen zorgt er ook voor dat ze smaakvol en knapperig blijven.

Merk

(wikipedia, Albert Heijn (supermarkt))

Ingrediënten

100% aardappel

Prijs

€ 1,59/zakje (500 g) – € 3,18/kg

Verpakking



(Albert Heijn)

Land van oorsprong

België

Allergenen

Geen gluten

Geen melk

Voedingswaarden

(eefsbrasserie)

Per 100 gram

Energie	**375 kJ (88 kcal)**
Vetten	**0 g**
waarvan verzadigde vetten	0 g
Koolhydraten	**19 g**
waarvan suikers	1 g
Vezels	**2 g**
Eiwitten	**2 g**
Zout	**0 g**
Vitaminen	**14,3 mg**
vitamine b	0,3 mg
vitamine c	14 mg

Label(s)



(Photo News) (Albert Heijn, sd)

28. GROENTEN – BONEN (1)

Artikelnaam

Fijne bonen

Info

De boontjes worden eerst gekookt en dan gestoofd met een ui en kruiden. Je kan ze koud of warm serveren. Bewaar ze op een koele, droge plaats maar best niet in de koelkast.

Merk

(admerchtem)

Ingrediënten

100% bonen

Prijs

€ 2,29/bakje (200 g) – € 11,45/kg

Verpakking



(Delhaize, Fijne bonen | Getopt | Fairtrade)

Land van oorsprong

Kenia

Allergenen

Niet vermeld

Voedingswaarden

	Per 100 g
Energie	**147 kJ (35 kcal)**

Label(s)

(fairtrade)

(Delhaize, sd)

29. GROENTEN – BONEN (2)

Artikelnaam

Extra fijne boontjes

Info

Laat de sperziebonen 6-8 minuten gaarkoken op een zacht vuurtje.

Merk

(admerchtem)

Ingrediënten

Extra fijne sperziebonen 100%

Prijs

€ 0,91/zak (600 g) – € 1,52/kg

Verpakking



(Delhaize, Extra fijne Boontjes)

Land van oorsprong

België

Allergenen

- Mogelijks gluten
- Mogelijks melk
- Mogelijks selderij
- Geen zwaveldioxide
- Geen pindanoten
- Geen sesamzaad
- Geen lupine
- Geen soja

(eefsbrasserie)

Voedingswaarden

Per 100 g

Energie	**132 kJ (32 kcal)**
Vetten	**<0,5 g**
waarvan verzadigde vetten	<0,1 g
Koolhydraten	**3,8 g**
waarvan suikers	0,9 g
Vezels	**3,9 g**
Eiwitten	**1,9 g**
Zout	**0,03 g**

Label(s)

(arcicom)

(Delhaize, sd)

30. VOEDING – TOMATENSAUS (1)

Artikelnaam

Grand'Italia Sugocasa traditizonale pastasaus

Info

Sugocasa traditizonale is een basissaus gemaakt van de beste verse zongerijpte tomaten. De saus bestaat uit 100% natuurlijke ingrediënten en is gemaakt van 1,5 kg verse zongerijpte tomaten.

Merk

(Italia)

Ingrediënten

Tomaat (77,9%), tomatenconcentraat (15%), zout, ui, geconcentreerd citroensap

Prijs

€ 3,46/kg

Verpakking



(GrandItalia)

Land van oorsprong

Nederland

Allergenen

Geen gluten

Voedingswaarden

(eefsbrasserie)

	Per 100 g
Energie	**152 kJ (36 kcal)**
Vetten	**0,2 g**
waarvan verzadigde vetten	0,1 g
Koolhydraten	**6,5 g**
waarvan suikers	4,7 g
Vezels	**0,9 g**
Eiwitten	**1,6 g**
Zout	**0,62 g**

Label(s)

Niet vermeld

(Albert Heijn, sd)

31. VOEDING – VIS (1)

Artikelnaam

Verse bio zalm

Info

De zalm kan bereid worden in de pan, oven of op de barbecue.

Merk

(admerchtem)

Ingrediënten

Atlantische zalm (salmo salar)

Prijs

€ 9,75/pak (250 g) – € 38,99/kg

Verpakking



(Delhaize-bio)

Land van oorsprong

Ierland / Schotland / Noorwegen

Allergenen

- Bevat vis
- Geen weekdieren
- Geen pindanoten
- Geen melk
- Geen zwaveldioxide
- Geen lupine

(eefsbrasserie)

Voedingswaarden

Per 100 g

Energie	**821 kJ (197kcal)**
Vetten	**13 g**
waarvan verzadigde vetten	2,2 g
Koolhydraten	**<0,5 g**
waarvan suikers	0 g
Vezels	**<0,5 g**
Eiwitten	**20 g**
Zout	**0,1 g**

Label(s)

(nutriscore.colruytgroup)

(biomijnnatuur)

(Fostplus)

(Delhaize, sd)

32. VOEDING – VIS (2)

Artikelnaam

Gerookte zalmfilet aan het touw

Info

De gerookte zalmfilet is verticaal opgehangen aan een touw tijdens het traditionele roken op beukenhout snippers. Deze manier van roken geeft een gouden kleur en een zachte textuur binnen in de filet.

Merk

(promobutler.be)

Ingrediënten

Atlantische zalm, zout

Prijs

€ 5,45/pak (125 g) – € 43,60/kg

Verpakking



(Blini)

Land van oorsprong

Frankrijk

Allergenen

Bevat vis

Voedingswaarden

(eefsbrasserie)

Per 100 g	
Energie	**886 kJ (213 kcal)**
Koolhydraten	**1,3 g**
Eiwitten	**20 g**

Label(s)

(nutriscore.colruytgroup)

(Delhaize, sd)

33. VOEDING – VIS (3)

Artikelnaam

Fish sticks

Info

De knapperigste Fish stick!

Merk

(Iglo)

Ingrediënten

Alaskapollak (vis) 65%, paneermeel 16% (tarwebloem, water, specerijen, zout, gist), koolzaadolie, tarwebloem, water, aardappelzetmeel, zout.

Prijs

€ 3,49/pak (450g) – € 7,76/kg

Verpakking



(Iglo, Fish Sticks |15 St | 450g)

Land van oorsprong

Vis: Alaska – Fish sticks: Duitsland

Allergenen

Bevat vis

Bevat tarwe

Bevat gluten

Voedingswaarden

(eefsbrasserie)

Per 100 g

Energie	**818 kJ (195 kcal)**
Vetten	**7,7 g**
waarvan verzadigde vetten	0,6 g
Koolhydraten	**18 g**
waarvan suikers	0,8 g
Vezels	**0,8 g**
Eiwitten	**13 g**
Zout	**1 g**

Label(s)

NUTRI-SCORE A B C D E

(nutriscore.colruytgroup)

(Delhaize, sd)

34. VOEDING – PASTA (1)

Artikelnaam

Volledige spaghetti

Info

Droog en koel bewaren.

Merk

(Soubry)

Ingrediënten

100% hoogwaardige volkoren griesmeel van hoogwaardige harde tarwe.

Prijs

€ 1,09/pak (500 g) – € 2,18/kg

Verpakking



(Soubry, Pasta | Spaghetti | Volkoren)

Land van oorsprong

België

Allergenen

- Mogelijks ei
- Geen soja
- Geen pindanoten
- Geen sesamzaad
- Geen zwaveldioxide
- Geen lupine

(eefsbrasserie)

Voedingswaarden

	Per 100 g
Energie	**1 446 kJ (342 kcal)**
Vetten	**2 g**
waarvan verzadigde vetten	0,1 g
Koolhydraten	**64 g**
waarvan suikers	3,5 g
Vezels	**6,8 g**
Eiwitten	**13,5 g**
Zout	**0,025 g**

Label(s)



(nutriscore.colruytgroup)

(Delhaize, sd)

35. VOEDING – PASTA (2)

Artikelnaam

Barilla Penne de lentilles corail 250 g

Info

Kooktijd: 7-9 min.

Merk

(Barilla)

Ingrediënten

Rode linzenmeel

Prijs

€ 3,19/stuk(250g) – € 12,76/kg

Verpakking



(Barilla, Barilla Penne de Lentilles Corail 250 g)

Land van oorsprong

Italië

Allergenen

Geen gluten

Voedingswaarden

(eefsbrasserie)

	Per 100 g
Energie	**1 416 kJ (335 kcal)**
Vetten	**2,4 g**
waarvan verzadigde vetten	0,5 g
Koolhydraten	**47,4 g**
waarvan suikers	1,8 g
Vezels	**12,0 g**
Eiwitten	**25,0 g**
Zout	**0,003 g**

Label(s)

(Fostplus)

(drive.carrefour, sd)

36. VOEDING – BOTER (1)

Artikelnaam

Le beurre des chefs

Info

Deze geklaarde boter biedt weerstand tegen hoge temperatuur en verzekert succesvol koken. De boter verbrandt niet, wordt niet zwart en spat niet. Deze boter verhoogt de verspreiding van smaken.

Merk

(carlsbourg)

Ingrediënten

Boterconcentraat (melk), kleurstof (betacaroteen)

Prijs

€ 3,35/pak (200 g) – € 16,75/kg

Verpakking



(Carlsbourg, Le beurre des Chefs | geklaarde boter)

Land van oorsprong

België

Allergenen

Bevat melk

(eefsbrasserie)

Voedingswaarden

	Per 100 g
Energie	**3 696 kJ (899 kcal)**
Vetten	**99,9 g**
waarvan verzadigde vetten	66,3 g
Koolhydraten	**0 g**
waarvan suikers	0 g
Eiwitten	**0 g**
Zout	**0 g**

Label(s)



(nutriscore.colruytgroup)

(Delhaize, sd)

37. VOEDING – BOTER (2)

Artikelnaam

Zachte Ardense boter

Info

De zachte Ardense boter van Carlsbourg: een product uit de Belgische Ardennen, bereid op basis van Ardense melk. Het is een natuurlijk product met een unieke smaak.

Merk

(carlsbourg)

Ingrediënten

Boter

Prijs

€ 2,75/pak (250 g) – € 11,00/kg

Verpakking



(Carlsbourg, Boter | Zacht | Ardeens)

Land van oorsprong

België

Allergenen

Bevat melk

Voedingswaarden

(eefsbrasserie)

	Per 100 g
Energie	**3 073 kJ (747 kcal)**
Vetten	**82,5 g**
waarvan verzadigde vetten	55,3 g
Koolhydraten	**0,6 g**
waarvan suikers	0,6 g
Eiwitten	**0,6 g**
Zout	**0,1 g**

Label(s)



(nutriscore.colruytgroup)

(Delhaize, sd)

38. VARIA – HONDENVOEDING (1)

Artikelnaam

Brokjes honden saus wild

Info

Hondenbrokken met wild in een saus voor de hond. Het product is kant-en-klaar.

Merk

(admerchtem)

Ingrediënten

Vlees en dierlijke bijproducten (4% wild), granen, mineralen, diverse suikers

Prijs

€ 0,89/blik (1,24 kg) – € 0,72/kg

Verpakking



(Delhaize, Brokjes honden saus wild)

Land van oorsprong

België

Allergenen

Mogelijks gluten

Geen melk

Geen eieren

Geen soja

(eefsbrasserie)

Voedingswaarden

Niet vermeld

Label(s)

Niet vermeld

(Delhaize, sd)

39. VARIA – HONDENVOEDING (2)

Artikelnaam

Hondenvoeding kip

Info

De Delhaize hondenbrokken junior met kip is ideaal voor pups van 1 tot 24 maanden.

Merk

(admerchtem)

Ingrediënten

Vlees en dierlijke bijproducten (waarvan kip 4% verkregen van gedehydreerde kip), granen, plantaardige bijproducten, oliën en vetten, mineralen.

Prijs

€ 5,75/pak (3 kg) – € 1,92/kg

Verpakking



(Delhaize, Hondenvoeding | Junior | Kip)

Land van oorsprong

België

Allergenen

Bevat gluten

Geen melk

Geen eieren

Geen soja

Voedingswaarden

(eefsbrasserie)

Niet vermeld

Label(s)

Niet vermeld

(Delhaize, sd)

40. ONDERHOUD – WC-REINIGER (1)

Artikelnaam

Wc-reiniger – citroen eco

Info

De wc-reiniger met natuurlijke zuren verwijdert grondig kalkaanslag en reinigt.

Gebruiksaanwijzing

Druk de veiligheidsdop samen en draai open. Spuit onderaan de wc-bril aan de rand en laat inwerken (eventueel naborstelen) en spoel door.

Merk

MARKE Frosch® (Frosch)

Prijs

€ 2,20/fles (75 cl) – € 3,05/L

Verpakking



(Frosch, Wc reiniger | Citroen | Eco)

Land van oorsprong

Duitsland

Label(s)

(EU ECOLABEL)

(Fostplus)

(Delhaize, sd)

41. ONDERHOUD – WC-GEUR (1)

Artikelnaam

Wc-blok Deluxe Delicate Magnolia

Info

Deze wc-blok heeft een verfijnd parfum, reinigend schuim, anti-kalk en anti-vuil bescherming. De nieuwe Bref De Luxe is een elegante blok in je WC!

Gebruiksaanwijzing

Hang de houder aan de rand van het toilet.

Merk

(Bref)

Prijs

€ 5,65/pak (2 stuks) – € 2,83/stuk

Verpakking



(Bref, WC-Blok | Deluxe Delicate Magnolia)

Land van oorsprong

België

Label(s)

Geen

(Delhaize, sd)

42. ONDERHOUD – AFWASMIDDEL (1)

Artikelnaam

Afwasmiddel | Original Dreft

Info

Dreft Original afwasmiddel; een reinigende kracht waarop u altijd kunt vertrouwen. De geconcentreerde formule verwijdert vet onmiddellijk en maakt uw vaat schitterend schoon. Met slechts één druppel heeft u voldoende schuimend sop voor de afwas van een hele maaltijd. Geen wonder dat het tot twee keer langer meegaat dan verdunde imitaties!

Gebruiksaanwijzing

Begin met de glazen; die worden het best schoon in het warmste en schoonste water. Bovendien verdampt heet water sneller, wat voor minder vlekken zorgt. Zet glazen op hun kop om overtollig water af te laten druipen en wrijf ze daarna met een droge doek af.

Merk

(Dreft, Afwasrevolutie, 2012)

Prijs

€ 3,89 cl – € 4,37/L

Verpakking



(Dreft)

Land van oorsprong

Verenigd Koninkrijk

Label(s)

(Fostplus)

(Delhaize, sd)

43. ONDERHOUD – VAATWASTABLETTEN (1)

Artikelnaam

Sun ALL in 1 nature vaatwastabletten

Info

De *Sun powered by nature* heeft een gegarandeerde reinigingskracht en bestaat voor 90% uit plantaardige en biologisch afbreekbare ingrediënten. Het heeft een kartonnen verpakking van 100% gerecycleerd materiaal. Het is effectief in eco-wasprogramma's die minder energie en water verbruiken.

Merk

(Sun)

Prijs

€ 7,99/pak (20 stuks)

Verpakking



(Sun, Sun All-in One Vaatwastablet Ecolabel 38 Tabletten)

Land van oorsprong

Denemarken

Label(s)

(EU ECOLABEL)

(Fostplus)

(Carrefour, sd)

44. ONDERHOUD – VAATWASTABLETTEN (2)

Artikelnaam

Vaatwastabletten

Info

Deze vaatwastabletten zijn ecologisch verantwoord. Het zorgt voor een schone en schitterende vaat. De formule op basis van bicarbonaat verwijdert effectief alle vetten en zelfs de meest hardnekkige vlekken!

Gebruiksaanwijzing

Je hebt één tablet nodig voor één afwascyclus.

Merk

Frosch® (Frosch)

Prijs

€ 7,69/pak (30 stuks) – € 0,26/stuk

Verpakking



(Frosch, Vaatwastabletten | Bicarbonate | Eco)

Land van oorsprong

Duitsland

Label(s)

(EU ECOLABEL)

(Fostplus)

(Delhaize, sd)

45. HYGIËNE – SHAMPOO (1)

Artikelnaam

Nature Box shampoo avocado olie

Info

Deze shampoo is verrijkt met 100% koudgeperst avocado-olie

Merk

(NatureBox)

Ingrediënten

25% gerecycleerde plastic verpakkingen, koudgeperste olie, 83% natuurlijke ingrediënten vrij van sulfaten, siliconen, parabenen, kunstmatige kleurstoffen

Prijs

€ 5,99/fles (38,5 cl) – € 15,56/L

Verpakking



(NatureBox, Nature Box | Shampoo | Avocado Olie | 385ml)

Land van oorsprong

Duitsland

Label(s)

Niet vermeld

(Nature Box, sd)

46. HYGIËNE – SHAMPOO (2)

Artikelnaam

Shampoo Intense Repair

Info

Deze shampoo herstelt beschadigde haarvezels tot het haar weer gezond en sterk is. Jouw haar wordt versterkt zodat je kunt genieten van vrijvallende, glanzende lokken.

Gebruiksaanwijzing

Oogcontact vermijden. Vermijd inmasseren tot het schuimt maar laat even intrekken en spoel nadien uit. Tip: voor een optimaal resultaat kan je ook gebruik maken van de Intensive Repair Conditioner.

Merk

(Dove)

Prijs

€ 3,89/fles (25 cl) – € 15,56/L

Verpakking



(Dove, Shampoo | Intense repair)

Land van oorsprong

België

Label(s)

Niet vermeld

(Dove, sd)

47. HYGIËNE – DEODORANT (1)

Artikelnaam

Deodorant 0% Original

Info

Deze deodorant is Dove's meest huidvriendelijke deodorant en hij is aluminiumvrij. Het is klinisch bewezen dat je zachtere oksels hebt!

Gebruiksaanwijzing

Goed schudden voor elk gebruik. Houd de bus 15 cm van de oksels en spuit.

Merk

(Dove)

Prijs

€ 4,09/fles (15 cl) – € 27,27/L

Verpakking



(Dove, Deospray | 0% original)

Land van oorsprong

België

Label(s)

Niet vermeld

(Dove, sd)

48. HYGIËNE – DEODORANT (2)

Artikelnaam

Deodorant | citrus | bio - Weleda

Info

Sprankelende frisheid: de deodorant neutraliseert ongewenste lichaamsluchtjes en heeft een frisse geur van citrus. Onaangename geurtjes worden geneutraliseerd met behulp van etherische oliën met een licht antibacteriële werking.

Gebruiksaanwijzing

Aanbrengen op de gewassen en gedroogde huid van de oksels. Niet gebruiken na het epileren of scheren van de oksels of voor het zonnebaden.

Merk

WELEDA (Weleda, 2012)

Prijs

€ 14,79/fles (10 cl) – € 147,90/L

Verpakking



(Weleda, Citrus-Erfrischungsöl Mini)

Land van oorsprong

België

Label(s)

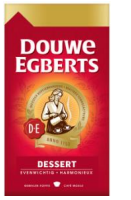
(EU ECOLABEL)

(Weleda, sd)

Boodschappenlijstje

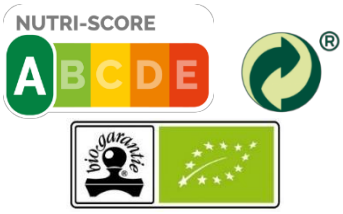
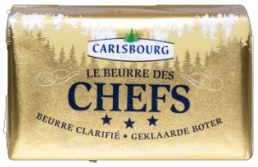
☐	**1. FRUIT – KIWI**	 (Zespri)	(nutriscore.colruytgroup)
☐	**2. FRUIT – BANAAN (1)**	 (Delhaize, sd)	(fairtrade) (biomijnnatuur)
☐	**3. FRUIT – BANAAN (2)**	 (AH)	(Fostplus)
☐	**4. SNACKS – CHOCOLADE (1)**	 (Leonidas)	(arcicom)
☐	**5. SNACKS – CHOCOLADE (2)**	 (Tony's Chocolonely)	(nutriscore.colruytgroup) (fairtrade)
☐	**6. SNACKS – CHIPS (1)**	 (oxfamwereldwinkels.be)	(fairtrade)

☐	**7. SNACKS – CHIPS (2)**	 (Lays)	 (nutriscore.colruytgroup) (Fostplus)
☐	**8. SNACKS – MATTENTAARTEN**	 (colruyt.collectandgo.be, sd)	 (streekproduct.be)
☐	**9. SNACKS – CUBERDONS**	 (Geldhof)	  (arcicom) (streekproduct.be)
☐	**10. DRANK – WATER (1)**	 (Evian)	 (nutriscore.colruytgroup)
☐	**11. DRANK – WATER (2)**	 (Spa Reine)	 (nutriscore.colruytgroup)
☐	**12. DRANK – WATER (3)**	 (Spa Reine, Mineraalwater | Niet bruisend | Bak)	 (nutriscore.colruytgroup)

☐	**13. DRANK – COLA IN PLASTIC FLESSEN**	 (Coca-Cola, Cola | Regular | PET)	(nutriscore.colruytgroup) (Fostplus)
☐	**14. DRANK – COLA IN GLAZEN FLESSEN**	 (Coca-Cola, Cola | Regular | Bak | Glas)	(nutriscore.colruytgroup)
☐	**15. DRANK – MELK (1)**	 (Alpro)	(nutriscore.colruytgroup) (FSC)
☐	**16. DRANK – MELK (2)**	 (Everyday)	(nutriscore.colruytgroup) (FSC)
☐	**17. DRANK – SINAASAPPELSAP**	 (Appelsientje)	(FSC)
☐	**18. ONTBIJT – KOFFIEBONEN (1)**	 (Egberts)	(Fostplus) (FSC)

☐	**19. ONTBIJT – KOFFIEBONEN (2)**	 (Rombouts)	 (biomijnnatuur) (fairtrade)
☐	**20. ONTBIJT – SALAMI (1)**	 (Marcassou)	 (nutriscore.colruytgroup)
☐	**21. ONTBIJT – SALAMI (2)**	 (Aoste)	 (nutriscore.colruytgroup)
☐	**22. ONTBIJT – CORNFLAKES**	 (Kellogg's)	 (nutriscore.colruytgroup) (Fostplus)
☐	**23. ONTBIJT – YOGHURT**	 (Alpro, Alternatief voor yoghurt | Blauwe bosbes)	 (nutriscore.colruytgroup) (Fostplus)
☐	**24. GROENTEN – WORTELEN (1)**	 (Delhaize, sd)	 (nutriscore.colruytgroup) (arcicom)

☐	**25. GROENTEN – WORTELEN (2)**	 (Colruyt, BONI SELECTION BIO)	(nutriscore.colruytgroup) (biomijnnatuur)
☐	**26. GROENTEN – AARDAPPELEN (1)**	 (Colruyt, Aardappelen Vast tot matig vastkokent los)	(nutriscore.colruytgroup)
☐	**27. GROENTEN – AARDAPPELEN (2)**	 (Albert Heijn)	(nutriscore.colruytgroup)
☐	**28. GROENTEN – BONEN (1)**	 (Delhaize, Fijne bonen | Getopt | Fairtrade)	(fairtrade)
☐	**29. GROENTEN – BONEN (2)**	 (Delhaize, Extra fijne Boontjes)	(arcicom)
☐	**30. VOEDING – TOMATENSAUS (1)**	 (GrandItalia)	Niet vermeld

☐	**31. VOEDING – VIS (1)**	 (Delhaize-bio)	 (nutriscore.colruytgroup) (Fostplus) (biomijnnatuur)
☐	**32. VOEDING – VIS (2)**	 (Blini)	 (nutriscore.colruytgroup)
☐	**33. VOEDING – VIS (3)**	 (Iglo)	 (nutriscore.colruytgroup)
☐	**34. VOEDING – PASTA (1)**	 (Soubry)	 (nutriscore.colruytgroup)
☐	**35. VOEDING – PASTA (2)**	 (Barilla)	 (Fostplus)
☐	**36. VOEDING – BOTER (1)**	 (Carlsbourg)	 (nutriscore.colruytgroup)

☐	**37. VOEDING – BOTER (2)**	 (Carlsbourg, Boter | Zacht | Ardeens)	 (nutriscore.colruytgroup)
☐	**38. VARIA – HONDENVOEDING (1)**	 (Delhaize, Brokjes honden saus wild)	Niet vermeld
☐	**39. VARIA – HONDENVOEDING (2)**	 (Delhaize, Hondenvoeding | Junior | Kip)	Niet vermeld
☐	**40. ONDERHOUD – WC-REINIGER (1)**	 (Frosch)	 (EU ECOLABEL)  (Fostplus)
☐	**41. ONDERHOUD – WC-GEUR (1)**	 (Bref)	Geen
☐	**42. ONDERHOUD – AFWASMIDDEL (1)**	 (Dreft)	 (Fostplus)

☐	**43. ONDERHOUD – VAATWASTABLETTEN (1)**	 (Sun)	(EU ECOLABEL) (Fostplus)
☐	**44. ONDERHOUD – VAATWASTABLETTEN (2)**	 (Frosch, Vaatwastabletten | Bicarbonate | Eco)	(EU ECOLABEL) (Fostplus)
☐	**45. HYGIËNE – SHAMPOO (1)**	 (NatureBox)	Niet vermeld
☐	**46. HYGIËNE – SHAMPOO (2)**	 (Dove, Shampoo | Intense repair)	Niet vermeld
☐	**47. HYGIËNE – DEODORANT (1)**	 (Dove, Deospray | 0% original)	Niet vermeld
☐	**48. HYGIËNE – DEODORANT (2)**	 (Weleda)	(EU ECOLABEL)

CASUS 1



Naam

Niels De Witte



Geboren op

19 augustus 1988



Beroep

Vloerder



Gezinstoestand

Alleenstaande

Baasje van hond Luna



Woonplaats

Kortrijk



(iconfinder)

Allergenen

Geen



Totaal beschikbaar inkomen[1] van het gezin

€ 3 750,00 per maand



Maandelijkse uitgaven

Niels wil maximum € 600,00 per maand uitgeven in de supermarkt.

CASUS 2

Naam

Dirk Bockstael

Geboren op

6 november 1974

Beroep

Politieagent

Gezinstoestand

Getrouwd met Deborah Van Lierde (kapster)

Trotse ouders van twee kinderen: Omar Bockstael & Merel Bockstael

Woonplaats

Gent



(iconfinder)

Allergenen

Omar: lupine

Merel: pindanoten

Totaal beschikbaar inkomen[1] van het gezin

€ 4 200,00 per maand

Maandelijkse uitgaven

Dit gezin wil maximum € 850,00 per maand uitgeven in de supermarkt.

CASUS 3

Naam

Juliette Van Gyseghem

Geboren op

16 januari 1944

Beroep

Gepensioneerde leerkracht Nederlands en PO

Gezinstoestand

Getrouwd met Richard Meekers (gepensioneerd spoorwegarbeider)

Woonplaats

Hasselt



(iconfinder)

Allergenen

Richard: pindanoten

Totaal beschikbaar inkomen[1] van het gezin

€ 3 600,00 per maand

Maandelijkse uitgaven

Dit gezin wil maximum € 450,00 per maand uitgeven in de supermarkt.

CASUS 4

Naam

Mohammed Skileli Simba

Geboren op

14 juli 1985

Beroep

Spoedarts

Gezinstoestand

Samenwonend met Deborah Liekens (werkzoekende)

Woonplaats

Oostende



(iconfinder)

Allergenen

Geen

Totaal beschikbaar inkomen[1] van het gezin

€ 7 500,00 per maand

Maandelijkse uitgaven

Dit koppel wil maximaal € 845,00 per maand uitgeven in de supermarkt.

CASUS 5

Naam

Bo Romeyns

Geboren op

4 augustus 1965

Beroep

Bankdirecteur

Gezinstoestand

Getrouwd met Fleur Beeckmans (verpleegkundige)

Trotse ouders van Jolie Romeyns

Baasje van hond Heco

Woonplaats

Antwerpen



(iconfinder)

Allergenen

Belle: soja en melk

Totaal beschikbaar inkomen[1] van het gezin

€ 9 500,00 per maand

Maandelijkse uitgaven

Dit gezin wil maximum € 950,00 per maand uitgeven in de supermarkt.

CASUS 5

Naam

Stef Winters

Geboren op

25 december 1993

Beroep

Winkelbediende

Gezinstoestand

Samenwonend met Winnie Geskes (schoonheidsspecialiste)

Baasje van hond Sillie

Woonplaats

Antwerpen



(iconfinder)

Allergenen

Winnie: gluten

Totaal beschikbaar inkomen[1] van het gezin

€ 4 500,00 per maand

Maandelijkse uitgaven

Dit koppel wil maximum € 420,00 per maand uitgeven in de supermarkt.

CASUS 6

Naam

Manu Verbeke

Geboren op

14 juli 1973

Beroep

Loodgieter

Gezinstoestand

Samenwonend met Michiel Kasteels (winkelmanager)

Woonplaats

Leuven



(iconfinder)

Allergenen

Geen

Totaal beschikbaar inkomen[1] van het gezin

€ 5 500,00 per maand

Maandelijkse uitgaven

Dit koppel wil maximum € 860,00 per maand uitgeven in de supermarkt.

HOEK 4: MVC – Bewust consumeren

STAPPENPLAN: TAAK – ONTWERP LABEL



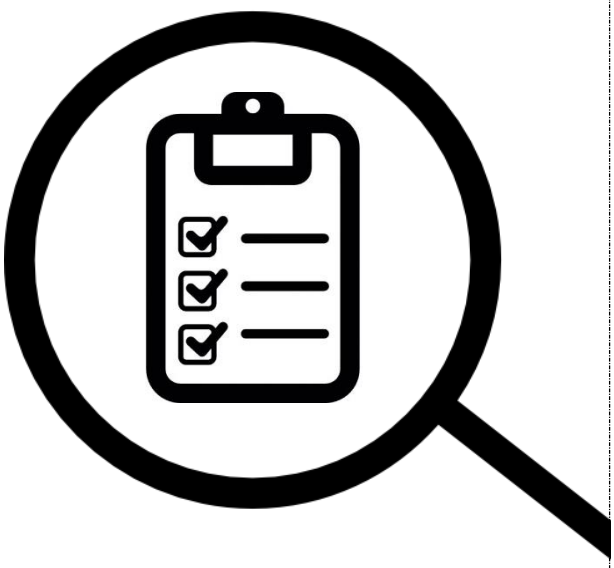
Dit stappenplan zal je begeleiden in het ontwerp van je label. De geschatte tijd geeft een indicatie van hoelang je ongeveer aan elke stap zal werken. Succes!

STAPPENPLAN: OPTIE 1 - ONTWERP LABEL			
Stappen	**Benodigdheden**	**Omschrijving**	**Geschatte werktijd thuis**
STAP 1 	– Computer	**VOORBEREIDEN** Kies één label dat je hebt onderzocht in de vragenlijsten dat je minder goed of onduidelijk vindt.	5 min.
STAP 2 	– Computer – Handleiding Canva	**VERWERKEN** Maak een logo voor je gekozen label op Canva. Maak gebruik van het document 'Handleiding Canva' om je logo te maken. Ga naar de website van Vera of scan de QR-code om het document te raadplegen.	45 min.
STAP 3 	– Cursusblad – Schrijfmateriaal – Computer – (Handleiding Canva)	**UITVOEREN** Je presenteert je label voor de klas aan de hand van een zelfgemaakt affiche in Canva of met een PowerPointpresentatie. Geef een duidelijk antwoord op de volgende vragen: ☐ Waarvoor staat het gekozen label? Presenteer de kerngedachte van het label duidelijk in de veronderstelling dat niemand het label kent. ☐ Leg het ontwerp van je label uit (waarom je een bepaalde kleur hebt gebruikt, een afbeelding/tekening,…). ☐ Wat vind je aan het huidige label minder/niet goed? ☐ Waarom is jouw label beter dan het huidige label? Motiveer duidelijk. ☐ Ga je in de toekomst meer aandacht schenken aan producten met een label? Waarom wel/niet? Noteer je antwoorden op een cursusblad. Vink de vragen af die je al beantwoordde. Op deze manier zal je geen vragen vergeten.	45 min. 

		Zorg dat je … ☐ gebruik maakt van afbeeldingen; ☐ geen volzinnen maar kernwoorden gebruikt; ☐ geen schrijffouten maakt; ☐ een verzorgde lay-out hebt; ☐ alles duidelijk kan lezen (o.a. genoeg contrast tussen de achtergrondkleur en de tekst).	
STAP 4 	– Computer	**INDIENEN** Dien de volgende documenten in via … (VUL IN): ☐ cursusblad; ☐ ontwerp logo; ☐ affiche of PowerPointpresentatie.	5 min. 

HOEK 4: MVC – Bewust consumeren

STAPPENPLAN: TAAK – ONDERZOEK LABEL



Dit stappenplan zal je begeleiden in het onderzoek van je label. De geschatte tijd geeft een indicatie van hoelang je ongeveer aan elke stap zal werken. Succes!

STAPPENPLAN: OPTIE 2 - ONDERZOEK LABEL			
Stappen	**Benodigdheden**	**Omschrijving**	**Geschatte werktijd thuis**
STAP 1 	– Computer	**VOORBEREIDEN** Kies één label dat je hebt onderzocht in de vragenlijsten.	5 min.
STAP 2 	– Computer – Handleiding Canva	**VERWERKEN** Maak een logo voor je gekozen label op Canva. Maak gebruik van het document 'Handleiding Canva' om je logo te maken. Ga naar de website van Vera of scan de QR-code om dit document te raadplegen.	45 min.
STAP 3 	– Computer – (Handleiding Canva)	**UITVOEREN** Je presenteert de resultaten van je onderzoek aan de klas aan de hand van een zelfgemaakt affiche in Canva of met een PowerPoint. Geef een duidelijk antwoord op de volgende vragen: ☐ Waarvoor staat het gekozen label? Presenteer de kerngedachte van het label duidelijk in de veronderstelling dat niemand het label kent. ☐ Waar vind je het label terug in België? ☐ Vraag aan de mensen in de supermarkt wat je label betekent. Is de betekenis van het label duidelijk voor de consument? Waarom wel/niet? ☐ Heb je producten met het onderzochte label thuis staan? Zo ja, welke producten? ☐ Ga je in de toekomst meer aandacht schenken aan producten met een label? Waarom wel/niet? Noteer je antwoorden op een cursusblad. Vink de vragen af die je al beantwoordde. Op deze manier zal je geen vragen vergeten. 	45 min.

		Zorg dat je … ☐ gebruik maakt van afbeeldingen; ☐ geen volzinnen maar kernwoorden gebruikt; ☐ geen schrijffouten maakt; ☐ een verzorgde lay-out hebt; ☐ alles duidelijk kan lezen (o.a. genoeg contrast tussen de achtergrondkleur en de tekst).	
STAP 4 	– Computer	**INDIENEN** Dien de volgende documenten in zoals afgesproken met de leerkracht: ☐ cursusblad; ☐ affiche of PowerPointpresentatie.	5 min. 

HOEK 4: MVC – Bewust consumeren

HANDLEIDING: leren werken met Canva



(canva)

INHOUDSOPGAVE

1 DOEL CANVA 606

2 HOE WERKT CANVA? 606

Stap 1: account maken 606

Stap 2: poster of logo ontwerpen 608

Stap 3: ontwerp opslaan 613

Stap 4: ontwerp raadplegen 614

1 DOEL CANVA



Canva helpt je bij het ontwerpen van een leuke poster of een creatief logo. Dit programma heeft een galerij vol met stijlen, afbeeldingen en figuren. Alles wat je nodig hebt om creatief aan de slag te gaan!

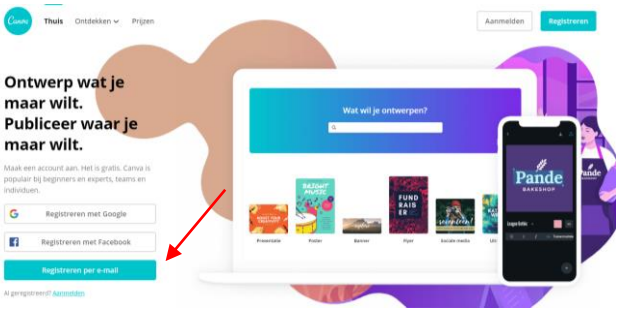
2 HOE WERKT CANVA?

Je volgt het volgende stappenplan om een poster of logo te maken in Canva.

Stap 1: account maken

1. Surf naar: www.canva.com

2. Klik op 'Registreren per e-mail'.



(canva, sd)

3. Vul je gegevens in:

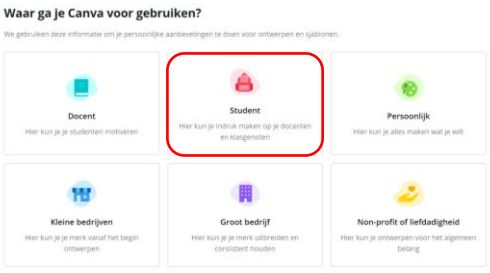
- naam en voornaam;
- e-mailadres van de school;
- een veilig wachtwoord.

Klik daarna op 'Ga gratis aan de slag'.



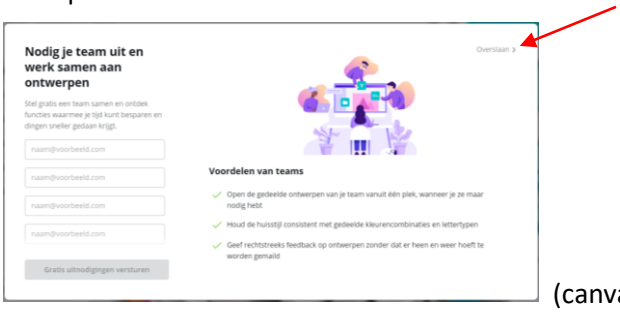
(canva, sd)

4. Je hebt nu een gratis account bij Canva. Je krijgt de vraag waarvoor je Canva zal gebruiken. Je klikt op ‘Student’.



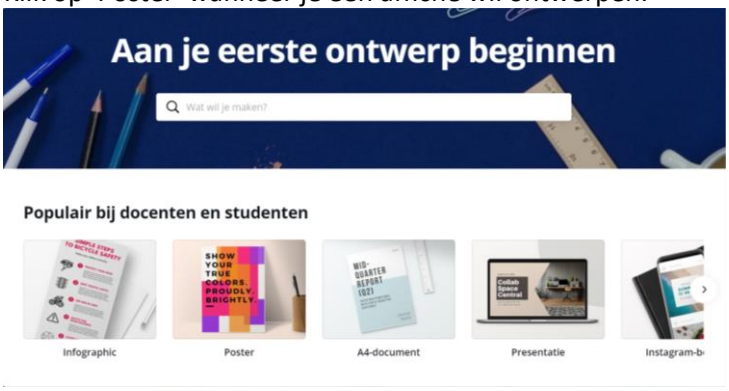
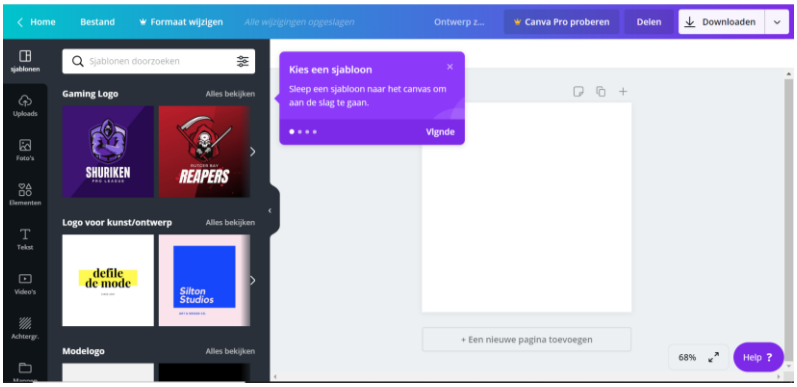
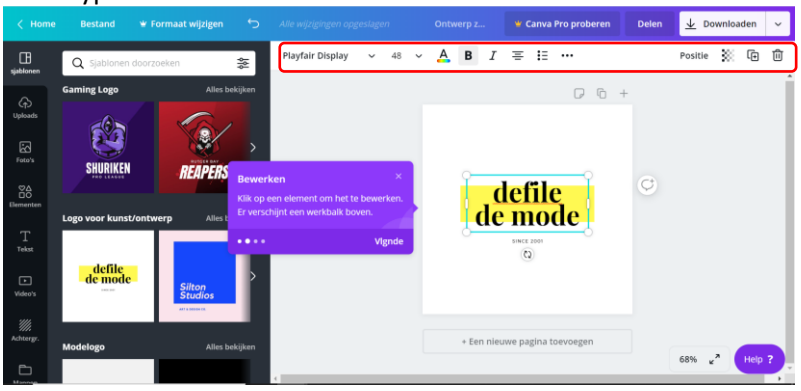
(canva, sd)

5. Op een volgend scherm vragen ze je om teamleden uit te nodigen maar je wil dit niet doen. Klik op ‘Overslaan’.



(canva, sd)

Stap 2: poster of logo ontwerpen

STAPPEN	Uitleg
1. ONTWERP KIEZEN	Nu kan je beginnen ontwerpen. Klik op 'Logo' wanneer je een label wil ontwerpen (op pijl naar rechts klikken). Klik op 'Poster' wanneer je een affiche wil ontwerpen.  (canva, sd)
2. SJABLOON INVOEGEN	Je komt nu terecht op het werkveld van je ontwerp. Op de onderstaande foto zie je het werkveld bij het ontwerp 'Logo'. De logo's worden op eenzelfde werkwijze gemaakt dan bij een 'Poster'. Kies één van de bestaande ontwerpen bij 'Sjablonen' aan de linkerkant. Je ontwerp verschijnt nu op het werkveld.  (canva, sd)
3. TEKSTVAK OPMAKEN	Je kan nu klikken op de verschillende elementen in je bestaande sjabloon. Er verschijnt telkens een werkbalk bovenaan. Wanneer je op het vak met tekst klikt, kan je de tekstgrootte, kleur en het lettertype van de tekst veranderen.  (canva, sd)

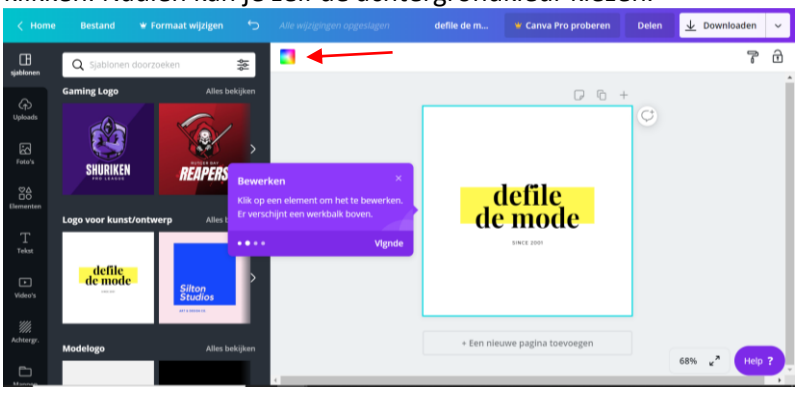
Betekenis tekens op de werkbalk:

Playfair Display	Het teksttype
48	De tekstgrootte
A	De tekstkleur
B	Vet/ niet vet gedrukt
I	Schuin gedrukt/ niet schuin gedrukt
	Uitlijning (dit verandert wanneer je erop klikt)
	Lijst (dit verandert wanneer je erop klikt)
••• U aA	onderstrepen – hoofdletters – tussenruimte – stijl kopiëren – koppeling (URL) invoeren – vergrendelen (niemand kan het veranderen)
Positie	Positie op ontwerp
	Transparantie (= doorzichtigheid) van tekst
	Dupliceren = kopiëren
	Verwijderen

(canva)

4. ACHTERGROND-SCHERM

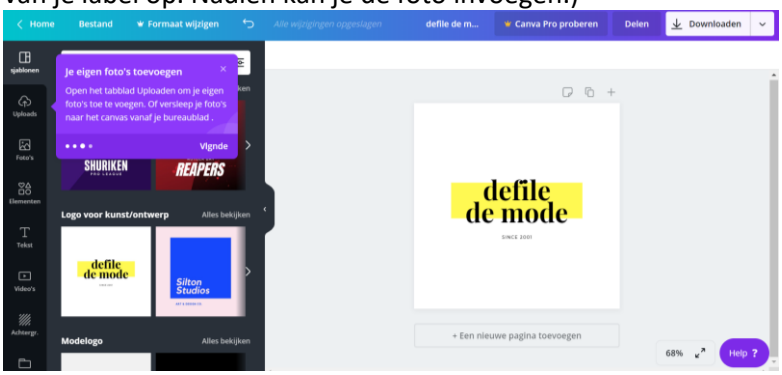
Je kan de kleur van het achtergrondscherm wijzigen door op het witte vak te klikken. Nadien kan je zelf de achtergrondkleur kiezen.



