

TITEL CASESTUDY: "BOROUME" SAVING FOOD