(canva, sd)

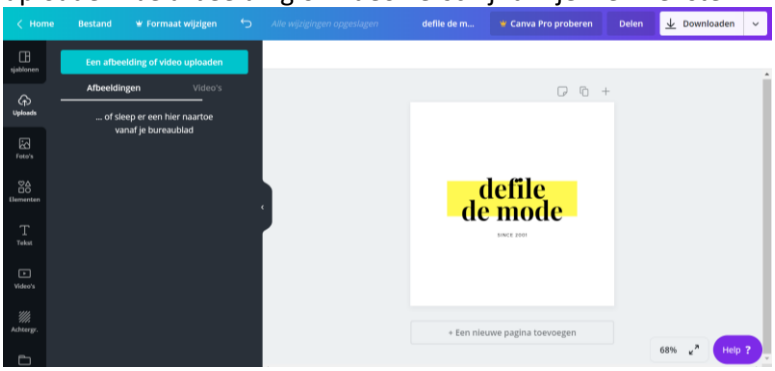
5. FOTO UPLOADEN VAN JE COMPUTER

Om een foto van je computer in te voegen, klik je op het tabblad ‘Uploads’. (Tip: wanneer je een poster maakt voor je eigen label, sla je eerst het ontwerp van je label op. Nadien kan je de foto invoegen.)



(canva, sd)

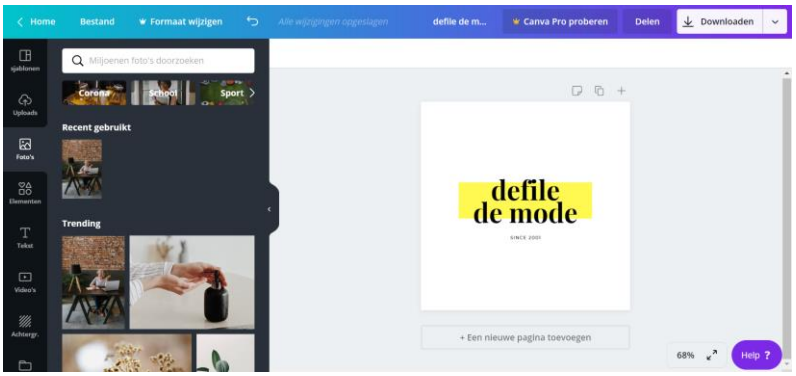
Je komt op het volgende scherm terecht. Je klikt op ‘Een afbeelding of video uploaden’. Je afbeelding of video verschijnt in je werkvenster.



(canva, sd)

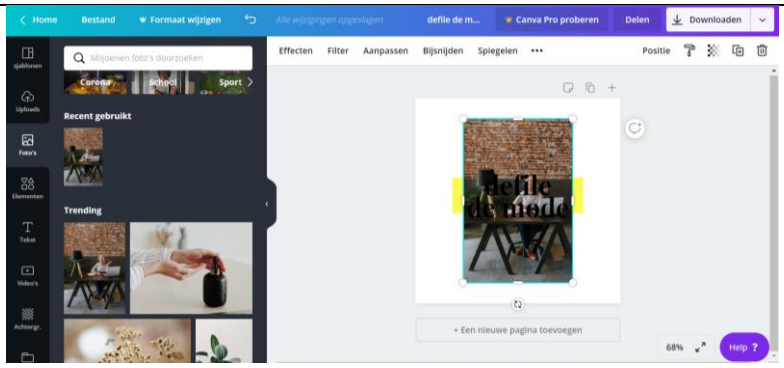
6. FOTO VAN CANVA INVOEGEN

Je kan ook een foto invoegen van het programma Canva. Je klikt op het tabblad ‘Foto’s’ en kiest een foto.



(canva, sd)

Je foto verschijnt in je werkvenster. Er verschijnt een werkbalk.



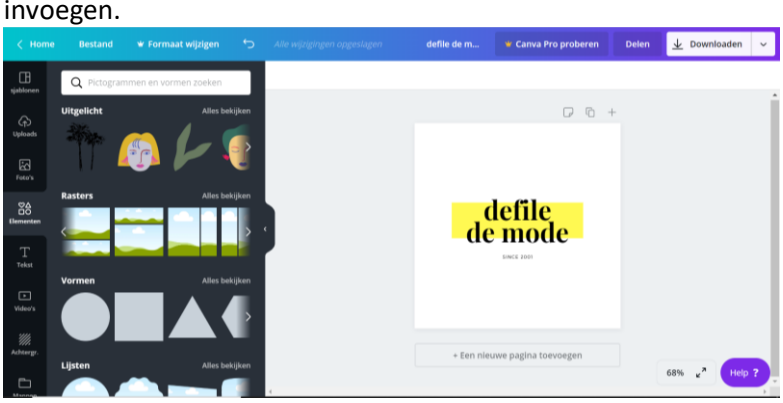
(canva, sd)

Betekenis van de tekens op werkbalk:

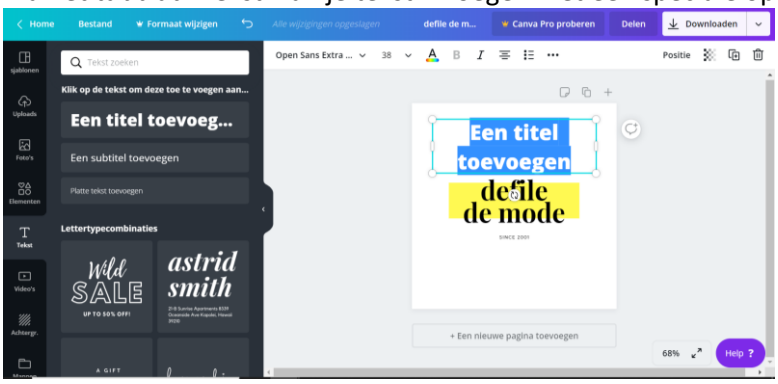
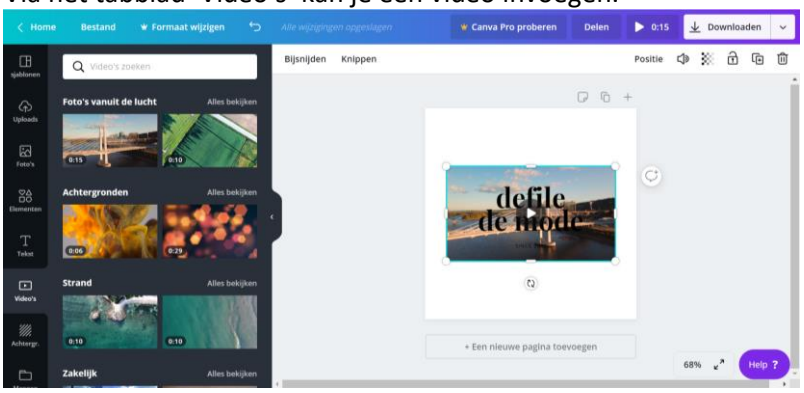
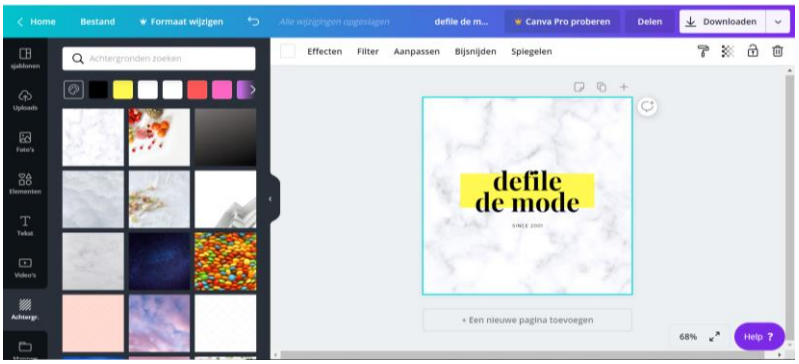
Effecten	Je kan kiezen uit verschillende effecten. Klik op het effect en vervolgens op 'Koppelen'. Je hebt keuze uit verschillende effecten.
Filter	Je hebt keuze uit verschillende filters.
Aanpassen	Hier kan je de afbeelding aanpassen (helderheid, contrast, tint, …)
Bijsnijden	Hier kan je de afbeelding bijsnijden.
Spiegelen	Hier kan je de afbeelding horizontaal of verticaal spiegelen.
Positie  	Positie op ontwerp
	Stijl kopiëren
	Transparantie (= doorzichtigheid) van de afbeelding
	Vergrendelen (niet kunnen aanpassen)
	Dupliceren = kopiëren
	Verwijderen

7. TEKENING VAN CANVA INVOEGEN

Via het tabblad 'Elementen' kan je tekeningen, vormen, stickers, mannetjes,… invoegen.



(canva, sd)

7. TEKST INVOEGEN	Via het tabblad 'Tekst' kan je tekst invoegen met een speciale opmaak.  (canva, sd)
8. VIDEO INVOEGEN	Via het tabblad 'Video's' kan je een video invoegen.  (canva, sd)
9. ACHTERGROND INVOEGEN	Via het tabblad 'Achtergrond' kan je de achtergrond wijzigen in een kleur of een foto.  (canva, sd)

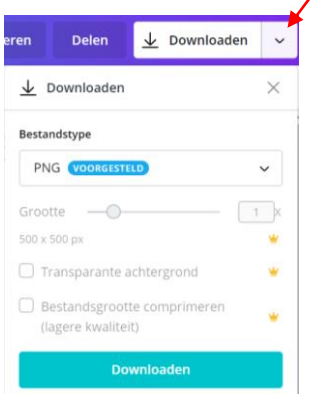
Stap 3: ontwerp opslaan

10. ONTWERP DOWNLOADEN

Wanneer je ontwerp volledig klaar is, kan je het opslaan.

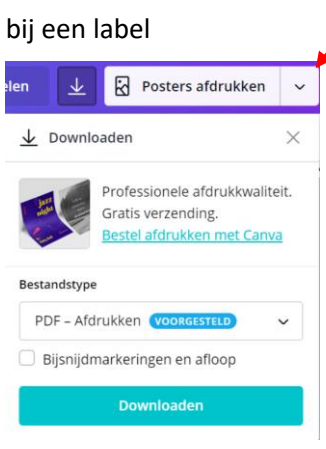
1. Klik op downloaden.

bij een logo



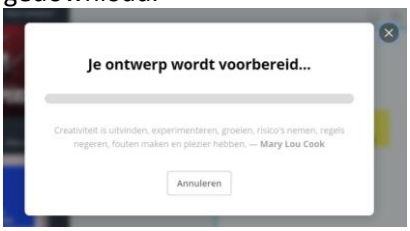
(canva, sd)

bij een label



(canva, sd)

2. Je krijgt een melding dat het ontwerp wordt voorbereid en je ontwerp wordt gedownload.



(canva, sd)

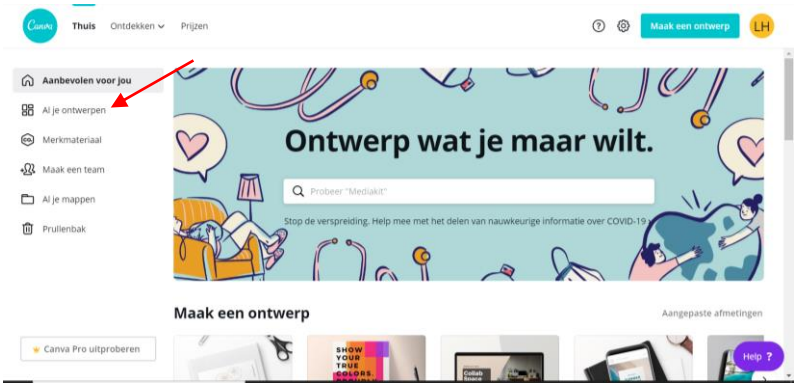
4. Sla je ontwerp op op de volgende manier:
   1) Open je afbeelding
   2) Klik op ···
   3) Klik op 'Opslaan als'
   4) Sla je document op de volgende manier op:
      Bij een logo: Naam_ontwerplogo
      Bij een affiche: Naam_ontwerpaffiche



Stap 4: ontwerp raadplegen

11. ALLE ONTWERPEN RAADPLEGEN

Heb je je ontwerpen niet opgeslagen? Geen paniek! Je kan ze nog altijd raadplegen.
Bij 'Al je ontwerpen' krijg je een overzicht van je ontwerpen.



(canva, sd)

HOEK 4: MVC - Bewust consumeren

VERBETERSLEUTEL: BookWidgets



BIOGARANTIELABEL

(biomijnnatuur)

Wat is het Biogarantielabel en wat zijn de waarden hiervan?

Lees de onderstaande pagina grondig door. Beantwoord nadien de vragen.



(biogarantie, sd)

Duid het juiste antwoord aan.

- ☐ Het Biogarantielabel controleert enkel op het productieproces van producten en houdt geen rekening met discriminatie[3] in ondernemingen.
- ☐ Discriminatie[3] is verboden in ondernemingen die het Biogarantielabel dragen.
- ☐ Ondernemingen die het Biogarantielabel dragen, hebben enkel mannen in dienst. Wanneer vrouwen meegewerkt hebben, krijgt het product geen Biogarantielabel.

(biogarantie, sd)

Vul de onderstaande tekst aan.

Het Biogarantielabel streeft naar een correcte verloning voor alle schakels. In het Zuiden is er vaak sprake van kinderarbeid, discriminatie[3] of een gebrek aan scholing. Daarom moeten alle Biogarantie producten die rietsuiker, cacao, koffie, banaan of thee bevatten, ook het label[2] van eerlijke handel hebben, erkend door Biogarantie vzw.

(biogarantie, sd)

De Biogarantie-gebruikers houden rekening met het milieu volgens een strikt Lastenboek[6]. Hierin komen twee belangrijke pijlers aan bod: water- en energieverbruik[5]. Op welke manier houden ze rekening met het energieverbruik[5]? Leg uit.

Het energieverbruik[5] moet zoveel mogelijk beperkt worden en afkomstig zijn van hernieuwbare energiebronnen[4].

(biogarantie, sd)

Voor het Biogarantielabel is het belangrijk dat afval zoveel mogelijk beperkt wordt. Wat is er toegelaten en wat niet? Sleep de woorden in het juiste kader (Werkwijze: Je neemt het woord in de onderstaande kader vast en sleept het naar de kader 'Toegestaan' of 'Niet toegestaan'.).

- Toegestaan: gerecycleerde verpakkingen, herbruikbare verpakkingen, composteerbare verpakkingen.
- Niet toegestaan: overbodige verpakkingen, chloor, GGO's[7] (genetisch gemodificeerde organismen).

(biogarantie, sd)

De ondernemingen die een Biogarantielabel hebben, worden streng opgevolgd. Maar hoe gebeurt dit?

Lees de onderstaande pagina grondig door. Beantwoord nadien de vragen.



(biogarantie, sd)

De landbouwers worden elk jaar onderworpen aan een controle van de productie. Wie controleert de producten die een Biogarantielabel hebben?

De onafhankelijke controleorganisaties controleren de producten met een Biogarantielabel.

(biogarantie, sd)

Wat controleren deze personen bij de landbouwers?

De samenstelling, etikettering en de verpakking worden geanalyseerd. De landbouwpercelen en productieruimtes worden bezocht.

(biogarantie, sd)

Het Biogarantielabel heeft verschillende voordelen.

Bekijk de onderstaande pagina grondig.



(biogarantie, sd)

Selecteer drie voordelen van het Biogarantielabel die voor jou belangrijk zijn.

Mogelijke antwoorden:

Voordeel 1: verbod op nitrieten en nitraten[8]	Deze zouten helpen om voedingswaren langer te bewaren en hun rode kleur te behouden. Deze toevoeging kan darmkanker veroorzaken.
Voordeel 2: verbod op nanopartikels	Deze ultrafijne deeltjes worden beschouwd als gevaarlijke substanties voor zowel de menselijke gezondheid als voor het milieu.
Voordeel 3: horeca en verkooppunten	Restaurants, cateringbedrijven en winkels kunnen zich laten certifiëren

Voordeel 4: een correcte prijs voor iedereen	Biogarantie spoort haar leden aan om een correcte prijs te vragen aan de consument en ook een eerlijk loon te bieden aan de hele productieketen van gecertificeerde bioproducten. Met het Biogarantie Belgisch-label gaan we nog een stap verder en willen we een eerlijke verloning garanderen voor de Belgische landbouwer door middel van het berekenen van referentieprijzen[9] per sector.
Voordeel 5: grondwitloof	Het gebruik van het Biogarantielabel is verboden op witloof uit hydrocultuur (= kweken in water). Enkel het forceren in volle grond of grond van een biologisch[11] perceel is toegelaten.
Voordeel 6: biologische[11] gelatine	Elke gebruiker van het Biogarantielabel engageert zich om enkel biologische[11] gelatine te gebruiken in zijn producten (en geen dierlijke).
Voordeel 7: verpakkingen	De verpakking wordt streng gecontroleerd. Elke overbodige verpakking wordt geweerd en de voorkeur gaat naar gerecycleerde en herbruikbare materialen. Bovendien zijn PVC (polyvinylchloride), EPS (geëxpandeerd polystyreen) en andere plastics die chloor bevatten verboden, tenzij voor herbruikbare verpakkingen in een retoursysteem.
Voordeel 8: respect voor het ecologisch charter	Ze engageren zich om hun energieverbruik[5] te verminderen, om water te besparen, om verontreiniging van water te vermijden en om hun afvalproductie te verkleinen. Landbouwers leggen zich ook toe op het beschermen van de biodiversiteit[10] op en rond hun akkers. Ze maken bijvoorbeeld gebruik van natuurlijke vijanden om plagen te bestrijden.
Voordeel 9: lokale producten	Gebruikers van het Biogarantielabel kiezen met zorg voor verse, pure ingrediënten. Ze bevoorraden zich zoveel mogelijk bij hun lokale, biologische[11] landbouwers.
Voordeel 10: ingrediënten afkomstig van eerlijke handel	Biogarantie werkt zoveel mogelijk met lokale ingrediënten, en ingrediënten die afkomstig zijn uit het Zuiden moeten uit de eerlijke handel komen. Als een Biogarantie-product meer dan 5 procent rietsuiker, cacao, koffie, thee of banaan bevat dan moeten deze ingrediënten ook Fairtrade gecertificeerd zijn.

(biogarantie, sd)

Vind jij het belangrijk dat dit label[2] vermeld wordt op de verpakking? Waarom wel/niet?
Persoonlijk antwoord

Vind je dit label[2] duidelijk?
Persoonlijk antwoord

Wat vind je er goed aan?
Persoonlijk antwoord

Wat vind je minder goed?
Persoonlijk antwoord

FAIRTRADE

(fairtrade)

Wat betekent Fairtrade in het Nederlands? Los de rebus op voor de vertaling.

(pixabay, sd)  - b

\+

(Scriptieprijs)  b = l

\+

(colora)  - o

(deuitgelaten hond.nl)  o = a

\+

(dlpng)  - b

Fairtrade in Nederlands betekent eerlijke handel.

Wat is Fairtrade? Bekijk het filmpje.



(MaxHavelaar, 2014)

Fairtrade producten dragen bij aan … (Duid het juiste antwoord aan.)

- ☐ …. betere werk- en levensomstandigheden voor productiebedrijven die bv. koffiebonen verwerken (voor Douwe Egberts).
- ☐ …. betere werk- en levensomstandigheden voor boeren en hun families in ontwikkelingslanden.
- ☐ … betere werk- en levensomstandigheden voor de supermarkten.

(MaxHavelaar, 2014)

De boeren werken niet alleen en hier zijn enkele voordelen aan verbonden. Geef er twee.

- De boeren hebben een betere onderhandelingspositie.
- Ze kunnen gemeenschappelijke productiemiddelen[12] aanschaffen.
- De boeren kunnen kennis delen over de markt van koffie.
- Ze hebben toegang tot kredieten.
- Ze kunnen elkaar versterken door ideeën uit te wisselen.
- Er is een kostendekkende minimumprijs die in tijden van lage wereldmarktprijzen[13] als vangnet dient.

(MaxHavelaar, 2014)

Lees het verhaal van boer Pinny uit Somalië.

Boer Pinny uit Somalië is sinds drie jaar een Fairtrade boer. Hij getuigt over zijn ervaring met Fairtrade: "Drie jaar geleden, kon ik mijn gezin onvoldoende voeden omdat de prijzen van de koffiebonen heel laag stonden op de internationale wereldmarkt. Sinds ik een Fairtrade boer ben, is dit anders. Wanneer de internationale marktprijs daalt, ben ik toch zeker van een minimumprijs voor mijn koffiebonen. Dankzij deze minimumprijs kan ik mijn gezin elke dag voeden, kunnen mijn kinderen naar school in een stevig gebouw (en niet in hutjes). Bovendien woon ik nu ook in een steviger huisje."

Boer Pinny krijgt een Fairtrade minimumprijs. Verklaar dit begrip.

In tijden van lage wereldmarktprijzen[13] dient de Fairtrade minimumprijs als vangnet. Bijvoorbeeld: de wereldmarktprijs bedraagt € 0,29/kg maar de Fairtrade minimumprijs is € 0,50/kg voor koffiebonen. De boeren krijgen dan de Fairtrade minimumprijs € 0,50/kg voor hun product.

(MaxHavelaar, 2014) (FAIRTRADE MYTHES, sd)

Waarom is deze Fairtrade minimumprijs een voordeel voor boer Pinny? Verklaar.

Dankzij deze minimumprijs kan hij zijn gezin elke dag voeden, kunnen zijn kinderen naar school in een stevig gebouw en woont hij in een steviger huisje.

(MaxHavelaar, 2014) (FAIRTRADE MYTHES, sd)

De Fairtrade premie is een extra bedrag dat de boerengemeenschappen ontvangen, bovenop de prijs die ze voor hun producten krijgen. Waar kunnen ze deze premie aan uitgeven? Geef twee voorbeelden.

Ze kunnen deze premie uitgeven aan het bouwen van drinkwaterputten, ziekenhuizen, investeren in biologische[11] teelt, …

(MaxHavelaar, 2014) (FAIRTRADE MYTHES, sd)

De getuigenis van boer Pinny uit Somalië gaat verder.

Boer Pinny: *"Dankzij Fairtrade gaat de ontwikkeling van de boeren er dus op vooruit. Bovendien houdt Fairtrade ook rekening met het milieu. Zo bevordert Fairtrade het behoud van de natuur, zijn genetisch gemodificeerde organismen (GGO's)[7] verboden en er wordt efficiënt omgegaan met water. Een handvol voordelen dus om Fairtrade producten aan te schaffen. Waar wacht jij nog op?"*

Fairtrade draagt niet alleen bij aan de ontwikkeling van de boeren zelf. Aan wat nog?

Het houdt ook rekening met het milieu: Fairtrade bevordert het behoud van de natuur, genetisch gemodificeerde organismen (GGO's)[7] zijn verboden en ze gaan efficiënt om met water.

(MaxHavelaar, 2014) (FAIRTRADE MYTHES, sd)

Welke andere producten bestaan er van Fairtrade? Geef er vijf.

Koffie, bananen, koekjes, ijs, rijst, chocolade, rietsuiker, kruiden, honing, gedroogde vruchten, noten, vruchtensap, thee, wijn, bloemen, katoen, goud, …

(MaxHavelaar, 2014)

Geef twee plaatsen waar je Fairtrade producten kan kopen?

Supermarkten, natuurwinkels, wereldwinkels[14] en in de horeca (lunchrooms, bakkerijen en restaurants).

(MaxHavelaar, 2014)

Bekijk het affiche van Fairtrade. Waarom is de klant half geschoren bij de kapper? Leg uit. (Je kan de afbeelding uitvergroten door erop te klikken)



De kapper knipt vier minuten aan de klant zijn haar voor € 0,67. Maar de cacaoboeren in West-Afrika werken een hele dag voor € 0,67.

(Fairtrade, 2018)

Vind je het belangrijk dat dit label[2] wordt vermeld op een verpakking? Leg uit.

Persoonlijk antwoord

EU Ecolabel

(EU ECOLABEL)

Wat is het EU Ecolabel? Beantwoord de vragen.
Lees de tekst 'Het EU Ecolabel' aan de linkerkant. Beantwoord nadien de vragen. (ecolabel, sd)

Waarom wordt EU Ecolabel ook wel 'Bloem' genoemd?
Dit label^2 wordt ook 'Bloem' genoemd omdat in het logo een bloem met sterren is verwerkt.
(ecolabel, sd)

Wanneer is het EU Ecolabel handig?
Het EU Ecolabel is handig als men wil letten op de milieuvriendelijkheid van de producten en diensten die men koopt.
(ecolabel, sd)

Wat wil het label^2 verminderen, m.a.w. wat is hun doel?
Het label^2 heeft tot doel de negatieve effecten van productie en verbruik op het milieu, de volksgezondheid, het klimaat en de natuurlijke hulpbronnen te verminderen.
(ecolabel, sd)

Duid het juiste antwoord aan.

- ☐ Het EU Ecolabel wordt enkel in België gebruikt voor verschillende milieuvriendelijke producten en diensten.
- ☐ Alle producten en diensten met het EU Ecolabel zijn door onafhankelijke instanties gecontroleerd op het naleven van de strenge milieucriteria.
- ☐ Alle producten en diensten met het EU Ecolabel worden nooit gecontroleerd omdat het niet belangrijk is.

(ecolabel, sd)

Wat zijn de milieucriteria van het EU Ecolabel?
Lees de tekst 'Milieucriteria' aan de linkerkant. Beantwoord nadien de vragen. (ecolabel, sd)

Sleep de woorden op de juiste plaats in de zin.
Eén van de sterke punten van het EU Ecolabel is dat er rekening gehouden wordt met de volledige levenscyclus van een product: vanaf het winnen van de grondstoffen tot het moment waarop het product als afval wordt weggegooid.
(ecolabel, sd)

Hoeveel % van de producten op de markt heeft het EU Ecolabel? Duid het juiste antwoord aan.

- ☐ Geen enkel product heeft het EU Ecolabel.
- ☐ 10-20% van de producten heeft het EU Ecolabel.
- ☐ 50% van de producten heeft het EU Ecolabel.
- ☐ Elk product heeft het EU Ecolabel.

(ecolabel, sd)

Welke producten kunnen het EU Ecolabel krijgen?

Lees de tekst 'Welke producten en diensten?' aan de linkerkant. Beantwoord nadien de vragen. (ecolabel, sd)

Aziza verkoopt verschillende huisgemaakte smoothies in haar winkel. Ze zou graag het EU Ecolabel op haar smoothies willen. Kan zij dit label[2] krijgen? Leg uit.

Het EU Ecolabel kan niet worden toegekend aan dranken. (ecolabel, sd)

Duid het juiste antwoord aan.

- ☐ Een hotel kan het EU Ecolabel behalen.
- ☐ Er zijn 100 producten in Europa die het EU Ecolabel hebben behaald.
- ☐ Een onderneming die hoeslakens produceert, kan het EU Ecolabel niet behalen.

(ecolabel, sd)

Bekijk de affiches van het EU Ecolabel.



(ecolabel, sd)



(ecolabel, sd)

Je vindt dezelfde zin op elk affiche terug. Verklaar de zin: 'Krachtig voor jou, zacht voor de natuur'.

De producten zijn krachtig voor mij omdat ze goed werken en ze zacht zijn voor de natuur door bv. minder milieuvervuiling dan een product zonder het label[2].

Op elk affiche staat een ander dier en product afgebeeld. De krokodil gebruikt niet zomaar wc- papier en de pauw maakt niet zomaar zijn mooie spiegel proper. Bedrijven doen dit met een reden. Verklaar. (Wanneer je het niet kan vinden, kan je de onderstaande rebus oplossen voor een tip.)

(wijswest)		(colora)		(McMin)		(fyeomedical, 2019)
	+		+		+	
l = pr		- oe		- ifi		g = rd

Elk affiche maakt gebruik van spreekwoorden. De pauw is zo fier dat hij zijn spiegel altijd goed opblinkt en de krokodil heeft krokodillentranen die hij afgeeft met papier.

Bedenk zelf een slogan voor het EU Ecolabel die op het bovenstaande principe steunt.

Product: persoonlijk antwoord

Slogan: persoonlijk antwoord

Nutri-Score

(nieuwsvoordietisten.nl, sd)

Je vindt de Nutri-Score in de supermarkt terug. Maar wat is dat eigenlijk?
Bekijk het onderstaande filmpje.



(GezondheidBelgië, 2019)

Waar vind je het logo van Nutri-Score op terug?

Je vindt dit logo terug op de voorkant van verpakkingen. (GezondheidBelgië, 2019)

Duid het juiste antwoord aan.

- ☐ Dit logo wordt gebruikt om consumenten er bewust van te maken dat hij/zij dringend gezonder moet eten.
- ☐ Dit logo wordt gebruikt om consumenten beter te informeren over de voedingswaarden van voedingsmiddelen.
- ☐ Dit logo wordt gebruikt om aan de consument duidelijk te maken dat hij bepaalde producten niet mag kopen.

(GezondheidBelgië, 2019)

Sleep de woorden op de juiste plaats in de zin.

De info over de voedingswaarden werd niet altijd goed begrepen. De Belgische overheden hebben beslist om Nutri-Score te ondersteunen voor meer transparantie. Dit logo is wetenschappelijk onderbouwd om te beantwoorden aan de verwachtingen van consumenten. Bij een studie, uitgevoerd in 60 supermarkten in Frankrijk waarbij verschillende logo's getest werden, kwam Nutri-Score als overduidelijke winnaar naar voor.

(GezondheidBelgië, 2019)

Wat is het voordeel van Nutri-Score?

Dit logo helpt de consument om producten efficiënt te vergelijken en producten te selecteren met de beste voedingswaarde.

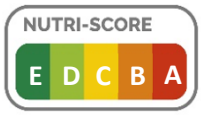
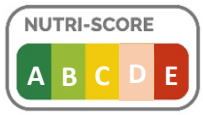
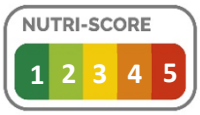
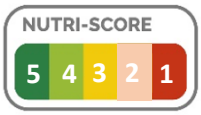
(GezondheidBelgië, 2019)

Nutri-Score wordt berekend door de hoeveelheid van elementen die aangemoedigd moeten worden. Welke elementen zijn dit? Duid ze aan.

Vezels	Fruit	Eiwitten	Groenten
Calorieën	Verzadigde vetten	Zout	Suikers

(GezondheidBelgië, 2019)

Duid de juiste kleurenschaal aan.

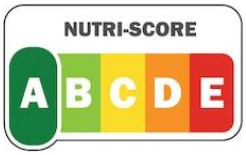
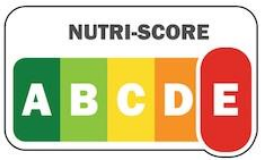
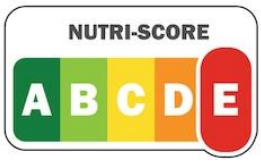
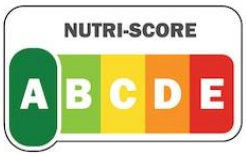
		 Juist		

(nieuwsvoordietisten.nl, sd)

Hoe weet je welke voedingsmiddelen de voorkeur verdienen en welke beperkt moeten worden m.a.w. welke letter moet je beperken en welke niet?
Voedingsmiddelen met letter a verdienen de voorkeur verdienen en voedingsmiddelen tot letter e moeten beperkt worden.

(GezondheidBelgië, 2019)

Er is iets fout gelopen met de Nutri-Score. Maar van welke producten? Duid de fouten aan.

 (nieuwsvoordietisten.nl, sd)	 (Lays)	Fout
 (nieuwsvoordietisten.nl, sd)	 (Spa Reine)	Fout
 (nieuwsvoordietisten.nl, sd)	 (Coca-Cola)	Juist
 (nieuwsvoordietisten.nl, sd)	 (vivavera)	Juist

Vind jij het belangrijk dat dit label[2] vermeld wordt op de verpakking? Waarom wel/niet?

Persoonlijk antwoord

Vind je dit label[2] duidelijk?

Ik vind het **label[2]** wel/niet duidelijk.
Wat vind je goed? Persoonlijk antwoord
Wat vind je minder goed? Persoonlijk antwoord

FSC

(FSC)

Wat is FSC? Bekijk het filmpje.



(Kwantum Nederland, 2014)

Duid het juiste antwoord aan.

- ☐ Er worden heel veel bossen gekapt en als we zo door blijven kappen, blijft er geen bos meer over. De mensen en dieren zijn afhankelijk van bossen.
- ☐ Er worden te weinig bossen gekapt. De mensen hebben te weinig papier en de dieren hebben te veel bos. Dit is een win-win situatie voor beiden.

(Kwantum Nederland, 2014)

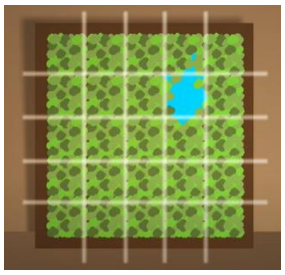
Waarom is FSC opgericht?

Zonder bos hebben we geen schone lucht en raakt het hout gewoon op. Om dit te voorkomen, is FSC opgericht. (Kwantum Nederland, 2014)

Waarvoor is FSC het keurmerk?

FSC is het keurmerk voor verantwoord hout en papier. (Kwantum Nederland, 2014)

De bomen worden geoogst (= gekapt) en geplant volgens een bepaalde methode. Leg deze uit aan de hand van de foto.



Ze delen een bos van FSC op in verschillende vakken.
Elk jaar wordt er in een ander vak bomen geoogst. Ze laten het vak dan dertig jaar met rust zodat dat deel van het bos helemaal kan herstellen. Daarna kunnen er weer bomen geoogst worden.

(Kwantum Nederland, 2014)

In de winkel liggen er papieren zakjes met het label[2] van FSC op. Maar hoe weet je zeker dat het zakje echt gemaakt is van FSC-hout?

FSC-hout wordt gevolgd van de zagerij tot aan de winkel. Dit controleert een onafhankelijke certificeerder zodat je zeker weet dat het zeker FSC-hout is.

(Kwantum Nederland, 2014)

Hieronder zie je drie verschillende soorten label[2] van FSC. Lees de label[2] en verbind het label[2] met de juiste omschrijving.

 (fsc)	Een 'FSC 100%' label geeft aan dat het product volledig afkomstig is uit FSC gecertificeerd(e) bos(sen).
 (fsc)	Het FSC materiaal wordt gemengd met gerecycleerd materiaal.
 (fsc)	Het product is volledig uit gerecycleerd materiaal gemaakt.

(fsc, sd)

FSC heeft voor heel veel mensen het leven veranderd. Lees het verhaal van 'Carlos en de bomen'.

Carlos: *"Toen ik 15 was, leerde mijn broer Hector mij hoe ik een kettingzaag moest gebruiken. Op die manier kon ik met het omzagen van bomen geld verdienen voor mijn familie. Hector introduceerde mij ook bij een lokale bosbouwgroep die hout verkocht. Maar al snel daalde de verkoop van het hout en verliet mijn broer de bosbouwgroep. Ik bleef. In 1997 hebben we een FSC certificaat[16] aangevraagd voor ons bos. Het probleem was alleen dat we niet wisten hoe we ons hout met het FSC keurmerk zouden kunnen verkopen. Tegelijkertijd hadden we problemen met illegale houtkap en de prijzen voor hout zakten tot een dieptepunt. Het zag er somber uit voor onze kleine bosbouwgroep en we stonden op het punt ermee te stoppen."* (fsc, sd)

Waarom is Carlos bomen blijven zagen?

Met het omzagen van bomen kon hij geld verdienen voor zijn familie. (fsc, sd)

De bosbouwgroep heeft in 1997 het FSC certificaat[16] aangevraagd voor het bos. Het probleem was dat ze niet wisten hoe ze hun hout met het FSC keurmerk zouden kunnen verkopen. Maar dat was niet het enige. Met welke problemen kreeg de bosbouwgroep nog te kampen?

De bosbouwgroep kreeg te maken met illegale houtkap en de prijzen van hout zakten tot een dieptepunt. (fsc, sd)

Het ziet er niet rooskleurig uit voor Carlos, maar het einde is nog niet in zicht! Het verhaal van 'Carlos en de bomen' gaat verder.

Carlos: *"Toen kregen we een aanbod dat alles deed veranderen. Een Deense milieuorganisatie kwam naar onze regio en hielp ons bij het verkrijgen van de certificering en met het vinden van bedrijven die hout wilden kopen met het FSC keurmerk. Dankzij hun hulp ziet alles er vandaag heel anders uit, zowel voor ons als voor het bos. We krijgen betere prijzen voor ons hout en er is nu ook vraag naar minder bekende houtsoorten, waardoor het bos nu voor ons veel meer waard is. We hebben vandaag een duidelijke grens aangegeven rond ons bos en houden illegale houthakkers buiten. Ik heb nu geld genoeg voor een stenen huis en om mijn dochter Yasmin naar school te kunnen laten gaan. Er is nog steeds veel illegale houtkap in Honduras, maar ons verhaal bewijst dat je echt dingen ten goede kunt veranderen, zowel voor de natuur als voor de mens."* (fsc, sd)

Carlos en zij bosbouwgroep kregen hulp van een Deense milieuorganisatie. Waar hielpen ze hen mee?

De milieuorganisatie hielp bij het verkrijgen van het certificaat[16] en met het vinden van bedrijven die hout wilden kopen met het FSC keurmerk. (fsc, sd)

Wat is er veranderd voor Carlos en de bosbouwgroep sinds het FSC keurmerk? Geef 3 voorbeelden die er veranderd zijn voor Carlos.

- Ze krijgen betere prijzen voor het hout.
- Er is ook vraag naar minder bekende houtsoorten.
- Ze houden illegale houthakkers buiten door een duidelijke grens.
- Carlos heeft geld voor een stenen huis.
- Carlos zijn dochter Yasmin kan naar school.

(fsc, sd)

Vind jij het belangrijk dat dit label vermeld wordt op een verpakking? Waarom wel/niet?

Persoonlijk antwoord

Het Groene Punt

(Fostplus)

Wat is Het Groene Punt?
Lees de tekst aan de linkerkant. Beantwoord nadien de vragen. (labelinfo, sd)

Duid het juiste logo van Het Groene Punt aan.

☐ (fostplus)

☐ (Fostplus)

☐ (fostplus)

Waarvoor betaalt de producent van het product een bijdrage?
Het label[2] garandeert dat de producent van het product een bijdrage heeft betaald voor de selectieve inzameling, sortering en recyclage van het verpakkingsmateriaal. (labelinfo, sd)

Duid het juiste antwoord aan.

☐ Het Groene Punt is enkel te vinden in België.
☐ Het Groene Punt is enkel te vinden in Vlaanderen.
☐ Het Groene Punt is te vinden in heel Europa.

(labelinfo, sd)

Wat doet Fost Plus dagelijks?
Fost Plus staat in voor de inzameling en recyclage van verpakkingen in hun land.
(labelinfo, sd)

Het logo van Het Groene Punt geeft aan dat de onderneming die het verpakte product op de markt brengt, lid is van Fost Plus. De ondernemingen betalen een bijdrage. Wat doet Fost Plus met deze financiële middelen?
Fost Plus gebruikt de financiële middelen om de verpakkingen op de meest duurzame manier in te zamelen, te sorteren en te recycleren[15]. (labelinfo, sd)

Duid het juiste antwoord aan.

☐ De bijdrage die de onderneming moet betalen, bedraagt nooit meer dan 30 euro.
☐ 90% van de verpakkingen die bij Fost Plus worden aangegeven, wordt niet gerecycleerd.
☐ Het Groene Punt geeft niet aan dat het product bestaat uit gerecycleerd materiaal of dat het gerecycleerd zal worden.

(labelinfo, sd)

Hoe worden de ondernemingen die Het Groene Punt gebruiken, op de verpakte goederen, gecontroleerd?

Jaarlijks gaan inspecteurs in opdracht van Fost Plus langs bij een aantal ondernemingen om na te gaan of de aangifte volledig en correct is.

(labelinfo, sd)

België heeft een nieuwe blauwe zak gelanceerd. Dit is nog niet van toepassing in elke gemeente. Wat is er veranderd i.v.m. de huidige regels? Bekijk het filmpje.



(Fost Plus, 2019)

Duid het juiste antwoord aan.

- ☐ Botervlootjes mogen niet in de nieuwe blauwe zak.
- ☐ De yoghurtpotjes, drankkartons en plastic flessen mogen in de nieuwe blauwe zak.
- ☐ Papier mag in de nieuwe blauwe zak.

(Fost Plus, 2019)

Waarom is de nieuwe methode goed voor het milieu?

Hoe meer we sorteren, hoe meer we kunnen recycleren[15]. Dat betekent dat we minder nieuwe grondstoffen verbruiken, minder energie nodig hebben en minder co_2 uitstoten. (Fost Plus, 2019)

Waarom kan de nieuwe blauwe zak niet overal op hetzelfde moment ingevoerd worden?

Dit heeft te maken met de technische aanpassingen die de verschillende partijen moeten maken. De sorteercentra worden volledig aangepast om de nieuwe blauwe zak uit te sorteren (en kan niet overal op hetzelfde moment gebeuren). (Fost Plus, 2019)

Twijfel je of jouw gemeente al in aanmerking voor de nieuwe blauwe zak? Ga na in welke zak de onderstaande producten gesorteerd moeten worden in jouw gemeente. Surf naar de website https://www.betersorteren.be > Geef je gemeente in > Geef het product in.

Het antwoord op deze vraag hangt af van de gemeente waar je woont.

	Blauwe zak	Restafval	Papier en karton	Glas
Plastic fles cola				
Douchefles				
Drankkarton				
Cornflakesdoos				
Eierdoos				
Glazen confituurbokaal				
Yoghurt potje				

(betersorteren, sd)

Geef twee tips aan een onderneming om zo weinig mogelijk verpakkingsmateriaal te gebruiken.

Persoonlijk antwoord

Made in Belgium

(Belgium)

Julie en Sofie zijn hobbykoks. Ze maken vaak iets klaar en posten dit op Instagram. Benieuwd wat ze nu gaan maken? Bekijk de posts op Instagram.



(libelle-lekker) (karolaskitchen, 2015) (recepten) (emojimeaning) (Luis) (gadgetZ) (Apple) (thebookingcompany) (switch, sd) (freepik, 2018)

Je kan altijd tomaten aankopen in de winkel. Maar wanneer smaken de tomaten op hun best? Bekijk de groentekalender van Boni en duid de maanden aan.

- ☐ Maart
- ☐ Mei
- ☐ Juni
- ☐ Juli
- ☐ Augustus
- ☐ September
- ☐ Oktober
- ☐ December

(Boni Selection)

Toch kan je altijd tomaten verkrijgen in de winkel. Hoe komt dit? (Tip: kijk naar de posts van Julie en Sofie.)

De tomaten worden ingevoerd uit andere landen.

Hoe zijn de tomaten tot bij Julie en Sofie geraakt?

Julie: Julie is naar de lokale groenteboer gegaan om tomaten.

Sofie: Sofie is naar de supermarkt gegaan met de wagen. De tomaten komen van Marokko met de boot. Vervolgens werden ze getransporteerd met de vrachtwagen.

Wie is het milieuvriendelijkst: Julie of Sofie? Leg uit.

Julie gaat te voet om de groenten. Sofie gebruikt de wagen om tomaten te halen in de supermarkt. De tomaten komen van Marokko met de boot. Nadien zijn deze tomaten verdeeld onder de verschillende supermarkten met de vrachtwagen. Julie is dus het milieuvriendelijkst omdat zij geen transportmiddelen gebruikt.

Hieronder zie je de cijfers van Belgische import van verse groenten per groentesoort in ton (1 ton = 1.000 kg). Bekijk de cijfers van de tomaten en de totalen.

Belgische import van verse groenten per groentesoort (in ton)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Asperges	3.996	4.645	4.925	5.280	5.747	5.698	6.995	6.615	6.472	6.683
Augurken	226	233	235	262	1.153	1.404	1.258	593	476	174
Bloemkool	24.339	24.682	26.256	28.705	27.439	30.374	32.177	37.595	31.167	28.138
Andere kolen	22.825	27.447	22.377	24.871	22.361	23.484	26.935	30.421	31.446	37.119
Bonen	70.257	57.171	77.029	94.530	68.572	69.165	78.575	97.831	94.160	88.266
Erwten	62.989	80.126	87.366	112.422	132.201	114.799	112.168	122.518	93.842	106.821
Komkommers	48.794	60.837	60.656	60.439	63.834	83.398	97.378	89.937	71.199	69.617
Kropsla	1.456	1.611	2.520	4.920	4.095	5.464	7.013	7.000	5.219	6.318
Andere slasoorten	22.195	23.559	25.713	26.921	24.013	22.963	22.110	17.865	21.415	21.523
Olijven en kappen	370	421	358	454	473	394	376	435	377	608
Paddestoelen	37.126	31.267	24.596	22.912	23.175	21.505	21.659	20.786	22.055	22.389
Paprika	26.470	33.247	33.413	34.313	41.634	48.212	49.231	52.844	47.829	48.730
Prei	5.710	5.107	7.883	9.371	6.318	7.422	8.366	7.654	6.366	6.542
Schorseneren	29.417	28.799	21.816	25.316	28.730	33.583	26.595	18.425	23.418	22.460
Selderij	18.837	22.048	19.507	22.021	18.681	18.515	24.926	25.018	23.787	23.750
Tomaten	75.804	78.232	84.888	94.788	99.035	92.734	88.206	88.435	65.736	81.977
Uien en sjalotten	119.470	125.064	127.092	124.185	128.283	138.262	141.046	138.755	114.183	124.792
Witloof	16.566	15.725	16.240	15.080	12.263	10.815	12.661	13.618	11.747	9.520
Wortelen en rapen	259.318	288.186	279.017	275.416	249.342	255.943	281.446	266.257	254.024	264.826
Overige groentesoorten	79.697	90.120	102.544	116.089	114.156	109.163	147.294	153.467	146.632	136.152
Totaal	**925.862**	**998.526**	**1.024.431**	**1.098.294**	**1.071.504**	**1.093.295**	**1.186.412**	**1.196.068**	**1.071.550**	**1.106.406**

Bron: Eurostat + bewerkingen VLAM

(Vlaanderen.be)

Wat is import? Duid het juiste antwoord aan.

- ☐ Import of uitvoer is, in de handel, het overbrengen van goederen van eigen land naar het buitenland.
- ☐ Import of invoer is, in de handel, het overbrengen van goederen van eigen land naar het buitenland.
- ☐ Import of invoer is, in de handel, het overbrengen van goederen uit het buitenland naar het eigen land.

(Wikipedia, 2020)

Hoeveel tomaten (in ton) zijn er geïmporteerd in 2019?

Er zijn 81.977 ton tomaten geïmporteerd in 2019. (Vlaanderen.be)

Hoeveel verse groenten zijn er in totaal geïmporteerd in 2019?

Er zijn 1.106.406 ton tomaten geïmporteerd in 2019. (Vlaanderen.be)

Hieronder zie je de cijfers van Belgische export van verse groenten per groentesoort in ton (1 ton = 1.000 kg). Bekijk de cijfers van de tomaten en in totaal. Beantwoord nadien de vragen.

Belgische export van verse groenten per groentesoort (in ton)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Asperges	1.418	1.718	1.674	2.016	1.881	2.134	3.216	3.419	3.640	3.927
Augurken	106	84	199	68	96	107	560	450	442	201
Bloemkool	10.027	6.834	8.797	10.490	10.068	10.847	10.922	15.690	12.861	12.734
Andere kolen	29.478	30.844	26.751	36.544	45.331	33.673	39.608	38.497	37.798	48.462
Bonen	16.407	12.974	8.487	11.913	13.836	8.449	7.000	21.208	9.170	11.812
Erwten	8.858	9.926	9.762	8.086	6.890	2.013	1.169	11.219	5.888	11.040
Komkommers	34.543	38.021	45.922	44.166	45.873	62.335	67.908	64.867	52.314	50.515
Kropsla	35.637	29.302	26.319	28.620	28.081	27.044	25.972	27.003	23.212	19.988
Andere slasoorten	11.235	10.572	11.635	12.455	12.816	13.180	13.058	12.588	14.598	14.993
Olijven en kappen	284	423	211	70	68	73	58	35	51	70
Paddestoelen en truffels	30.332	31.828	30.255	28.722	27.894	26.156	26.397	23.200	27.966	25.300
Paprika	26.976	30.941	29.134	29.556	33.118	41.594	39.931	43.518	34.627	32.180
Prei	85.559	78.674	71.985	64.506	72.576	74.348	68.866	66.836	67.457	70.772
Schorseneren en andere wortelen	8.318	9.332	6.344	4.986	5.613	6.112	4.572	3.237	3.177	3.969
Selderij	24.945	24.570	24.361	22.107	27.715	31.003	33.796	29.341	28.237	24.964
Tomaten	191.792	195.931	217.196	234.393	229.147	232.404	220.425	218.596	223.559	250.344
Uien en sjalotten	40.245	49.319	35.344	42.620	49.878	48.638	56.425	59.896	39.309	42.385
Witloof	14.881	13.993	14.854	20.950	18.875	17.906	19.157	19.472	16.626	20.901
Wortelen en rapen	150.777	128.399	130.719	151.746	135.259	137.982	138.562	191.284	175.954	227.635
Overige groentesoorten	43.040	49.107	48.200	61.982	69.780	71.883	77.011	95.657	53.734	95.842
Totaal	**764.659**	**752.841**	**748.148**	**815.967**	**834.775**	**847.881**	**845.213**	**948.010**	**829.519**	**968.031**

Bron: Eurostat + bewerkingen VLAM

(vlaanderen.be, sd)

Wat is export? Duid het juiste antwoord aan.

- ☐ Export of uitvoer is, in de handel, het overbrengen van goederen uit eigen land naar het buitenland.
- ☐ Export of import is, in de handel, het overbrengen van goederen van buitenland naar het eigen land.
- ☐ Export of invoer is, in de handel, het overbrengen van goederen van eigen land naar het buitenland.

(Wikipedia, 2020)

Hoeveel tomaten (in ton) zijn er geëxporteerd in 2019?

Er zijn 250.344 ton tomaten geëxporteerd in 2019. (vlaanderen.be, sd)

Hoeveel verse groenten zijn er in totaal geëxporteerd in 2019?

Er zijn 968.031 ton tomaten geëxporteerd in 2019. (vlaanderen.be, sd)

Vergelijk de cijfers van import en export. Duid het juiste antwoord aan.

- ☐ Er zijn meer verse groenten geïmporteerd dan geëxporteerd in België.
- ☐ Er zijn meer verse groenten geëxporteerd dan geïmporteerd in België.
- ☐ In totaal worden er meer verse groenten geëxporteerd dan geïmporteerd.

(vlaanderen.be, sd)

Worden er meer tomaten ingevoerd of uitgevoerd? Verklaar.

Er worden meer tomaten uitgevoerd. Dit kunnen we achterhalen door de cijfers te vergelijken.
Tomaten ingevoerd: 81.977 ton tomaten
Tomaten uitgevoerd: 250.344 ton tomaten

(vlaanderen.be, sd)

Streekproduct

(streekproduct.be)

Streekproducten met een traditie maken deel uit van het Vlaams erfgoed. De traditionele streekproducten moeten aan vijf criteria voldoen om erkend te worden. Som ze op in korte puntjes.

- Het product moet bereid met grondstoffen uit de eigen streek. Traditionele bereidingen met uitheemse ingrediënten (cacao, koffiebonen, amandelen, …) komen ook in aanmerking.
- Het product moet aanvaard worden door de lokale bevolking of een breder publiek als traditioneel streekproduct.
- Het product moet gemaakt worden volgens de streektraditie.
- Het product moet bereid worden in de streek van oorsprong.
- Het product moet minimaal 25 jaar bestaan.

(streekproduct.be, sd)

Frank De Nul, voorzitter van het Koninklijk Beenhouwers Syndicaat van Lokeren en van Vleeshal De Nul F. wil dat de Lokerse paardenworst herkend wordt als streekproduct. Hij vertelt er het volgende over:

"Paardenvlees was tot ver in de 20ste eeuw het vlees van de 'arme man'. Het vlees kwam van oude versleten paarden van boerderijen, de Antwerpse haven en van steenkoolmijnen. Dit vlees werd aangevuld met importvlees uit de Verenigde Staten. Veel mensen konden het zich veroorloven en het was toch voedzaam[17]. Gebakken verse paardenworsten zijn vaak erg droog. Daarom bedachten beenhouwers in Lokeren een aangepast recept. Tien Lokerse beenhouwers verkopen de heerlijke Lokerse paardenworsten. Elke beenhouwer legt zijn eigen accenten bij de bereiding van de lokale lekkernij." (streekproduct.be, sd) (De Spiegeleer)

Uit welke streek komen deze paardenworsten?

De paardenworsten komen uit Lokeren." (streekproduct.be, sd) (De Spiegeleer)

Bij hoeveel beenhouwers kan je de traditionele Lokerse paardenworsten kopen?

Je kan de paardenworsten gaan halen bij tien Lokerse beenhouwers." (streekproduct.be, sd) (De Spiegeleer)

Een streekproduct moet aan vijf criteria voldoen (die je bij vraag 1 genoteerd hebt). Zijn deze criteria hier voldaan? Duid aan.

Het product is bereid met grondstoffen uit de eigen streek. Voldaan/niet voldaan
Het product moet aanvaard worden door de lokale bevolking. Voldaan/niet voldaan
Het product moet gemaakt worden volgens de streektraditie. Voldaan/niet voldaan
Het product moet bereid worden in de streek van oorsprong. Voldaan/niet voldaan
Het product moet minimaal 25 jaar bestaan. Voldaan/niet voldaan

(streekproduct.be, sd) (streekproduct.be, sd) (De Spiegeleer)

Is Frank erin geslaagd om de Lokerse paardenworsten te laten herkennen als streekproduct? Zo ja, sinds welk jaar? Duid het juiste antwoord aan.

- ☐ Frank is er niet in geslaagd.
- ☐ Frank is er in 2018 in geslaagd.
- ☐ Frank is er in 2019 in geslaagd.
- ☐ Frank is er in 2020 in geslaagd.



(streekproduct.be)

Uit welke provincie komen de volgende producten? Duid aan.
Surf naar de website www.streekproduct.be > Producten > Geef de naam op > Kies je provincie.

	Antwerpen	**Limburg**	**Oost-Vlaanderen**	**Vlaams-Brabant**	**West-Vlaanderen**
Zure ouwels	X				
Koffie uit het Land van Loon		X			
Cervela				X	
Knapkoek uit het Maasland		X			
Halse krotten				X	
Semoele					X
Geuteling			X		
Poperingse hopscheuten					X
Moese patat			X		

(streekproduct, sd)

Je hebt samen met een collega een nieuwe winkel opgestart en je verkoopt o.a. streekproducten. Je wilt de inwoners van je dorp kennis laten maken met de wondere wereld van streekproducten. Maar welk streekproduct zet ik in de kijker en hoe doe ik dit? Volg het onderstaande stappenplan.

Stap 1: Zoek per twee een streekproduct van je woonplaats op de volgende website (www.streekproduct.be) op.

Stap 2: Je moet de streekproducten die je aanbiedt in je winkel, door en door kennen. Beantwoord de onderstaande vragen over jouw streekproduct.

- In welke stad wordt het product geproduceerd?
- Waar is het product ontstaan?
- Welke ingrediënten zitten er in het product?
- Hoe wordt het klaargemaakt?

Stap 3: Zorg ervoor dat je streekproduct bekend wordt bij het brede publiek. Beantwoord hiervoor de onderstaande vragen.

- Welke prijs vraag je voor jouw streekproduct?
- Hoe maak je het streekproduct bekend bij de mensen, m.a.w. hoe voer je reclame?

Stap 4: Welk streekproduct is het? Vertel iets over jouw streekproduct aan je medeleerlingen a.d.h.v. de vragen die je bij stap 2 en 3 hebt beantwoord. Je mag de naam van je product niet vermelden en je medeleerlingen moeten de naam van jouw gekozen product raden. Wees dus zo concreet mogelijk!

(streekproduct, sd)

LOGO SCHOOL	Naam: _____ Datum: _____ Leerkracht: _____ Klas + nr.: _____

EVALUATIEKADER ONTWERP LABEL (via PowerPoint of poster)

	Onvoldoende (0-0,5)	Voldoende (1)	Goed (2)	Zeer goed (3)
KENNIS Correct, relevant, interessant, hoofdgedachte en informatief	De spreker maakt veel fouten veel inhoudelijke fouten. De spreker geeft te veel of te weinig informatie. De spreker kan de informatie niet tot de kern samenvatten.	De spreker maakt weinig (2 à 3) inhoudelijke fouten. De spreker geeft te veel randinformatie mee naast de kern van het label.	De spreker maakt één inhoudelijke fout. De spreker vertelt de kerngedachte van het label.	De spreker maakt geen inhoudelijke fouten. De spreker geeft de kern van het label weer op een interessante en overzichtelijke manier.
ONTWERP EN MOTIVATIE LABEL Originaliteit, leesbaar, helder en motivatie	De spreker heeft een label ontwikkeld maar met weinig originaliteit en creativiteit. De spreker kan onvoldoende motiveren waarom zijn label beter is dan het oorspronkelijke.	De spreker heeft een origineel label ontwikkeld met de nodige creativiteit. De spreker kan voldoende motiveren waarom zijn label beter is dan het oorspronkelijke.	De spreker heeft een origineel en helder label ontwikkeld. De spreker kan goed motiveren waarom zijn label beter is dan het oorspronkelijke.	De spreker heeft een super origineel en helder label ontwikkeld. De spreker kan uitstekend motiveren waarom zijn label beter is dan het oorspronkelijke.
ONTWERP POWERPOINT/AFFICHE Opmaak, helder, grootte, leesbaar	De affiche/PowerPoint is niet creatief. De kerngedachte van het label is niet duidelijk weergegeven met woorden/afbeeldingen op de affiche/ PowerPoint. Er zit geen structuur in de affiche/ PowerPoint.	De affiche/ PowerPoint is niet heel creatief. De kerngedachte van het label is nauwelijks duidelijk weergegeven met woorden/afbeeldingen. De affiche/ PowerPoint is nauwelijks leesbaar en er zit weinig structuur in.	De affiche/PowerPoint is creatief. De kerngedachte van het label is duidelijk weergegeven met woorden/afbeeldingen. De affiche/ PowerPoint is leesbaar en er zit structuur in.	De affiche/PowerPoint is heel creatief. De kerngedachte van het label is heel duidelijk weergegeven met woorden/afbeeldingen. De affiche/PowerPoint is leesbaar en er zit een goede structuur in.

	Onvoldoende (0-0,5)	Voldoende (1)	Goed (2)	Zeer goed (3)
STRUCTUUR Inleiding, midden en slot (IMS)	Er is geen duidelijke structuur. De spreker springt van de hak op de tak.	De presentatie bevat een algemene structuur (IMS), maar de onderdelen zijn niet goed afgestemd. De verhouding tussen de inleiding, midden en slot klopt niet.	De presentatie heeft een algemene structuur (IMS) en de onderdelen zijn goed afgestemd. De verhouding zit juist.	De spreker gebruikt een structuur die goed te volgen is. Als luisteraar weet je waar de spreker naartoe wil. De onderdelen zijn ook uitstekend op elkaar afgestemd.
VERBAAL Articulatie, intonatie, volume en tempo	De spreker is niet verstaanbaar en spreekt heel monotoon. De spreker moet voortdurend naar zijn woorden zoeken.	De spreker is voldoende verstaanbaar maar het is niet prettig om naar te luisteren. De spreker hapert af en toe.	De spreker is goed verstaanbaar en er kan gemakkelijk naar geluisterd worden. De spreker spreekt vlot.	De spreker is heel goed verstaanbaar en het is aangenaam om naar te luisteren. De spreker spreekt erg vlot.
NON- VERBAAL Oogcontact, enthousiasme en beweging	De spreker maakt geen oogcontact met het publiek tijdens de presentatie. De spreker beweegt niet en maakt geen gebruik van handgebaren. Het enthousiasme is ver te zoeken.	De spreker maakt af en toe oogcontact met het publiek tijdens de presentatie. De spreker blijft op dezelfde plaats staan maar maakt weinig gebruik van handgebaren. De spreker is niet enthousiast maar doet zijn best.	De spreker maakt grotendeels oogcontact met het publiek tijdens de presentatie. De spreker presenteert vlot en maakt af en toe gebruik van handgebaren. De spreker is enthousiast.	De spreker maakt veel oogcontact met het publiek tijdens de presentatie. De spreker presenteert heel vlot, maakt gebruik van handgebaren en is héél enthousiast.

Totale score: /18

Opmerkingen:

LOGO SCHOOL	Naam: _____ Datum: _____ Leerkracht: _____ Klas + nr.: _____

EVALUATIEKADER ONDERZOEK (via PowerPoint of poster)

	Onvoldoende (0-0,5)	Voldoende (1)	Goed (2)	Zeer goed (3)
INHOUD LABEL Correct, relevant, interessant en informatief	De spreker maakt veel inhoudelijke fouten. De spreker geeft te veel of te weinig informatie. De spreker kan de informatie niet tot de kern samenvatten.	De spreker maakt weinig (2 à 3) inhoudelijke fouten. De spreker geeft te veel randinformatie mee naast de kern van het label.	De spreker maakt één inhoudelijke fout. De spreker vertelt de kerngedachte van het label.	De spreker maakt geen inhoudelijke fouten. De spreker geeft de kern van het label weer op een interessante en overzichtelijke manier.
INHOUD ONDERZOEK Kerngedachte, uitvoering, volledig	De spreker geeft de kern van het label niet duidelijk mee. De spreker voerde nauwelijks onderzoek naar het gekozen label. De spreker beantwoordt de opgestelde vragen niet (In welke winkels vind je het label terug? Is het label duidelijk voor de consument? Heb je producten met het label thuis staan?).	De spreker geeft de inhoud van het label ongeveer mee. De spreker voerde een deel van het onderzoek uit naar het gekozen label. De spreker beantwoordt niet alle opgestelde vragen (In welke winkels vind je het label terug? Is het label duidelijk voor de consument? Heb je producten met het label thuis staan?).	De spreker geeft de inhoud van het label mee. De spreker voerde onderzoek naar het gekozen label maar niet grondig genoeg. De spreker beantwoordt alle opgestelde vragen maar niet altijd even grondig (In welke winkels vind je het label terug? Is het label duidelijk voor de consument? Heb je producten met het label thuis staan?).	De spreker geeft de inhoud van het label heel goed mee. De spreker voerde het onderzoek grondig uit naar het gekozen label. De spreker beantwoordt de opgestelde vragen grondig (In welke winkels vind je het label terug? Is het label duidelijk voor de consument? Heb je producten met het label thuis staan?).

	Onvoldoende (0-0,5)	Voldoende (1)	Goed (2)	Zeer goed (3)
ONTWERP POWERPOINT/ AFFICHE Opmaak, helder, grootte, leesbaar	De affiche/PowerPoint is niet creatief. De kerngedachte van het label is niet duidelijk weergegeven met woorden/afbeeldingen op de affiche/PowerPoint. Er zit geen structuur in de affiche/ PowerPoint.	De affiche/PowerPoint is niet heel creatief. De kerngedachte van het label is nauwelijks duidelijk weergegeven met woorden/ afbeeldingen. De affiche/PowerPoint is nauwelijks leesbaar en er zit weinig structuur in.	De affiche/PowerPoint is creatief. De kerngedachte van het label is duidelijk weergegeven met woorden/afbeeldingen. De affiche/ PowerPoint is leesbaar en er zit structuur in.	De affiche/ PowerPoint is heel creatief. De kerngedachte van het label is heel duidelijk Weergegeven met woorden/afbeeldingen. De affiche/PowerPoint is leesbaar en er zit een goede structuur in.
STRUCTUUR Inleiding, midden en slot (IMS)	Er is geen duidelijke structuur. De spreker springt van de hak op de tak.	De presentatie bevat een algemene structuur (IMS), maar de onderdelen zijn niet goed afgestemd. De verhouding tussen de inleiding, midden en slot klopt niet.	De presentatie heeft een algemene structuur (IMS) en de onderdelen zijn goed afgestemd. De verhouding zit juist.	De presentatie gebruikt een structuur die goed te volgen is. Als luisteraar weet je waar de spreker naartoe wil. De onderdelen zijn ook uitstekend op elkaar afgestemd.
VERBAAL Articulatie, intonatie, volume en tempo	De spreker is niet verstaanbaar en spreekt heel monotoon. De spreker moet voortdurend naar zijn woorden zoeken.	De spreker is voldoende verstaanbaar maar het is niet prettig om naar te luisteren. De spreker hapert af en toe.	De spreker is goed verstaanbaar en er kan gemakkelijk naar geluisterd worden. De spreker spreekt vlot.	De spreker is heel goed verstaanbaar en het is aangenaam om naar te luisteren. De spreker spreekt erg vlot.
NON- VERBAAL Oogcontact, enthousiasme en beweging	De spreker maakt geen oogcontact met het publiek tijdens de presentatie. De spreker beweegt niet en maakt geen gebruik van handgebaren. Het enthousiasme is ver te zoeken.	De spreker maakt af en toe oogcontact met het publiek tijdens de presentatie. De spreker blijft op dezelfde plaats staan maar maakt weinig gebruik van handgebaren. De spreker is niet enthousiast maar doet zijn best.	De spreker maakt grotendeels oogcontact met het publiek tijdens de presentatie. De spreker presenteert vlot en maakt af en toe gebruik van handgebaren. De spreker is enthousiast.	De spreker maakt veel oogcontact met het publiek tijdens de presentatie. De spreker presenteert heel vlot, maakt gebruik van handgebaren en is héél enthousiast.

Totale score: /18

Opmerkingen:

SLOT	
1. PUZZELS	
Slot: Quote 1	645
Slot: Quote 2	646
Slot: Quote 3	647
Slot: Quote 4	648
3. EXIT TICKET	
Slot: Exit ticket	649

"De grootste bedreiging voor de aarde is het geloof dat iemand anders haar zal redden."

Robert Swan




"DO SOMETHING DRASTIC
STOP USING PLASTIC!"
BECAUSE I SAY SO

"WE HEBBEN GEEN HANDJEVOL MENSEN NODIG DIE ZERO WASTE PERFECT DOEN. WE HEBBEN MILJOENEN MENSEN NODIG DIE HET NIET PERFECT DOEN."



ANNE MARIE BONEAU

"WE LEVEN OP DEZE PLANEET ALSOF WE EEN ANDERE HEBBEN OM NAARTOE TE GAAN"

TERRI SWEARINGEN



EXIT TICKET

WORKSHOP VERA

Naam: - - - - - - - - - - - - - - - - - - -

Noteer 3 dingen die je tijdens de workshop geleerd hebt:

Noteer 2 vragen die je nog wil stellen:

Noteer 1 iets dat je thuis wil doorvertellen:

Na deze les wil ik graag:

- de uitleg van _____ nogmaals horen.
- meer voorbeelden krijgen.
- de leerstof thuis nog eens bekijken
- de leerstof alleen nog tegenkomen in mijn hoofd, want deze leerstof vind ik saai.
- nog meer te weten komen over de leerstof, want de leerstof boeit me.

Hoeveel sterren geef je de workshop?

☆ ☆ ☆ ☆ ☆

(De Maeght, 2018) (Klasse)

Wil je nog iets kwijt?

- - - - - - - - - - - - - - - - - - -
- - - - - - - - - - - - - - - - - - -
- - - - - - - - - - - - - - - - - - -
- - - - - - - - - - - - - - - - - - -
- - - - - - - - - - - - - - - - - - -





LERARENBUNDEL

VERA - Workshop

MENS & SAMENLEVING

Beste leerkracht

We zijn vier studenten die het onderwijsvak Economie volgen aan de Arteveldehogeschool Gent. In het kader van onze bachelorproef stellen wij u de VERA-workshop voor. Deze hebben wij ontwikkeld voor het vak Mens & Samenleving rond de onderwerpen maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO) en maatschappelijk verantwoord consumeren (MVC).



VERA is ook de naam van het personage dat wij gecreëerd hebben dat staat voor VERAntwoord. Zij begeleidt de leerlingen doorheen de workshop om het thema duurzaamheid te bespreken. De workshop focust op de onderwerpen MVO en MVC.

MVO & MVC

Maatschappelijk verantwoord ondernemen en consumeren zijn manieren die ernaar streven om de drie P's – People, Planet en Profit – te bevorderen. Vanuit het werkveld kregen we te horen dat er een tekort is aan overkoepelend materiaal dat meerdere onderwerpen integreert in één lesmodule. Deze workshop speelt hierop in en bouwt een brug tussen MVO, MVC, budgetbeheer, mensenrechten, Duurzame Ontwikkelingsdoelstellingen, enzovoort. De leerlingen ontdekken deze onderwerpen zelfstandig doorheen verschillende hoeken.

Het verloop

De workshop bestaat uit een inleiding, vier hoeken en een slot. De leerlingen beginnen bij één hoek en schuiven na één uur door naar de volgende hoek. Elke hoek kunnen ze zelfstandig verwerken aan de hand van de instructies op het overzicht en het stappenplan. Alle hoeken kunnen daarnaast ook afzonderlijk ingezet worden.

In hoek één en twee begeleidt Vera maatschappelijk verantwoord ondernemen.

- Hoek één focust op initiatieven met focus op de planeet. Hierin maken de leerlingen kennis met duurzame initiatieven van bedrijven en lokale handelaars.
- Hoek twee focust op initiatieven met focus op de planeet en mensen. Hierin leren de leerlingen de SDG's, mensenrechten en het UVRM.

In hoek drie en vier begeleidt Vera maatschappelijk verantwoord consumeren.

- Hoek drie focust op afvalvrij consumeren. Hierin leren de leerlingen om de afvalberg te verkleinen met allerlei tips en tricks.
- Hoek vier focust op bewust consumeren. Hierin maken de leerlingen kennis met de productlabels die op een verpakking staan vermeld.

De manier waarop deze workshop werd uitgewerkt, biedt leerkrachten een aantal voordelen.

Voordelen

In de VERA-workshop is er aandacht voor transparantie, samenhang, flexibiliteit, vernieuwing en multimedia. Zo heeft Vera een eigen Instagram-pagina en wordt de workshop ondersteund met een website.

Wij wensen u alvast veel plezier met het uitvoeren van onze workshop!

Laura De Backer
Jonna De Schryver
Lien Hoornaert
Ulrike Van Coppernolle

Inhoudsopgave

1 INZETBAARHEID 7

1.1 Dagverloop 7

1.2 Lesverloop 8

1.2.1 Hoek 1: MVO – Initiatieven met focus op de planeet 8

1.2.2 Hoek 2: MVO – Initiatieven met focus op de planeet en mensen 8

1.2.3 Hoek 3: MVC – Afvalvrij consumeren 9

1.2.4 Hoek 4: MVC – Bewust consumeren 9

2 DIGITALE TOOL: GEBRUIK BOOKWIDGETS 10

2.1 Registratie 10

2.2 Verbetering en feedback 10

3 INLEIDING WORKSHOP 11

3.1 Leerplandoelen inleiding 16

4 OVERZICHT HOEKEN 18

5 SLOT WORKSHOP 20

5.1 Leerplandoelen slot 24

6 LERARENBUNDELS PER HOEK 26

6.1 HOEK 1: LERARENBUNDEL 28

6.1.1 Naam van de hoek 28

6.1.2 Geschatte duurtijd 28

6.1.3 Verloop van de hoek 28

6.1.4 Leerplandoelen 35

6.1.5 Organisatie 37

6.1.5.1 Materiaallijst 37

6.2 HOEK 2: LERARENBUNDEL 41

6.2.1 Naam van de hoek 41

6.2.2 Geschatte duurtijd 41

6.2.3 Verloop van de hoek 41

6.2.4 Leerplandoelen 47

6.2.5 Organisatie 50

6.2.5.1 Materiaallijst 50

6.3 HOEK 3: LERARENBUNDEL 55

6.3.1 Naam van de hoek ____ *55*
6.3.2 Geschatte duurtijd ____ *55*
6.3.3 Verloop van de hoek ____ *55*
6.3.4 Leerplandoelen ____ *63*
6.3.5 Organisatie ____ *68*
6.3.5.1 Materiaallijst ____ *68*
6.4 HOEK 4: LERARENBUNDEL ____ **73**
6.4.1 Naam van de hoek ____ *73*
6.4.2 Geschatte duurtijd ____ *73*
6.4.3 Verloop van de hoek ____ *73*
6.4.4 Leerplandoelen ____ *79*
6.4.5 Organisatie ____ *84*
6.4.5.1 Materiaallijst ____ *84*
7 BIBLIOGRAFIE ____ 87

1 INZETBAARHEID

1.1 Dagverloop

UUR	INVULLING
8u30	Inleiding
9u20	Verplaatsing naar hoek
9u25	Hoek
10u25	Pauze
10u40	Hoek
11u40	Middagpauze
12u40	Hoek
13u40	Pauze
14u40	Hoek
14u40	Verzamelen voor slot
14u50	Slot
15u25	Materiaal verzamelen
15u50	Belsignaal

1.2 Lesverloop

Wanneer u één hoek van de workshop wil uitvoeren in 50 minuten, kan u enkele delen in elke hoek schrappen. Hieronder vindt u een overzicht van de mogelijke combinaties.

Wanneer u een deel van een bepaalde hoek wil uitvoeren, verwijzen wij u graag naar het verloop van de hoek en de materiaallijst.

1.2.1 Hoek 1: MVO – Initiatieven met focus op de planeet

DEEL	UITLEG	TIMING
Uitleg website	Uitleg website	5 min.
Overlopen planning	Overlopen stappenplan en overzicht	5 min.
Alternatief deel 1	Verdeel de leerlingen in verschillende groepen. (Selecteer een aantal infokaarten en druk deze X keer af.)	15 min.
Alternatief deel 2	Laat de leerlingen 1 à 2 vragenlijsten invullen via BookWidgets.	20 min.
Alternatief deel 3	Evaluatie uitleggen (optioneel).	5 min.

1.2.2 Hoek 2: MVO – Initiatieven met focus op de planeet en mensen

DEEL	UITLEG	TIMING
Uitleg website	Uitleg website	5 min.
Overlopen planning	Overlopen stappenplan en overzicht	5 min.
Alternatief deel 1	De leerkracht verdeelt de leerlingen zelf in groepjes.	2 min.
Alternatief deel 2	De leerlingen doen enkel opdracht drie.	33 min.
Alternatief deel 3	Evaluatie uitleggen (optioneel).	5 min.

1.2.3 Hoek 3: MVC – Afvalvrij consumeren

DEEL	UITLEG	TIMING
Uitleg website	Uitleg website	5 min.
Overlopen planning	Overlopen stappenplan en overzicht	5 min.
Deel 2	Invullen infofiche zero waste badkamer	40 min.

1.2.4 Hoek 4: MVC – Bewust consumeren

DEEL	UITLEG	TIMING
Uitleg website	Uitleg website	5 min.
Overlopen planning	Overlopen stappenplan en overzicht	5 min.
Alternatief deel 1	Verdeel de leerlingen in verschillende groepen. Ze selecteren X aantal winkelkaarten. Hierop scannen ze beide QR-codes. (U kan eventueel een aantal winkelkaarten selecteren (met een label op).	7 min.
Alternatief deel 2	De leerlingen vullen twee vragenlijsten in.	28 min.
Alternatief deel 3	Evaluatie uitleggen (optioneel).	5 min.

2 DIGITALE TOOL: GEBRUIK BOOKWIDGETS

De vragenlijsten uit deze workshop werden hoofdzakelijk opgesteld via de digitale tool 'BookWidgets'. Het stappenplan verwijst de leerlingen via een QR-code door naar de vragenlijsten. Leerlingen kunnen deze op zelfstandige basis invullen met behulp van een gsm, tablet of computer.

2.1 Registratie

Om gebruik te maken van BookWidgets, dient u eerst een account aan te maken. Dit is zeer eenvoudig en neemt slechts enkele minuten in beslag. Het opgeven van uw e-mailadres en wachtwoord volstaat. Op deze manier kunnen de leerlingen uw e-mailadres invullen bij het verzenden van hun gemaakte BookWidget. Indien u niet geregistreerd bent, ontvangen de leerlingen een foutmelding.

Voorbeeld – leerlingen verzenden BookWidget:



Vermeld bij het overlopen van de website (zie p. 14-15) zeker dat deze gegevens correct moeten ingevuld worden. Noteer bij voorkeur uw e-mailadres aan bord.

2.2 Verbetering en feedback

Wanneer een leerling een BookWidget verstuurt naar uw e-mailadres, ontvangt u een e-mail. Deze bevat steeds de volgende gegevens:

> Neem een kijkje naar het bijgevoegde studentenwerk.
> Je kan dit werk verbeteren door op deze link te klikken.

Druk op 'deze link' als u het werk wil verbeteren of feedback wenst toe te voegen. Vervolgens kan u onder elk antwoord een opmerking ingeven naast het oranje tekstballonnetje bij 'Vul hier een opmerking in …'. In deze workshop krijgen de leerlingen automatisch de verbetering bij het verzenden van hun BookWidget. U dient enkel de open vragen te verbeteren en er een punt aan toe te kennen.

Visuele voorstelling: opmerkingen toevoegen



Visuele voorstelling: punten toekennen



Als laatst drukt u bovenaan op de zwarte pijl ( ) om het werk terug te sturen naar de leerling.

U kan de resultaten opnieuw raadplegen via de link in uw mailbox of via 'punten & rapportering' op uw BookWidgets-account.

3 INLEIDING WORKSHOP

Begin de VERA-workshop met deze inductieve inleiding. Dit is de start van een boeiend lespakket waarbij alle leerlingen maximaal betrokken worden. De inleiding bestaat uit vier onderdelen: video, brainstorm, stellingen en de introductie van de website VERA. Volg deze chronologisch. De duurtijd van de volledige inleiding bedraagt 40 à 50 minuten.

1. VIDEO

DOEL

Het videofragment heeft als doel de leerlingen kennis te laten maken met 'duurzaamheid'. Hierin leren ze wat duurzaamheid inhoudt en waarom het belangrijk is om duurzaam te ondernemen.

Videofragment – YouTube:

Link: https://www.youtube.com/watch?v=ozmd-med5ng

QR-code:

MATERIAAL

- Computer
- Beamer

GESCHATTE DUURTIJD

5 minuten

ORGANISATIE

Noteer de volgende vragen op het bord alvorens het videofragment te bekijken. Dit geeft hun de kans om gericht te luisteren. De leerlingen dienen de antwoorden niet op te schrijven. Maak hen erop attent dat deze antwoorden belangrijk zijn in de volgende 'estafette' opdracht. Aandachtig luisteren is de boodschap.

Vragen:

- Wat betekent 'duurzaam'?
- Welke woorden kan je linken aan 'duurzaam'?
- Waarom is duurzaam ondernemen belangrijk?

2. BRAINSTORM - ESTAFETTE

DOEL

De brainstorm heeft als doel de informatie uit de video te verwerken. De antwoorden op de gestelde vragen bij het videofragment vormen hiervoor een goede leidraad.

MATERIAAL

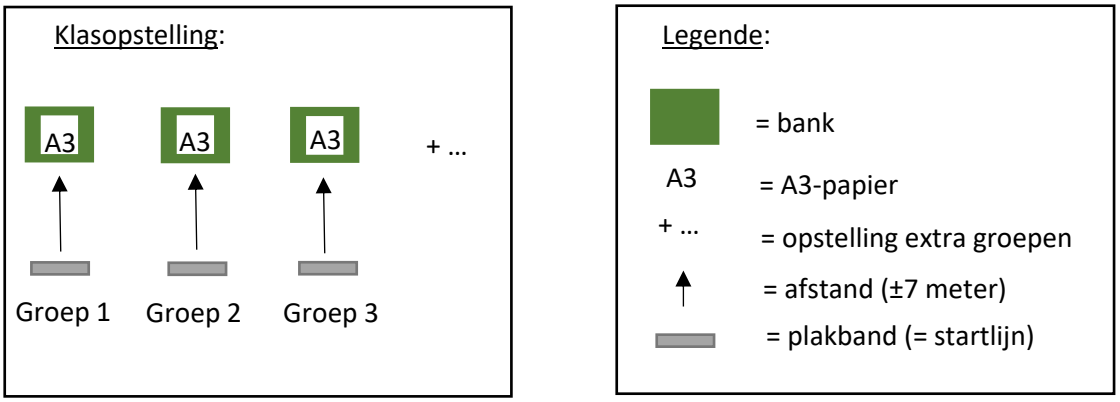
- A3-papier (x aantal groepen) met een gecentreerde titel ‘duurzaam’
- Balpennen (x aantal groepen)
- Plakband (= startlijn)

GESCHATTE DUURTIJD

15 – 20 minuten

ORGANISATIE - ESTAFETTE

Deel de leerlingen in groepen van drie/vier. Plaats vervolgens de volgende klasopstelling:



De groepen verzamelen aan de startlijn om de twee opdrachten uit te voeren. Leg aan de leerlingen uit dat er een estafette zal plaatsvinden met twee opdrachten. Benadruk zeker dat een estafette niet alleen een snelheidswedstrijd is, maar dat ook de kwaliteit van het werk primeert. Leg vervolgens de eerste opdracht uit.

Opdracht 1: Welke woorden kan je linken aan ‘duurzaam’?

De leerlingen noteren om de beurt één woord op het A3-formaat. Er mag slechts één leerling per keer lopen. Deze leerling start vanaf de startlijn. De volgende leerling mag pas beginnen lopen als de vorige voorbij de startlijn is. De leerlingen krijgen hiervoor één minuut en dertig seconden de tijd. Dit wil zeggen dat iedereen meerdere keren zal kunnen lopen. De groepen mogen intern communiceren. Als de minuut voorbij is, stoppen de leerlingen met schrijven. Daarna worden alle woorden uit elke groep overlopen. De groep met de meeste ‘kwalitatieve’ woorden, krijgen … (getal aantal groepen – bv. 3) punten. De punten lopen gradueel naar beneden. De laatste groep zal dus één punt ontvangen.

Opdracht 2: Maak een definitie met behulp van de woorden uit opdracht 1.

De leerlingen verzamelen aan de tafel rond hun A3-blad. Ze krijgen vervolgens twee minuten de tijd om een goede definitie te vormen van 'duurzaam' op de achterkant van het A3-blad. Dit doen ze met behulp van de woorden uit opdracht 1. Er moeten minstens vier woorden uit opdracht 1 geïntegreerd worden in de definitie. De leerlingen mogen ook gebruik maken van de woorden die ze zagen van de andere groepen. De leerlingen mogen enkel intern communiceren. Als de twee minuten voorbij zijn, stoppen de leerlingen met schrijven. Daarna worden alle definities overlopen. Elke groep krijgt vervolgens de kans om te stemmen op de definitie die ze het best vinden. Op hun eigen definitie stemmen is niet mogelijk. Ze krijgen één minuut om de definities te bekijken en tot een consensus te komen. De groep die ze het best vonden, noteren ze onder hun definitie. De groep met de meeste stemmen, krijgt … (getal aantal groepen – bv. 3) punten. De punten lopen gradueel naar beneden. De laatste groep zal dus één punt ontvangen.

Als laatst worden de punten van de twee opdrachten opgeteld. De groep met de meeste punten krijgt een groot applaus.

3. STELLINGEN

DOEL

De stellingen moeten de leerlingen prikkelen om hun mening te geven op allerhande duurzaamheidsvraagstukken.

MATERIAAL

- Plakband

GESCHATTE DUURTIJD

10 – 15 minuten

ORGANISATIE

Plaats alle leerlingen op één lange zichtbare lijn (bv. lijn via plakband). Zorg ervoor dat alle leerlingen schouder aan schouder staan. Laat hen de ogen sluiten en lees een stelling voor. Na elke stelling dienen de leerlingen hun mening te delen. Dit doen ze door een grote stap naar voor of naar achter te plaatsen. Bij twijfel blijven de leerlingen op de lijn staan. De leerlingen mogen de ogen pas openen nadat ze zich verplaatsten. Dit is cruciaal omdat leerlingen beïnvloed kunnen worden door medestudenten. Het is belangrijk dat elke leerling zijn persoonlijke mening deelt.

Legende – mening delen:

- Stap vooruit: akkoord
- Stap achteruit: niet akkoord
- Blijven staan: twijfel

Vraag na elke verplaatsing of er leerlingen zijn die hun mening mondeling willen toelichten. Bij gebrek aan respons is het interessant om enkele leerlingen aan te duiden. Als je vindt dat er voldoende is gedebatteerd, dan lees je de volgende stelling voor en vraag je de lln. om terug plaats te nemen op de lijn.

STELLINGEN
Kies vijf stellingen op basis van de beginsituatie. Enkele stellingen zijn voorzien van extra uitleg.

Stellingen:

- Ik vind dat winkels niet genoeg reclame maken voor duurzame producten.
- Het heeft geen nut dat België inspanningen doet om klimaatneutraal te worden, wij zijn maar een klein landje. Het is aan landen als China en de VS om dit soort inspanningen te maken.
- Duurzaam leven is niet mogelijk, het is veel te duur.
- Jongeren zetten minder in op duurzaamheid dan volwassenen: ze gaan vaker op reis, laten veel afval achter op festivalweides, …
- De overheid moet duurzame producenten (meer) subsidiëren zodat duurzame alternatieven goedkoper worden.
- Trump vraagt zich af waar de klimaatopwarming naartoe is, want het is zo koud in de VS, m.a.w. klimaatverandering bestaat niet.
- Ikzelf kan niets doen tegen de klimaatverandering.
- Ik geloof dat de technologie wel een oplossing zal vinden voor de klimaatproblematiek.
- Om het klimaat te redden moeten we allemaal vegetariër worden.
- We zijn het aan onze kinderen verplicht om te strijden tegen de opwarming van het klimaat.

4. INTRODUCTIE WORKSHOP

DOEL
Leerlingen maken aan de hand van deze introductie kennis met de website en het personage ‘Vera’ dat hen door de workshop zal begeleiden. Verder wordt kort geschetst wat hen in deze workshop te wachten staat.

MATERIAAL

- Computer
- Diascherm
- Link homepagina van de website: https://bit.ly/WorkshopVERA

GESCHATTE DUURTIJD
15 minuten

ORGANISATIE

Homepagina website

Ga samen met de leerlingen naar de homepagina van de website met behulp van bovenstaande link. Projecteer dit op het diascherm en zoek een vrijwilliger om de boodschap van Vera op de homepagina voor te lezen. Op deze manier maken de leerlingen kennis met Vera en wordt de workshop ingeleid.

Verloop van de hoek

Leg daarna uit dat:

- de klas zal worden verdeeld over de vier hoeken;
- elke hoek 60 min. in beslag zal nemen;
- ze zelfstandig dienen te werken door middel van een stappenplan;
- het stappenplan verwijst naar de website met behulp van QR-codes;
- ze na het succesvol voltooien van een hoek, drie puzzelstukjes zullen ontvangen die ze goed moeten bijhouden.

Verdieping website

Overloop hoek één klassikaal via het diascherm en toon hen de weg doorheen de tabbladen. Druk op 'hoek 1' en sta even stil bij Vera's boodschap. Op deze manier verklapt u het eerste onderwerp van de Workshop en weten de leerlingen waar ze de samenvatting van de andere hoeken kunnen vinden.

Open bij deel 2 zeker ook eens de link naar de vragenlijsten. Demonstreer hoe ze de BookWidgets correct kunnen versturen. De laatste stap bij 'versturen', is het invullen van het e-mailadres van de leerkracht bij 'E-mail docent'. Noteer bij voorkeur uw e-mailadres aan bord.

Na het toonmoment moeten de leerlingen in staat zijn om te navigeren op de website.



Start

Na het overlopen van de website, is het tijd om te beginnen aan de workshop. Verdeel de klas in vier groepen. Deel vervolgens het doorschuifsignaal mee. Stuur daarna elk groepje naar een hoek en laat hen het stappenplan op de afzijdige tafel (verzamelpunt begeleidende documenten per hoek) nemen. Het stappenplan begeleidt hen verder in het leerproces.

3.1 Leerplandoelen inleiding

In dit schema zijn alle leerplandoelen die behandeld worden in de inleiding, gerangschikt per leerplan.

Leerplannen:

A. Leerplan – Mens & samenleving
B. Gemeenschappelijk ICT-leerplan
C. Gemeenschappelijk funderend leerplan

(* = attitudes nastreven)

2. ESTAFETTE		
Leerplandoel	**Omschrijving**	**Beheersingsniveau Taxonomie van Bloom**
C. Gemeenschappelijk funderend leerplan (VVKSO, 2019)		
LPD 6	De leerlingen werken samen met andere leerlingen om gezamenlijk leerdoelen te bereiken en om bij te dragen aan het gezamenlijke resultaat. Goed kunnen samenwerken veronderstelt dat leerlingen: – inzicht hebben in eigen mogelijkheden en beperkingen in verhouding tot het doel dat ze samen willen bereiken; – bereid zijn te leren met en van elkaar; – feedback kunnen geven en ontvangen; – inzicht hebben in rollen en gedrag en in groepsactiviteiten; – leren omgaan met taakverdeling en tijdsplanning; doel en aanpak bepalen, het proces bewaken, reflecteren op wat geleerd werd en tot besluitvorming komen.	Toepassen
LPD 21	De leerlingen nemen initiatief en staan open voor ideeën van anderen.*	Geen
LPD 30 (BG)	De leerlingen verwerken informatie uit een beperkt aantal bronnen.	Analyseren
LPD 33	De leerlingen presenteren verwerkte informatie digitaal en niet digitaal.	Toepassen

3. STELLINGEN		
Leerplandoel	**Omschrijving**	**Beheersingsniveau Taxonomie van Bloom**
A. Leerplan - Mens & samenleving (VVKSO, 2019)		
LPD 2. 1	De leerlingen vormen een eigen mening over maatschappelijke feiten, thema's en trends. analyseren	Analyseren
LPD 29	De leerlingen verklaren de impact van globale uitdagingen van duurzame ontwikkeling op lokaal niveau.	Begrijpen
C. Gemeenschappelijk funderend leerplan (VVKSO, 2019)		
LPD 1	De leerlingen drukken hun overtuiging uit en laten hun mening blijken.*	Geen

4 OVERZICHT HOEKEN

	HOEK 1	HOEK 2	HOEK 3	HOEK 4
Naam	MVO – Initiatieven met focus op de planeet	MVO – Initiatieven met focus op de planeet en mensen	MVC – Afvalvrij consumeren	MVC – Bewust consumeren
Onderwerpen	○ Duurzame initiatieven van bedrijven en lokale handelaars (planeet) ○ SDG'S	○ Duurzame initiatieven van bedrijven ○ SDG's ○ Mensenrechten	○ De afvalberg ○ *Zero waste* badkamer	○ Budgetbeheer ○ Productbeschrijving ○ Productlabels
Duur	60 min.	60 min.	60 min.	60 min.
Korte inhoud	Leerlingen ontdekken verschillende duurzame initiatieven van bedrijven en lokale handelaars aan de hand van een tafel-tentoonstelling. Ze verwerken de inhoud met behulp van inhouds- en meningsvragen op BookWidgets. Deze inhoud wordt op het einde vastgezet door middel van een elevator pitch en/of een reflectiemoment via Padlet.	Leerlingen leren over de SDG's, mensenrechten en het UVRM aan de hand van inhoudsvragen op BookWidgets. Vervolgens verdiepen ze zich in de duurzame initiatieven van enkele bedrijven. De leerlingen passen de inhouden toe op de duurzame initiatieven. Nadien wordt de nieuwe inhoud vastgezet aan de hand van een Powtoon.	Leerlingen leren over de afvalberg en hoe deze te verkleinen. Ze vullen een infofiche aan en verwerken de volgende onderwerpen: zero waste, het gebruik van plastic, de plasticsoep, microplastics, gebruik van palmolie en het gebruik van shampoo. Aan de hand van een 'quiz' wordt de info vastgezet. Thuis of in de klas kunnen ze zelf *zero waste* badkamerproducten maken. Ze proberen de producten thuis uit en geven hieraan een beoordeling.	Leerlingen maken kennis met budgetbeheer door te shoppen voor een gezin in de supermarkt aan de hand van winkelkaarten. Elke winkelkaart is voorzien van een QR-code dat toegang geeft tot een productbeschrijving met labels. Nadien achterhalen ze in BookWidgets de betekenis van twee zelfgekozen productlabels. Ten slotte, wordt deze inhoud vastgezet met een presentatie via een affiche in Canva of PowerPoint.

Geïntegreerde werkvormen	○ BZL ○ Huiswerk ○ Geprogrammeerde instructie	○ BZL ○ Groepswerk ○ Huiswerk ○ Geprogrammeerde instructie	○ BZL ○ Groepswerk ○ Geprogrammeerde instructie	○ BZL ○ Simulatiespel ○ Groepswerk ○ Huiswerk ○ Geprogrammeerde instructie
Leerplandoelen	**Leerplan – Mens & samenleving:** LPD 2.1, 3, 26 **Gemeenschappelijk ICT-leerplan:** LPD 4 **Gemeenschappelijk funderend leerplan:** LPD 1, 16, 21, 30	**Leerplan – Mens & samenleving:** LPD 2.1, 3, 15, 24, 26 **Gemeenschappelijk ICT-leerplan:** LPD 2, 3, 4, 6 **Gemeenschappelijk funderend leerplan:** LPD 1, 6, 21, 25, 30, 33, 35, 51	**Leerplan – Mens & Samenleving:** LPD 3, 15, 21, 28, 29.1 **Gemeenschappelijk ICT-leerplan:** LPD 2, 3,4 **Gemeenschappelijk funderend leerplan:** LPD 1, 6, 22, 28, 30, 31, 32, 33	**Leerplan – Mens & samenleving** LPD 2.1, 3, 10, 15, 20, 21, 23 **Gemeenschappelijk ICT-leerplan** LPD 2, 3, 4 **Gemeenschappelijk funderend leerplan** LPD 1, 16, 22, 27, 31

5 SLOT WORKSHOP

Ter afsluiting van de workshop wil Vera nog vier belangrijke boodschappen meegeven aan de leerlingen. Na afloop krijgen de leerlingen de kans om Vera's Instagram te bekijken waarop vele tips, tricks, interessante weetjes en aanbevelingen staan rond duurzaamheid.

Het slot bestaat uit drie onderdelen: puzzels, Vera's Instagram en een EXIT-ticket. Volg deze chronologisch. De duurtijd van het slot bedraagt 20 à 30 minuten.

1. PUZZELS

DOEL

Op het einde van elke hoek krijgen de leerlingen een enveloppe met ongeveer zestien puzzelstukjes. Na het doorlopen van alle hoeken krijgen de leerlingen de tijd om hun puzzels te maken en de vier boodschappen van Vera te ontdekken.

MATERIAAL

- puzzels, deze vind je op de verborgen webpagina van de leerkracht bij 'slot'

QR-code naar puzzels:

GESCHATTE DUURTIJD

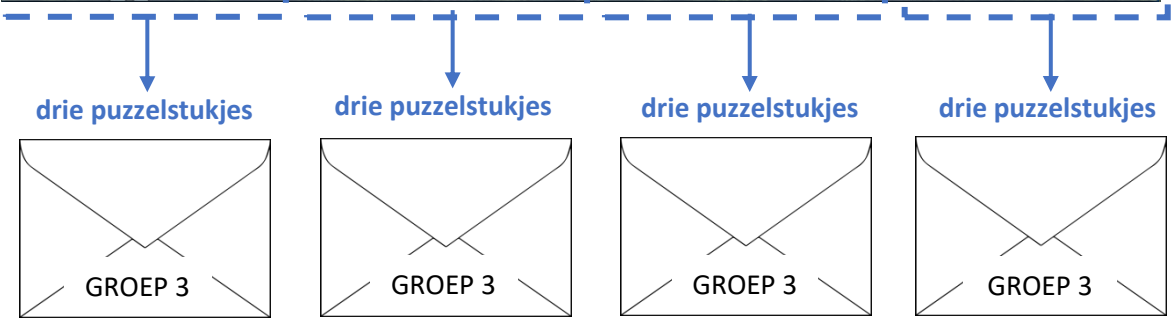
15 – 20 minuten

ORGANISATIE

<u>Opdracht 1:</u>

U dient op voorhand de puzzels af te drukken en uit te knippen. Neem er twaalf enveloppen bij, voor iedere puzzel/ groep vier. In iedere enveloppe steekt u drie puzzelstukjes. U nummert best de enveloppes. Zie het voorbeeld hieronder.





Deze puzzel zal één groepje (bv. groep 3) op het einde van de workshop bekomen. Dit lukt door hen na het doorlopen van elke hoek één enveloppe met drie puzzelstukjes te geven.

Iedere groep krijgt een andere puzzel. Op de puzzel staat een andere boodschap in de vorm van een quote. De leerlingen krijgen vijf minuten de tijd om hun puzzel te maken. Wanneer de puzzel is gevormd, kan je de leerlingen een vijftal minuten de tijd geven om in groep over de volgende (richt)vragen na te denken.

- Wat wordt er met deze quote bedoeld? / Welk probleem wordt er besproken?
- Ga je akkoord met de quote? Waarom wel/niet?
- Voel je je aangesproken door deze quote? (Is de quote op jou van toepassing? Heb je het gevoel dat deze quote zich richt tot jou?)
- Zet deze quote je aan tot actie of om de leerstof en ideeën die je in de workshop zag, door te trekken naar je dagelijks leven?

<u>Opdracht 2:</u>

Optie 1: Geef nu elk groepje de kans om de quotes van de andere groepjes te bekijken en opnieuw na te denken over de boodschap die wordt meegeven. Daarna kan je de leerlingen laten stemmen op de beste/ de meest overtuigende/ de belangrijkste quote.

2. VERA'S INSTAGRAM

DOEL

Er is een overvloed aan informatie over duurzaamheid te vinden. Duurzaamheid is een hot topic. In de workshop hebben leerlingen heel wat 'theorie' gezien. Aansluitend bij deze informatie wil Vera nog enkele tips, tricks, interessante weetjes en aanbevelingen meegeven.

QR-code naar de Instagram-pagina:

De leerlingen kunnen de Instagram-pagina van Vera bezoeken via de website. Onderaan de website bij 'homepagina' is het mogelijk om door te klikken naar Vera's Instagram.

GESCHATTE DUURTIJD

10 – 15 minuten

MATERIAAL

- Gsm, tablet of computer
- QR-code of website

ORGANISATIE

Verwijs de leerlingen door naar de homepagina van de website van Vera, waar ze onderaan de Instagram feed van Vera vinden. Geef leerlingen even de tijd (vijf tot tien minuten) om haar Instagram te bekijken en drie berichten die ze interessant/bruikbaar vinden te *liken*. Organiseer op het einde nog een kort reflectiemoment waarbij ze in groep delen welke *posts* ze hebben geliket, gevolgd door een motivatie.

Je kan de leerlingen de gepuzzelde quote laten voorstellen aan de klas aan de hand van hun antwoorden op de bovenstaande richtvragen.

3. EXIT TICKET

DOEL

De leerlingen vullen een exit ticket in en geven zo feedback op de workshop. Met een exit ticket krijgt u inzicht in hoe uw leerlingen de les verwerkt hebben. Bovendien krijgen je leerlingen een betere kijk op hun leerproces. (De Maeght, 2018)

GESCHATTE DUURTIJD

5 min

MATERIAAL

- Exit ticket: u vindt het exit ticket op de verborgen webpagina van de leerkracht in het mapje ‘slot’.

QR-code naar het exit ticket: 

ORGANISATIE

U dient op voorhand voor elke leerling een exit ticket af te drukken. Voordat u de exit tickets uitdeelt, geeft u een korte instructie. De leerlingen dienen de exit tickets in te vullen om zicht te krijgen op hun leerproces. Wanneer ze klaar zijn, leveren ze deze in.

5.1 Leerplandoelen slot

In dit schema zijn alle leerplandoelen die behandeld worden in het slot, gerangschikt per leerplan.

Leerplannen:

A. Leerplan – Mens & samenleving
B. Gemeenschappelijk ICT-leerplan
C. Gemeenschappelijk funderend leerplan

(* = attitudes nastreven)

1. PUZZELS		
Leerplandoel	**Omschrijving**	**Beheersingsniveau Taxonomie van Bloom**
A. Leerplan - Mens & samenleving (VVKSO, 2019)		
LPD 21 (BG)	De leerlingen beargumenteren hun keuzegedrag bij aankopen rekening houdend met aspecten van verantwoord consumeren.	Evalueren
LPD 29	De leerlingen verklaren de impact van globale uitdagingen van duurzame ontwikkeling op lokaal niveau.	Begrijpen
C. Gemeenschappelijk funderend leerplan (VVKSO, 2019)		
LPD 1	De leerlingen drukken hun overtuiging uit en laten hun mening blijken.*	Geen
LPD 6	De leerlingen werken samen met andere leerlingen om gezamenlijk leerdoelen te bereiken en om bij te dragen aan het gezamenlijke resultaat. Goed kunnen samenwerken veronderstelt dat leerlingen: – inzicht hebben in eigen mogelijkheden en beperkingen in verhouding tot het doel dat ze samen willen bereiken; – bereid zijn te leren met en van elkaar; – feedback kunnen geven en ontvangen; – inzicht hebben in rollen en gedrag en in groepsactiviteiten; – leren omgaan met taakverdeling en tijdsplanning; – doel en aanpak bepalen, het proces bewaken, reflecteren op wat geleerd werd en tot besluitvorming komen.	Toepassen
LPD 21	De leerlingen nemen initiatief en staan open voor ideeën van anderen.*	Geen

LPD 30 (BG)	De leerlingen verwerken informatie uit een beperkt aantal bronnen.	Analyseren
LPD 33	De leerlingen presenteren verwerkte informatie digitaal en niet digitaal.	Toepassen

2. VERA'S INSTAGRAM		
Leerplandoel	**Omschrijving**	**Beheersingsniveau Taxonomie van Bloom**
B. Gemeenschappelijk ICT leerplan (VVKSO, 2019)		
LPD 5	De leerlingen demonstreren basisvaardigheden om taakgericht volgens de nettiquette te communiceren via e-mail en berichten en te participeren aan initiatieven. (BG) BG - De leerling demonstreert basisvaardigheden om digitaal te communiceren en te participeren.	Toepassen
C. Gemeenschappelijk funderend leerplan (VVKSO, 2019)		
LPD 1	De leerlingen drukken hun overtuiging uit en laten hun mening blijken.*	Geen

6 LERARENBUNDELS PER HOEK

HOEK 1: LERARENBUNDEL



6.1 HOEK 1: LERARENBUNDEL

6.1.1 Naam van de hoek

Hoek 1: MVO – Initiatieven met focus op de planeet

6.1.2 Geschatte duurtijd

60 min.

6.1.3 Verloop van de hoek

Hoek één bestaat uit drie delen. Onderstaande tabel legt uit wat hoek één inhoudt en hoe je deze hoek als leerkracht kan organiseren. Deze tabel bevat vier onderdelen: algemeen, deel 1, deel 2 en deel 3. In de linkerkolom vindt u de omschrijving van elk onderdeel en in de rechterkolom de voorbereiding en begeleiding van de leerkracht.

De documenten die worden opgesomd in de rechterkolom, vindt u terug op de website van Vera. De QR-code begeleidt u naar de website. Alle documenten zijn ook terug te vinden in de materiaallijst op p. 37-39.

<table>
<tr><th colspan="2">HOEK 1: MVO – INITIATIEVEN MET FOCUS OP DE PLANEET</th></tr>
<tr><th>Omschrijving</th><th>Voorbereiding en begeleiding LK</th></tr>
<tr><th colspan="2">Algemeen</th></tr>
<tr><td>In deze hoek maken de leerlingen kennis met verschillende duurzame initiatieven van bedrijven en lokale handelaars.</td><td><u>Algemene documenten:</u>
– Hoek 1: Overzicht
– Hoek 1: Stappenplan algemeen
– Hoek 1: Begrippenlijst
– Hoek 1: Woordenlijst – Te kennen woorden
QR-code naar deze documenten:
<u>Voorbereiding</u>:
1. Afdrukken documenten
Volgende documenten zullen de leerlingen doorheen deze hoek ‘fysiek’ nodig hebben.
<u>Belangrijk</u>:
– Keuze: Kies het slot of vastzettingsmoment van deze hoek alvorens de begeleidende documenten af te drukken. In deze documenten vindt u bij deel drie twee opties terug. Wis de optie die u achterwege wil laten. U kan ook beide opties laten staan om in te spelen op de leervoorkeuren van de leerlingen.</td></tr>
</table>

- *Aanvullen*: In de begeleidende documenten staan een aantal woorden grijs gemarkeerd. De grijze tekstkaders dient u verder aan te vullen naar voorkeur. (Bv. X aantal infokaarten lezen)
- *Aanvullen*: Indien u bij deel drie de optie 'Padlet' kiest, dient u zelf deze Padlets te creëren. Voeg de QR-code of link van uw gemaakte Padlets in bij optie 2 - stap 8 in het algemeen stappenplan.

Afdrukken:

- Begeleidende documenten:

☐ … x (aantal lln. per hoek): Hoek 1 – Overzicht
☐ … x (aantal lln. per hoek): Hoek 1 – Stappenplan

- Infokaarten tafeltentoonstelling:

☐ 1x: Hoek 1 – Overzicht infokaarten
☐ 1x: Hoek 1 – tafeltentoonstelling infokaarten

Suggestie:
Plastificeer de documenten om ze te beschermen. Hierdoor kan u ze meermaals gebruiken en draagt u bij aan een duurzame leeromgeving.

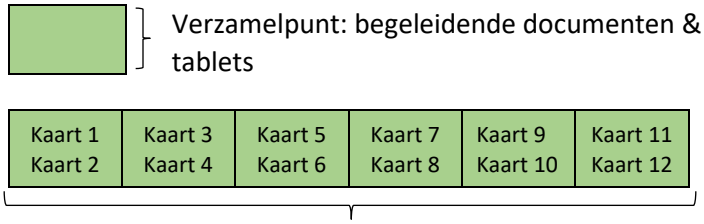
2. Reserveren tablets (3x)

Reserveer op voorhand een drietal tablets voor deze hoek. Op deze manier kunnen de leerlingen die een infokaart kozen met een website of videofragment, ook gelijktijdig de vragenlijsten invullen.

3. Plaatsen van de tafels (7x) en klaarleggen materiaal

- Schuif zes tafels tegen elkaar. Hierop dienen de twaalf infokaarten van de tafeltentoonstelling geëtaleerd te worden. Leg de infokaarten in twee richtingen zodat de leerlingen rond het eiland kunnen wandelen.
- Plaats één tafel afzijdig. Deze tafel functioneert als het verzamelpunt van alle begeleidende documenten en tablets.

Visuele voorstelling:



Plaats: infokaarten tafeltentoonstelling

	4. Ophangen aan de muur Documenten: ☐ Hoek 1: tafeltentoonstelling infokaarten Hang de bijlagen (foto's) van infokaart 3 'Ohne' aan de muur. Positioneer deze zo dicht mogelijk bij infokaart drie. ☐ Overzicht – Duurzame ontwikkelingsdoelstellingen Hang de SDG's aan de muur. Positioneer deze zo dicht mogelijk bij het eiland. ☐ Hoek 1: Overzicht infokaarten Hang het overzicht van alle infokaarten boven de afzijdige tafel.
DEEL 1: Tafeltentoonstelling (VERKENNEN) *Duurtijd: ±30 minuten*	
De leerlingen maken in deel één kennis met verschillende duurzame initiatieven van bedrijven en lokale handelaars aan de hand van een tafeltentoonstelling. **Informatie infokaarten** De tafeltentoonstelling bevat twaalf infokaarten. Alle infokaarten hebben een voor- en achterkant en bevatten een bijlage of een QR-code. Voorkant Op de voorkant staat de naam van het bedrijf, de activiteit en een ondersteunende afbeelding. Sommige infokaarten hebben ook een QR-code die verwijst naar een videofragment of website. Achterkant De achterkant geeft meer informatie over het bedrijf of initiatief. Kleuren De voorkant van de kaarten kan groen of oranje gekleurd zijn. Groen: multinationals Oranje: lokale bedrijven/handelaars	**Documenten gelinkt aan dit deel:** – Hoek 1: Overzicht infokaarten – Hoek 1: Infokaarten tafeltentoonstelling QR-code naar deze documenten: **Werkvorm:** – BZL – Geprogrammeerde instructie **Voorbereiding:** Geen **Begeleiding:** Als leerkracht kan u doorheen de hoek(en) circuleren. Op deze manier kan u de leerlingen motiveren en diegene begeleiden die problemen ondervinden. Door observatie gaat u ook na of alles naar wens verloopt. **Differentiatie:** Differentiatie op basis van: – Interesse: De leerlingen krijgen de kans om zich te verdiepen in X infokaarten naar keuze. **Verbetering:** Niet van toepassing

Deel 2: Vragenlijsten (VERWERKEN) *Duurtijd: ±20 minuten*	
Alle infokaarten zijn uitgerust met een gepersonaliseerde vragenlijst op BookWidgets. In dit deel vullen de leerlingen de vragenlijsten in bij hun gekozen infokaarten. Het algemeen stappenplan verwijst hen via een QR-code door naar de website van Vera. Op de website kunnen de leerlingen de vragenlijsten onmiddellijk raadplegen. **Vormgeving BookWidgets** Alle vragenlijsten hebben zes vragen die bestaan uit: inhoudelijke vragen, meningsvragen en een vraag over de SDG's.	**Documenten gelinkt aan dit deel:** – Hoek 1: BookWidgets – Hoek 1: Overzicht – Duurzame Ontwikkelings-doelstellingen – Hoek 1: Verbetersleutel BookWidgets QR-code naar deze documenten:  Lesmateriaal  Evaluatie **Werkvorm:** – BZL – Geprogrammeerde instructie **Voorbereiding:** Geen **Begeleiding:** Als leerkracht kan u doorheen de hoek(en) circuleren. Op deze manier kan u de leerlingen motiveren en diegene begeleiden die problemen ondervinden. Door observatie gaat u ook na of alles naar wens verloopt. **Differentiatie:** Differentiatie op basis van: – Interesse: Elke infokaart heeft een persoonlijke vragenlijst. Nadat de leerlingen zich verdiepten in X infokaarten naar keuze, vullen ze de bijhorende vragenlijst op BookWidgets in. **Verbetering:** De leerlingen krijgen na het indienen van de BookWidgets, automatisch de verbetersleutel. Op de verborgen webpagina op de website van Vera (zie materiaallijst op p. 39) vindt u de verbetersleutels van alle BookWidgets.

OPTIE 1 - Deel 3: Elevator pitch (VASTZETTEN + REFLECTEREN)
Duurtijd: Resterende tijd of thuis

Op het einde van deze hoek selecteren de leerlingen de infokaart die hen het meest aansprak. Daarover dienen ze een elevator pitch te maken aan de hand van enkele richtvragen. De elevator pitch vormt een reflectie- en vastzettingsinstrument.

Het stappenplan 'elevator pitch' begeleidt hen in de ontwikkeling van een elevator pitch. Het algemeen stappenplan verwijst hen via een QR-code door naar de website van Vera. Op de website kunnen de leerlingen het stappenplan onmiddellijk raadplegen.

Documenten gelinkt aan dit deel:
- Hoek 1: Stappenplan *elevator pitch*
- Hoek 1: Evaluatiekader *elevator pitch*

QR-code naar deze documenten:

Stappenplan *elevator pitch*

Evaluatiekader *elevator pitch*

Werkvorm:
- BZL
- Video maken
- Huiswerk

Voorbereiding:
Geen

Begeleiding:
Dankzij het stappenplan '*elevator pitch*' kunnen de leerlingen zelfstandig aan de slag. Begeleid de leerlingen die extra ondersteuning nodig hebben.

Differentiatie:
De afsluiting van deze hoek kan op twee manieren ingericht worden.

Optie 1: *elevator pitch*
Optie 2: Padlet

U kan als leerkracht één optie schrappen of de eindverantwoordelijkheid bij de leerlingen leggen.

Differentiatie op basis van:
- Leerprofiel: De leerkracht geeft beide opties aan de leerlingen om verschillende leervoorkeuren aan te spreken. De leerlingen kiezen hierbij elk voor zich.

Verbetering:
Het evaluatiekader voor het verbeteren van deze opdracht vindt u op de verborgen webpagina op de website van Vera. De materiaallijst op p. 39 legt uit hoe u het document 'evaluatiekader *elevator pitch*' kan raadplegen.

OPTIE 2 - Deel 3: Padlet (VASTZETTEN + REFLECTEREN)
Duurtijd: Resterende tijd of thuis

Op het einde van deze hoek is er een reflectiemoment voorzien. Door middel van twee Padlets krijgen de leerlingen de kans om hun ervaringen, meningen, gevoelens en kennis rond MVO te delen met medestudenten. Dit doen ze met behulp van richtvragen.

Documenten gelinkt aan dit deel:
- Geen

Werkvorm:
- BZL
- Huiswerk
- Schrijven van een tekst

Voorbereiding:

Creatie Padlet:
Padlet geeft real-time resultaten weer. Om die reden is het niet mogelijk om een Padlet te delen met andere leerkrachten. Hierdoor dient elke leerkracht zelf de volgende Padlets te creëren:

Website:
Surf naar de volgende website om een Padlet te creëren: https://nl.padlet.com/.
Log in of meld u aan en druk vervolgens linksboven op 'make a Padlet'.

Opmaak Padlets:
Voorzie de Padlets van de volgende opmaak:

Padlet 1
- Vorm: Wall
- Titel: Mijn ervaring
- Onderschrift (= richtvragen):
  1. Welk initiatief i.v.m. MVO sprak je het meest aan? Motiveer hierbij ook je keuze.
  2. Wat wil deze onderneming of handelaar met hun initiatief bereiken?
  3. Denk je dat dit initiatief een grote impact heeft op de pijler 'planet'? Motiveer hierbij ook je antwoord.

	Padlet 2 ▪ Vorm: Wall ▪ Titel: Vernieuwing in MVO ▪ Onderschrift (=richtvragen): 1. Welke initiatieven rond MVO zijn volgens jou nog nodig in de toekomst? / Hoe kan een onderneming nog inzetten op MVO? / Welk initiatief mis je vandaag? Je mag gebruik maken van een concreet voorbeeld. *Hulpvragen:* o *Wat is de meerwaarde?* o *Hoe zou je dit uitwerken?* o *Hoe is het duurzaam/ ethisch verantwoord?* Delen: Deel uw gemaakte Padlets met de leerlingen aan de hand van een QR-code of link. U kan deze invoegen in het algemeen stappenplan bij optie 2 - stap 8. **Begeleiding:** Dankzij het algemeen stappenplan kunnen de leerlingen zelfstandig aan de slag. Begeleid de leerlingen die extra ondersteuning nodig hebben. **Differentiatie:** De afsluiting van deze hoek kan op twee manieren ingericht worden. **Optie 1: elevator pitch** **Optie 2: Padlet** U kan als leerkracht één optie schrappen of de eindverantwoordelijkheid bij de leerlingen leggen. Differentiatie op basis van: – Leerprofiel: De leerkracht geeft beide opties aan de leerlingen om verschillende leervoorkeuren aan te spreken. De leerlingen kiezen hierbij elk voor zich. **Verbetering:** Niet van toepassing

6.1.4 Leerplandoelen

In dit schema zijn alle leerplandoelen die behandeld worden in deze hoek, gerangschikt per leerplan en onderdeel.

Leerplannen:

A. Leerplan – Mens & samenleving
B. Gemeenschappelijk ICT-leerplan
C. Gemeenschappelijk funderend leerplan

(* = attitudes nastreven)

DEEL 1: Tafeltentoonstelling (VERKENNEN)		
Leerplandoel	**Omschrijving**	**Beheersingsniveau Taxonomie van Bloom**
C. Gemeenschappelijk funderend leerplan (VVKSO, 2019)		
LPD 30	De leerlingen verwerken informatie uit een beperkt aantal bronnen. ○ Aan de hand van een aangereikt stappenplan. Het gaat om digitale en niet digitale informatie. Eindresultaten: • schema, tabel, grafiek en diagram; • andere zoals samenvatting, mindmap, tekening	Analyseren

DEEL 2: Vragenlijsten (VERWERKEN)		
Leerplandoel	**Omschrijving**	**Beheersingsniveau Taxonomie van Bloom**
A. Leerplan - Mens & samenleving (VVKSO, 2019)		
LPD 2.1	De leerlingen vormen een eigen mening over maatschappelijke feiten, thema's en trends.	Analyseren
LPD 3	De leerlingen beschrijven bij een feit hun gedachten, gevoelens, gedrag en de gevolgen voor zichzelf met behulp van richtvragen.	Analyseren
LPD 26	De leerlingen lichten de impact van beslissingen van ondernemingen en organisaties op de omgeving toe met aandacht voor: Gevolgen van keuzes omtrent winst, concurrentiepositie en maatschappelijk verantwoord ondernemen.	Begrijpen

B. Gemeenschappelijk ICT-leerplan (VVKSO, 2019)		
LPD 4	De leerlingen delen digitale media en werken op een veilige manier samen in online gedeelde bestanden en/of mappen.	Toepassen
C. Gemeenschappelijk funderend leerplan (VVKSO, 2019)		
LPD 1	De leerlingen drukken hun overtuiging uit en laten hun mening blijken.*	Geen
LPD 16	De leerlingen werken mee aan een duurzame, rechtvaardige en inspirerende samenleving.*	Geen

DEEL 3: OPTIE 1 - Elevator pitch (VASTZETTEN + REFLECTEREN)		
Leerplandoel	**Omschrijving**	**Beheersingsniveau Taxonomie van Bloom**
A. Leerplan - Mens & samenleving (VVKSO, 2019)		
LPD 2.1	De leerlingen vormen een eigen mening over maatschappelijke feiten, thema's en trends.	Analyseren
C. Gemeenschappelijk funderend leerplan (VVKSO, 2019)		
LPD 1	De leerlingen drukken hun overtuiging uit en laten hun mening blijken.*	Geen
LPD 16	De leerlingen werken mee aan een duurzame, rechtvaardige en inspirerende samenleving.*	Geen

DEEL 3: OPTIE 2 – Padlet (VASTZETTEN + REFLECTEREN)		
Leerplandoel	**Omschrijving**	**Beheersingsniveau Taxonomie van Bloom**
C. Gemeenschappelijk funderend leerplan (VVKSO, 2019)		
LPD 1	De leerlingen drukken hun overtuiging uit en laten hun mening blijken.*	Geen
LPD 16	De leerlingen werken mee aan een duurzame, rechtvaardige en inspirerende samenleving.*	Geen
LPD 21	De leerlingen nemen initiatief en staan open voor ideeën van anderen.*	Geen

6.1.5 Organisatie

6.1.5.1 Materiaallijst

De materiaallijst biedt een overzicht van het materiaal dat ontwikkeld werd voor hoek 1.

De materiaallijst bevat de volgende drie categorieën:

1. Website
2. Documenten: uitvoering
3. Documenten: evaluatie

1. Website

De website van Vera vormt een handig instrument om alle documenten en informatie rond de workshop te raadplegen.

HYPERLINK WEBSITE	INHOUD
URL webpagina voor de leerlingen https://bit.ly/WorkshopVERA	De webpagina geeft de documenten voor de leerlingen weer per hoek.
URL webpagina voor de leerkracht https://bit.ly/WorkshopVERA-leerkracht	De website van Vera is uitgerust met een verborgen map voor de leerkracht. Alle documenten die de leerkracht nodig heeft, worden per hoek weergegeven.

2. Documenten: uitvoering

Deze documenten vormen de basis om de tafeltentoonstelling uit te voeren. Ze zijn gerangschikt per onderdeel. U kan de documenten op de website raadplegen via 'klik hier'.

HOEK 1: MVO – INITIATIEVEN MET FOCUS OP DE PLANEET		
Website	**Documentnaam**	**Inhoud**
Algemeen		
Klik hier	Hoek 1: Overzicht	Dit document legt uit hoe hoek één opgebouwd en georganiseerd is. De eerste hoek bestaat uit drie delen: 1. Tafeltentoonstelling 2. Vragenlijsten 3. Elevator pitch en/of Padlet

Klik hier	Hoek 1: Stappenplan algemeen	Het stappenplan begeleidt de leerlingen doorheen deze hoek.
Klik hier	Hoek 2: Begrippenlijst	Dit document geeft een overzicht van alle moeilijke woorden in deze hoek.
Klik hier	Hoek 1: Woordenlijst – Te kennen woorden	Dit document bevat alle te kennen woorden van deze hoek.
Klik hier	Legende pictogrammen	Dit document verklaart de gebruikte pictogrammen in de begeleidende documenten.
DEEL 1: Tafeltentoonstelling (VERKENNEN)		
Klik hier	Hoek 1: Overzicht infokaarten	Dit document geeft een bondig overzicht van alle infokaarten die verwerkt zijn in de tafeltentoonstelling.
Klik hier	Hoek 1: Infokaarten tafeltentoonstelling	De dertien infokaarten presenteren verschillende initiatieven die bedrijven en handelaars nemen om maatschappelijk verantwoord te ondernemen.
DEEL 2: Vragenlijsten (VERWERKEN)		
Klik hier	Hoek 1: BookWidgets	In deze digitale tool staan alle vragenlijsten i.v.m. de tafeltentoonstelling.
Klik hier	Hoek 1: Overzicht Duurzame Ontwikkelingsdoelstellingen	Dit document geeft een beknopt overzicht van alle SDG's. Paginaverdeling: – Betekenis SDG's – Weergave SDG's: ○ Logo ○ Toelichting
DEEL 3: OPTIE 1 - Elevator pitch (VASTZETTEN + REFLECTEREN)		
Klik hier	Hoek 1: Stappenplan elevator pitch	Het stappenplan begeleidt de leerlingen bij het opstellen van een elevator pitch[1].

[1] **Elevator pitch**: Een elevator pitch is een kort maar krachtige presentatie waarin je iets of iemand in ongeveer zestig seconden voorstelt.

3. Documenten: evaluatie

Deze documenten zijn gericht op het evalueren van de tafeltentoonstelling. De verbetersleutel van de BookWidgets kan ook aangewend worden om de leerlingen te ondersteunen en begeleiden gedurende de tafeltentoonstelling. U kan de documenten op de website raadplegen via 'klik hier'.

HOEK 1: MVO – INITIATIEVEN MET FOCUS OP DE PLANEET		
Website	**Documentnaam**	**Evaluatie**
Klik hier	Hoek 1: Verbetersleutel BookWidgets	Vragenlijsten: infokaarten
Klik hier	Hoek 1: Evaluatiekader elevator pitch	Elevator pitch

HOEK 2: LERARENBUNDEL



6.2 HOEK 2: LERARENBUNDEL

6.2.1 Naam van de hoek

Hoek 2: MVO – Initiatieven met focus op de planeet en mensen

6.2.2 Geschatte duurtijd

60 min.

6.2.3 Verloop van de hoek

Hoek twee bestaat uit drie delen. Onderstaande tabel legt uit wat hoek twee inhoudt en hoe je deze hoek als leerkracht kan organiseren. Deze tabel bevat vier onderdelen: algemeen, deel 1, deel 2 en deel 3. In de linkerkolom vindt u de omschrijving van elk onderdeel en in de rechterkolom de voorbereiding en begeleiding van de leerkracht.

De documenten die worden opgesomd in de rechterkolom, vindt u terug op de website van Vera. De QR-code begeleidt u naar de website. Alle documenten zijn ook terug te vinden in de materiaallijst op p. 50-53.

<table>
<tr><th colspan="2">HOEK 2: MVO – INITIATIEVEN MET FOCUS OP DE PLANEET EN MENSEN</th></tr>
<tr><th>Omschrijving</th><th>Voorbereiding en begeleiding LK</th></tr>
<tr><th colspan="2">Algemeen</th></tr>
<tr><td>In deze hoek worden de volgende onderwerpen behandeld en toegepast op duurzame initiatieven: ‘Duurzame Ontwikkelingsdoelstellingen’, ‘mensenrechten’ en ‘UVRM’.</td><td><u>Algemene documenten:</u>
– Hoek 2: Overzicht
– Hoek 2: Stappenplan algemeen
– Hoek 2: Begrippenlijst
– Hoek 2: Woordenlijst – Te kennen woorden
QR-code naar deze documenten:
<u>Voorbereiding</u>:
1. Afdrukken documenten
Volgende documenten zullen de leerlingen doorheen deze hoek ‘fysiek’ nodig hebben.
<u>Belangrijk:</u>
– Keuze: Deze hoek bestaat uit drie delen. De delen zijn flexibel inzetbaar. Zo kan u kiezen om bepaalde onderdelen niet of niet in de klas uit te werken. Let op: wanneer u delen weglaat, dient u de begeleidende documenten aan te passen.
– Aanvullen: In de begeleidende documenten staan een aantal woorden grijs gemarkeerd. De grijze tekstkaders dient u verder aan te vullen naar voorkeur. (Bv. in te vullen naar tijd)</td></tr>
</table>

Afdrukken:

- Begeleidende documenten:

☐ … x (aantal lln. per hoek): Hoek 2 – Overzicht
☐ … x (aantal lln. per hoek): Hoek 2 – Stappenplan
☐ … x (aantal lln. per hoek): Hoek 2 – Begrippenlijst

- Tafelverdeling:

☐ 1x: Hoek 2 – Naamkaarten

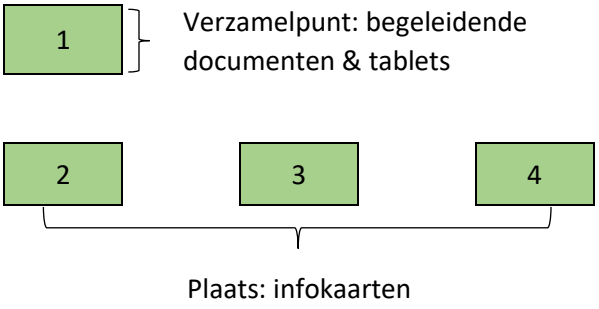
Suggestie:
Plastificeer alle documenten om ze te beschermen. Hierdoor kan u ze meermaals gebruiken en draagt u bij aan een duurzame leeromgeving.

2. Reserveren tablets
Reserveer op voorhand X (aantal lln. per hoek) tablets. Op deze manier kunnen de leerlingen de QR-codes op de infokaarten eenvoudiger scannen.

3. Plaatsen van de tafels (4x)

- Plaats drie tafels naast elkaar, zoals hieronder weergegeven. Op elke tafel plaatst u de voorziene naamkaarten en infokaarten (zie materiaallijst p. 51).
- Plaats één tafel afzijdig. Deze tafel functioneert als het verzamelpunt van alle begeleidende documenten en tablets.

Visuele voorstelling:



DEEL 1: Persoonlijkheidstest (VERKENNEN) *Duurtijd: ±5 min.*	
In dit deel leggen de leerlingen een persoonlijkheidstest af via de website van Vera. Gebaseerd op hun antwoorden, worden ze onderverdeeld in drie groepen – de drie personages. **Drie personages** • De bewuste shopper • De twijfelachtige shopper • De luxueuze shopper	**Documenten gelinkt aan dit deel:** – Hoek 2: De persoonlijkheidstest QR-code naar deze documenten: **Werkvorm:** – BZL – Geprogrammeerde instructie **Voorbereiding:** Flexibiliteit: U kan er op voorhand voor kiezen om dit deel over te slaan of dit thuis te laten uit werken. Als u ervoor kiest om dit deel over te slaan, dient u zelf de leerlingen te verdelen in drie groepen. **Begeleiding:** Als leerkracht kan u doorheen de hoek(en) circuleren. Op deze manier kan u de leerlingen motiveren en diegene begeleiden die problemen ondervinden. Door observatie gaat u ook na of alles naar wens verloopt. **Differentiatie:** Differentiëren op basis van: – Flexibel groeperen: de leerlingen worden onderverdeeld in groepen d.m.v. een persoonlijkheidstest.
DEEL 2: Vragenlijst (VERWERKEN) *Duurtijd: ±50 min.*	
Dit deel bestaat uit drie opdrachten. Door middel van deze opdrachten maken de leerlingen kennis met de volgende onderwerpen: – Duurzame Ontwikkelingsdoelstellingen – Mensenrechten **Opdracht 1 – Groepswerk** De leerlingen nemen plaats aan één van de drie tafels afhankelijk van het personage dat ze kregen bij de	**Documenten gelinkt aan dit deel:** **Opdracht 1:** – Hoek 2: Opdracht 1 – Groene infokaarten – Hoek 2: Opdracht 1 – Naamkaarten personages – Hoek 2: Opdracht 1 – Overzicht infokaarten **Opdracht 2:** – Hoek 2: Opdracht 2 – BookWidgets – Hoek 2: Verbetersleutel van DEEL 2

persoonlijkheidstest. Op deze manier worden de drie groepen gevormd.

Tafel 1: De bewuste shopper
Tafel 2: De twijfelachtige shopper
Tafel 3: De luxueuze shopper

Op elke tafel liggen drie infokaarten. Iedere infokaart stelt een bedrijf voor. In groep bespreken ze hoe duurzaam deze zijn aan de hand van richtvragen.

Opdracht 2 - Individueel
In opdracht twee maken de leerlingen kennis met de Duurzame Ontwikkelingsdoelstellingen, mensenrechten en het UVRM. Ze verdiepen zich individueel in deze inhoud aan de hand van een vragenlijst via BookWidgets.

Opdracht 3 – Individueel & groepswerk
Bij opdracht drie scannen de leerlingen de QR-codes op de oranje infokaarten. Deze verwijzen hen door naar de website van de bedrijven. Alle leerlingen doorlopen deze websites afzonderlijk. Op deze manier ontdekken ze de duurzame initiatieven.

Op het einde beantwoorden de leerlingen in groep een aantal vragen over de behandelde inhoud.

Opdracht 3:

- Hoek 2: Opdracht 3 – Oranje infokaarten
- Hoek 2: Opdracht 3 – Overzicht Duurzame Ontwikkelingsdoelstellingen
- Hoek 2: Opdracht 3 – UVRM-kader
- Hoek 2: Opdracht 3 – Vragen
- Hoek 2: Deel 2 -Verbetersleutel

QR-code naar deze documenten:

Lesmateriaal Evaluatie

Werkvorm:

- BZL
- Groepswerk
- Geprogrammeerde instructie

Voorbereiding:
Tijdens dit deel hebben de leerlingen de volgende documenten nodig.

Afdrukken:

- ☐ 1x Hoek 2 – Opdracht 1 – Groene infokaarten
- ☐ 1x Hoek 2 – Opdracht 3 – Oranje infokaarten
- ☐ 3x (per hoek één) Hoek 2 – Opdracht 3 – Duurzame Ontwikkelingsdoelstellingen
- ☐ 3x (per hoek één exemplaar) Hoek 2 – Opdracht 3 – UVRM-kader
- ☐ 3x (per hoek één exemplaar) Hoek 2 – Opdracht 3 – Vragen

Organisatie:
U plaatst de volgende documenten en materialen op de tafels:

- Het document ‘Hoek 2 – Overzicht ondernemingen’ geeft weer hoe u de groene en oranje infokaarten moet schikken op de tafels.
- Plaats een drietal wasknijpers op elke tafel.
- (Indien u de documenten geplastificeerd heeft. Leg een uitwisbare stift op elke tafel.)
- Leg één exemplaar van de overige documenten op elke tafel:

	○ Hoek 2: Opdracht 3 – Duurzame Ontwikkelingsdoelstellingen ○ Hoek 2: Opdracht 3 – UVRM-kader ○ Hoek 2: Opdracht 3 – Vragen **Begeleiding:** Als leerkracht kan u doorheen de hoek(en) circuleren. Op deze manier kan u de leerlingen motiveren en diegene begeleiden die problemen ondervinden. Door observatie gaat u ook na of alles naar wens verloopt. **Differentiatie:** Differentiëren op basis van: – Interesse: Op de websites van de bedrijven ontdekten de leerlingen verschillende duurzame initiatieven. Hieruit behandelen ze twee initiatieven naar keuze. **Verbetering:** De leerlingen krijgen na het indienen van de BookWidgets, automatisch de verbetersleutel. Op de verborgen webpagina op de website van Vera (zie materiaallijst op p. 53) vindt u de verbetersleutel van deel 2. Deze bevat de oplossingen van BookWidgets en opdracht drie.
DEEL 3: Powtoon (VASTZETTEN + REFLECTEREN) *Duurtijd: Resterende tijd of thuis*	
De leerlingen zetten de nieuwe inhouden vast met behulp van een Powtoon. Eerst kiezen ze per twee een onderneming uit de lijst 'Hoek 2 – Powtoon – Ondernemingen'. Daarna gaan ze actief op zoek naar antwoorden op enkele richtvragen. Vervolgens verwerken ze de informatie die ze vonden in een animatievideo via Powtoon. Ten slotte maken ze individueel een zelfreflectie door middel van enkele richtvragen.	**Documenten gelinkt aan dit deel:** – Hoek 2: Handleiding Powtoon – Hoek 2: Powtoon – Sjabloon informatie van onderneming – Hoek 2: Powtoon – Omschrijving opdracht – Hoek 2: Powtoon – Ondernemingen – Hoek 2: Powtoon – Sjabloon zelfreflectie – Hoek 2: Deel 3 – Verbetersleutel – Hoek 2: Deel 3 – Evaluatiekader Powtoon QR-code naar deze documenten: Lesmateriaal Evaluatie

	Werkvorm: – Groepswerk – Huiswerk **Voorbereiding:** Flexibiliteit: – U hebt de keuze om de leerlingen dit deel mee te geven als huiswerk. U kan dit deel ook (voor een stuk) in de klas laten uitwerken. – U kan de groepsgrootte aanpassen. Afdrukken: – Begeleidende documenten: ☐ … x (aantal lln. per hoek): Hoek 2 – Stappenplan – Powtoon **Begeleiding:** Het document 'Hoek 2: Stappenplan – Powtoon' begeleidt de leerlingen naar de nodige documentatie. **Differentiatie:** Differentiëren op basis van: – Interesse: de leerlingen kiezen op basis van hun interesse per twee een onderneming. – Leerstatus: de handleiding biedt extra ondersteuning voor leerlingen die nog niet met het programma (Powtoon) gewerkt hebben. **Verbetering:** Op de verborgen webpagina op de website van Vera (zie materiaallijst op p. 53) vindt u de verbetersleutel van deel drie en een evaluatiekader voor de Powtoon.

6.2.4 Leerplandoelen

In dit schema staan alle leerplandoelen die behandeld worden in deze hoek, gerangschikt per leerplan en onderdeel.

Leerplannen:

A. Leerplan – Mens & samenleving
B. Gemeenschappelijk ICT-leerplan
C. Gemeenschappelijk funderend leerplan

(* = attitudes nastreven)

DEEL 1: Persoonlijkheidstest (VERKENNEN)		
Leerplandoel	**Omschrijving**	**Beheersingsniveau Taxonomie van Bloom**
B. Gemeenschappelijk ICT-leerplan (VVKSO, 2019)		
LPD 6	De leerlingen navigeren functioneel op internet m.b.v. een browser.	Geen

DEEL 2: Vragenlijst (VERWERKEN)		
Leerplandoel	**Omschrijving**	**Beheersingsniveau Taxonomie van Bloom**
A. Leerplan - Mens & samenleving (VVKSO, 2019)		
LPD 2.1	De leerlingen vormen een eigen mening over maatschappelijke feiten, thema's en trends.	Analyseren
LPD 3	De leerlingen beschrijven bij een feit hun gedachten, gevoelens, gedrag en de gevolgen voor zichzelf met behulp van richtvragen.	Analyseren
LPD 24	De leerlingen lichten het belang van mensenrechten en kinderrechten toe.	Begrijpen
B. Gemeenschappelijk ICT-leerplan (VVKSO, 2019)		
LPD 4	De leerlingen delen digitale media en werken op een veilige manier samen in online gedeelde bestanden en/of mappen.	Toepassen
LPD 6	De leerlingen navigeren functioneel op internet m.b.v. een browser.	Toepassen

C. Gemeenschappelijk funderend leerplan (VVKSO, 2019)		
LPD 1	De leerlingen drukken hun overtuiging uit en laten hun mening blijken.*	Geen
LPD 6	De leerlingen werken samen met andere leerlingen om gezamenlijk leerdoelen te bereiken en om bij te dragen aan het gezamenlijke resultaat.	Toepassen
LPD 21	De leerlingen nemen initiatief en staan open voor ideeën van anderen.*	Geen
LPD 25	De leerlingen selecteren bronnen en gebruiken daarbij een geschikte zoekstrategie. (BG: De leerling gebruikt een aangereikte zoekstrategie bij het selecteren van digitale bronnen en informatie om een aangereikte informatievraag te beantwoorden.)	Toepassen
LPD 30	De leerlingen verwerken informatie uit een beperkt aantal bronnen. (BG: De leerling verwerkt digitale informatie uit één of een beperkt aantal bronnen om een antwoord te geven op een informatievraag.)	Analyseren
LPD 35	De leerlingen gebruiken school- en vaktaal in functie van het leerproces.	Toepassen
LPD 51	De leerlingen laten zien dat zij gevoelig zijn voor normen en waarden, voor goed en kwaad.*	Geen

DEEL 3: Powtoon (VASTZETTEN + REFLECTEREN)		
Leerplandoel	**Omschrijving**	**Beheersingsniveau Taxonomie van Bloom**
A. Leerplan - Mens & samenleving (VVKSO, 2019)		
LPD 24	De leerlingen lichten het belang van mensenrechten en kinderrechten toe.	Begrijpen
LPD 26	De leerlingen lichten de impact van beslissingen van ondernemingen en organisaties op de omgeving toe met aandacht voor: Gevolgen van keuzes omtrent winst, concurrentiepositie en maatschappelijk verantwoord ondernemen.	Begrijpen

B. Gemeenschappelijk ICT-leerplan (VVKSO, 2019)		
LPD 2	De leerlingen demonstreren overkoepelende basisvaardigheden in het gebruiken van digitale toepassingen.	Toepassen
LPD 3	De leerlingen creëren inzichtelijk en efficiënt, online en offline, digitaal inhouden.	Toepassen
LPD 4	De leerlingen delen digitale media en werken op een veilige manier samen in online gedeelde bestanden en/of mappen.	Toepassen
LPD 6	De leerlingen navigeren functioneel op internet m.b.v. een browser.	Toepassen
LPD 32	De leerlingen nemen eenvoudige notities in functie van informatieverwerking en communicatie.	Analyseren
LPD 36	De leerlingen beoordelen hun leerproces en -resultaat aan de hand van evaluatiecriteria.	Evalueren
C. Gemeenschappelijk funderend leerplan (VVKSO, 2019)		
LPD 1	De leerlingen drukken hun overtuiging uit en laten hun mening blijken.*	Geen
LPD 6	De leerlingen werken samen met andere leerlingen om gezamenlijk leerdoelen te bereiken en om bij te dragen aan het gezamenlijke resultaat.	Toepassen
LPD 25	De leerlingen selecteren bronnen en gebruiken daarbij een geschikte zoekstrategie. (BG: De leerling gebruikt een aangereikte zoekstrategie bij het selecteren van digitale bronnen en informatie om een aangereikte informatievraag te beantwoorden.)	Toepassen
LPD 30	De leerlingen verwerken informatie uit een beperkt aantal bronnen. (BG: De leerling verwerkt digitale informatie uit één of een beperkt aantal bronnen om een antwoord te geven op een informatievraag.)	Analyseren
LPD 33	De leerlingen presenteren verwerkte informatie digitaal en niet digitaal.	Toepassen
LPD 35	De leerlingen gebruiken school- en vaktaal in functie van het leerproces.	Toepassen

6.2.5 Organisatie

6.2.5.1 Materiaallijst

De materiaallijst biedt een overzicht van het materiaal dat ontwikkeld werd voor hoek 2.

De materiaallijst bevat de volgende drie categorieën:

1. Website
2. Documenten: uitvoering
3. Documenten: evaluatie

1. Website

De website van Vera vormt een handig instrument om alle documenten en informatie rond de workshop te raadplegen.

HYPERLINK WEBSITE	INHOUD
URL webpagina voor de leerlingen https://bit.ly/WorkshopVERA	De webpagina geeft de documenten voor de leerlingen weer per hoek.
URL webpagina voor de leerkracht https://bit.ly/WorkshopVERA-leerkracht	De website van Vera is uitgerust met een verborgen map voor de leerkracht. Alle documenten die de leerkracht nodig heeft, worden per hoek weergegeven.

2. Documenten: uitvoering

Deze documenten vormen de basis om hoek twee uit te voeren. Ze zijn gerangschikt per onderdeel. U kan de documenten op de website raadplegen via 'klik hier'.

HOEK 2: MVO – INITIATIEVEN MET FOCUS OP DE PLANEET EN MENSEN		
Bijlage	**Documentnaam**	**Inhoud**
Algemeen		
Klik hier	Hoek 2: Overzicht	Dit document legt uit hoe hoek twee opgebouwd en georganiseerd is. De tweede hoek bestaat uit drie delen: 1. Persoonlijkheidstest 2. Vragenlijst 3. Powtoon
Klik hier	Hoek 2: Stappenplan algemeen	Het stappenplan begeleidt de leerlingen doorheen deze hoek.

Klik hier	Hoek 2: Begrippenlijst	Dit document geeft een overzicht van alle moeilijke woorden in deze hoek.
Klik hier	Hoek 2: Woordenlijst – Te kennen woorden	Dit document bevat alle te kennen woorden van deze hoek.
Klik hier	Legende pictogrammen	Dit document verklaart de gebruikte pictogrammen in de begeleidende documenten.
DEEL 1: Persoonlijkheidstest (VERKENNEN)		
Klik hier	Hoek 2: De persoonlijkheidstest	De persoonlijkheidstest is een test op de website van Vera. De test bevat enkele vragen die de leerlingen dienen te antwoorden.
DEEL 2: Vragenlijst (VERWERKEN)		
OPDRACHT 1		
Klik hier	Hoek 2: Overzicht infokaarten	Dit document geeft een bondig overzicht van alle ondernemingen per personage.
Klik hier	Hoek 2: Opdracht 1 – Groene infokaarten	Er zijn negen groen infokaarten. Elke tafel krijgt er drie. De groene infokaarten geven een korte beschrijving over verschillende ondernemingen.
Klik hier	Hoek 2: Naamkaarten van personages	Dit document bevat een naamkaart van elk personage. (Luxueuze shopper, twijfelachtige shopper, bewuste shopper)

OPDRACHT 2		
Klik hier	Hoek 2: Opdracht 2 – BookWidgets	In deze digitale tool staat een vragenlijst over de SDG's, mensenrechten en het UVRM.
Klik hier	Hoek 2: Opdracht 2 – BookWidgets bijlagen	Dit document bevat de bijlagen die de leerlingen analyseren op BookWidgets.
OPDRACHT 3		
Klik hier	Hoek 2: Opdracht 3 – Duurzame Ontwikkelingsdoelstellingen	Dit document geeft een beknopt overzicht van alle SDG's. Paginaverdeling: – Betekenis SDG's – Weergave SDG's: ○ Logo ○ Toelichting
Klik hier	Hoek 2: Opdracht 3 – Oranje infokaarten	Er zijn negen oranje infokaarten bevatten een achterkant. Elke tafel krijgt er drie. De oranje infokaarten zijn voorzien van QR-codes die leerlingen doorverwijzen naar websites om meer te weten te komen over de duurzame initiatieven van dezelfde bedrijven.
Klik hier	Hoek 2: Opdracht 3 – UVRM-kader	Dit kader is een vereenvoudigde versie van het UVRM. Dit document gebruiken de leerlingen om enkele vragen op te lossen.
Klik hier	Hoek 2: Opdracht 3 – Vragen	Dit document geeft een bondig overzicht van de vragen die de leerlingen dienen te antwoorden tijdens opdracht drie.
DEEL 3: Powtoon (VASTZETTEN + REFLECTEREN)		
Klik hier	Hoek 2: Stappenplan Powtoon	Het stappenplan begeleidt de leerlingen bij het opstellen van een animatievideo via Powtoon.
Klik hier	Hoek 2: Handleiding Powtoon	Dit document is een gedetailleerde handleiding van hoe Powtoon werkt.
Klik hier	Hoek 2: Powtoon – Omschrijving opdracht	Dit document geeft een omschrijving van de opdracht.
Klik hier	Hoek 2: Powtoon – Ondernemingen	Dit document geeft een overzicht van de verdeling van de ondernemingen bij deel drie.

Klik hier	Hoek 2: Powtoon – Sjabloon informatie van onderneming	Dit document is een sjabloon dat de leerlingen gebruiken om informatie op een gestructureerde manier in op te slaan.
Klik hier	Hoek 2: Powtoon – Sjabloon zelfreflectie	Dit document dient als sjabloon om een korte zelfreflectie te schrijven na het maken van de Powtoon.

3. Documenten: evaluatie

Deze documenten zijn gericht op het evalueren van deze hoek. De verbetersleutel van de BookWidgets kan ook aangewend worden om de leerlingen te ondersteunen en begeleiden gedurende de tafeltentoonstelling. U kan de documenten op de website raadplegen via 'klik hier'.

HOEK 2: MVO – INITIATIEVEN MET FOCUS OP DE PLANEET EN MENSEN		
Bijlage	**Documentnaam**	**Evaluatie**
Klik hier	Hoek 2: Deel 2 – Verbetersleutel	Vragenlijst: BookWidgets Vragenlijst: Opdracht 3
Klik hier	Hoek 2: Deel 3 – Verbetersleutel	Powtoon
Klik hier	Hoek 2: Evaluatiekader Powtoon	Powtoon

HOEK 3: LERARENBUNDEL



6.3 HOEK 3: LERARENBUNDEL

6.3.1 Naam van de hoek

Hoek 3: MVC – Afvalvrij consumeren

6.3.2 Geschatte duurtijd

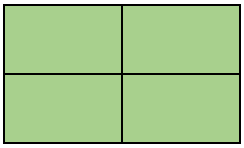
60 minuten

6.3.3 Verloop van de hoek

Hoek drie bestaat uit vijf delen. Onderstaande tabel legt uit wat hoek drie inhoudt en hoe je deze hoek als leerkracht kan organiseren. Deze tabel bevat zes onderdelen: algemeen, deel 1, deel 2, deel 3, deel 4 en deel 5. In de linkerkolom vindt u de omschrijving van elk onderdeel en in de rechterkolom de voorbereiding en begeleiding van de leerkracht.

De documenten die worden opgesomd in de rechterkolom, vindt u terug op de website van Vera. De QR-code begeleidt u naar de website. Alle documenten zijn ook terug te vinden in de materiaallijst op p. 68-71.

HOEK 3: MVC – AFVALVRIJ CONSUMEREN	
Omschrijving	**Voorbereiding en begeleiding leerkrachten**
Algemeen	
In deze hoek werken de leerlingen rond de onderwerpen ‘de afvalberg’ en ‘zero waste’.	**Algemene documenten:** – Hoek 3: Overzicht (pen en papier) – Hoek 3: Overzicht (Word) – Hoek 3: Stappenplan algemeen (pen en papier) – Hoek 3: Stappenplan algemeen (Word) – Hoek 3: Begrippenlijst – Hoek 3: Woordenlijst- Te kennen woorden QR-code naar deze documenten: **Voorbereiding**: **1. Afdrukken documenten** Volgende documenten zullen de leerlingen doorheen deze hoek ‘fysiek’ nodig hebben. Belangrijk: – *Keuze*: Deze hoek bestaat uit vijf delen. De delen zijn flexibel inzetbaar. Zo kan u kiezen om bepaalde onderdelen niet uit te werken in de klas. Let op: wanneer u delen weglaat, dient u de begeleidende documenten aan te passen.

	– *Aanvullen*: In de begeleidende documenten staan een aantal woorden grijs gemarkeerd. De grijze tekstkaders dient u verder aan te vullen naar voorkeur. (Bv. Dien je infofiche in via *platform*) Afdrukken: – Begeleidende documenten: Voor deel twee van deze hoek hebt u de keuze om de leerlingen met Word te laten werken of met pen en papier. Afhankelijk van uw keuze hebben de leerlingen de volgende **begeleidende documenten** nodig voor deze hoek: ☐ … x 'Hoek 3 - overzicht (pen en papier)' of 'Hoek 3 - overzicht (Word)' ☐ … x 'Hoek 3 - stappenplan algemeen (pen en papier)' of 'Hoek 3 – stappenplan algemeen (Word) Suggestie: Plastificeer de documenten om ze te beschermen. Hierdoor kan u ze meermaals gebruiken en draagt u bij aan een duurzame leeromgeving. **2. Reserveren tablets (3x)** Reserveer op voorhand een drietal tablets voor deze hoek. Op deze manier kunnen de leerlingen de QR-codes op het stappenplan scannen en worden ze direct naar de juiste pagina's begeleid. **3. Plaatsen van de tafels** Plaats vier tafels zoals hieronder weergegeven. Op deze manier voorzie je een plaats waar leerlingen aan hoek twee kunnen werken. 
Deel 1: De afvalberg (VERKENNEN + VERWERKEN) *Duurtijd: ±15 min*	
De leerlingen leren over de afvalberg van België aan de hand van een infofiche dat wordt opgehangen aan de muur. Ze leren over het afvalprobleem en wat zij kunnen doen om de afvalberg te helpen verkleinen. Ze bekijken eerst	**Documenten gelinkt aan dit deel:** – Hoek 3: BookWidgets – de afvalberg verkleinen – Hoek 3: Verbetersleutel BookWidgets – de afvalberg verkleinen. – Hoek 3: De afvalberg infofiche

globaal het infofiche. Daarna verwijst het stappenplan hun via een QR-code door naar BookWidgets. Op dit platform beantwoorden ze enkele vragen. **Vormgeving BookWidgets** Alle vragenlijsten hebben inhoudelijke en meningsvragen.	Scan de QR-code naar deze documenten: Lesmateriaal Evaluatie **Werkvorm**: – BZL – Geprogrammeerde instructie **Voorbereiding**: Flexibiliteit: U kan er op voorhand voor kiezen om dit deel over te slaan en te beginnen bij deel twee. Zo kan u deel drie of deel vier in de klas uitwerken. Afdrukken Voor deel één hebben de leerlingen (naast het stappenplan en het overzicht) de volgende documenten nodig: ☐ 1 x 'Hoek 3 - De afval berg infofiche' Organisatie Druk het infofiche af, bij voorkeur op A3-formaat en hang het aan de muur in de buurt van de vier tafels. **Begeleiding**: Als leerkracht kan u doorheen de hoek(en) circuleren. Op deze manier kan u de leerlingen motiveren en diegene begeleiden die problemen ondervinden. Door observatie gaat u ook na of alles naar wens verloopt. **Differentiatie**: Differentiatie op vlak van: – leerprofiel: Het infofiche wordt opgehangen alsook weergegeven in BookWidgets. **Verbetering**: De leerlingen beantwoorden in deze hoek zeven vragen in BookWidgets. De verbetersleutel vindt u op de verborgen webpagina op de website van Vera (zie materiaallijst op p. 70)

Deel 2: Infofiche voor een *zero waste* badkamer (VERKENNEN + VERWERKEN)
Duurtijd: ±duurtijd 40 min

Voor deel twee van deze hoek vullen de leerlingen in groepjes van vier of vijf het 'sjabloon infofiche zero waste badkamer' aan. De leerkracht beslist of dit digitaal of op papier gebeurt.

De leerlingen leren wat een zero waste levensstijl inhoudt en waarom ze het eens moeten uitproberen. Ze leren o.a. een badkamer plasticvrij te maken. Volgende onderwerpen komen ook aan bod:

- plastic
- de plasticsoep
- microplastics
- schadelijkheid van palmolie en shampoo voor de huid

Voor de eerste stappen van de opdracht werken de leerlingen in een groepje van vijf. Doorheen de opdracht splitst de groep op in twee om de taken te verdelen. Wie welke onderwerpen van het infofiche uitwerkt, bepalen de leerlingen onderling.

U kan het eindresultaat van de infofiches ophangen in de school. Wanneer ze in Word werden gemaakt, kan u ze ook op een online platform van de school plaatsen.

Documenten gelinkt aan dit deel:

- Hoek 3: Aangevuld sjabloon
- Hoek 3: Sjabloon infofiche zero badkamer (pen en papier)
- Hoek 3: Sjabloon infofiche zero waste badkamer (Word)

QR-code naar deze documenten:

Lesmateriaal

Evaluatie

Werkvormen:

- BZL
- Klasgesprek
- Complementair groepswerk
- Geprogrammeerde instructie

Voorbereiding:

Voor het uitwerken van dit deel hebben de leerlingen, afhankelijk van de leerkracht zijn/haar keuze, de volgende documenten nodig:

☐ 4 x 'Hoek 3 - Sjabloon infofiche *zero waste* badkamer (pen en papier)' of 'Hoek 3 - Sjabloon infofiche *zero waste* badkamer (Word)

Indien u ervoor kiest om het infofiche af te drukken, doet u dit bij voorkeur op een A3-formaat. Plak nadien de twee delen van het infofiche op de tafels van hoek twee.

Indien u ervoor kiest om de leerlingen in Word te laten werken, zal het algemeen stappenplan hen naar het sjabloon op de website verwijzen.

Begeleiding:

Als leerkracht kan u doorheen de hoek(en) circuleren. Op deze manier kan u de leerlingen motiveren en diegene begeleiden die problemen ondervinden. Door observatie gaat u ook na of alles naar wens verloopt.

Wanneer u ervoor kiest om de leerlingen dit deel op papier te laten uitwerken, dient u bij het doorschuiven van de hoeken het ingevulde infofiche te vervangen door een leeg exemplaar.

	Differentiatie: Differentiatie op basis van: – Flexibel groeperen: De leerlingen kiezen de groepjes in stap op basis van interesse. – Interesse: De leerlingen kiezen op een gegeven moment twee vragen uit de vijf die ze willen bespreken in groep. **Verbetering**: De leerlingen vullen het infofiche aan. Op de verborgen webpagina op de website van Vera (zie materiaallijst p. 70) vindt u een aangevulde versie van het infofiche.

Deel 3: Quiz (VASTZETTEN) *Duurtijd: ±15 min*	
De informatie wordt vastgezet aan de hand van een quiz op BookWidgets. De leerlingen mogen hierbij gebruik maken van het infofiche dat ze hebben aangevuld. De leerlingen worden via een QR-code in het stappenplan naar BookWidgets verwezen. **Vormgeving BookWidgets** Alle vragenlijsten hebben inhoudelijke en meningsvragen.	**Documenten gelinkt aan dit deel:** – Hoek 3: BookWidgets – zero waste quiz – Hoek 3: Verbetersleutel BookWidgets – zero waste quiz QR-code naar deze documenten: Lesmateriaal Evaluatie **Werkvorm**: – Quiz – BZL – geprogrammeerde instructie – (huiswerk) **Voorbereiding**: Flexibiliteit: Wanneer u ervoor kiest om deel één over te slaan, dient u voor deel drie en vier op voorhand een keuze te maken. Zo kan u deel drie in de klas uitwerken en deel vier meegeven als huiswerk. **Begeleiding**: Als leerkracht kan u doorheen de hoek(en) circuleren. Op deze manier kan u de leerlingen motiveren en diegene begeleiden die problemen ondervinden. Door observatie gaat u ook na of alles naar wens verloopt. **Differentiatie**: – Geen **Verbetering**: De leerlingen beantwoorden de vragen in BookWidgets. De verbetersleutel vindt u op de verborgen webpagina op de website van Vera (zie materiaallijst p. 71).
Deel 4: DIY Badkamerproducten maken (VERDIEPEN) *Duurtijd: ±10 min*	
In dit deel krijgen leerlingen de kans om één badkamerproduct naar keuze te maken. Zo kunnen ze proeven van een *zero waste* levensstijl. Wanneer ze opmerken hoe simpel het is om zelf badkamerproducten te maken, zullen ze	**Documenten gelinkt aan dit deel:** – Hoek 3: zero waste recepten QR-code naar dit document:

misschien enkele nieuwe en duurzame gewoontes oppikken!	**Werkvorm:** – Experimenteren – (Huiswerk) **Voorbereiding:** Flexibiliteit: Indien u ervoor kiest om deel één over te slaan, dient u voor deel drie en vier op voorhand een keuze te maken. Zo kan deel drie in de klas en deel vier thuis worden gemaakt of omgekeerd. Voor dit deel kan u op maat werken door de leerlingen op voorhand te laten kiezen welk recept ze willen uitproberen. Dit kan u gemakkelijk ondervragen aan de hand van een Google Forms. Doe dit ruim op voorhand om uzelf de tijd te geven om de ingrediënten te verzamelen. De recepten vindt u op de website van Vera (zie materiaallijst p. 70). **Differentiatie**: Differentiatie op vlak van: – Interesse: De leerlingen voeren een recept naar keuze uit. **Begeleiding**: Dankzij het algemeen stappenplan en de recepten (zie materiaallijst p. 68) kunnen de leerlingen zelfstandig aan de slag. Het stappenplan begeleidt hen naar de recepten op de website. Als leerkracht kan u doorheen de hoek(en) circuleren. Op deze manier kan u de leerlingen motiveren en diegene begeleiden die problemen ondervinden. Door observatie gaat u ook na of alles naar wens verloopt.
Deel 5: R*eview video* (EVALUEREN) *Duurtijd: ±1u30min*	
Dit deel werken de leerlingen thuis uit. De leerlingen ontwikkelen een review video over één badkamerproduct dat ze thuis of in de klas maakten. Ze proberen het product thuis uit en beoordelen het aan de hand van een Prezi Video. Prezi Video is een tool die je de kans geeft om zowel jezelf als tekst in beeld te brengen.	**Documenten gelinkt aan dit deel:** – Hoek 3: Handleiding Prezi Video – Hoek 3: Stappenplan review video – Hoek 3: Evaluatiekader review video – (Hoek 3 – zero waste recepten)

	QR-code naar deze documenten: Lesmateriaal Evaluatie **Werkvorm**: – Huiswerk – Video maken **Voorbereiding**: In het document 'Hoek 3: Stappenplan review video' (zie materiaallijst p. 70) staat nog een grijs tekstkader. Dit tekstkader dient u verder aan te vullen naar voorkeur. **Begeleiding**: Verwijs de leerlingen door naar het document 'Hoek 3: Stappenplan review video' (zie materiaallijst p. 70). Dankzij dit stappenplan kunnen leerlingen zelfstandig aan de slag gaan. Ze worden in het stappenplan doorverwezen naar een handleiding voor Prezi Video (zie materiaallijst p. 70). **Differentiatie**: Differentiatie op vlak – leerstatus: De handleiding biedt extra ondersteuning aan leerlingen die nog niet met het programma (Prezi Video) hebben gewerkt. **Verbetering**: Het evaluatiekader voor het verbeteren van deze opdracht vindt u op de verborgen webpagina op de website van Vera (zie materiaallijst p. 71).

6.3.4 Leerplandoelen

Hoek twee bevat vijf delen. In dit schema zijn alle leerplandoelen die behandeld worden, gerangschikt per leerplan en onderdeel.

Leerplannen:

A. Leerplan – Mens & samenleving
B. Gemeenschappelijk ICT-leerplan
C. Gemeenschappelijk funderend leerplan

(* = attitudes nastreven)

DEEL 1: De afvalberg (VERKENNEN)		
Leerplandoel	**Omschrijving**	**Beheersingsniveau Taxonomie van Bloom**
A. Leerplan – Mens & Samenleving (VVKSO, 2019)		
LPD 3	De leerlingen beschrijven bij een feit hun gedachten, gevoelens, gedrag en de gevolgen voor zichzelf met behulp van richtvragen.	Analyseren
LPD 21 (BG)	De leerlingen beargumenteren hun keuzegedrag bij aankopen rekening houdend met aspecten van verantwoord consumeren.*	Evalueren
LPD 29.1	De leerlingen onderzoeken hoe we in het dagelijks leven kunnen anticiperen op globale uitdagingen van duurzame ontwikkeling.	Analyseren
C. Gemeenschappelijk funderend leerplan (VVKSO, 2019)		
LPD 1	De leerlingen drukken hun overtuiging uit en laten hun mening blijken.	Geen

Deel 2: Infofiche voor een *zero waste* badkamer (VERWERKEN)		
Leerplandoel	**Omschrijving**	**Beheersingsniveau Taxonomie van Bloom**
A. Leerplan - Mens & samenleving (VVKSO, 2019)		
LPD 3	De leerlingen beschrijven bij een feit hun gedachten, gevoelens, gedrag en de gevolgen voor zichzelf met behulp van richtvragen.	Analyseren

LPD 15	De leerlingen dragen bij een welomschreven groepsopdracht bij aan het tot stand komen van een gezamenlijk resultaat: o ze gebruiken vormen van tijdsplanning en taakverdeling.	Toepassen
LPD 21 (BG)	De leerlingen beargumenteren hun keuzegedrag bij aankopen rekening houdend met aspecten van verantwoord consumeren.	Evalueren
LPD 28	De leerlingen lichten de complexiteit en verwevenheid van duurzaamheidskwesties op vlak van consumptie toe: o oorzaak – gevolgrelatie(s); o verschillende perspectieven. o interactie tussen maatschappelijke domeinen	Begrijpen
LPD 29.1	De leerlingen onderzoeken hoe we in het dagelijks leven kunnen anticiperen op globale uitdagingen van duurzame ontwikkeling.	Analyseren
B. Gemeenschappelijk ICT-leerplan (VVKSO, 2019)		
LPD 2	De leerlingen demonstreren overkoepelende basisvaardigheden in het gebruiken van digitale toepassingen: navigatiemiddelen in toepassingen, hulpmiddelen van toepassingen, besturingssystemen, zoeken, sjablonen, afdrukken.	Toepassen
LPD 3 (BG)	De leerlingen creëren inzichtelijk en efficiënt, online en offline, digitaal inhouden.: o Invoeren en selecteren van structuurelementen tekst. o Invoeren en selecteren van objecten. o De basisopties van een tekstverwerker toepassen om teksten te creëren, aan te passen en op te maken met aandacht voor leesbaarheid, uniformiteit en een consequente vormgeving. o Presentatiesoftware gebruiken voor het maken van een eenvoudige presentatie die beantwoordt aan de vastgelegde vuistregels en afspraken. o Eenvoudige aanpassingen uitvoeren aan afbeeldingen, foto's of video's.	Toepassen

C. Gemeenschappelijk funderend leerplan (VVKSO, 2019)		
LPD 1	De leerlingen drukken hun overtuiging uit en laten hun mening blijken.*	Geen
LPD 6	De leerlingen werken samen met andere leerlingen om gezamenlijk leerdoelen te bereiken en om bij te dragen aan het gezamenlijke resultaat.	Toepassen
LPD 22	De leerlingen beoordelen hun eigen voorkeuren, interesses, mogelijkheden en beperkingen in relatie tot een opdracht.	Evalueren
LPD 28	De leerlingen gebruiken oriënterende overzichten om informatie in bronnen te vinden: inhoudstafel, register, navigatietools.	Toepassen
LPD 30 (BG)	De leerlingen verwerken informatie uit een beperkt aantal bronnen. Aan de hand van een aangereikt stappenplan. Het gaat om digitale en niet digitale informatie. Eindresultaten: ○ schema, tabel, grafiek en diagram; ○ andere zoals samenvatting, mindmap, tekening	Analyseren
LPD 31 (BG)	De leerlingen passen strategieën toe om informatie te verwerken.	Toepassen
LPD 32	De leerlingen nemen eenvoudige notities in functie van informatieverwerking en communicatie.	Analyseren

DEEL 3: Quiz (VASTZETTEN)		
Leerplandoel	**Omschrijving**	**Beheersingsniveau Taxonomie van Bloom**
A. Leerplan - Mens & samenleving (VVKSO, 2019)		
LPD 21 (BG)	De leerlingen beargumenteren hun keuzegedrag bij aankopen rekening houdend met aspecten van verantwoord consumeren.	Evalueren
LPD 28	De leerlingen lichten de complexiteit en verwevenheid van duurzaamheidskwesties op vlak van consumptie toe: ○ oorzaak – gevolgrelatie(s); ○ verschillende perspectieven. ○ interactie tussen maatschappelijke domeinen	Begrijpen

LPD 29.1	De leerlingen onderzoeken hoe we in het dagelijks leven kunnen anticiperen op globale uitdagingen van duurzame ontwikkeling.	Analyseren
C. Gemeenschappelijk funderend leerplan (VVKSO, 2019)		
LPD 22	De leerlingen beoordelen hun eigen voorkeuren, interesses, mogelijkheden en beperkingen in relatie tot een opdracht.	Evalueren

DEEL 4: DIY badkamerproducten maken (VERDIEPEN)		
Leerplandoel	**Omschrijving**	**Beheersingsniveau Taxonomie van Bloom**
A. Leerplan - Mens & samenleving (VVKSO, 2019)		
LPD 29.1	De leerlingen onderzoeken hoe we in het dagelijks leven kunnen anticiperen op globale uitdagingen van duurzame ontwikkeling.	Analyseren

DEEL 5: *Review* video (EVALUEREN)		
Leerplandoel	**Omschrijving**	**Beheersingsniveau Taxonomie van Bloom**
A. Leerplan - Mens & samenleving (VVKSO, 2019)		
LPD 3	De leerlingen beschrijven bij een feit hun gedachten, gevoelens, gedrag en de gevolgen voor zichzelf met behulp van richtvragen.	Analyseren
B. Gemeenschappelijk ICT-leerplan (VVKSO, 2019)		
LPD 2	De leerlingen demonstreren overkoepelende basisvaardigheden in het gebruiken van digitale toepassingen: navigatiemiddelen in toepassingen, hulpmiddelen van toepassingen, besturingssystemen, zoeken, sjablonen, afdrukken.	Toepassen

LPD 3 (BG)	De leerlingen creëren inzichtelijk en efficiënt, online en offline, digitaal inhouden.: o Invoeren en selecteren van structuurelementen tekst. o Invoeren en selecteren van objecten. o De basisopties van een tekstverwerker toepassen om teksten te creëren, aan te passen en op te maken met aandacht voor leesbaarheid, uniformiteit en een consequente vormgeving. o Presentatiesoftware gebruiken voor het maken van een eenvoudige presentatie die beantwoordt aan de vastgelegde vuistregels en afspraken. o Eenvoudige aanpassingen uitvoeren aan afbeeldingen, foto's of video's.	Toepassen
LPD 4	De leerlingen delen digitale media en werken op een veilige manier samen in online gedeelde bestanden en/of mappen.	Toepassen
C. Gemeenschappelijk funderend leerplan (VVKSO, 2019)		
LPD 1	De leerlingen drukken hun overtuiging uit en laten hun mening blijken.*	Geen
LPD 33	De leerlingen presenteren verwerkte informatie digitaal en niet digitaal.	Geen

6.3.5 Organisatie

6.3.5.1 Materiaallijst

De materiaallijst biedt een overzicht van het materiaal dat ontwikkeld werd voor hoek 3.

De materiaallijst bevat de volgende drie categorieën:

A. Website
B. Documenten: uitvoering
C. Documenten: evaluatie

1. Website

De website van Vera vormt een handig instrument om alle documenten en informatie rond de workshop te raadplegen.

HYPERLINK WEBSITE	INHOUD
URL webpagina voor de leerlingen: https://bit.ly/WorkshopVERA	De webpagina geeft de documenten voor de leerlingen weer per hoek.
URL webpagina voor de leerkracht https://bit.ly/WorkshopVERA-leerkracht	De website van Vera is uitgerust met een verborgen map voor de leerkracht. Alle documenten die de leerkracht nodig heeft, worden per hoek weergegeven.

2. Documenten: uitvoering

Deze documenten vormen de basis om deze hoek uit te voeren. Ze zijn gerangschikt per onderdeel. U kan de documenten op de website raadplegen via 'klik hier'.

HOEK 3: MVC – AFVALVRIJ CONSUMEREN		
Website	**Documentnaam**	**Inhoud**
Algemeen		
Klik hier	Hoek 3: Overzicht (pen en papier) Hoek 3: Overzicht (Word)	Dit document legt aan de leerlingen uit hoe hoek twee opgebouwd en georganiseerd is. De tweede hoek bestaat uit vijf delen: 1. De afvalberg 2. *Zero waste* badkamer Quiz 3. DIY-badkamerproducten 4. *review* video

		Er zijn twee versies van het overzicht: – U heeft het eerste overzicht (pen en papier) nodig wanneer u de leerlingen op papier wil laten werken. – U heeft het tweede overzicht (Word) nodig wanneer u de leerlingen digitaal wil laten werken.
Klik hier	Hoek 3: Stappenplan algemeen (pen en papier) Hoek 3: Stappenplan algemeen (Word)	Het stappenplan begeleidt de leerlingen doorheen deze hoek. Er zijn twee versies van het stappenplan. Er zijn twee versies van het overzicht: – U heeft het eerste stappenplan (pen en papier) nodig wanneer u de leerlingen op papier wil laten werken. – U heeft het tweede stappenplan (Word) nodig wanneer u de leerlingen digitaal wil laten werken.
Klik hier	Hoek 3: Begrippenlijst	Dit document bevat de verklaring van enkele moeilijke woorden die leerlingen doorheen deze hoek tegenkomen.
Klik hier	Hoek 3: Woordenlijst – Te kennen woorden	Dit document bevat alle te kennen woorden van deze hoek.
Klik hier	Legende pictogrammen	Dit document verklaart de gebruikte pictogrammen in de begeleidende documenten.
DEEL 1: De afvalberg (VERKENNEN)		
Klik hier	Hoek 3: BookWidgets – de afvalberg verkleinen	In deze digitale tool staat de vragenlijst i.v.m. het infofiche van de afvalberg.
Klik hier	Hoek 3: De afvalberg infofiche	In deel 1 leren de leerlingen over de afvalberg in België met behulp van het infofiche. Ze lossen enkele vragen in BookWidgets op. Dit doen ze in deel 1 van deze hoek.

Deel 2: Infofiche voor een *zero waste* badkamer (VERWERKEN)		
Klik hier	Hoek 3: Sjabloon infofiche zero waste badkamer (pen en papier) Hoek 3: Sjabloon infofiche zero waste badkamer (Word)	Het sjabloon van het infofiche vullen de leerlingen in. Er zijn twee versies van het sjabloon: – U heeft het eerste sjabloon (pen en papier) nodig wanneer u de leerlingen op papier wil laten werken. – U heeft het tweede sjabloon (Word) nodig wanneer u de leerlingen digitaal wil laten werken.

DEEL 3: Quiz (VASTZETTEN + REFLECTEREN)		
Klik hier	Hoek 3: BookWidgets: *zero waste* quiz	In deze digitale tool staat de vragenlijst i.v.m. zero waste.
DEEL 4: DIY badkamerproducten (VASTZETTEN + REFLECTEREN)		
Klik hier	Hoek 3: Z*ero waste* recepten	De recepten die de leerlingen kunnen uitproberen.
DEEL 5: *Review* video (EVALUEREN)		
Klik hier	Hoek 3: Handleiding Prezi Video	De handleiding begeleidt de leerlingen in het maken van een Prezi Video.
Klik hier	Hoek 3: Stappenplan *review* video	Dit stappenplan begeleidt de leerlingen bij het geven van een beoordeling aan hun zelfgemaakt badkamerproduct.

3. Documenten: evaluatie

Deze documenten zijn gericht op het evalueren van de vragenlijsten, het invullen van het infofiche en de review video. U kan de documenten op de website raadplegen via ‘klik hier’.

HOEK 3: MVC – AFVALVRIJ CONSUMEREN		
Bijlage	**Documentnaam**	**Evaluatie**
Klik hier	Hoek 3: Verbetersleutel BookWidgets de afvalberg verkleinen	Vragenlijst en verbetering bij ‘De afvalberg infofiche’ (deel 1)
Klik hier	Hoek 3: Aangevuld sjabloon	Infofiche *zero waste* badkamer

Klik hier	Hoek 3: Verbetersleutel BookWidgets: zero waste quiz	Vragenlijst en verbetering bij de quiz (deel 3)
Klik hier	Hoek 3: Evaluatiekader review video	*Review* video

HOEK 4: LERARENBUNDEL



6.4 HOEK 4: LERARENBUNDEL

6.4.1 Naam van de hoek

Hoek 4: MVC – bewust consumeren

6.4.2 Geschatte duurtijd

60 minuten

6.4.3 Verloop van de hoek

Hoek vier bestaat uit drie delen. Onderstaande tabel legt uit wat hoek vier inhoudt en hoe je deze hoek als leerkracht kan organiseren. Deze tabel bevat vier onderdelen: algemeen, deel 1, deel 2 en deel 3. In de linkerkolom vindt u de omschrijving van elk onderdeel en in de rechterkolom de voorbereiding en begeleiding van de leerkracht.

De documenten die worden opgesomd in de rechterkolom, vindt u terug op de website van Vera. De QR-code begeleidt u naar de website. Alle documenten zijn ook terug te vinden in de materiaallijst op p. 84-86.

HOEK 4: MVC – BEWUST CONSUMEREN	
Omschrijving	**Voorbereiding en begeleiding LK**
Algemeen	
In deze hoek maken de leerlingen kennis met de betekenis van de verschillende productlabels.	**<u>Algemene documenten:</u>** – Hoek 4: Overzicht – Hoek 4: Stappenplan algemeen – Hoek 4: Begrippenlijst – Hoek 4: Woordenlijst - Te kennen woorden QR-code naar deze documenten: **<u>Voorbereiding</u>:** **1. Afdrukken documenten** Volgende documenten zullen de leerlingen doorheen deze hoek 'fysiek' nodig hebben. <u>Belangrijk</u>: – *Keuze*: Kies het slot of vastzettingsmoment van deze hoek alvorens de begeleidende documenten af te drukken. In deze documenten vindt u bij deel drie twee opties terug. Wis de optie die u achterwege wil laten. U kan ook beide opties laten staan om in te spelen op de leervoorkeuren van de leerlingen.

	– *Aanvullen*: In de begeleidende documenten staan een aantal woorden grijs gemarkeerd. De grijze tekstkaders dient u verder aan te vullen naar voorkeur (bv. in te vullen naar tijd – keuze). – *Aanvullen*: Bij deel één reflecteren de leerlingen aan de hand van een 'Padlet' die u zelf dient te creëren. Voeg de QR-code of link van uw gemaakte Padlets in bij stap 4 in het algemeen stappenplan. Afdrukken: – Begeleidende documenten: ☐ … x (aantal lln. per hoek): Hoek 4 – Overzicht ☐ … x (aantal lln. per hoek): Hoek 4 – Stappenplan – Documenten winkelen: ☐ 1x: Hoek 4 – Winkelkaarten ☐ ... x (1 per twee): Hoek 4 – Boodschappenlijst ☐ 1x: Hoek 4 – Casussen Suggestie: Plastificeer de documenten om ze te beschermen. Hierdoor kan u ze meermaals gebruiken en draagt u bij aan een duurzame leeromgeving. **2. Reserveren tablets (3x)** Reserveer op voorhand een drietal tablets voor deze hoek. Op deze manier kunnen de leerlingen de informatie op de winkelkaart raadplegen en de online vragenlijsten invullen. **3. Plaatsen van de tafels en klaarleggen materiaal** Schuif twee tafels tegen elkaar. Deze tafel functioneert als het verzamelpunt van alle begeleidende documenten, documenten winkelen en tablets. **4. Ophangen aan de muur** Documenten: – Hoek 4: winkelkaarten Hang de winkelkaarten aan de muur. Zorg ervoor dat dezelfde kleuren bij elkaar hangen.

DEEL 1: Winkelen voor een gezin (VERKENNEN)
Duurtijd: ±22 min

De leerlingen maken in deel één kennis met de verschillende producten die de winkel aanbiedt. Dit doen ze met behulp van winkelkaarten die omhoog hangen aan de muur. De bedoeling is dat de leerlingen winkelen voor een gezin aan de hand van een gekozen casus die klaarligt in de hoek. Ze duiden de producten die ze willen aankopen aan op het boodschappenlijstje met een uitwisbare stift. Nadien vullen de leerlingen een Padlet in om na te gaan waarom ze een bepaald product aangekocht hebben. Deze opdracht maken ze in groep (ideaal per 2).

Informatie winkelkaarten
De winkelkaarten zijn onderverdeeld in verschillende categorieën. Elke categorie heeft een verschillende kleur, een afbeelding van het product en twee QR-codes.

Kleuren

	Drank
	Fruit en groenten
	Hygiëne
	Onderhoud
	Ontbijt
	Snacks
	Varia
	Voeding

QR-code 1 (aan linkerkant)
De QR-code verwijst naar een pagina die meer informatie geeft over het product zelf.

QR-code 2 (aan rechterkant)
De QR-code verwijst naar een artikel, recept of reclame.

Documenten gelinkt aan dit deel:
- Hoek 4: Winkelkaarten
- Hoek 4: Boodschappenlijst
- Hoek 4: Casussen

QR-code naar deze documenten:

Werkvorm:
- Groepswerk
- Simulatiespel
- Reflectie
- Geprogrammeerde instructie

Voorbereiding:
Leg drie uitwisbare stiften klaar om de boodschappen aan te duiden op het boodschappenlijstje.

Creatie Padlet:
Padlet geeft real-time resultaten weer. Om die reden is het niet mogelijk om een Padlet te delen met andere leerkrachten. Hierdoor dient elke leerkracht zelf de Padlet te creëren:

Website:
Surf naar de volgende website om een Padlet te creëren: https://nl.padlet.com/. Log in of meld u aan en druk vervolgens linksboven op 'make a Padlet'.

Opmaak Padlets:
Voorzie de Padlets van de volgende opmaak:
- Vorm: Wall
- Titel: Reflectie aangekochte producten
- Onderschrift (= richtvragen):
  1. Noteer de namen van je groep.
  2. Noteer het nummer van de casus die je gekozen hebt.
  3. Waarom heb je die producten aangekocht, m.a.w. door welke dingen heb je je laten leiden om het product aan te kopen?
  4. Staan er al *posts* van medeleerlingen en heb jij dezelfde casus en dezelfde koopreden? Vind de *post* dan leuk!

Noot: De leerlingen kunnen ook minder tijd aan deze opdracht besteden. Dit hangt af van het aantal producten dat ze aangekocht hebben (en het aantal QR-codes dat ze scanden). Op deze manier heeft u meer tijd om deel 2 of 3 uit te voeren tijdens de workshop.	Delen: Deel uw gemaakte Padlets met de leerlingen aan de hand van een QR-code of link. U kan deze invoegen in het algemeen stappenplan bij stap 4. **Begeleiding**: Als leerkracht kan u doorheen de hoek(en) circuleren. Op deze manier kan u de leerlingen motiveren en diegene begeleiden die problemen ondervinden. Door observatie gaat u ook na of alles naar wens verloopt. **Differentiatie**: Differentiatie op basis van: – Interesse: De leerlingen kiezen een casus naar keuze. **Verbetering**: Niet van toepassing
DEEL 2: Analyse uitgestalde producten (VERWERKEN) *Duurtijd: ±35 minuten*	
De producten die de leerlingen hebben aangekocht, bevatten één of meerdere labels op de verpakking. In dit deel gaan de leerlingen in hun groep na wat deze labels betekenen. Elk label is uitgerust met een gepersonaliseerde vragenlijst op BookWidgets. Het algemeen stappenplan verwijst de leerlingen via een QR-code door naar de website van Vera. Op de website kunnen de leerlingen de vragenlijsten onmiddellijk raadplegen. De leerlingen vullen de vragenlijsten in. Na het invullen van de gekozen vragenlijsten, reflecteren de leerlingen een tweede keer of ze dezelfde keuze zouden maken dan in het begin bij deel 1 wanneer ze de betekenis nog niet kenden van de labels. **Vormgeving BookWidgets** Alle vragenlijsten hebben inhoudelijke en meningsvragen.	**Documenten gelinkt aan dit deel:** – Hoek 4: Verbetersleutel BookWidgets QR-code naar dit document: **Werkvorm**: – Groepswerk – Geprogrammeerde instructie **Voorbereiding**: Geen **Begeleiding:** Als leerkracht kan u doorheen de hoek(en) circuleren. Op deze manier kan u de leerlingen motiveren en diegene begeleiden die problemen ondervinden. Door observatie gaat u ook na of alles naar wens verloopt. **Differentiatie**: Differentiatie op basis van: – Interesse: Elk label heeft een persoonlijke vragenlijst.

	Verbetering: De leerlingen krijgen na het indienen van de BookWidgets, automatisch de verbetersleutel. Op de verborgen webpagina op de website van Vera (zie materiaallijst op p. 86) vindt u de verbetersleutels van alle BookWidgets.
OPTIE 1 - DEEL 3: Ontwerp label (VASTZETTEN) *Duurtijd: Resterende tijd of thuis*	
Op het einde van deze hoek selecteert elke leerling individueel één van de onderzochte labels waarvan ze het ontwerp niet duidelijk of minder goed vinden. Ze ontwerpen een eigen label via het programma Canva. Nadien presenteren de leerlingen het label voor de klas aan de hand van een affiche op Canva of een PowerPointpresentatie. Dit dient als reflectie- en vastzettingsintrument. Het 'Stappenplan ontwerp label' begeleidt hen in het ontwerp en de ontwikkeling van het affiche of de PowerPointpresentatie. Wanneer de leerlingen via het programma Canva werken, kunnen ze gebruik maken van het document 'Handleiding Canva'. Het algemeen stappenplan verwijst hen via een QR-code door naar de website van Vera. Op de website kunnen de leerlingen het stappenplan onmiddellijk raadplegen.	**Documenten gelinkt aan dit deel:** – Hoek 4: Stappenplan ontwerp label – Hoek 4: Handleiding Canva – Hoek 4: Evaluatiekader label QR-code naar deze documenten: Lesmateriaal Evaluatie **Werkvorm**: – BZL – Affiche/PowerPointpresentatie maken – Logo ontwerpen – Huiswerk – Geprogrammeerde instructie **Voorbereiding**: Geen **Begeleiding**: Met behulp van het 'stappenplan ontwerp label' en 'Handleiding Canva' kunnen de leerlingen zelfstandig aan de slag. Begeleid de leerlingen die extra ondersteuning nodig hebben. **Differentiatie**: De afsluiting van deze hoek kan op twee manieren ingericht worden. **Optie 1: ontwerp label** **Optie 2: onderzoek label** U kan als leerkracht één optie schrappen of de eindverantwoordelijkheid bij de leerlingen leggen.

	Differentiatie op basis van: – Leerprofiel: De leerkracht geeft beide opties aan de leerlingen om verschillende leervoorkeuren aan te spreken. De leerlingen kiezen hierbij elk voor zich. – Interesse: De leerlingen kiezen een persoonlijke vragenlijst. – Leerstatus: De handleiding biedt extra ondersteuning aan leerlingen die nog niet met het programma (Canva) gewerkt hebben. **Verbetering**: Het evaluatiekader voor het verbeteren van deze opdracht, vindt u op de verborgen webpagina op de website van Vera. De materiaallijst op p. 86 legt uit hoe u het document 'Evaluatiekader ontwerp label' kan raadplegen.
OPTIE 2 - DEEL 3: Onderzoek label (VASTZETTEN + REFLECTEREN) *Duurtijd: Resterende tijd of thuis*	
Op het einde van de hoek selecteert elke leerling individueel één van de onderzochte labels die ze willen onderzoeken. Dit doen ze met behulp van richtvragen. Nadien presenteren de leerlingen het label voor de klas aan de hand van een affiche op Canva of een PowerPointpresentatie. Dit dient als reflectie- en vastzettingsinstrument. Het 'Stappenplan onderzoek label' begeleidt hen in het onderzoek en de ontwikkeling van het affiche of de PowerPointpresentatie. Wanneer de leerlingen via het programma Canva werken, kunnen ze gebruik maken van 'Handleiding Canva'. Het algemeen stappenplan verwijst hen via een QR-code door naar de website van Vera. Op de website kunnen de leerlingen het stappenplan onmiddellijk raadplegen.	**Documenten gelinkt aan dit deel:** – Hoek 4: Stappenplan onderzoek label – Hoek 4: Handleiding Canva – Hoek 4: Evaluatiekader onderzoek QR-code naar deze documenten: Lesmateriaal Evaluatie **Werkvorm**: – BZL – Affiche/PowerPointpresentatie maken – Huiswerk – Geprogrammeerde instructie **Voorbereiding**: Geen **Begeleiding**: Dankzij het algemeen stappenplan kunnen de leerlingen zelfstandig aan de slag. Begeleid de leerlingen die extra ondersteuning nodig hebben.

	Differentiatie: De afsluiting van deze hoek kan op twee manieren ingericht worden. **Optie 1: ontwerp label** **Optie 2: onderzoek label** U kan als leerkracht één optie schrappen of de eindverantwoordelijkheid bij de leerlingen leggen. Differentiatie op basis van: – Leerprofiel: De leerkracht geeft beide opties aan de leerlingen om verschillende leervoorkeuren aan te spreken. De leerlingen kiezen hierbij elk voor zich. – Interesse: De leerlingen kiezen een label. – Leerstatus: De handleiding biedt extra ondersteuning aan leerlingen die nog niet met het programma (Canva) gewerkt hebben. **Verbetering**: Het evaluatiekader voor het verbeteren van deze opdracht, vindt u op de verborgen webpagina op de website van Vera. De materiaallijst op p. 86 legt uit hoe u het document 'Evaluatiekader onderzoek label' kan raadplegen.

6.4.4 Leerplandoelen

Hoek vier bevat drie delen. In dit schema zijn alle leerplandoelen die behandeld worden in deze hoek, gerangschikt per leerplan en onderdeel.

Leerplannen:

A. Leerplan – Mens & samenleving
B. Gemeenschappelijk ICT-leerplan
C. Gemeenschappelijk funderend leerplan

(* = attitudes nastreven)

DEEL 1: Winkelen voor een gezin (VERKENNEN)		
Leerplandoel	**Omschrijving**	**Beheersingsniveau Taxonomie van Bloom**
A. Leerplan - Mens & samenleving (VVKSO, 2019)		
LPD 2.1	De leerlingen vormen een eigen mening over maatschappelijke feiten, thema's en trends.	Analyseren
LPD 3	De leerlingen beschrijven bij een feit hun gedachten, gevoelens, gedrag en de gevolgen voor zichzelf met behulp van richtvragen.	Analyseren
LPD 10	De leerlingen maken in gesimuleerde situaties budgettaire keuzes voor zichzelf rekening houdend met beschikbare middelen. (BG - De leerling maakt budgettaire keuzes voor zichzelf en houdt daarbij rekening met een eigen budget en een gezinsbudget.)	Evalueren
LPD 20	De leerlingen verklaren hoe verkooppraktijken, reclame, peers, (sociale) media, milieu en sociale achtergrond behoeften creëren. (BG - De leerling verklaart zijn keuzegedrag bij aankopen rekening houdend met zijn behoeften en beïnvloedende factoren)	Begrijpen
B. Gemeenschappelijk ICT-leerplan (VVKSO, 2019)		
LPD 4	De leerlingen delen digitale media en werken op een veilige manier samen in online gedeelde bestanden en/of mappen.	Toepassen
C. Gemeenschappelijk funderend leerplan (VVKSO, 2019)		
LPD 1	De leerlingen drukken hun overtuiging uit en laten hun mening blijken. *	Geen
LPD 16	De leerlingen werken mee aan een duurzame rechtvaardige en inspirerende samenleving.*	Geen
LPD 22	De leerlingen beoordelen hun eigen voorkeuren, interesses, mogelijkheden en beperkingen in relatie tot een opdracht.*	Evalueren

DEEL 2: Analyse uitgestalde producten (VERWERKEN)		
Leerplandoel	**Omschrijving**	**Beheersingsniveau Taxonomie van Bloom**
A. Leerplan - Mens & samenleving (VVKSO, 2019)		
LPD 2.1	De leerlingen vormen een eigen mening over maatschappelijke feiten, thema's en trends.	Analyseren
LPD 3	De leerlingen beschrijven bij een feit hun gedachten, gevoelens, gedrag en de gevolgen voor zichzelf met behulp van richtvragen.	Analyseren
B. Gemeenschappelijk ICT-leerplan (VVKSO, 2019)		
LPD 4	De leerlingen delen digitale media en werken op een veilige manier samen in online gedeelde bestanden en/of mappen.	Toepassen
C. Gemeenschappelijk funderend leerplan (VVKSO, 2019)		
LPD 1	De leerlingen drukken hun overtuiging uit en laten hun mening blijken. *	Geen
LPD 16	De leerlingen werken mee aan een duurzame rechtvaardige en inspirerende samenleving.*	Geen
LPD 22	De leerlingen beoordelen hun eigen voorkeuren, interesses, mogelijkheden en beperkingen in relatie tot een opdracht.*	Evalueren
LPD 27	De leerlingen zoeken informatie op in bronnen en gebruiken daarbij een geschikte zoekstrategie.*	Toepassen
LPD 31	De leerlingen passen strategieën toe om informatie te verwerken.*	Toepassen

OPTIE 1 – DEEL 3: Ontwerp label (VASTZETTEN)		
Leerplandoel	**Omschrijving**	**Beheersingsniveau Taxonomie van Bloom**
A. Leerplan - Mens & samenleving (VVKSO, 2019)		
LPD 2.1	De leerlingen vormen een eigen mening over maatschappelijke feiten, thema's en trends.	Analyseren
B. Gemeenschappelijk ICT-leerplan (VVKSO, 2019)		
LPD 2	De leerlingen demonstreren overkoepelende basisvaardigheden in het gebruiken van digitale toepassingen.	Toepassen
LPD 3	De leerlingen creëren inzichtelijk en efficiënt, online en offline, digitaal inhouden.	Toepassen
LPD 4	De leerlingen delen digitale media en werken op een veilige manier samen in online gedeelde bestanden en/of mappen.	Toepassen
C. Gemeenschappelijk funderend leerplan (VVKSO, 2019)		
LPD 1	De leerlingen drukken hun overtuiging uit en laten hun mening blijken. *	Geen
LPD 16	De leerlingen werken mee aan een duurzame rechtvaardige en inspirerende samenleving.*	Geen

OPTIE 2 – DEEL 3: Onderzoek label (VASTZETTEN)		
Leerplandoel	**Omschrijving**	**Beheersingsniveau Taxonomie van Bloom**
A. Leerplan - Mens & samenleving (VVKSO, 2019)		
LPD 2.1	De leerlingen vormen een eigen mening over maatschappelijke feiten, thema's en trends.	Analyseren
LPD 3	De leerlingen beschrijven bij een feit hun gedachten, gevoelens, gedrag en de gevolgen voor zichzelf met behulp van richtvragen.	Analyseren
B. Gemeenschappelijk ICT-leerplan (VVKSO, 2019)		
LPD 2	De leerlingen demonstreren overkoepelende basisvaardigheden in het gebruiken van digitale toepassingen.	Toepassen
LPD 3	De leerlingen creëren inzichtelijk en efficiënt, online en offline, digitaal inhouden.	Toepassen
LPD 4	De leerlingen delen digitale media en werken op een veilige manier samen in online gedeelde bestanden en/of mappen.	Toepassen
C. Gemeenschappelijk funderend leerplan (VVKSO, 2019)		
LPD 1	De leerlingen drukken hun overtuiging uit en laten hun mening blijken. *	Geen
LPD 16	De leerlingen werken mee aan een duurzame rechtvaardige en inspirerende samenleving.*	Geen
LPD 31	De leerlingen passen strategieën toe om informatie te verwerken.*	Toepassen

6.4.5 Organisatie

6.4.5.1 Materiaallijst

De materiaallijst biedt een overzicht van het materiaal dat ontwikkeld werd voor hoek 4.

De materiaallijst bevat de volgende drie categorieën:

1. Website
2. Documenten: uitvoering
3. Documenten: evaluatie

1. Website

De website van Vera vormt een handig instrument om alle documenten en informatie rond de workshop te raadplegen.

HYPERLINK WEBSITE	INHOUD
URL webpagina voor de leerlingen: https://bit.ly/WorkshopVERA	De webpagina geeft de documenten voor de leerlingen weer per hoek.
URL webpagina voor de leerkracht: https://bit.ly/WorkshopVERA-leerkracht	De website van Vera is uitgerust met een verborgen map voor de leerkracht. Alle documenten die de leerkracht nodig heeft, worden per hoek weergegeven.

2. Documenten: uitvoering

Deze documenten vormen de basis om deze hoek uit te voeren. Ze zijn gerangschikt per onderdeel. U kan de documenten op de website raadplegen via 'klik hier'.

HOEK 4: MVC – BEWUST CONSUMEREN		
Website	**Documentnaam**	**Inhoud**
Algemeen		
Klik hier	Hoek 4: Overzicht	Dit document legt uit hoe hoek vier opgebouwd en georganiseerd is. De vierde hoek bestaat uit drie delen: 1. Winkelen voor een casus 2. Analyse labels 3. Ontwerp/onderzoek label
Klik hier	Hoek 4: Stappenplan algemeen	Het stappenplan begeleidt de leerlingen doorheen deze hoek.
Klik hier	Hoek 4: Begrippenlijst	De begrippenlijst geeft een overzicht van de moeilijke woorden in deze hoek.

Klik hier	Hoek 4: Woordenlijst – te kennen woorden	Dit document bevat alle te kennen woorden van deze hoek.
Klik hier	Legende pictogrammen	Dit document verklaart de gebruikte pictogrammen in de begeleidende documenten.
DEEL 1: Winkelen voor een gezin (VERKENNEN)		
Klik hier	Hoek 4: Boodschappenlijst	De boodschappenlijst bevat een overzicht van alle producten op de winkelkaarten. Op dit document worden de aangekochte producten aangeduid met een uitwisbare stift.
Klik hier	Hoek 4: Casussen	Dit document bevat de verschillende casussen waaruit de leerlingen kunnen kiezen om te winkelen.
Klik hier	Hoek 4: Winkelkaarten	De winkelkaarten bevatten het product (met twee QR-codes).
DEEL 2: Analyse uitgestalde producten (VERWERKEN)		
Klik hier	Hoek 4: BookWidgets	In deze digitale tool staan alle vragenlijsten i.v.m. de labels.
OPTIE 1 – DEEL 3: Ontwerp label (VASTZETTEN)		
Klik hier	Hoek 4: Stappenplan ontwerp label	Het stappenplan begeleidt de leerlingen in het ontwerp van het gekozen label.
Klik hier	Hoek 4: Handleiding Canva	De handleiding begeleidt de leerlingen bij het opstellen van het affiche/logo in Canva.
OPTIE 2 – DEEL 3: Onderzoek label (VASTZETTEN)		
Klik hier	Hoek 4: Stappenplan onderzoek label	Het stappenplan begeleidt de leerlingen in het onderzoek van het gekozen label.
Klik hier	Hoek 4: Handleiding Canva	De handleiding begeleidt de leerlingen bij het opstellen van het affiche/logo in Canva.

3. Documenten: evaluatie

Deze documenten zijn gericht op het evalueren van deze hoek. De verbetersleutel van de BookWidgets kan ook aangewend worden om de leerlingen te ondersteunen en begeleiden gedurende deze hoek. U kan de documenten op de website raadplegen via 'klik hier'.

HOEK 4: MVC – BEWUST CONSUMEREN		
Website	**Documentnaam**	**Evaluatie**
Klik hier	Hoek 4: Verbetersleutel BookWidgets	Vragenlijsten: labels
Klik hier	Hoek 4: Evaluatiekader onderzoek label	Onderzoek label
Klik hier	Hoek 4: Evaluatiekader ontwerp label	Ontwerp label

7 BIBLIOGRAFIE

1973, A. (Regisseur). (2015). *Appelsientje - Puurheid begint bij de oorsprong* [Film]. Opgehaald van https://www.youtube.com/watch?v=x9yAOIVN0cw

admerchtem. (sd). diensten - merken. *diensten - merken.* admerchtem. Opgehaald van https://www.admerchtem.be/diensten---merken.html

ADN. (2018, maart 15). Plastics ontdekt in 90% van mineraalwater: ook bij topmerken als Evian en San Pellegrino. *hln.be*. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.hln.be/wetenschap-planeet/wetenschap/plastics-ontdekt-in-90-van-mineraalwater-ook-bij-topmerken-als-evian-en-san-pellegrino~aef91cc2/

AH. (sd). AH Bananen. *AH Bananen.* Albert Heijn. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.ah.be/producten/product/wi197393/ah-bananen

Airport, B. (2019). *Milieurapport 2019.* Brussel: Brussels Airport.

Albert Heijn. (sd). *ah bananen*. Opgeroepen op april 2020, van Albert Heijn: https://www.ah.be/producten/product/wi197393/ah-bananen

Albert Heijn. (sd). *AH Bananen*. Opgeroepen op mei 2020, van Albert Heijn: https://www.ah.be/producten/product/wi197393/ah-bananen

Albert Heijn. (sd). *AH pondje vastkokend*. Opgehaald van Albert Heijn: https://www.ah.be/producten/product/wi457236/ah-pondje-vastkokend

Albert Heijn. (sd). AH Pondje vastkokend. *AH Pondje vastkokend.* Albert Heijn. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.ah.be/producten/product/wi457236/ah-pondje-vastkokend

Albert Heijn. (sd). *AH Pondje vastkokend*. Opgeroepen op mei 2020, van Albert Heijn: https://www.ah.be/producten/product/wi457236/ah-pondje-vastkokend

Albert Heijn. (sd). *Grand'Italia Sugocasa traditizonale pastasaus*. Opgeroepen op mei 2020, van Albert Heijn: https://www.ah.be/producten/product/wi2063/grand-italia-sugocasa-tradizionale-pastasaus

Alpro. (sd). Alternatief voor yoghurt | Blauwe bosbes. *Alternatief voor yoghurt | Blauwe bosbes.* Delhaize. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.delhaize.be/nl-be/shop/Zuivel-en-kaas/Yoghurt-en-alternatieven/Plantaardig/Alternatief-voor-yoghurt-Blauwe-bosbes/p/F2018120400028000000

Alpro. (sd). *Alternatief voor yoghurt | Blauwe bosbes*. Opgeroepen op 2020 april, van Delhaize: https://www.delhaize.be/nl-be/shop/Zuivel-en-kaas/Yoghurt-en-alternatieven/Plantaardig/Alternatief-voor-yoghurt-Blauwe-bosbes/p/F2018120400028000000

Alpro. (sd). Drink | Amandel | Ongezoet. *Drink | Amandel | Ongezoet.* Delhaize. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.delhaize.be/nl-be/shop/Zuivel-en-kaas/Plantaardige-dranken/Drink-Amandel-Ongezoet/p/S2015040200002440000

Alpro. (sd). Drink | Amandel | Ongezoet. *Drink | Amandel | Ongezoet.* Delhaize. Opgehaald van https://www.delhaize.be/nl-be/shop/Zuivel-en-kaas/Plantaardige-dranken/Drink-Amandel-Ongezoet/p/S2015040200002440000

Amnesty International. (sd). *DE UNIVERSELE VERKLARING VAN DE RECHTEN VAN DE MENS (UVRM)*. Opgeroepen op Mei 2020, van Amnesty International: https://www.amnesty-international.be/mensenrechten/uvrm

Amnesty International. (sd). *Over mensenrechten*. Opgeroepen op Mei 2020, van Amnesty International: https://www.amnesty-international.be/mensenrechten/over-mensenrechten

Amnesty International. (sd). *Universele Verklaring van de Rechten van de Mens: vereenvoudigde versie*. Opgeroepen op Mei 2020, van Amnesty International: https://www.amnesty-international.be/subthema/universele-verklaring-van-de-rechten-van-de-mens-eenvoudige-versie/841

anafylaxis. (sd). Schaaldieren. *Schaaldieren.* anafylaxis. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.anafylaxis.nl/stoffen-die-anafylaxie-kunnen-uitlokken/voedsel-allergenen-wat-zijn-dat/schaaldieren/

Aoste. (sd). AOSTE l'Authentique salami kip. *AOSTE l'Authentique salami kip.* colruyt.collectandgo.be. Opgeroepen op mei 2020, van https://colruyt.collectandgo.be/cogo/nl/artikeldetail/1337/Aoste-L-Authentique-Salami-Kip-100g

Aoste. (sd). AOSTE l'Authentique salami kip. *AOSTE l'Authentique salami kip.* colruyt.collectandgo.be. Opgeroepen op mei 2020, van https://colruyt.collectandgo.be/cogo/nl/artikeldetail/1337/Aoste-L-Authentique-Salami-Kip-100g

aoste.be. (sd). aoste.be. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.aoste.be/

Appelsientje. (sd). APPELSIENTJE mango-carambolasap brik. *APPELSIENTJE mango-carambolasap brik.* Colruyt. Opgehaald van https://colruyt.collectandgo.be/cogo/nl/artikeldetail/19317/Appelsientje-Fruitsap-Mango-carambola-1L-Brik

Appelsientje. (sd). Suiker in vruchtensap - reactie Riedel (Appelsientje). *Suiker in vruchtensap - reactie Riedel (Appelsientje).* radar.avotros. Opgeroepen op mei 2020, van https://radar.avrotros.nl/uitzendingen/reacties/item/suiker-in-vruchtensap-reactie-riedel-appelsientje/

Apple. (sd). apple-brings-more-than-70-new-emoji-to-iphone-with-ios-12-1/. *apple-brings-more-than-70-new-emoji-to-iphone-with-ios-12-1/.* apple.com. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.apple.com/nl/newsroom/2018/10/apple-brings-more-than-70-new-emoji-to-iphone-with-ios-12-1/

Aquafin. (sd). *Microplastics verminderen gebeurt het best aan de bron*. Opgehaald van aquafin: https://www.aquafin.be/nl-be/particulieren/wijs-met-water/microplastics-verminderen-gebeurt-het-best-aan-de-bron

arcicom. (sd). madeinbelgium. *madeinbelgium.* arcicom. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.arcicom.com/en/audio-guide/made-in-belgium-ernst-300x300-2/

Attitude Organic. (2020, Januari 31). *Fast Fashion Brands to Avoid.* Opgeroepen op April 2020, van Attitude Organic: https://attitudeorganic.com/fast-fashion-brands-to-avoid/

AVANI. (sd). *Avanieco*. Opgehaald van Who we are: https://www.avanieco.com/about-us/

Bargainmoose. (2015, Maart 22). *Scotch & Soda Store Canada.* Flickr. Opgeroepen op Mei 2020, van Flickr: https://www.flickr.com/photos/31954284@N07/16871595296

Barilla (Regisseur). (sd). *Barilla Masters of Pasta I Penne van rode linzenmeel* [Film]. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.youtube.com/watch?v=qz7VCDKvnGY

Barilla. (sd). Barilla Penne de Lentilles Corail 250 g. *Barilla Penne de Lentilles Corail 250 g.* drive.carrefour. Opgeroepen op mei 2020, van https://drive.carrefour.eu/nl/Pasta%2C-rijst%2C-aardappelen-%26-granen/Pasta/Korte-pasta/Barilla-Penne-de-Lentilles-Corail-250-g/p/06338777

Barilla. (sd). Barilla_pasta_logo.svg. *Barilla_pasta_logo.svg.* Wikipedia. Opgeroepen op mei 2020, van https://nl.m.wikipedia.org/wiki/Bestand:Barilla_pasta_logo.svg

Belgium, D. (Regisseur). (2013). *Dove Hair | Dove Repair* [Film]. Opgehaald van https://www.youtube.com/watch?v=qDYAvqXpi9Q

Belgium, D. (Regisseur). (sd). *Banana bread* [Film]. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.youtube.com/watch?v=-nTY2s52_XY

Belgium, M. i. (sd). made-in-belgium-ernst-300×300. *made-in-belgium-ernst-300×300.* arcicom. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.arcicom.com/en/audio-guide/made-in-belgium-ernst-300x300-2/

Belgium, S. (Regisseur). (sd). *SPA. WE LEVEN ALS WATER – 40''* [Film]. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.youtube.com/watch?v=itPUlSE1nFY

Ben & Jerry's. (sd). *If it's melted, it's ruined*. Opgehaald van Actie ondernemen: https://www.benjerry.be/nl/values/issues-we-care-about/climate-change

betersorteren. (sd). Opgehaald van betersorteren: https://www.betersorteren.be

Bike, B. (sd). *Honda Vario.*

biogarantie. (sd). *biogarantie-vs-europees-biolabel*. Opgehaald van biogarantie: https://biogarantie.be/nl/biogarantie-vs-europees-biolabel/

biogarantie. (sd). *de certificering*. Opgeroepen op mei 2020, van biogarantie: https://biogarantie.be/nl/de-certificering/

biogarantie. (sd). *Onze waarden*. Opgeroepen op mei 2020, van biogarantie: https://biogarantie.be/nl/onze-waarden/

biojournaal. (sd). colruyt-group-introduceert-herbruikbare-verpakking-voor-groenten-en-fruit. *colruyt-group-introduceert-herbruikbare-verpakking-voor-groenten-en-fruit.* biojournaal. Opgehaald van https://www.biojournaal.nl/article/9089354/colruyt-group-introduceert-herbruikbare-verpakking-voor-groenten-en-fruit/

biomijnnatuur. (sd). Wat is het verschil tussen bio en Biogarantie? *Wat is het verschil tussen bio en Biogarantie?* biomijnnatuur. Opgeroepen op mei 2020, van https://biomijnnatuur.be/vragen-over-bio/wat-is-het-verschil-tussen-bio-en-biogarantie

Bioplanet. (sd). *Zijn diepvriesgroenten even gezond als verse groenten?* Opgehaald van bioplanet: https://www.bioplanet.be/wps/portal/bioplanet/nl/home/onze-wereld/reportage-detail/echt-goed-gezond-bewust-diepvriesgroenten

Bitmoji. (sd). Bitmoji. Opgehaald van bitmoji: https://www.bitmoji.com/account_v2/

blavier. (2018, juli 11). *EEN LASTENBOEK EN EEN MEETSTAAT, ESSENTIËLE DOCUMENTEN VOOR DE BOUW VAN JE HUIS*. Opgeroepen op mei 2020, van blavier: https://www.blavier.be/nl/blog/lastenboek-en-meetstaat-essentiele-documenten-voor-de-bouw-van-je-huis/

Blini, L. (sd). Gerookte zalmfilet a/touw. *Gerookte zalmfilet a/touw.* Delhaize. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.delhaize.be/nl-be/shop/Vlees-vis-en-vegetarische-producten/Vis/Gerookte-vis/Gerookte-zalmfilet-a-touw/p/F2016072600900730000

Boni Selection. (sd). *groenten.* Opgehaald van boniselection: https://www.boniselection.be/sites/default/files/groenten_nl.pdf

Bonneau, A.-M. (sd). *The Soap Co. on Instagram:*. Opgehaald van Pinterest: https://www.pinterest.com/pin/314829830199718567/

Boogert, G. (2020, april 13). *Jojoba olie: Wat is de beste jojoba olie van 2020?* Opgehaald van adviesjagers: https://www.adviesjagers.nl/jojoba-olie/

Bormil, L. (sd). Luigi Bormioli Glas Rode Wijn Vinoteque Armonico - 55cl - Set van 6. *Luigi Bormioli Glas Rode Wijn Vinoteque Armonico - 55cl - Set van 6.* Suprabazar. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.suprabazar.be/GLAS-RODE-WIJN---ARMONICO-55-CL-LUIGI-BORMIOLI-VINOTEQUE---SET-6-15042170.html

Box, N. (Regisseur). (2018). *HET GEHEIM VAN NATURE BOX* [Film]. Opgehaald van https://www.youtube.com/watch?v=_fYfE1weZ-Q

Bref. (sd). Bref by Henkel Logo Vector. *Bref by Henkel Logo Vector.* tukuz. Opgeroepen op mei 2020, van https://tukuz.com/bref-by-henkel-logo-vector-svg/

Bref. (sd). WC-Blok | Deluxe Delicate Magnolia. *WC-Blok | Deluxe Delicate Magnolia.* Delhaize. Opgeroepen op mei 2020, van WC-Blok | Deluxe Delicate Magnolia

Bref. (sd). WC-Blok | Deluxe Delicate Magnolia. *WC-Blok | Deluxe Delicate Magnolia.* Delhaize. Opgeroepen op mei 2020, van WC-Blok | Deluxe Delicate Magnolia

Bruggink, D. (2015, 11 17). *Biobased*. Opgehaald van https://www.ensie.nl/daan-bruggink/biobased

BY BEVEGAN. (2018, mei 29). *Vegan Gent Ohne*. Opgehaald van https://bevegan.be/nl/vegan-gent-onze-hotspotguide/vegan-gent-ohne/

Caetering, S. (sd). A Transparent Cnn Headline - News Headline Template Png, Png Download. *A Transparent Cnn Headline - News Headline Template Png, Png Download.* kindpng. Opgehaald van https://www.kindpng.com/imgv/TbimbJ_a-transparent-cnn-headline-news-headline-template-png/

canva. (sd). canva. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.canva.com/

canva. (sd). Opgehaald van canva: https://www.canva.com/

canva. (sd). canva. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.canva.com/design/DAD8i-BxVL4/VI0z3Ra49WHoewn6NiDrgg/edit

canva. (sd). *design*. Opgehaald van canva: https://www.canva.com/design/DAD8i-BxVL4/VI0z3Ra49WHoewn6NiDrgg/edit

Cardinaels, J. (2020, maart 3). Colruyt teelt basilicum in eigen verticale boerderij. *De Tijd*.

Cardinaels, J. (2020, maart 3). Colruyt teelt basilicum in eigen verticale boerderij. *De Tijd*.

Care, H. L. (Regisseur). (2019). *Bref De Luxe - Het 1ste parfum voor uw toilet* [Film]. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.youtube.com/watch?v=91DoGU33pTc

Carlsbourg (Regisseur). (2017). *Carlsbourg, de smaak van de Ardennen* [Film].

carlsbourg. (sd). ardennen. *ardennen.* carlsbourg. Opgehaald van https://carlsbourg.be/ardennen

Carlsbourg. (sd). Boter | Zacht | Ardeens. *Boter | Zacht | Ardeens.* Delhaize. Opgehaald van https://www.delhaize.be/nl-be/shop/Zuivel-en-kaas/Boter-en-margarine/Zachte-boter/Boter-Zacht-Ardeens/p/F2012010200174400000

Carlsbourg. (sd). Boter | Zacht | Ardeens. *Boter | Zacht | Ardeens.* Delhaize. Opgehaald van https://www.delhaize.be/nl-be/shop/Zuivel-en-kaas/Boter-en-margarine/Zachte-boter/Boter-Zacht-Ardeens/p/F2012010200174400000

Carlsbourg. (sd). Le beurre des Chefs | geklaarde boter. *Le beurre des Chefs | geklaarde boter.* Delhaize. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.delhaize.be/nl-be/shop/Zuivel-en-kaas/Boter-en-margarine/Culinaire-boter/Le-beurre-des-Chefs-geklaarde-boter/p/F2014102200196000000

Carlsbourg. (sd). Le beurre des Chefs | geklaarde boter. *Le beurre des Chefs | geklaarde boter.* Delhaize. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.delhaize.be/nl-be/shop/Zuivel-en-kaas/Boter-en-margarine/Culinaire-boter/Le-beurre-des-Chefs-geklaarde-boter/p/F2014102200196000000

Carrefour. (sd). *Sun All-in One Vaatwastablet Ecolabel 38 Tabletten*. Opgeroepen op mei 2020, van Carrefour:

https://drive.carrefour.eu/nl/Vaatwasproducten/Vaatwasmachine/Vaatwastabletten/Sun-All-in-One-Vaatwastablet-Ecolabel-38-Tabletten/p/06141737

Cartoon-Productions. (sd). *Cultureel informatieve site*. Opgehaald van Bio-Planet trakteert op basilicum van de bovenste plank: https://cartoon-productions.be/bio-planet-trakteert-op-basilicum-van-de-bovenste-plank/

CDR. (2020, maart 12). Soubry laat jeugdverenigingen opnieuw sparen voor gratis pasta op kamp. *hln.be*. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.hln.be/in-de-buurt/roeselare/soubry-laat-jeugdverenigingen-opnieuw-sparen-voor-gratis-pasta-op-kamp~a8cc30fe/

clipart-library. (sd). Post It Note. *Post It Note.* clipart-library. Opgehaald van http://clipart-library.com/clipart/ATbKqp8Rc.htm

Coca-Cola. (sd). Coca Cola Zero Sugar. *Coca Cola Zero Sugar.* Albert Heijn. Opgeroepen op mei 2020, van https://static.ah.nl/image-optimization/static/product/AHI_43545239353934363731_1_LowRes_JPG.JPG?options=399,q85

Coca-Cola. (sd). Cola | Regular | Bak | Glas. *Cola | Regular | Bak | Glas.* Delhaize. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.delhaize.be/nl-be/shop/Dranken-en-alcohol/Frisdrank/Cola/Klassieke-cola/Cola-Regular-Bak-Glas/p/S1997111400921730098

Coca-Cola. (sd). Cola | Regular | Bak | Glas. *Cola | Regular | Bak | Glas.* Delhaize. Opgehaald van https://www.delhaize.be/nl-be/shop/Dranken-en-alcohol/Frisdrank/Cola/Klassieke-cola/Cola-Regular-Bak-Glas/p/S1997111400921730098

Coca-Cola. (sd). Cola | Regular | PET. *Cola | Regular | PET.* Delhaize. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.delhaize.be/nl-be/shop/Dranken-en-alcohol/Frisdrank/Cola/Klassieke-cola/Cola-Regular-PET/p/S1991061400921760000

Coca-Cola. (sd). Cola | Regular | PET. *Cola | Regular | PET.* Delhaize. Opgehaald van https://www.delhaize.be/nl-be/shop/Dranken-en-alcohol/Frisdrank/Cola/Klassieke-cola/Cola-Regular-PET/p/S1991061400921760000

Codi, C. (2019, november 8). *Zero waste tandenpoetsen | Bamboe tandenborstel en vegan tandpasta.* Opgehaald van claircodi: https://clairecodi.nl/zero-waste-tandenpoetsen/

colora. (sd). Gevlekte Koe. *Gevlekte Koe.* colora. Opgehaald van https://www.colora.be/nl/gevlekte-koe.html

Colruyt. (sd). *aardappelen matig vastkokend los*. Opgehaald van Colruyt: https://www.colruyt.be/nl/producten/aardappelen-matig-vastkokend-los-28074

Colruyt. (sd). Aardappelen Vast tot matig vastkokent los. *Aardappelen Vast tot matig vastkokent los.* Colruyt. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.colruyt.be/nl/producten/aardappelen-matig-vastkokend-los-28074

Colruyt. (sd). *Aardappelen Vast tot matig vastkokent los*. Opgeroepen op mei 2020, van Colruyt: https://www.colruyt.be/nl/producten/aardappelen-matig-vastkokend-los-28074

Colruyt. (sd). Aardappelen Vast tot matig vastkokent los. *Aardappelen Vast tot matig vastkokent los.* Colruyt. Opgehaald van https://www.colruyt.be/nl/producten/aardappelen-matig-vastkokend-los-28074

Colruyt. (sd). *Appelsientje fruitsap mango carambola*. Opgeroepen op mei 2020, van Colruyt: https://colruyt.collectandgo.be/cogo/nl/artikeldetail/19317/Appelsientje-Fruitsap-Mango-carambola-1L-Brik

Colruyt. (sd). BONI SELECTION BIO. *BONI SELECTION BIO.* Colruyt. Opgeroepen op mei 2020, van https://colruyt.collectandgo.be/cogo/nl/artikeldetail/39386/Boni-Selection-Bio-Wortelen--1-5kg

Colruyt. (sd). *Boni Selection Bio Wortelen 1,5 kg*. Opgeroepen op mei 2020, van Colruyt: https://productzoeker.colruytgroup.com/wps/portal/prodmark/nl/home/assortiment/productdetail/39386-wortelen-1-5-kg-boni-selection

Colruyt. (sd). *Everyday Melk Halfvolle*. Opgeroepen op mei 2020, van Colruyt: https://www.colruyt.be/nl/producten/halfvolle-melk-brik-1l-5572

Colruyt. (sd). Filter op Boni Selection. *Filter op Boni Selection.* Colruyt. Opgeroepen op mei 2020, van https://colruyt.collectandgo.be/cogo/nl/filter/boni-selection

Colruyt. (sd). *wortelen los*. Opgeroepen op april 2020, van Colruyt: https://www.colruyt.be/nl/producten/wortelen-1-5kg-39386

colruyt.collectandgo. (sd). *AOSTE l'Authentique salami kip*. Opgeroepen op mei 2020, van colruyt.collectandgo: https://colruyt.collectandgo.be/cogo/nl/artikeldetail/1337/Aoste-L-Authentique-Salami-Kip-100g

colruyt.collectandgo.be. (sd). Boni Selection Patisserie Mattentaart 2stuks. *Boni Selection Patisserie Mattentaart 2stuks.* colruyt.collectandgo.be. Opgehaald van https://colruyt.collectandgo.be/cogo/nl/artikeldetail/45720/Boni-Selection--Patisserie-Mattentaart-2-stuks

colruyt.collectandgo.be. (sd). *Boni Selection Patisserie Mattentaart 2stuks*. Opgeroepen op mei 2020, van colruyt.collectandgo.be: https://colruyt.collectandgo.be/cogo/nl/artikeldetail/45720/Boni-Selection--Patisserie-Mattentaart-2-stuks

colruyt.collectandgo.be. (sd). *Boni Selection Patisserie Mattentaart 2stuks*. Opgehaald van colruyt.collectandgo.be: https://colruyt.collectandgo.be/cogo/nl/artikeldetail/45720/Boni-Selection--Patisserie-Mattentaart-2-stuks

Concious by Chloe. (2019, February 11). *Make your own - coffee scrub.* Retrieved from conciousbychloe: https://consciousbychloe.com/2019/02/11/coffee-scrub-diy/

conf-geldhof. (sd). conf-geldhof. Opgeroepen op mei 2020, van https://conf-geldhof.be/

convertlive.com. (sd). *converteren milligram naar gram*. Opgehaald van convertlive.com: https://convertlive.com/nl/u/converteren/milligram/naar/gram#107

Coop (Regisseur). (2018). *Fairtrade bananen | Commercial | Coop* [Film]. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.youtube.com/watch?v=fgPv9IP3g70

Cordia, A.-M. (2020). Eindelijk shampoovrij! *dm.magazine*.

COSH! (sd). *Kan technologie de mode-industrie helpen redden? Natuurlijk!* Opgeroepen op Mei 2020, van COSH!: https://cosh.eco/nl/team

Crespo, R. (2019). *A Complete List of 25 Fast Fashion Brands to Avoid and Why.* Opgeroepen op Mei 2020, van Minimalism Made Simple: https://www.minimalismmadesimple.com/home/-fast-fashion-brands

d01salon. (sd). *Haar föhnen gezonder dan natuurlijk drogen.* Opgehaald van d01salon: https://d01salon.com/nl/haar-fohnen-gezonder-dan-natuurlijk-drogen/

dagelijkse kost. (sd). *mattentaarten*. Opgehaald van dagelijkse kost: https://dagelijksekost.een.be/gerechten/mattentaarten

De inspecteur. (2012, september 17). *Hoe vermijd ik een brievenbus vol verkiezingsdrukwerk?* Opgehaald van radio2: https://radio2.be/de-inspecteur/hoe-vermijd-ik-een-brievenbus-vol-verkiezingsdrukwerk

De Loose, C. (2016, februari 22). *Zo gebreuk je kokosolie in de badkamer en in de keuken. .* Opgehaald van flair: https://www.flair.be/nl/body-mind/zo-gebruik-je-kokosolie-in-de-badkamer-en-in-de-keuken/

De Maeght, C. (2018). Ontdek snel of je les haar doel bereikt: exit ticket. *Klasse*.

De Spiegeleer, Y. (sd). *Lokerse paardenworst.* Opgehaald van Het streekproduct 2019: file:///C:/Users/Lien%20Hoornaert/Downloads/20190906%20HLN_Vleeshal%20De%20Nul_Lokerse%20Paardenworst.pdf

De Vlaamse Ondernemer. (2015, maart 11). *Ohne opent verpakkingsarme winkel in Gent*. Opgehaald van https://www.dvo.be/artikel/48036-ohne-opent-verpakkingsarme-winkel-in-gent/

DeepL. (sd). *Translator*. Opgeroepen op Mei 2020, van DeepL: https://www.deepl.com/translator

Delhaize. (2020, april). *Klassieke chips zout*. Opgehaald van Delhaize: https://www.delhaize.be/nl-be/shop/Zoute-kruidenierswaren/Chips-en-aperitief-snacks/Chips/Klassieke-chips/Chips-Zout/p/S20001026000027800000

Delhaize. (sd). *Afwasmiddel | Original*. Opgeroepen op mei 2020, van Delhaize: https://www.delhaize.be/nl-be/shop/Non-food/Onderhoud/Keuken/Afwasmiddel-Original/p/S2018032700044090000

Delhaize. (sd). *Alternatief voor yoghurt | Blauwe bosbes*. Opgeroepen op mei 2020, van Delhaize: https://www.delhaize.be/nl-be/shop/Zuivel-en-kaas/Yoghurt-en-alternatieven/Plantaardig/Alternatief-voor-yoghurt-Blauwe-bosbes/p/F2018120400028000000

Delhaize. (sd). *Ardense worst | Zonder look | IGP*. Opgeroepen op mei 2020, van Delhaize: https://www.delhaize.be/nl-be/shop/Vlees-vis-en-vegetarische-producten/Charcuterie/Gedroogde-worsten/Belgische-worsten/Ardense-worst-Zonder-look-IGP/p/F2009072000580810000

Delhaize. (sd). Bananen | Fairtrade | Bio | Eco | Cat1. *Bananen | Fairtrade | Bio | Eco | Cat1.* Delhaize. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.delhaize.be/nl-be/shop/Verse-groenten-en-fruit/Vers-Fruit/Bananen/Bananen-Fairtrade-Bio-Eco-Cat1/p/F2019012300029640000

Delhaize. (sd). *Bananen | Fairtrade | Bio | Eco | Cat1*. Opgeroepen op mei 2020, van Delhaize: https://www.delhaize.be/nl-be/shop/Verse-groenten-en-fruit/Vers-Fruit/Bananen/Bananen-Fairtrade-Bio-Eco-Cat1/p/F2019012300029640000

Delhaize. (sd). *Bananen | Fairtrade | Bio | Eco | Cat1*. Opgeroepen op april 2020, van Delhaize: https://www.delhaize.be/nl-be/shop/Verse-groenten-en-fruit/Vers-Fruit/Bananen/Bananen-Fairtrade-Bio-Eco-Cat1/p/F2019012300029640000

Delhaize. (sd). Bio bij Delhaize. *Bio bij Delhaize.* delhaizemagazine. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.delhaizemagazine.be/nl/10-magazine/493-del_w23_bio_nl

Delhaize. (sd). *Boter | Zacht | Ardeens*. Opgeroepen op mei 2020, van Delhaize: https://www.delhaize.be/nl-be/shop/Zuivel-en-kaas/Boter-en-margarine/Zachte-boter/Boter-Zacht-Ardeens/p/F2012010200174400000

Delhaize. (sd). Brokjes honden saus wild. *Brokjes honden saus wild.* Delhaize. Opgehaald van https://www.delhaize.be/nl-be/shop/Huisdieren/Honden/Natvoer-hond/Blikken/Brokjes-honden-saus-wild/p/S2013073102191390000

Delhaize. (sd). *Brokjes honden saus wild*. Opgeroepen op mei 2020, van Delhaize: https://www.delhaize.be/nl-be/shop/Huisdieren/Honden/Natvoer-hond/Blikken/Brokjes-honden-saus-wild/p/S2013073102191390000

Delhaize. (sd). *Chips | Zout*. Opgeroepen op mei 2020, van Delhaize: https://www.delhaize.be/nl-be/shop/Zoute-kruidenierswaren/Chips-en-aperitief-snacks/Chips/Klassieke-chips/Chips-Zout/p/S2000102600027800000

Delhaize. (sd). *Chocolade | Melk | Tablet*. Opgeroepen op april 2020, van Delhaize: https://www.delhaize.be/nl-be/shop/Zoete-kruidenierswaren/Chocolade/Andere/Chocolade-Melk-Tablet/p/S1971080100063720000

Delhaize. (sd). *Chocolade Melk Fairtrade*. Opgeroepen op mei 2020, van Delhaize: https://www.delhaize.be/nl-be/shop/Bio-en-eco/Fairtrade/Kruidenierswaren/Chocolade-Melk-Fairtrade/p/S2017081004172080000

Delhaize. (sd). *Cola | Regular | PET*. Opgeroepen op mei 2020, van Delhaize: https://www.delhaize.be/nl-be/shop/Dranken-en-alcohol/Frisdrank/Cola/Klassieke-cola/Cola-Regular-PET/p/S1991061400921760000

Delhaize. (sd). *Cola-Regular-Bak-Glas*. Opgeroepen op mei 2020, van Delhaize: https://www.delhaize.be/nl-be/shop/Dranken-en-alcohol/Frisdrank/Cola/Klassieke-cola/Cola-Regular-Bak-Glas/p/S1997111400921730098

Delhaize. (sd). *Drink amandel ongezoet*. Opgeroepen op mei 2020, van Delhaize: https://www.delhaize.be/nl-be/shop/Zuivel-en-kaas/Plantaardige-dranken/Drink-Amandel-Ongezoet/p/S2015040200002440000

Delhaize. (sd). Extra fijne Boontjes. *Extra fijne Boontjes.* Delhaize. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.delhaize.be/nl-be/shop/Diepvries/Diepvries-groenten-soepen-en-kruiden/Diepvries-natuurlijke-groenten/Diepvries-bonen/Extra-fijne-Boontjes/p/S1992111700270810000

Delhaize. (sd). *Extra fijne Boontjes*. Opgeroepen op mei 2020, van Delhaize: https://www.delhaize.be/nl-be/shop/Diepvries/Diepvries-groenten-soepen-en-kruiden/Diepvries-natuurlijke-groenten/Diepvries-bonen/Extra-fijne-Boontjes/p/S1992111700270810000

Delhaize. (sd). Fijne bonen | Getopt | Fairtrade. *Fijne bonen | Getopt | Fairtrade.* Delhaize. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.delhaize.be/nl-be/shop/Bio-en-eco/Fairtrade/Verse-producten/Fijne-bonen-Getopt-Fairtrade/p/F1998012400311420000

Delhaize. (sd). *Fijne bonen | Getopt | Fairtrade*. Opgeroepen op mei 2020, van Delhaize: https://www.delhaize.be/nl-be/shop/Bio-en-eco/Fairtrade/Verse-producten/Fijne-bonen-Getopt-Fairtrade/p/F1998012400311420000

Delhaize. (sd). *Fish Sticks |15 St | 450g*. Opgehaald van Delhaize: https://www.delhaize.be/nl-be/shop/Diepvries/Vlees-en-vis/Vis/Fish-Sticks-15-St-450g/p/S2019111200322450000

Delhaize. (sd). *Gerookte zalmfilet a/touw*. Opgehaald van Delhaize: https://www.delhaize.be/nl-be/shop/Vlees-vis-en-vegetarische-producten/Vis/Gerookte-vis/Gerookte-zalmfilet-a-touw/p/F2016072600900730000

Delhaize. (sd). Hondenvoeding | Junior | Kip. *Hondenvoeding | Junior | Kip.* Delhaize. Opgehaald van https://www.delhaize.be/nl-be/shop/Huisdieren/Honden/Droogvoer-hond/Middelgrote-en-grote-honden/Hondenvoeding-Junior-Kip/p/S2011110400193340000

Delhaize. (sd). *Hondenvoeding | Junior | Kip*. Opgeroepen op mei 2020, van Delhaize: https://www.delhaize.be/nl-be/shop/Huisdieren/Honden/Droogvoer-hond/Middelgrote-en-grote-honden/Hondenvoeding-Junior-Kip/p/S2011110400193340000

Delhaize. (sd). *Kiwi | Groen | Rav 8pces*. Opgeroepen op mei 2020, van Delhaize: https://www.delhaize.be/nl-be/shop/Verse-groenten-en-fruit/Vers-Fruit/Kiwi/Groene-kiwi/Kiwi-Groen-Rav-8pces/p/F2011091600339620000

Delhaize. (sd). *Kiwi | Groen | Rav 8pces*. Opgeroepen op april 2020, van Delhaize: https://www.delhaize.be/nl-be/shop/verse-groenten-en-fruit/vers-fruit/kiwi/groene-kiwi/kiwi-groen-rav-8pces/p/f2011091600339620000

Delhaize. (sd). *Koffie | Dessert | Vacuüm*. Opgeroepen op mei 2020, van Delhaize: https://www.delhaize.be/nl-be/shop/Zoete-kruidenierswaren/Ontbijt/Koffie/Gemalen/Koffie-Dessert-Vacuum/p/S1999092400041520001

Delhaize. (sd). *Koffie | Gemalen | Fairtrade | Bio*. Opgeroepen op mei 2020, van Delhaize: https://www.delhaize.be/nl-be/shop/Zoete-kruidenierswaren/Ontbijt/Koffie/Gemalen/Koffie-Gemalen-Fairtrade-Bio/p/S2017062604157380000

Delhaize. (sd). *Le beurre des Chefs | geklaarde boter*. Opgehaald van Delhaize: https://www.delhaize.be/nl-be/shop/Zuivel-en-kaas/Boter-en-margarine/Culinaire-boter/Le-beurre-des-Chefs-geklaarde-boter/p/F2014102200196000000

Delhaize. (sd). *Mineraalwater | Niet bruisend | Bak*. Opgeroepen op mei 2020, van Delhaize: https://www.delhaize.be/nl-be/shop/Dranken-en-alcohol/Water/Plat-water/Mineraalwater-Niet-bruisend-Bak/p/S1997123000194220000

Delhaize. (sd). *Mineraalwater | Niet bruisend | PET*. Opgeroepen op mei 2020, van Delhaize: https://www.delhaize.be/nl-be/shop/Dranken-en-alcohol/Water/Plat-water/Mineraalwater-Niet-bruisend-PET/p/S1998122900194090000

Delhaize. (sd). *Mineraalwater | Niet bruisend | PET*. Opgeroepen op mei 2020, van Delhaize: https://www.delhaize.be/nl-be/shop/Dranken-en-alcohol/Water/Plat-water/Mineraalwater-Niet-bruisend-PET/p/S2008041700194400000

Delhaize. (sd). *Onbijtgranen original*. Opgeroepen op april 2020, van Delhaize: https://www.delhaize.be/nl-be/shop/Zoete-kruidenierswaren/Ontbijt/Ontbijtgranen/Ontbijtgranen-Original/p/S2018033000044760000

Delhaize. (sd). *Ontbijtgranen | Original*. Opgeroepen op mei 2020, van Delhaize: https://www.delhaize.be/nl-be/shop/Zoete-kruidenierswaren/Ontbijt/Ontbijtgranen/Ontbijtgranen-Original/p/S2018033000044760000

Delhaize. (sd). *Pasta | Spaghetti | Volkoren*. Opgeroepen op mei 2020, van Delhaize: https://www.delhaize.be/nl-be/shop/Zoute-kruidenierswaren/Pasta-rijst-en-andere-zetmeelproducten/Pasta/Witte-pasta/Pasta-Spaghetti-Volkoren/p/S1986032100136010000

Delhaize. (sd). *Pasta | Spaghetti | Volkoren*. Opgehaald van Delhaize: https://www.delhaize.be/nl-be/shop/Zoute-kruidenierswaren/Pasta-rijst-en-andere-zetmeelproducten/Pasta/Witte-pasta/Pasta-Spaghetti-Volkoren/p/S1986032100136010000

Delhaize. (sd). *Vaatwastabletten | Bicarbonate | Eco*. Opgeroepen op mei 2020, van Delhaize: https://www.delhaize.be/nl-be/shop/Non-food/Onderhoud/Keuken/Vaatwastabletten-Bicarbonate-Eco/p/S2017082104173840000

Delhaize. (sd). *Wc reiniger | Citroen | Eco*. Opgeroepen op mei 2020, van Delhaize: https://www.delhaize.be/nl-be/shop/Non-food/Onderhoud/Toiletten/Wc-reiniger-Citroen-Eco/p/S2016051303649760000

Delhaize. (sd). *WC-Blok | Deluxe Delicate Magnolia*. Opgeroepen op mei 2020, van Delhaize: https://www.delhaize.be/nl-be/shop/Non-food/Onderhoud/Toiletten/WC-Blok-Deluxe-Delicate-Magnolia/p/S2019072300282360000

Delhaize. (sd). Wortelen. *Wortelen.* Delhaize. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.delhaize.be/nl-be/shop/Verse-groenten-en-fruit/Verse-groenten/Wortelen-en-wortelgroenten/Wortelen/Wortelen/p/F2013100800315600000

Delhaize. (sd). *Wortelen*. Opgeroepen op mei 2020, van Delhaize: https://www.delhaize.be/nl-be/shop/Verse-groenten-en-fruit/Verse-groenten/Wortelen-en-wortelgroenten/Wortelen/Wortelen/p/F20131008003156000000

Delhaize. (sd). *Wortelen*. Opgeroepen op april 2020, van Delhaize: https://www.delhaize.be/nl-be/shop/Verse-groenten-en-fruit/Verse-groenten/Wortelen-en-wortelgroenten/Wortelen/Wortelen/p/F20131008003156000000

Delhaize. (sd). *Wortelen*. Opgeroepen op mei 2020, van Delhaize: https://www.delhaize.be/nl-be/shop/Verse-groenten-en-fruit/Verse-groenten/Wortelen-en-wortelgroenten/Wortelen/Wortelen/p/F20131008003156000000

Delhaize. (sd). *Zalm | Atlantisch | Zonder vel | Bio*. Opgeroepen op mei 2020, van Delhaize: https://www.delhaize.be/nl-be/shop/Vlees-vis-en-vegetarische-producten/Vis/Verse-vis/Zalm-Atlantisch-Zonder-vel-Bio/p/F20071112002624100000

Delhaize-bio. (sd). Zalm | Atlantisch | Zonder vel | Bio. *Zalm | Atlantisch | Zonder vel | Bio.* Delhaize. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.delhaize.be/nl-be/shop/Vlees-vis-en-vegetarische-producten/Vis/Verse-vis/Zalm-Atlantisch-Zonder-vel-Bio/p/F20071112002624100000

dematra. (sd). alpro-soya. *alpro-soya.* dematra. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.dematra.be/nl/realisaties/alpro-soya

denotenshop.be. (sd). American Mix. *American Mix.* denotenshop.be. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.denotenshop.be/american-mix.html

deuitgelatenhond.nl. (sd). Dog-PNG-10. *Dog-PNG-10.* deuitgelatenhond.nl. Opgehaald van https://www.deuitgelatenhond.nl/aanmelden/attachment/dog-png-10/

Deutsche Welle. (2019, Augustus 16). *Levi's, Wrangler vow to end rape culture in factories*. Opgeroepen op Mei 2020, van Deutsche Welle: https://www.dw.com/en/levis-wrangler-vow-to-end-rape-culture-in-factories/a-50045651

Digischool.nl. (sd). *Begrippenlijst: Duitsland*. Opgehaald van Composteren: http://static.digischool.nl/ak/onderbouw-vmbo/materiaal/begrip/b_brd.htm

dlpng. (sd). Bell PNG images free download. *Bell PNG images free download.* dlpng. Opgeroepen op mei 2020, van https://dlpng.com/png/1244047

Dorni, V. (2017, juni 27). *siliconen, parabenen en sulfaten*. Opgehaald van marievleire: https://marieclaire.be/nl/wat-zijn-siliconen-parabenen-sulfaten-in-shampoo/

Dove. (sd). Deospray | 0% original. *Deospray | 0% original.* Delhaize. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.delhaize.be/nl-be/shop/Hygiene-en-verzorging/Lichaamsverzorging/Deodorant/Deospray-0-original/p/S20180119000175800000

Dove. (sd). *Deospray | 0% original*. Opgeroepen op mei 2020, van Delhaize: https://www.delhaize.be/nl-be/shop/Hygiene-en-verzorging/Lichaamsverzorging/Deodorant/Deospray-0-original/p/S20180119000175800000

Dove. (sd). dove logo. *dove logo.* 1000logos. Opgeroepen op mei 2020, van https://1000logos.net/dove-logo/

Dove. (sd). Shampoo | Intense repair. *Shampoo | Intense repair.* Delhaize. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.delhaize.be/nl-be/shop/Hygiene-en-verzorging/Haarverzorging/Shampoo/Shampoo-Intense-repair/p/S2015042000858320000

Dove. (sd). *Shampoo | Intense repair*. Opgeroepen op mei 2020, van Delhaize: https://www.delhaize.be/nl-be/shop/Hygiene-en-verzorging/Haarverzorging/Shampoo/Shampoo-Intense-repair/p/S2015042000858320000

Drake, A. (2018). *Doe het zelf: Ecologie op hoge hakken.* Manteau.

Drake, A. (2018, 17 mei). *Hoe maak je je badkamer plasticvrij?* . Opgehaald van annedrake: https://www.annedrake.be/blog/plasticvrije-badkamer/

Dreft. (2012). Afwasrevolutie. *Afwasrevolutie.* hln.be. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.hln.be/nieuws/afwasrevolutie~a3877895/

Dreft. (sd). Afwasmiddel | Original. *Afwasmiddel | Original.* Delhaize. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.delhaize.be/nl-be/shop/Non-food/Onderhoud/Keuken/Afwasmiddel-Original/p/S2018032700044090000

drive.carrefour. (sd). *Barilla Penne de Lentilles Corail 250 g*. Opgeroepen op mei 2020, van drive.carrefour: https://drive.carrefour.eu/nl/Pasta%2C-rijst%2C-aardappelen-%26-granen/Pasta/Korte-pasta/Barilla-Penne-de-Lentilles-Corail-250-g/p/06338777

ducorestealth. (sd). contact. *contact.* ducorestealth. Opgeroepen op mei 2020, van https://ducorestealth.nl/contact/

ecolabel. (sd). *eu ecolabel pauw*. Opgeroepen op mei 2020, van ecolabel: https://www.ecolabel.be/sites/default/files/content/images/eu_ecolabel_a4_03pauw.jpg

ecolabel. (sd). *het eu ecolabel*. Opgehaald van ecolabel: https://www.ecolabel.be/nl/algemeen/het-eu-ecolabel

ecolabel. (sd). *milieucriteria*. Opgeroepen op mei 2020, van ecolabel: https://www.ecolabel.be/nl/algemeen/milieucriteria

ecolabel. (sd). *rokodilwcpapier*. Opgeroepen op mei 2020, van ecolabel: https://www.ecolabel.be/sites/default/files/content/images/eu_ecolabel_a4_04krokodilwcpapier.jpg

ecolabel. (sd). *welke producten en diensten*. Opgehaald van ecolabel: https://www.ecolabel.be/nl/algemeen/welke-producten-en-diensten

economie.fgov. (2018, oktober 16). *Wat is een label?* Opgeroepen op mei 2020, van economie.fgov: https://economie.fgov.be/nl/themas/ondernemingen/duurzame-economie/duurzame-consumptie/wat-een-label

eefsbrasserie. (sd). ontbijt. *ontbijt.* eefsbrasserie. Opgeroepen op mei 2020, van http://www.eefsbrasserie.nl/ontbijt.html

EFEKTstudio (Regisseur). (2012). *After Effects Template - Broadcast News Package - News Intro* [Film]. Opgehaald van https://www.youtube.com/watch?v=VpcrmAja6bY

Egberts, D. (sd). Douwe Egberts Logo Vector. *Douwe Egberts Logo Vector.* seeklogo.com. Opgeroepen op mei 2020, van https://seeklogo.com/vector-logo/252100/douwe-egberts

Egberts, D. (sd). Koffie | Dessert | Vacuüm. *Koffie | Dessert | Vacuüm.* Delhaize. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.delhaize.be/nl-be/shop/Zoete-kruidenierswaren/Ontbijt/Koffie/Gemalen/Koffie-Dessert-Vacuum/p/S1999092400041520001

ekonoom. (sd). Biologische Halfvolle Melk in fles (Drentse Aa, 1 liter). *Biologische Halfvolle Melk in fles (Drentse Aa, 1 liter).* ekonoom. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.ekonoom.nl/biologische-halfvolle-melk-in-fles-drentse-aa-1-liter

Emations. (sd). *McDonald's afval Wij halen eruit wat erin zit.*

emojicopy. (sd). Opgehaald van emojicopy: https://www.emojicopy.com

emojimeaning. (sd). tomato. *tomato.* emojimeaning. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.emojimeaning.com/nl/tomato

encyclo. (2011, januari 10). *Kopie van `Energievergelijken - woordenboek`*. Opgeroepen op mei 2020, van encyclo: https://www.encyclo.nl/lokaal/10857

Encyclo. (sd). *Statiegeld*. Opgehaald van https://www.encyclo.nl/begrip/statiegeld

Encyclo.nl. (sd). *balen*. Opgehaald van https://www.encyclo.nl/lokaal/10491

encyclo.nl. (sd). *biologisch*. Opgeroepen op mei 2020, van encyclo.nl: https://www.encyclo.nl/begrip/biologisch

Encyclo.nl. (sd). *Biologisch*. Opgehaald van https://www.encyclo.nl/begrip/biologisch

Encyclo.nl. (sd). *Composteerbaar*. Opgehaald van https://www.encyclo.nl/begrip/composteren

Encyclo.nl. (sd). *Ecologisch*. Opgehaald van https://www.encyclo.nl/begrip/ecologisch

EU ECOLABEL. (sd). PAPIER: EU ECOLABEL. *PAPIER: EU ECOLABEL.* labelinfo. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.labelinfo.be/label/papier-eu-ecolabel

Everyday. (sd). Everyday logo. *Everyday logo.* stickpng. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.stickpng.com/img/icons-logos-emojis/supermarket-logos/everyday-logo

Everyday. (sd). Everyday Melk Halfvolle. *Everyday Melk Halfvolle.* Colruyt. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.colruyt.be/nl/producten/halfvolle-melk-brik-1l-5572

Everyday. (sd). Everyday Melk Halfvolle. *Everyday Melk Halfvolle.* Colruyt. Opgehaald van https://www.colruyt.be/nl/producten/halfvolle-melk-brik-1l-5572

Evian. (sd). Mineraalwater | Niet bruisend | PET. *Mineraalwater | Niet bruisend | PET.* Delhaize. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.delhaize.be/nl-be/shop/Dranken-en-alcohol/Water/Plat-water/Mineraalwater-Niet-bruisend-PET/p/S1998122900194090000

Evian. (sd). Mineraalwater | Niet bruisend | PET. *Mineraalwater | Niet bruisend | PET.* Delhaize. Opgehaald van https://www.delhaize.be/nl-be/shop/Dranken-en-alcohol/Water/Plat-water/Mineraalwater-Niet-bruisend-PET/p/S1998122900194090000

Evian. (sd). onze merken. *onze merken.* horeca-messiaen. Opgeroepen op mei 2020, van http://www.horeca-messiaen.be/nl/pagina/203/onze-merken.html

Fairphone. (2019). *Fairphone 3*. Opgeroepen op April 2020, van Fairphone: https://shop.fairphone.com/nl/

Fairtrade. (2018). DARWIN EN FAIRTRADE LATEN BELGEN WERKEN VOOR 67 CENT. *DARWIN EN FAIRTRADE LATEN BELGEN WERKEN VOOR 67 CENT.* Pub.be. Opgeroepen op mei 2020, van https://pub.be/nl/darwin-en-fairtrade-laten-belgen-werken-voor-67-cent/

fairtrade. (sd). fair trade: fairtrade. *fair trade: fairtrade.* labelinfo. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.labelinfo.be/nl/label/fair-trade-fairtrade

FAIRTRADE MYTHES. (sd). *FAIRTRADE MYTHES*. Opgehaald van fairtradebelgium: https://www.fairtradebelgium.be/eerlijke-handel/fairtrade-mythes/

FASHIONUNITED. (2010, november 4). Sneakermerk Veja opent zijn eerste winkel. *Nieuwsblad*.

flaticon. (sd). kcal premium icon. *kcal premium icon.* flaticon. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.flaticon.com/premium-icon/kcal_1951589

flottweg. (sd). Centrifuges voor productie van Lupine-eiwit. *Centrifuges voor productie van Lupine-eiwit.* flottweg. Opgeroepen op mei 2020, van https://flottweg.nl/product-categorie/toepassingen/chemicalien-pharma-levensmiddelen/lupines/

FOOD-RETAIL. (2017, mei 15). *Gondola*. Opgehaald van Ohne opent tweede verpakkingsvrije winkel in Gent : https://www.gondola.be/nl/news/ohne-opent-tweede-verpakkingsvrije-winkel-gent

Fost Plus (Regisseur). (2019). *De Nieuwe Blauwe Zak wordt geleidelijk aan ingevoerd.* [Film]. Opgehaald van https://www.youtube.com/watch?v=vy2fXB48lKs

fostplus. (sd). aangifteformulieren/richtlijnen_groene_punt_logo. *aangifteformulieren/richtlijnen_groene_punt_logo.* fostplus. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.fostplus.be/sites/default/files/Files/Bedrijven/aangifteformulieren/richtlijnen_groene_punt_logo.pdf

Fostplus. (sd). Het Groene Punt. *Het Groene Punt.* Fostplus. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.fostplus.be/nl/sorteren-recycleren/sorteerhulp/het-groene-punt

Fostplus. (sd). *Het Gronee Punt*. Opgeroepen op mei 2020, van Fostplus: https://www.fostplus.be/nl/sorteren-recycleren/sorteerhulp/het-groene-punt

Fostplus. (sd). *Organisatie*. Opgeroepen op mei 2020, van Fostplus: https://www.fostplus.be/nl/over-fost-plus/organisatie

freepik. (2012). Winkelwagen 1 Gratis Icoon. *Winkelwagen 1 Gratis Icoon.* freepik. Opgehaald van https://nl.freepik.com/iconen-gratis/winkelwagen-1_694504.htm

freepik. (2018). *Instagram post template with notifications Free Vector*. Opgehaald van freepik: https://www.freepik.com/free-vector/instagram-post-template-with-notifications_2400736.htm

freepik. (sd). PRIJSKAARTJE PNG 8. *PRIJSKAARTJE PNG 8.* freepik. Opgeroepen op mei 2020, van https://nl.freepik.com/iconen-gratis/wereld-zoekinterface-symbool-van-de-aarde-onder-een-vergrootglas-instrument_723905.htm

freepik. (sd). Verpakking geopend overzicht Gratis Icoon. *Verpakking geopend overzicht Gratis Icoon.* freepik. Opgeroepen op mei 2020, van https://nl.freepik.com/iconen-gratis/verpakking-geopend-overzicht_733551.htm

freepik. (sd). Vliegende ooievaar baby. *Vliegende ooievaar baby.* freepik. Opgeroepen op mei 2020, van https://nl.freepik.com/iconen-gratis/vliegende-ooievaar-baby_696367.htm

freepik. (sd). Vraagteken in een doos overzicht Gratis Icoon. *Vraagteken in een doos overzicht Gratis Icoon.* freepik. Opgeroepen op mei 2020, van https://nl.freepik.com/iconen-gratis/vraagteken-in-een-doos-overzicht_734171.htm

Frosch. (sd). Frosch. *Frosch.* deutsche-standards. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.deutsche-standards.de/marken/detail/frosch-67/

Frosch. (sd). Vaatwastabletten | Bicarbonate | Eco. *Vaatwastabletten | Bicarbonate | Eco.* Delhaize. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.delhaize.be/nl-be/shop/Non-food/Onderhoud/Keuken/Vaatwastabletten-Bicarbonate-Eco/p/S2017082104173840000

frosch. (sd). *waar vind je frosch?* Opgehaald van frosch: https://www.frosch.be/nl/waar-vind-je-frosch

Frosch. (sd). Wc reiniger | Citroen | Eco. *Wc reiniger | Citroen | Eco.* Delhaize. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.delhaize.be/nl-be/shop/Non-food/Onderhoud/Toiletten/Wc-reiniger-Citroen-Eco/p/S2016051303649760000

fsc. (sd). Opgeroepen op mei 2020, van fsc: www.fsc.be

fsc. (sd). 3 verschillende types. *3 verschillende types.* fsc. Opgehaald van http://www.fsc.be/nl-be/fsc-label-garantie/3-fsc-labels

fsc. (sd). *3-fsc-labels*. Opgehaald van fsc: http://www.fsc.be/nl-be/fsc-label-garantie/3-fsc-labels

FSC. (sd). *FSC keurmerk en garantie*. Opgehaald van De beste garantie voor verantwoord bosbeheer: http://www.fsc.be/nl-be/fsc-label-garantie

fsc. (sd). *overzicht-ontleenbare-fsc-banners*. Opgehaald van fsc: http://www.fsc.be/preview.overzicht-ontleenbare-fsc-banners.a-83.pdf

FSC. (sd). Papier: fsc. *Papier: fsc.* labelinfo. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.labelinfo.be/nl/label/papier-fsc

fyeomedical. (2019). 5 mythes over ooglaseren. *5 mythes over ooglaseren.* fyeomedical. Opgeroepen op mei 2020, van https://fyeomedical.nl/5-mythes-over-ooglaseren/

gadgetZ, g. n. (sd). 100 Set Whatsapp iPhone Laptop Emoji Emoticon Smiley Face Stickers Genuine. *100 Set Whatsapp iPhone Laptop Emoji Emoticon Smiley Face Stickers Genuine.* amazon. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.amazon.com/Whatsapp-iPhone-Emoticon-Stickers-Genuine/dp/B07G7D2LZN

Garside, R. (2011, september 27). *Do something drastic, stop using plastic*. Opgehaald van www.bbc.co: https://www.bbc.co.uk/blogs/wales/entries/a229a38a-a824-3b8e-99c6-ab518a4a4830

Geldhof. (sd). Geldhof. *Geldhof.* candyandmore. Opgeroepen op mei 2020

Geldhof. (sd). GELDHOF CUBERDONS 2KG. *GELDHOF CUBERDONS 2KG.* webshop.chocolates-sweets.be. Opgeroepen op mei 2020, van https://webshop.chocolates-sweets.be/nl/cuberdons-2kg.html?source=googlebase&gclid=EAIaIQobChMI566qtojb6QIVCfhRCh1lUQ61EAQYASABEgLlzfD_BwE

Geldhof. (sd). *GELDHOF CUBERDONS 2KG*. Opgeroepen op mei 2020, van webshop.chocolates-sweets.be: https://webshop.chocolates-sweets.be/nl/cuberdons-2kg.html?source=googlebase&gclid=EAIaIQobChMI566qtojb6QIVCfhRCh1lUQ61EAQYASABEgLlzfD_BwE

Gemeente Lennik. (sd). *Soorten huishoudelijk afval .* Opgehaald van lennik: https://www.lennik.be/producten/detail/256/soorten-huishoudelijk-afval

GezondheidBelgië (Regisseur). (2019). *NUTRI-SCORE | Kies gemakkelijker !* [Film]. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.youtube.com/watch?v=-DXDDt96NSM)

Good on you. (2017, Maart). *Jack Wolfskin*. Opgeroepen op Mei 2020, van Good on you: https://directory.goodonyou.eco/brand/jack-wolfskin

Good on you. (2017, September). *Scotch & Soda*. Opgeroepen op Mei 2020, van Good on you: https://directory.goodonyou.eco/brand/scotch-and-soda

Good on you. (2018, April). *People Tree*. Opgeroepen op Mei 2020, van Good on you: https://directory.goodonyou.eco/brand/people-tree

Good on you. (2018, April). *VEJA*. Opgeroepen op Mei 2020, van Good on you: https://directory.goodonyou.eco/brand/veja

Good on you. (2019, Januari). *H&M*. Opgeroepen op Mei 2020, van Good on you: https://directory.goodonyou.eco/brand/h-and-m

Good on you. (2019, Juni). *Lev's*. Opgeroepen op Mei 2020, van Good on you: https://directory.goodonyou.eco/brand/levis

Good on you. (2019, Maart). *Nike*. Opgeroepen op Mei 2020, van Good on you: https://directory.goodonyou.eco/brand/nike

Good on you. (2020, Maart). *SHEIN*. Opgeroepen op Mei 2020, van Good on you: https://directory.goodonyou.eco/brand/shein

Good On You. (sd). *How We Rate Fashion Brand Ethics*. Opgeroepen op Mei 2020, van Good On You: https://goodonyou.eco/how-we-rate/

Goodplanet. (sd). *Thematisch dossier Zero afval.*

Grand'Italia (Regisseur). (2020). *Ontdek de vele, heerlijke variaties van Grand'Italia Sugocasa* [Film]. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.youtube.com/watch?v=z5_u2Fvm-Rs

GrandItalia. (sd). Grand'Italia Sugocasa tradizionale pastasaus. *Grand'Italia Sugocasa tradizionale pastasaus.* Albert Heijn. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.ah.be/producten/product/wi2063/grand-italia-sugocasa-tradizionale-pastasaus

Greenkids. (2015). *De afbreektabel.*

Groot, M. (2018, semptember 11). *Je haar wassen, is dat wel nodig?* Opgehaald van gezondheidsnet: https://www.gezondheidsnet.nl/haarverzorging/je-haar-wassen-is-dat-wel-nodig

H&M. (sd). *Duurzaamheid*. Opgeroepen op Mei 2020, van H&M: https://www2.hm.com/nl_be/hm-sustainability/lets-change.html

H&M Group. (sd). *About H&M Group*. Opgeroepen op Mei 2020, van H&M Group: https://hmgroup.com/about-us.html

H&M. (sd). *Let's be conscious*. Opgeroepen op Mei 2020, van H&M: https://www2.hm.com/nl_be/hm-sustainability/lets-change.html/conscious

H&M. (sd). *Let's be fair*. Opgeroepen op Mei 2020, van H&M: https://www2.hm.com/nl_be/hm-sustainability/lets-change.html/fair

H&M. (sd). *Let's be for all*. Opgeroepen op Mei 2020, van H&M: https://www2.hm.com/nl_be/hm-sustainability/lets-change.html/for-all

H&M. (sd). *Let's be transparant*. Opgeroepen op Mei 2020, van H&M: https://www2.hm.com/nl_be/hm-sustainability/lets-change.html/transparent

H&M. (sd). *Let's change*. Opgeroepen op Mei 2020, van H&M: https://www2.hm.com/nl_be/hm-sustainability/lets-change.html/change

H&M. (sd). *Let's clean up*. Opgeroepen op Mei 2020, van H&M: https://www2.hm.com/nl_be/hm-sustainability/lets-change.html/clean-up

H&M. (sd). *Let's close the loop*. Opgeroepen op Mei 2020, van H&M: https://www2.hm.com/nl_be/hm-sustainability/lets-change.html/close-the-loop

H&M. (sd). *Let's innovate*. Opgeroepen op Mei 2020, van H&M: https://www2.hm.com/nl_be/hm-sustainability/lets-change.html/innovate

H&M. (sd). *Let's take care*. Opgeroepen op Mei 2020, van H&M: https://www2.hm.com/nl_be/hm-sustainability/lets-change.html/take-care

handmadeinbelgium. (sd). *handmadeinbelgium*. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.handmadeinbelgium.com/

Heijn, A. (Regisseur). (2019). *Een onvergetelijke kerst met de favoriete gerechten van Nederland* [Film]. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.youtube.com/watch?v=mK_pli-r5s8

Het Klokhuis. (2017, November 30). *Wat is duurzaam? | Huh?! | Het Klokhuis onderneemt*. Opgehaald van Youtube: https://www.youtube.com/watch?v=ozmd-med5ng

Het Vlaams Woordenboek. (2018, mei 30). *Korte keten*. Opgehaald van http://www.vlaamswoordenboek.be/definities/geschiedenis/33869

Het zero waste project. (sd). *Waarom zero waste je leven niet saaier maakt*. Opgehaald van hetzerowasteproject: https://www.hetzerowasteproject.nl/2015/09/waarom-zero-waste-je-leven-niet-saaier.html

Het zero waste project. (sd). *Zero Waste: een introductie*. Opgehaald van hetzerowasteproject: https://www.hetzerowasteproject.nl/2014/12/wat-is-zero-waste.html

Heylen, K. (2018). *Wereldwijde afvalberg tegen 2050 70 procent groter.*

hillspet. (sd). *Border Collie* . Opgehaald van hillspet: https://www.hillspet.be/nl-be/dog-care/dog-breeds/border-collie

hln.be. (2019, september 28). Toverpralines van Asterix. *hln.be*. Opgehaald van https://www.hln.be/de-krant/toverpralines-van-asterix~abe82375/

Hoogeveen, J. W. (2014). *het didactische werkvormenboek.* Gorcum B.V., Koninklijke van.

Hoogland, A. (2012, januari 23). *Thee: een kopje gezondheid*. Opgehaald van https://www.gezondheidsnet.nl/dorstlessers/thee-een-kopje-gezondheid

Hybride. (2018, oktober 19). *Hernieuwbare energiebronnen: de opties op een rij*. Opgeroepen op mei 2020, van informazout: https://informazout.be/nl/blog/hernieuwbare-energiebronnen-de-opties-op-een-rij

iconarchive. (sd). Food Bunch Ingredients Icon. *Food Bunch Ingredients Icon.* iconarchive. Opgeroepen op mei 2020, van http://www.iconarchive.com/show/ios7-icons-by-icons8/Food-Bunch-Ingredients-icon.html

iconfinder. (sd). Allergic, allergy, anaphylaxis, hazard, health, illness icon. *Allergic, allergy, anaphylaxis, hazard, health, illness icon.* iconfinder. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.iconfinder.com/icons/2058153/allergic_allergy_anaphylaxis_hazard_health_illness_icon

iconfinder. (sd). Cosmetic, instructions, more, package, read, symbols icon. *Cosmetic, instructions, more, package, read, symbols icon.* iconfinder. Opgeroepen op mei 2020, van

https://www.iconfinder.com/icons/3933227/cosmetic_instructions_more_package_read_symbols_icon

icons, i. (sd). Info Gratis Pictogram. *Info Gratis Pictogram.* icons icons. Opgeroepen op mei 2020, van https://icon-icons.com/nl/pictogram/info/55883

icreatemagazine. (sd). euroteken op mac typen. *euroteken op mac typen.* icreatemagazine. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.icreatemagazine.nl/workshop/euroteken-op-mac-typen/

Iglo. (sd). Fish Sticks |15 St | 450g. *Fish Sticks |15 St | 450g.* Delhaize. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.delhaize.be/nl-be/shop/Diepvries/Vlees-en-vis/Vis/Fish-Sticks-15-St-450g/p/S2019111200322450000

Iglo. (sd). Iglo gooit zijn legendarische kapitein overboord. *Iglo gooit zijn legendarische kapitein overboord.* hln.be. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.hln.be/geld/consument/iglo-gooit-zijn-legendarische-kapitein-overboord~a252d487/

ikazia. (sd). *folders*. Opgehaald van ikazia: https://www.ikazia.nl/assets/folders/800564-NL.pdf

IKEA. (sd). *Dagelijks duurzaam*. Opgehaald van https://www.ikea.com/be/nl/this-is-ikea/sustainable-everyday/

ikwordpro.be. (sd). ikwordpro.be. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.ikwordpro.be/

Ingram, R. (2020, Mei 23). *CCP Stepping Up the Pace of Uyghur Forced Labor into Inner China*. Opgeroepen op Mei 2020, van Bitter Winter: https://bitterwinter.org/ccp-stepping-up-the-pace-of-uyghur-forced-labor-into-inner-china/

istock. (sd). uitslag hand icoon. *uitslag hand icoon.* istock. Opgehaald van https://www.istockphoto.com/nl/vector/uitslag-hand-icoon-gm1143580147-307162703

istockphoto. (sd). Mustard seeds with mustard flower isolated on white. *Mustard seeds with mustard flower isolated on white.* istockphoto. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.istockphoto.com/be/photo/graines-de-moutarde-avec-fleur-isol%C3%A9-sur-blanc-gm186234844-27687224

Italia, G. (sd). LOGO-GRAND-ITALIA. *LOGO-GRAND-ITALIA.* brandmeister. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.brandmeister.amsterdam/clients/granditalia/attachment/logo-grand-italia/

Jack Wolfskin. (2019, Oktober). *Profiel & Filosofie*. Opgeroepen op Mei 2020, van Jack Wolfskin: https://www.jack-wolfskin.be/philosophy.html

Jack Wolfskin. (sd). *Corporate Responsibility*. Opgeroepen op Mei 2020, van Jack Wolfskin: https://www.jack-wolfskin.be/corporate-responsibility/

Jack Wolfskin. (sd). *Duurzame producten*. Opgeroepen op Mei 2020, van Jack Wolfskin: https://www.jack-wolfskin.be/duurzame-producten-responsibility/

Jack Wolfskin. (sd). *Jack Wolfskin maakt de leveranciersketen transparant*. Opgeroepen op Mei 2020, van Jack Wolfskin: https://www.jack-wolfskin.be/supply-chain.html#presupplier

Jack Wolfskin. (sd). *Logo Jack Wolfskin.* Glassdoor.

Jack Wolfskin. (sd). *Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen*. Opgeroepen op Mei 2020, van Jack Wolfskin: https://www.jack-wolfskin.be/maatschappelijk-verantwoord-ondernemen/

Jack Wolfskin. (sd). *Milieubescherming*. Opgeroepen op Mei 2020, van Jack Wolfskin: https://www.jack-wolfskin.be/milieubescherming/

Jeep. (sd). *Jeep Cherokee.*

Jerry's, B. &. (sd). *If it's melted, it's ruined. Let's treat every day like it's Earth Day!*

Jessie. (sd). *Het Zero Waste Project*. Opgehaald van Zero Waste: een introductie : https://www.hetzerowasteproject.nl/2014/12/wat-is-zero-waste.html

karolaskitchen. (2015). TOMAAT EN MOZZARELLA MET PIJNBOOMPITJES EN RUCOLA. *TOMAAT EN MOZZARELLA MET PIJNBOOMPITJES EN RUCOLA.* karolaskitchen. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.karolaskitchen.be/koud-eten/tomaat-en-mozzarella-met-pijnboompitjes-en-rucola/

Katrien. (sd). *Maatschappij*. Opgehaald van https://www.betekenis-definitie.nl/maatschappij

kazidomi. (2019, september 19). *Wat is de rol van vitamine B*. Opgehaald van kazidomi: https://www.kazidomi.com/nl/blog/wat-is-de-rol-van-vitamine-b-n35

Kellogg's. (sd). Ontbijtgranen | Original. *Ontbijtgranen | Original.* Delhaize. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.delhaize.be/nl-be/shop/Zoete-kruidenierswaren/Ontbijt/Ontbijtgranen/Ontbijtgranen-Original/p/S2018033000044760000

Kerime. (sd). *DUURZAAMHEIDSKOMPAS*. Opgehaald van Duurzaam wassen met Seepje: https://duurzaamheidskompas.nl/reviews/duurzaam-wassen-met-seepje/

Kernerman Dictionaries. (sd). *Certificering*. Opgehaald van https://www.encyclo.nl/begrip/Certificering

Kernerman Dictionaries. (sd). *duurzaamheid*. Opgehaald van https://www.woorden.org/woord/duurzaamheid

Ketnet. (sd). *Wat is biodiversiteit?* Opgeroepen op mei 2020, van Ketnet: https://www.ketnet.be/karrewiet/meer-weten/biodiversiteit/wat

kg. (2019, januari 18). Opnieuw probleem met vliegtuig Brussels Airlines: toestel maakt rechtsomkeer tijdens vlucht naar Rwanda. *Het Laatste Nieuws*.

Kleijn, T. D. (sd). *Video Review Maken. Hoe Doe Je Dat?* Opgehaald van theodekleijn: https://theodekleijn.nl/video-review-maken/

Knack. (2015, oktober 26). De donkere kant van amandelmelk. *Knack*. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.knack.be/nieuws/gezondheid/de-donkere-kant-van-amandelmelk/article-normal-620461.html

Kwantum Nederland (Regisseur). (2014). *FSC Keurmerk: Verantwoord beheer van bossen en hout* [Film]. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.youtube.com/watch?v=sz1AujaL9uY)

labelinfo. (sd). *BIOGARANTIE*. Opgeroepen op mei 2020, van labelinfo: https://www.labelinfo.be/label/algemeen-biogarantie

Labelinfo. (sd). *EU ECOLABEL*. Opgeroepen op mei 2020, van labelinfo: https://www.labelinfo.be/label/eu-ecolabel

labelinfo. (sd). *fairtrade*. Opgeroepen op mei 2020, van labelinfo: https://www.labelinfo.be/nl/label/fair-trade-fairtrade

labelinfo. (sd). *FSC*. Opgeroepen op mei 2020, van labelinfo: https://www.labelinfo.be/nl/label/fsc

labelinfo. (sd). *verpakkingen-groene-punt*. Opgehaald van labelinfo: https://www.labelinfo.be/label/verpakkingen-groene-punt

Lay's. (sd). Chips | Zout. *Chips | Zout.* Delhaize. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.delhaize.be/nl-be/shop/Zoute-kruidenierswaren/Chips-en-aperitief-snacks/Chips/Klassieke-chips/Chips-Zout/p/S2000102600027800000

Lays. (sd). Lays chips. *confiserieblomme.* Lays chips. Opgeroepen op mei 2020, van https://confiserieblomme.be/merken/lays-chips

lays.be. (sd). Lay's. *Lay's.* lays.be. Opgeroepen op mei 2020, van https://lays.be/nl/home

lekkervanbijons. (sd). ei. *ei.* lekkervanbijons. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.lekkervanbijons.be/ei-0

Lekkervanbijons. (sd). *Gingerbread smoothie*. Opgehaald van Lekkervanbijons: https://www.lekkervanbijons.be/recepten/gingerbread-smoothie

lekkervanbijons. (sd). Selder. *Selder.* lekkervanbijons. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.lekkervanbijons.be/groenten/groenten-van-bij-ons/selder

Leonidas. (sd). Leonidas. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.leonidas.com/be_nl

Leonidas. (sd). *chocolade product*. Opgeroepen op mei 2020, van Leonidas: https://e-shop.leonidas.com/belgie/leonidas-tablet-melkchocolade-30-5-x-100-g/chocolade-product-nl.htm

Leonidas. (sd). Leonidas Tablet Melkchocolade 30%, 5 x 100 g. *Leonidas Tablet Melkchocolade 30%, 5 x 100 g.* Leonidas. Opgeroepen op mei 2020

Leonidas. (sd). *tablet melkchocolade*. Opgeroepen op april 2020, van Leonidas: https://e-shop.leonidas.com/belgie/leonidas-tablet-melkchocolade-30-5-x-100-g/chocolade-product-nl.htm

Levi Strauss & Co. (sd). *Company*. Opgeroepen op Mei 2020, van Levi Strauss & Co: https://www.levistrauss.com/who-we-are/company/

Levi Strauss & Co. (sd). *Ethical Clothing & Sustainable Community Initiatives*. Opgeroepen op Mei 2020, van Levi's: https://www.levi.com/CA/en_CA/features/sustainability

Levi Strauss & Co. (sd). *Levi's*. Opgeroepen op Mei 2020, van Milieu: https://www.levi.com/BE/nl_BE/features/ourvalues

Levi Strauss & Co. (sd). *Levi's Wellthread*. Opgeroepen op Mei 2020, van Levi's: https://www.levi.com/BE/nl_BE/features/wellthread

Levi Strauss & Co. (sd). *Our Values*. Opgeroepen op Mei 2020, van Levi's: https://www.levi.com/BE/nl_BE/features/ourvalues

Levi Strauss & Co. (sd). *Over ons*. Opgeroepen op Mei 2020, van Levi Strauss & Co: https://www.levi.com/BE/nl_BE/features/about-us

Levi Strauss & Co. (sd). *Sustainability*. Opgeroepen op Mei 2020, van Levi's: https://www.levi.com/BE/nl_BE/features/sustainability

Levi Strauss & Co. (sd). *Water < Less*. Opgeroepen op Mei 2020, van Levi's: https://www.levi.com/BE/nl_BE/features/waterless

(sd).*Levis logo.* Wikipedia.

(2019).*Levi's, one of the world's biggest denim brands and the inventor of blue jeans, faces rapid changes in consumer tastes as people shop for cheaper store brands and athleisure apparel.* AFP.

libelle-lekker. (sd). Julie Van den Kerchove. *Julie Van den Kerchove.* libelle-lekker. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.libelle-lekker.be/chef/16/Julie%20Van%20den%20Kerchove

(2007).*Logo der H&M.* H&M.

(2012).*Logo von Pepe Jeans London.* Pepe Jeans London.

(2007).*Loja da Pepe Jeans no Centro Comercial Gran Via de Vigo.*

Luiken, K. (2019, december 19). *Chipssokken: voor iedereen die van chips houdt*. Opgehaald van tagmag: https://tagmag.news/chipssokken-voor-iedereen-die-van-chips-houdt

Luis, F. R. (sd). The iOS car emoji looks just like our car. *The iOS car emoji looks just like our car.* Pinterest. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.pinterest.com/pin/647181408922274269/

Marcassou. (sd). Ardense worst | Zonder look | IGP. *Ardense worst | Zonder look | IGP.* Delhaize. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.delhaize.be/nl-be/shop/Vlees-vis-en-vegetarische-producten/Charcuterie/Gedroogde-worsten/Belgische-worsten/Ardense-worst-Zonder-look-IGP/p/F2009072000580810000

Martin, J. (2015, april 28). *Afval is een keuze*. Opgehaald van juulmartin: https://www.juulmartin.nl/afval-is-een-keuze/#page-content

MaxHavelaar (Regisseur). (2014). *Wat is Fairtrade?* [Film]. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.youtube.com/watch?v=bi3ieBeZGw8

McDonald's. (sd). *DUURZAAM ONDERNEMEN*. Opgehaald van https://www.mcdonalds.be/nl/onderneming/duurzaam-ondernemen

McDonald's. (sd). *Logo*. Opgehaald van https://www.tripadvisor.es/LocationPhotoDirectLink-g635889-d985998-i108440312-McDonald_s-Talavera_de_la_Reina_Province_of_Toledo_Castile_La_Mancha.html

McDonald's. (sd). *SCALE FOR GOOD*. Opgehaald van Factsheet: https://www.mcdonalds.com/content/dam/nl/pdf/42229.McD%20NL%20Factsheet%20SFG%20Algemeen%20A4S%20HR%20DIG.pdf

McMin, R. (sd). Wifi, verbinding, signaal, symbool Gratis Pictogram. *Wifi, verbinding, signaal, symbool Gratis Pictogram.* icon-icons. Opgehaald van https://icon-icons.com/nl/pictogram/wifi-verbinding-signaal-symbool/104927

microsoft, a. (sd). Powtoon. *Powtoon.* appsource microsoft. Opgehaald van https://appsource.microsoft.com/fr-ch/product/web-apps/powtoon5072221.powtoon?src=Dynamics365website&tab=Overview

milieu centraal. (sd). *Plastic in zee*. Opgehaald van milieucentraal: https://www.milieucentraal.nl/minder-afval/voorkom-afval/plastic-in-zee/

Moerland, M. (2019, December 4). *Test: zijn jouw shopping sprees een beetje normaal?* Opgeroepen op 2020 April, van ELLE: https://www.elle.com/nl/mode/mode-nieuws/a22587739/test-zijn-jouw-shopping-sprees-een-beetje-normaal/

Morgan, B. (2020, Februari 24). *11 Fashion Companies Leading The Way In Sustainability.* Opgeroepen op April 2020, van Forbes: https://www.forbes.com/sites/blakemorgan/2020/02/24/11-fashion-companies-leading-the-way-in-sustainability/

Multinationale onderneming. (2019, oktober 17). Opgehaald van https://nl.wikipedia.org/wiki/Multinationale_onderneming

mvovlaanderen. (2020, maart 12). *Brussels Airport wil SDG Champion worden*. Opgehaald van https://www.mvovlaanderen.be/inspiratie/brussels-airport-wil-sdg-champion-worden

mvovlaanderen. (2020, maart 12). *Wij zijn geen naaigarenbedrijf, maar eigenlijk gewoon een bende ingenieurs met kennis van circulair denken*. Opgehaald van https://www.mvovlaanderen.be/inspiratie/wij-zijn-geen-naaigarenbedrijf-maar-eigenlijk-gewoon-een-bende-ingenieurs-met-kennis-van

MVOVlaanderen. (sd). *Transparantie*. Opgehaald van https://www.mvovlaanderen.be/thema/transparantie

Nature Box. (sd). *Nature Box | Shampoo | Avocado Olie | 385ml*. Opgeroepen op mei 2020, van Delhaize: https://www.delhaize.be/nl-be/shop/Hygiene-en-verzorging/Haarverzorging/Shampoo/Nature-Box-Shampoo-Avocado-Olie-385ml/p/S2018072700089360000

NatureBox. (sd). Nature Box | Shampoo | Avocado Olie | 385ml. *Nature Box | Shampoo | Avocado Olie | 385ml.* Delhaize. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.delhaize.be/nl-be/shop/Hygiene-en-verzorging/Haarverzorging/Shampoo/Nature-Box-Shampoo-Avocado-Olie-385ml/p/S2018072700089360000

NatureBox. (sd). Nature Box Masker Avocado Olie 200ML. *Nature Box Masker Avocado Olie 200ML.* deonlinedrogist.nl. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.deonlinedrogist.nl/drogist/nature-box-masker-avocado-olie-200ml.htm

Nederland, C.-C. E. (Regisseur). (2018). *Coca-Cola Zero Sugar 'Mr Hadley' TVC* [Film]. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.youtube.com/watch?v=CJIgVnFWn-M

Nederland, I. (Regisseur). (2020). *Iglo Vissticks - Online Reclame* [Film]. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.youtube.com/watch?v=cj5nYPoYpig

Nederlandse encyclopedie. (sd). *Verenigde Naties*. Opgehaald van https://www.encyclo.nl/begrip/Verenigde_Naties

Netwerk bewust verbruiken. (2014, januari 23). *Zo werkt agro-ecologische landbouw*. Opgehaald van https://www.bewustverbruiken.be/artikel/zo-werkt-agro-ecologische-landbouw

nieuwsvoordietisten.nl. (sd). *ruim-160-voedingsprofessionals-staan-niet-achter-nutriscore*. Opgehaald van nieuwsvoordietisten.nl: https://www.nieuwsvoordietisten.nl/ruim-160-voedingsprofessionals-staan-niet-achter-nutriscore/

Nike. (sd). *About Nike*. Opgeroepen op Mei 2020, van Nike: https://about.nike.com

Nike. (sd). *Duurzaamheid*. Opgeroepen op Mei 2020, van Nike: https://www.nike.com/be/duurzaamheid

Nike. (sd). *Nike Earns Third FLA Reaccreditation*. Opgeroepen op Mei 2020, van Nike: https://purpose.nike.com/fair-labor-association-reaccreditation

Nimmegeers, W. (sd). *Ohne in Gent.*

nu.nl. (2020). Hoe (on)gezond zijn gluten eigenlijk? *Hoe (on)gezond zijn gluten eigenlijk?* nu.nl. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.nu.nl/gezondheid/5877333/hoe-ongezond-zijn-gluten-eigenlijk.html

Nutri-Score. (sd). La notoriété du Nutriscore s'installe. *La notoriété du Nutriscore s'installe.* reussir.fr. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.reussir.fr/lesmarches/la-notoriete-du-nutriscore-sinstalle

Nutri-Score. (sd). Nutriscore. *Nutriscore.* dietistzonderdieet. Opgeroepen op mei 2020, van https://dietistzonderdieet.nl/nutriscore/

nutriscore.colruytgroup. (sd). about nurtriscore. *about nurtriscore.* nutriscore.colruytgroup. Opgeroepen op mei 2020, van https://nutriscore.colruytgroup.com/colruytgroup/en/about-nutri-score/

Ohne. (sd). *Over Ohne*. Opgehaald van Algemeen: https://ohne.be/gent/over-ons/

okra. (sd). Daguitstap. *Daguitstap.* okra. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.okra.be/activiteit/daguitstap-115

Omgevingsdienst nhn . (sd). *afbreektijd zwerfafval*. Opgehaald van odnhn: https://www.odnhn.nl/Inwoners/Afval/Zwerfafval/Afbreektijd_zwerfafval

onlinewebfonts. (sd). Company Corporation S Free Icon. *Company Corporation S Free Icon.* onlinewebfonts. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.onlinewebfonts.com/icon/448949

Oskana, K. (2018, April 11). *homemade beauty products ingredients...* Opgehaald van flickr: https://www.flickr.com/photos/72060281@N02/41363486672

(sd).Our Story Hero. *Our Story Hero.* People Tree. Opgeroepen op Mei 2020, van People Tree: https://www.peopletree.co.uk/about-us

Oxfam. (sd). wereldwinkel-verhuist-met-afhaalpunt-naar-dorpshuis-leest. *wereldwinkel-verhuist-met-afhaalpunt-naar-dorpshuis-leest.* radioreflex. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.radioreflex.be/2017/10/12/wereldwinkel-verhuist-met-afhaalpunt-naar-dorpshuis-leest/

Oxfam. (sd). *yucachips zout 50g*. Opgeroepen op mei 2020, van oxfamwereldwinkels: https://www.oxfamwereldwinkels.be/producten/yucachips-zout-50-g/

Oxfam. (sd). *yukachips zout*. Opgeroepen op april 2020, van Oxfamfairtrade: https://www.oxfamfairtrade.be/nl/producten/voeding/snacks-drinks/chips/yucachips-zout-50-g/

oxfamwereldwinkels. (sd). *producten*. Opgehaald van oxfamwereldwinkels: https://www.oxfamwereldwinkels.be/producten/

oxfamwereldwinkels.be. (sd). yucachips-zout-50-g. *yucachips-zout-50-g.* oxfamwereldwinkels.be. Opgeroepen op mei https://www.oxfamwereldwinkels.be/producten/yucachips-zout-50-g/, 2020

Padlet. (sd). Padlet. *Padlet.* leerling2020. Opgehaald van https://leerling2020.nl/tool/padlet/

People Tree. (sd). *Environment*. Opgeroepen op Mei 2020, van People Tree: https://www.peopletree.co.uk/about-us/environment

People Tree. (sd). *Fabrics*. Opgeroepen op Mei 2020, van People Tree: https://www.peopletree.co.uk/about-us/fabrics

People Tree. (sd). *Fair Trade Fashion*. Opgeroepen op Mei 2020, van People Tree: https://www.peopletree.co.uk/about-us/fair-trade-fashion

People Tree. (sd). *Fashion Revolution*. Opgeroepen op Mei 2020, van People Tree: https://www.peopletree.co.uk/about-us/fashion-revolution

People Tree. (sd). *Foundation*. Opgeroepen op Mei 2020, van People Tree: https://www.peopletree.co.uk/about-us/people-tree-foundation-

People Tree. (sd). *Give Back Box*. Opgeroepen op Mei 2020, van People Tree: https://www.peopletree.co.uk/about-us/give-back-box

People Tree. (sd). *Handskills*. Opgeroepen op Mei 2020, van People Tree: https://www.peopletree.co.uk/about-us/how-our-products-are-made

People Tree. (sd). *Makers*. Opgeroepen op Mei 2020, van People Tree: https://www.peopletree.co.uk/about-us/who-makes-our-products

People Tree. (sd). *Our Story*. Opgeroepen op Mei 2020, van People Tree: https://www.peopletree.co.uk/about-us

People Tree. (sd). *People Tree New Strap Black.* The Thread.

Pepe Jeans London. (sd). *Customer Service*. Opgeroepen op Mei 2020, van Pepe Jeans London: https://www.pepejeans.com/en_gb/customer-service.html

Pepe Jeans London. (sd). *Wiser Wash*. Opgeroepen op Mei 2020, van Pepe Jeans London: https://www.pepejeans.com/en_be/wiser-wash.html

petsplace. (sd). *hondenvoer kiezen*. Opgehaald van petsplace: https://petsplace.nl/advies/hondenvoer-kiezen/

Photo News. (sd). Vanwaar komt de nutri-score van De Block en zal die de Belg gezonder doen eten? *Vanwaar komt de nutri-score van De Block en zal die de Belg gezonder doen eten?* hln.be. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.hln.be/nieuws/binnenland/vanwaar-komt-de-nutri-score-van-de-block-en-zal-die-de-belg-gezonder-doen-eten~aace602f/

Photo News. (sd). Vanwaar komt de nutri-score van De Block en zal die de Belg gezonder doen eten? *Vanwaar komt de nutri-score van De Block en zal die de Belg gezonder doen eten?* hln.be. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.hln.be/nieuws/binnenland/vanwaar-komt-de-nutri-score-van-de-block-en-zal-die-de-belg-gezonder-doen-eten~aace602f/

Pinterest. (sd). Opgehaald van V-10 SUEDE ROCK: https://www.pinterest.com/pin/563654328163628 98/

pit-pit. (sd). Sesamzaad wit gepeld. *Sesamzaad wit gepeld.* pit-pit. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.pit-pit.com/sesamzaad.html

Pixabay. (sd). bagage-symbool-vordering-registreer. *bagage-symbool-vordering-registreer.* Pixabay. Opgeroepen op mei 2020, van https://pixabay.com/nl/vectors/bagage-symbool-vordering-registreer-26184/

pixabay. (sd). *beer-brown-wild*. Opgeroepen op mei 2020, van pixabay: https://pixabay.com/nl/photos/beer-brown-wild-1280146/

Pixabay. (sd). Super Mario red springen man. *Super Mario red springen man.* Pixabay. Opgehaald van https://pixabay.com/nl/photos/super-mario-red-springen-man-1138462/

PIXERS. (sd). *Fotobehang - Vinyl Glimmende bubbels*. Opgehaald van https://pixers.be/fotobehang/glimmende-bubbels-47928371

PlopsaFans. (2014, augustus 5). *Plopsaland-Kusttrams vandaag officieel voorgesteld*. Opgehaald van https://plopsafans.be/nieuws/plopsaland-kusttram-vandaag-officieel-voorgesteld/

PlopsaFans. (2016, juni 8). *Plopsa Indoor Hasselt experimenteert met statiegeld*. Opgehaald van https://plopsafans.be/nieuws/plopsa-indoor-hasselt-experimenteert-met-statiegeld/

Plopsaland De Panne. (sd). *Plopsa For Nature*. Opgehaald van Maja de Bij : https://www.plopsalanddepanne.be/nl/praktische-info/plopsa-nature

Plopsaland. (sd). *DinoSplash*. Opgehaald van https://www.plopsalanddepanne.be/nl/attracties/dinosplash

Plopsaland. (sd). *Plopsa For Nature*. Opgehaald van https://www.plopsalanddepanne.be/nl/praktische-info/plopsa-nature

pluspng. (sd). Huis,Black,De Bouw,De Vorm. P. *Huis,Black,De Bouw,De Vorm. P.* pluspng. Opgeroepen op mei 2020, van http://pluspng.com/png-51511.html

pngimage. (sd). PRIJSKAARTJE PNG 8. *PRIJSKAARTJE PNG 8.* pngimage. Opgeroepen op mei 2020, van https://pngimage.net/prijskaartje-png-8/

PowerPoint. (sd). MICROSOFT POWERPOINT OPLEIDINGEN. *MICROSOFT POWERPOINT OPLEIDINGEN.* bestburo. Opgehaald van https://www.bestburo.be/nl/opleidingen/microsoft-powerpoint

Prijzen, C. L. (Regisseur). (2018). *Van Aardbei tot Zalm, bij Colruyt krijg je de laagste prijzen voor elk product, op elk moment.* [Film]. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.youtube.com/watch?v=_NR0lg067DA

Prijzen, C. L. (Regisseur). (2019). *Colruyt: onverpakte groenten en fruit alleen nog in herbruikbare zakjes* [Film]. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.youtube.com/watch?v=znw9pk4-c1M

promobutler.be. (sd). Blini van zachte tarwegries. *Blini van zachte tarwegries.* promobutler.be. Opgehaald van promobutler: https://www.promobutler.be/nl/etenswaren/overige-verse-producten/promoties/blini-van-zachte-tarwegries-2836443

qrcode-generator. (sd). Opgehaald van qrcode-generator: https://www.the-qrcode-generator.com/

Rachel. (2016, december 17). *No-poo en Low-poo*. Opgehaald van natuurlijkehaarverzorging: https://natuurlijkehaarverzorging.nl/no-poo-en-low-poo/

recepten, l. (sd). gevulde tomaten uit de oven. *gevulde tomaten uit de oven.* leuke recepten. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.leukerecepten.nl/recepten/gevulde-tomaten-uit-de-oven/

reclames, R. -T. (Regisseur). (2019). *Dreft reclame - Januari 2019 - Reclameregister.nl* [Film]. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.youtube.com/watch?v=Mo7-YMJoXXo

reclames, R. -T. (Regisseur). (2019). *Zespri reclame - Januari 2019 - Reclameregister.nl* [Film]. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.youtube.com/watch?v=u1dta6IoAE4

redactie. (2017 , februari 21). In 2050 is er meer plastic dan vis in de zee. *hln.be*. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.hln.be/wetenschap-planeet/milieu/in-2050-is-er-meer-plastic-dan-vis-in-de-zee~aa03466d/

Redactie. (2018, april 10). Delhaize 'tovert' met groenten voor kinderen: 'drakentanden', 'oranje raketten' en 'kikkerski's'. *hln.be*. Opgeroepen op mei 2020, van

https://www.hln.be/geld/consument/delhaize-tovert-met-groenten-voor-kinderen-drakentanden-oranje-raketten-en-kikkerski-s~ac140f0b/

Redactie. (2019, augustus 31). *Cuberdons van Confiserie Geldhof: "Ze zijn een hype, mede dankzij de befaamde neuzenoorlog"*. Opgehaald van hln.be: https://www.hln.be/in-de-buurt/eeklo/cuberdons-van-confiserie-geldhof-ze-zijn-een-hype-mede-dankzij-de-befaamde-neuzenoorlog~a953f238/

Reddy, K. (sd). *Top 28 Companies That Use Child Labor Still !* Opgeroepen op April 2020, van wisestep: https://content.wisestep.com/companies-use-child-labor/

Resortecs. (sd). *disassembly of apparel made easy*. Opgehaald van https://resortecs.com/

RetailDetail. (2019, December 26). *H&M too investigates Chinese forced labour*. Opgeroepen op Mei 2020, van RetailDetail: https://www.retaildetail.eu/en/news/fashion/hm-too-investigates-chinese-forced-labour

Rietveld, A. (2018, augustus 1). *Dit moet je weten over palmolie*. Opgehaald van greenpeace: https://www.greenpeace.org/nl/natuur/478/vragen-over-palmolie/

Ringier Food. (2017, september 10). AVANI offers its sustainable packaging to consumers in the UAE, and eventually to the rest of the Middle East . *IndustrySourcing*.

Rombouts. (sd). Koffie | Gemalen | Fairtrade | Bio. *Koffie | Gemalen | Fairtrade | Bio.* Delhaize. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.delhaize.be/nl-be/shop/Zoete-kruidenierswaren/Ontbijt/Koffie/Gemalen/Koffie-Gemalen-Fairtrade-Bio/p/S2017062604157380000

Rombouts. (sd). Rombouts Logo. *Rombouts Logo.* isprojects. Opgehaald van https://www.isprojects.nl/nl/rombouts/rombouts-logo/

Romige spaghetti met kruidenkaas en gerookte zalm. (sd). *dagelijksekost*. Opgeroepen op mei 2020, van https://dagelijksekost.een.be/gerechten/romige-spaghetti-met-kruidenkaas-en-gerookte-zalm

Sachs, L. (2020, April 20). *21 Best Sustainable Fashion Brands You Can Actually Trust.* Opgeroepen op April 2020, van Good Housekeeping: https://www.goodhousekeeping.com/clothing/g27154605/sustainable-fashion-clothing/

sameneengezin.be. (sd). De wereld van een kind in een nieuw-samengesteld gezin. *De wereld van een kind in een nieuw-samengesteld gezin.* sameneengezin.be. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.sameneengezin.nl/b11/

Say, P. (sd). *MYTHES OVER FAIRTRADE DOORBROKEN*. Opgeroepen op mei 2020, van fairtradebelgium: https://www.fairtradebelgium.be/eerlijke-handel/fairtrade-mythes/

Scotch & Soda. (sd). *Aandacht voor dierenwelzijn*. Opgeroepen op Mei 2020, van Scotch & Soda: https://www.scotch-soda.com/be/nl/editorial-csr-animal-welfare.html

Scotch & Soda. (sd). *De Scotch Standaard*. Opgeroepen op Mei 2020, van Scotch & Soda: https://www.scotch-soda.com/be/nl/editorial-csr-manufacturing.html

Scotch & Soda. (sd). *De Scotch visie op maatschappelijke verantwoodelijkheid*. Opgeroepen op Mei 2020, van Scotch & Soda: https://www.scotch-soda.com/be/nl/social-responsibility.html

Scotch & Soda. (sd). *Factories*. Opgeroepen op Mei 2020, van Scotch & Soda: https://www.scotch-soda.com/be/nl/editorial-csr-factories.html

Scotch & Soda. (sd). *Manufacturing*. Opgeroepen op Mei 2020, van Scotch & Soda: https://www.scotch-soda.com/be/nl/editorial-csr-manufacturing.html

Scotch & Soda. (sd). *Materials*. Opgeroepen op Mei 2020, van Scotch & Soda: https://www.scotch-soda.com/be/nl/editorial-csr-materials.html

Scotch & Soda. (sd). *Ons verhaal*. Opgeroepen op Mei 2020, van Scotch & Soda: https://www.scotch-soda.com/be/nl/a-bit-about-us.html

Scotch & Soda. (sd). *Social Responsibility*. Opgeroepen op Mei 2020, van Scotch & Soda: https://www.scotch-soda.com/be/nl/editorial-csr-environment.html

Scotch & Soda. (sd). *Verkleinen van onze impact op het milieu*. Opgeroepen op Mei 2020, van Scotch & Soda: https://www.scotch-soda.com/be/nl/editorial-csr-environment.html

Scotch and Soda. (sd). *2001 logo for Scotch and Soda.* Scotch and Soda.

Scriptieprijs. (sd). Computers leren bij. *Computers leren bij.* Scriptieprijs. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.scriptieprijs.be/nieuws/computers-leren-bij

sdgs. (sd). *Home*. Opgehaald van SDGS: https://www.sdgs.be/nl/sdgs

SDG'S. (sd). *SDGs*. Opgehaald van https://www.sdgs.be/nl/sdgs

SDGs.be. (sd). *SDGS*. Opgeroepen op Mei 2020, van SDGs.be: https://www.sdgs.be/nl/sdgs

Seepje. (2019). *'t Bonte jaarverslag 2019.* Seepje.

Seepje. (sd). *Zo werkt Seepje*. Opgehaald van https://www.seepje.be/

sessionlab. (sd). elevator pitch. *elevator pitch.* sessionlab. Opgehaald van https://s3-eu-west-1.amazonaws.com/uploads.eu.sessionlab.com/uploads/material/file/u8m8t5/bovenkant_eraf.jpg?X-Amz-Expires=600&X-Amz-Date=20200614T083620Z&X-Amz-Security-Token=IQoJb3JpZ2luX2VjEBAaCWV1LXdlc3QtMSJHMEUCIQC1F81teqOnV80kRuCN%2BFAW0LulJmHS7bjLe

Severs, A. (sd). Feiten en fabels over soja. *Feiten en fabels over soja.* Getty images. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.gezondheidsnet.nl/voeding/feiten-en-fabels-over-soja

SHEIN. (sd). *About Us*. Opgeroepen op Mei 2020, van SHEIN: https://us.shein.com/About-Us-a-117.html

SHEIN. (sd). *Over Ons*. Opgeroepen op Mei 2020, van SHEIN: https://nl.shein.com/About-US-a-117.html

SHEIN. (sd). *SHEIN Boho Ruches Voor Shirred Crop Top En Ditsy Bloemen Rok Set Vrouwen Tweedelige Outfits Zomer Sexy Strand Bijpassende sets.* AliExpress.

SHEIN. (sd). *Shein coupon.* My last coupon.

Simply You. (zomer 2019). Bij Carrefour News. *Weer een stap dichter bij no waste*.

smaakvanwijn. (sd). *Sulfiet in wijn*. Opgeroepen op mei 2020, van smaakvanwijn: https://www.smaakvanwijn.com/sulfiet-in-wijn/

Sociale Economie. (sd). *Wat is sociaal ondernemen?* Opgehaald van Aspecten van sociaal ondernemerschap: https://www.socialeeconomie.be/wat-sociaal-ondernemen-0

Sollicitatiedokter. (2016, april 12). *Elevator Pitch: tips en voorbeelden*. Opgehaald van https://www.sollicitatiedokter.nl/de-elevator-pitch/

solucious. (sd). eigen merken. *eigen merken.* solucious. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.solucious.be/extras/eigen-merken.html

Soubry. (sd). Over ons. *Over ons.* Soubry. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.soubry.be/over-ons/over-ons/

Soubry. (sd). Pasta | Spaghetti | Volkoren. *Pasta | Spaghetti | Volkoren.* delhaize.be. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.delhaize.be/nl-be/shop/Zoute-kruidenierswaren/Pasta-rijst-en-andere-zetmeelproducten/Pasta/Witte-pasta/Pasta-Spaghetti-Volkoren/p/S19860321001360100000

Soubry. (sd). Pasta | Spaghetti | Volkoren. *Pasta | Spaghetti | Volkoren.* delhaize.be. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.delhaize.be/nl-be/shop/Zoute-kruidenierswaren/Pasta-rijst-en-andere-zetmeelproducten/Pasta/Witte-pasta/Pasta-Spaghetti-Volkoren/p/S19860321001360100000

Spa Reine. (sd). Mineraalwater | Niet bruisend | Bak. *Mineraalwater | Niet bruisend | Bak.* Delhaize. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.delhaize.be/nl-be/shop/Dranken-en-alcohol/Water/Plat-water/Mineraalwater-Niet-bruisend-Bak/p/S1997123000194220000

Spa Reine. (sd). Mineraalwater | Niet bruisend | Bak. *Mineraalwater | Niet bruisend | Bak.* Delhaize. Opgehaald van https://www.delhaize.be/nl-be/shop/Dranken-en-alcohol/Water/Plat-water/Mineraalwater-Niet-bruisend-Bak/p/S1997123000194220000

Spa Reine. (sd). Mineraalwater | Niet bruisend | PET. *Mineraalwater | Niet bruisend | PET.* Delhaize. Opgeroepen op mei 2020

Spa Reine. (sd). Mineraalwater | Niet bruisend | PET. *Mineraalwater | Niet bruisend | PET.* Delhaize.

Spa Reine. (sd). spa reine logo. *spa reine logo.* sanminez.com. Opgeroepen op mei 2020, van https://sanminez.com/home-2/spa-reine-logo-2/

sperziebonen. (sd). *sperziebonen*. Opgeroepen op mei 2020, van lekkerensimpel.com: https://www.lekkerensimpel.com/tag/sperziebonen/

Stock, G. (2014). *H&M Leidsenhage.* Flickr.

Streekproduct. (sd). *labels*. Opgeroepen op mei 2020, van Streekproduct: https://www.streekproduct.be/labels

streekproduct. (sd). *producten*. Opgehaald van www.streekproduct.be: https://streekproduct.be/producten

streekproduct.be. (sd). *en de winnaar de lokerse paardenworst.* Opgehaald van streekproduct.be: https://streekproduct.be/weetjes/en-de-winnaar-de-lokerse-paardenworst

streekproduct.be. (sd). *Lokerse paardenworsten*. Opgeroepen op mei 2020, van streekproduct.be: https://www.streekproduct.be/producten/lokerse-paardenworsten

streekproduct.be. (sd). streekproducten. *streekproducten.* nice-info. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.nice-info.be/gezond-eten/het-etiket/streekproducten

streekproduct.be. (sd). *streekproducten met traditie*. Opgeroepen op mei 2020, van streekproduct.be: https://www.streekproduct.be/labels/streekproductbe/streekproducten-met-traditie

Sun. (sd). Sun. *Sun.* Unilever. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.unilever.nl/merken/home-care/sun.html

Sun. (sd). Sun All-in One Vaatwastablet Ecolabel 38 Tabletten. *Sun All-in One Vaatwastablet Ecolabel 38 Tabletten.* Carrefour. Opgeroepen op mei 2020, van https://drive.carrefour.eu/nl/Vaatwasproducten/Vaatwasmachine/Vaatwastabletten/Sun-All-in-One-Vaatwastablet-Ecolabel-38-Tabletten/p/06141737

Swan, R. (sd). *ROBERT SWAN AND OUR PLANET*. Opgeroepen op mei 2020, van www.activesustainability.com: https://www.activesustainability.com/environment/robert-swan-and-our-planet/#:~:text=In%20his%20numerous%20speeches%2C%20Swan,someone%20else%20will%20save%20it.%22

Swearingen, T. (sd). *Quote*. Opgehaald van Pinterest: https://co.pinterest.com/pin/308918855662814147/?amp_client_id=CLIENT_ID(_)&mweb_unauth_id={{default.session}}&simplified=true

switch. (sd). *Apple iPhone 7 Plus 32GB - Zwart*. Opgehaald van switch: https://www.switch.be/190198156211

The Good Trade. (sd). *35 Ethical & Sustainable Clothing Brands Betting Against Fast Fashion.* Opgeroepen op April 2020, van The Good Trade: https://www.thegoodtrade.com/features/fair-trade-clothing

The Laurie Loo. (2019, Januari 16). *8 Fast Fashion Brands to Avoid at All Costs.* Opgeroepen op April 2020, van The Laurie Loo: https://thelaurieloo.com/blog/fast-fashion-brands-to-avoid

thebookingcompany. (sd). Sofie Dumont. *Sofie Dumont.* thebookingcompany. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.thebookingcompany.be/boeken/sofie-dumont/

toll-nettools. (sd). Padlet. *Padlet.* toll-nettools. Opgehaald van https://toll-nettools.be/product/padlet/

Tony's Chocolonely. (sd). Chocolade | Melk | Fairtrade. *Chocolade | Melk | Fairtrade.* Delhaize. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.delhaize.be/nl-be/shop/Bio-en-eco/Fairtrade/Kruidenierswaren/Chocolade-Melk-Fairtrade/p/S2017081004172080000

tonyschocolonely. (sd). *Ons verhaal*. Opgehaald van tonyschocolonely: https://tonyschocolonely.com/be/nl/ons-verhaal

Tony'schocolonely. (sd). Tony's Chocolonely chocolade mix 100 stuks. *Tony's Chocolonely chocolade mix 100 stuks.* goedkoopstekantoorartikelen.nl. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.goedkoopste-kantoorartikelen.nl/p/2223046/tonys-chocolonely-chocolade-mix-100-stuks

Too Good To Go. (sd). *Herwaardeer je onverkochte producten, strijd mee tegen voedselverspilling en zet zo meer in op duurzaamheid*. Opgehaald van Hoe werkt Too Good To Go?: https://toogoodtogo.be/nl-be

ttr. (2019, november 2014). Bye, plastic rietjes: McDonald's lanceert nieuwe milieuvriendelijke verpakkingen. *Het Laatste Nieuws*.

Universiteit Utrecht. (sd). *Wat is de plastic soep*. Opgehaald van plasticsoep.sites.uu: https://plasticsoep.sites.uu.nl/wat-is-de-plastic-soep/

Van Daele. (sd). *Recyclen*. Opgehaald van https://www.vandale.nl/gratis-woordenboek/nederlands/betekenis/recycle#.XtATMMDgpyw

Van Dale. (sd). *Pesticide*. Opgehaald van https://www.vandale.nl/gratis-woordenboek/nederlands/betekenis/pesticiden#.XtTmwcDgpdo

van der Waals, L. (2019, juli 2). *Zero waste: wat is het en hoe begin je eraan?* Opgehaald van dehippevegetariër: https://www.dehippevegetarier.nl/rubriek/duurzaamheid/zero-waste-wat-is-het-en-hoe-begin-je-eraan/

Van Dessel, I. (2019, mei 23). *Persoonlijke hygiëne in een zero-waste badkamer*. Opgehaald van durantia: https://www.druantia.be/blog/persoonlijke-hygiene-in-een-zero-waste-badkamer/

Vandevoorde, Z., Peeters, K., De Roo, K., & De Freyne, D. (2018). *Voedingsleer.* Malle: mjpublishingnv.

Vandoorne, S. (2019, mei 9). 11 cijfers die alles zeggen over plastic. *Charlie magazine*.

Vanhoeck, C. (Regisseur). (2018). *1 min pitch Resortecs* [Film].

Vecteezy. (sd). *Frisdrank plastic fles pictogram illustratie.* Opgehaald van vecteezy: https://nl.vecteezy.com/vector-kunst/395779-frisdrank-plastic-fles-pictogram-illustratie

VEJA. (sd). *Cotton*. Opgeroepen op Mei 2020, van VEJA: https://project.veja-store.com/en/single/coton/

VEJA. (sd). *Fair trade*. Opgeroepen op Mei 2020, van VEJA: https://project.veja-store.com/en/single/fairtrade

VEJA. (sd). *Leather*. Opgeroepen op Mei 2020, van VEJA: https://project.veja-store.com/en/single/leather/

VEJA. (sd). *Production*. Opgeroepen op Mei 2020, van VEJA: https://project.veja-store.com/en/single/production/

VEJA. (sd). *Project*. Opgeroepen op Mei 2020, van VEJA: https://project.veja-store.com/en/intro/

VEJA. (sd). *PROJECT VEJA*. Opgehaald van The VEJA founders tell you about their vision and the brand's history.: https://project.veja-store.com/en/intro/

VEJA. (sd). *Reintegration*. Opgeroepen op Mei 2020, van VEJA: https://project.veja-store.com/en/single/reintegration/

VEJA. (sd). *Rubber*. Opgeroepen op Mei 2020, van VEJA: https://project.veja-store.com/en/single/rubber/

VEJA. (sd). *Running*. Opgeroepen op Mei 2020, van VEJA: https://project.veja-store.com/en/single/running

VEJA. (sd). *Sneakers*. Opgeroepen op Mei 2020, van VEJA: https://project.veja-store.com/en/single/sneakers/

VEJA. (sd). *Transparency*. Opgeroepen op Mei 2020, van VEJA: https://project.veja-store.com/en/single/transparency/

VEJA. (sd). *Upcycling*. Opgeroepen op Mei 2020, van VEJA: https://project.veja-store.com/en/single/upcycling/

VEJA. (sd). *Veja - brand of fair trade product (shoes, baskets, ...).* VEJA.

Verbrugghe, B. (sd). *De rol van referentieprijzen bij de billijkheidsbeoordeling van prijzen*. Opgeroepen op mei 2020, van Scriptieprijs: https://www.scriptieprijs.be/scriptie/2003/de-rol-van-referentieprijzen-bij-de-billijkheidsbeoordeling-van-prijzen

Vereycken, S. (2018, januari 16). Gebruik jij wel de juiste deodorant voor jou? *hln.be*. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.hln.be/nina/style/gebruik-jij-wel-de-juiste-deodorant-voor-jou~acbd0934/

Video, P. (sd). Prezi Unveils First-Ever Video Platform That Puts Creators and Graphics On Screen Together in Real Time. *Prezi Unveils First-Ever Video Platform That Puts Creators and Graphics On Screen Together in Real Time.* prneswire. Opgehaald van https://www.prnewswire.com/news-releases/prezi-unveils-first-ever-video-platform-that-puts-creators-and-graphics-on-screen-together-in-real-time-300957472.html

Visikhetmaar. (sd). Weekdieren. *Weekdieren.* Visikhetmaar. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.vistikhetmaar.nl/lesprogramma/visserij-2/les/weekdieren-2/

visserlatijn. (sd). vissoorten database. *vissoorten database.* visserlatijn. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.visserslatijn.nl/vissoorten/vissoortendatabase/

vivavera. (sd). Aardbei Rabunda. *Aardbei Rabunda.* vivavera. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.vivavera.be/aardbeien/rabunda

Vlaanderen is duurzaam. (sd). *Nieuwe app waarschuwt voor microplastics.* Opgehaald van do.vlaanderen: https://do.vlaanderen.be/nieuwe-app-waarschuwt-voor-microplastics

Vlaanderen. (sd). *Vlaanderen is duurzaam*. Opgehaald van Sustainable Development Goals (SDG's) van de VN : https://do.vlaanderen.be/SDGs

vlaanderen.be. (sd). *Belgische export van verse groenten per groentesoort (in ton)*. Opgehaald van vlaanderen.be: https://www.vlaanderen.be/vlam/sites/default/files/publications/2020-04/BE%20export%20groenten%202010-2019.pdf

Vlaanderen.be. (sd). *Belgische import van verse groenten per groentesoort (in ton).* Opgehaald van vlaanderen.be: https://www.vlaanderen.be/vlam/sites/default/files/publications/2020-04/BE%20import%20groenten%202010-2019.pdf

Vlaanderen-circulair. (sd). *De Circulaire Economie: wat is dat?* Opgehaald van https://vlaanderen-circulair.be/nl/kennis/wat-is-het

voedingscentrum. (sd). *eiwitten*. Opgehaald van voedingscentrum: https://www.voedingscentrum.nl/encyclopedie/eiwitten.aspx

voedingscentrum. (sd). *energie*. Opgeroepen op mei 2020, van voedingscentrum: https://www.voedingscentrum.nl/encyclopedie/energie.aspx

voedingscentrum. (sd). *koohlydraten*. Opgeroepen op mei 2020, van voedingscentrum: https://www.voedingscentrum.nl/encyclopedie/koolhydraten.aspx

voedingscentrum. (sd). *Nitraat*. Opgeroepen op mei 2020, van voedingscenturum: https://www.voedingscentrum.nl/encyclopedie/nitraat.aspx#blok3

voedingscentrum. (sd). *vetten*. Opgeroepen op MEI 2020, van voedingscentrum: https://www.voedingscentrum.nl/encyclopedie/vetten.aspx

voedingscentrum. (sd). *vezels*. Opgeroepen op mei 2020, van voedingscentrum: https://www.voedingscentrum.nl/encyclopedie/vezels.aspx

VVKSO. (2019). *Gemeenschappelijk funderend leerplan 1ste graad A-en B-stroom*. Opgehaald van https://pincette.katholiekonderwijs.vlaanderen/meta/properties/dc-identifier/Cur-20190320-33

VVKSO. (2019). *Gemeenschappelijk leerplan ICT*. Opgehaald van https://pincette.katholiekonderwijs.vlaanderen/meta/properties/dc-identifier/Cur-20190320-35

VVKSO. (2019). *Mens & samenleving 1ste graad A-stroom*. Opgehaald van https://pincette.katholiekonderwijs.vlaanderen/meta/properties/dc-identifier/Cur-20190320-38

W.V. (sd). Allergie voor pindanoten misschien behandelbaar met immunotherapie. *Allergie voor pindanoten misschien behandelbaar met immunotherapie.* Despecialist. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.despecialist.eu/nl/nieuws/medisch-nieuws/allergie-voor-pindanoten-misschien-behandelbaar-met-immunotherapie.html

Walle, E. v. (2018, december 7). Die blauwe doos langs de weg wil groen zijn. *NRC*.

Waterfleswinkel. (sd). *Drinkfles Dopper Donker Blauw.* Opgehaald van waterfleswinkel: https://waterfleswinkel.nl/dopper-donker-blauw.html

Weleda. (2012). SINTERKLAASTIP: INTENSIEVE CRÈME VOOR DE MAN VAN WELEDA. *SINTERKLAASTIP: INTENSIEVE CRÈME VOOR DE MAN VAN WELEDA.* unlimitedprteam. Opgeroepen op mei 2020,

van https://unlimitedprblog.wordpress.com/2012/11/26/sinterklaastip-intensieve-creme-voor-de-man-van-weleda/

Weleda. (sd). Citrus-Erfrischungsöl Mini. *Citrus-Erfrischungsöl Mini.* ecco-verde. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.ecco-verde.be/nl-BE/weleda/citrus-erfrischungsol-1

Weleda. (sd). *Deodorant | Citrus | Bio*. Opgeroepen op mei 2020, van Delhaize: https://www.delhaize.be/nl-be/shop/Hygiene-en-verzorging/Lichaamsverzorging/Lichaamsverzorging/Deodorant-Citrus-Bio/p/S2009070900883840000

wijswest. (sd). houten-slee. *houten-slee.* wijswest. Opgeroepen op mei 2020, van https://wijswest.nl/product/houten-slee/

Wikipedia. (2015, oktober 15). *Productiemiddel*. Opgeroepen op mei 2020, van Wikipedia: https://nl.wikipedia.org/wiki/Productiemiddel

Wikipedia. (2017, november 20). *Marktprijs*. Opgeroepen op mei 2020, van Wikipedia: https://nl.wikipedia.org/wiki/Marktprijs

Wikipedia. (2017, april 4). *Wereldwinkel*. Opgeroepen op mei 2020, van Wikipedia: https://nl.wikipedia.org/wiki/Wereldwinkel

Wikipedia. (2018, december 29). *Beschermende atmosfeer*. Opgeroepen op mei 2020, van Wikipedia: https://nl.wikipedia.org/wiki/Beschermende_atmosfeer

Wikipedia. (2019, april 28). *Certificaat (verklaring)*. Opgeroepen op mei 2020, van Wikpedia: https://nl.wikipedia.org/wiki/Certificaat_(verklaring)

Wikipedia. (2020, april 9). *Discriminatie*. Opgeroepen op mei 2020, van Wikipedia: https://nl.wikipedia.org/wiki/Discriminatie

Wikipedia. (2020, februari 20). *Genetisch gemodificeerd organisme*. Opgeroepen op mei 2020, van Wikipedia: https://nl.wikipedia.org/wiki/Genetisch_gemodificeerd_organisme

Wikipedia. (2020, mei 28). *Invoer (handel)*. Opgeroepen op mei 2020, van Wikipedia: https://nl.wikipedia.org/wiki/Invoer_(handel)

Wikipedia. (2020, mei 28). *Invoer (handel)*. Opgehaald van Wikipedia: https://nl.wikipedia.org/wiki/Invoer_(handel)

Wikipedia. (2020, maart 20). *Lupin bean*. Opgehaald van Wikipedia: https://en.wikipedia.org/wiki/Lupin_bean

Wikipedia. (2020, april 13). *Nutri-Score*. Opgeroepen op mei 2020, van Wikipedia: https://nl.wikipedia.org/wiki/Nutri-Score

Wikipedia. (2020, mei 28). *Recycling*. Opgeroepen op mei 2020, van Wikipedia: https://nl.wikipedia.org/wiki/Recycling

Wikipedia. (2020, mei 28). *uitvoer (handel)*. Opgehaald van Wikipedia: https://nl.wikipedia.org/wiki/Uitvoer_(handel)

Wikipedia. (2020, mei 28). *Uitvoer(handel)*. Opgeroepen op mei 2020, van Wikipedia: https://nl.wikipedia.org/wiki/Uitvoer_(handel)

wikipedia. (sd). Albert Heijn (supermarkt). *Albert Heijn (supermarkt).* wikipedia. Opgeroepen op mei 2020, van https://nl.wikipedia.org/wiki/Albert_Heijn_(supermarkt)

wikipedia. (sd). Albert Heijn (supermarkt). *Albert Heijn (supermarkt).* wikipedia. Opgeroepen op mei 2020, van https://nl.wikipedia.org/wiki/Albert_Heijn_(supermarkt)

Wikipedia. (sd). *Coca-Cola*. Opgeroepen op mei 2020, van wikipedia: https://nl.wikipedia.org/wiki/Coca-Cola

Wikipedia. (sd). Kellogg's-Logo.svg. *Kellogg's-Logo.svg.* Wikipedia. Opgeroepen op mei 2020, van https://nl.wikipedia.org/wiki/Bestand:Kellogg%27s-Logo.svg

Wikipedia-bijdragers. (2013, maart 13). *Consumentengedrag*. Opgehaald van wikipedia: https://nl.wikipedia.org/w/index.php?title=Speciaal:Citeren&page=Consumentengedrag&id=35736228&wpFormIdentifier=titleform

Wikipedia-bijdragers. (2015, mei 2). *Natuurproduct (materiaal)*. Opgehaald van wikipedia.

Wikipedia-bijdragers. (2019, april 8). *Talg (sebum)*. Opgehaald van wikipedia: https://nl.wikipedia.org/w/index.php?title=Speciaal:Citeren&page=Talg_%28sebum%29&id=53573879&wpFormIdentifier=titleform

woorden.org. (sd). *voedzaam*. Opgeroepen op mei 2020, van woorden.org: https://www.woorden.org/woord/voedzaam

worldvectorlogo. (sd). Colruyt. *Colruyt.* worldvectorlogo. Opgehaald van https://worldvectorlogo.com/nl/logo/colruyt

WWF. (sd). *Afval*. Opgehaald van wwf: https://wwf.be/nl/maak-het-verschil/verklein-je-ecologische-voetafdruk/afval/

Zaailingen. (sd). *Afval verminderen met de 5 R'en* . Opgehaald van zaailingen: https://www.zaailingen.com/afval-verminderen-met-de-5-ren/

Zespri. (2018). Zespri. *Zespri.* nextel.be. Opgeroepen op mei 2020, van https://nextel.be/client-logo/zespri/

Zespri. (sd). Kiwi | Groen | Rav 8pces. *Kiwi | Groen | Rav 8pces.* Delhaize. Opgeroepen op mei 2020, van https://www.delhaize.be/nl-be/shop/Verse-groenten-en-fruit/Vers-Fruit/Kiwi/Groene-kiwi/Kiwi-Groen-Rav-8pces/p/F2011091600339620000

Zolea. (2015, oktober 13). *SHOP: OHNE GENT* . Opgehaald van https://zolea.be/shop-ohne-gent/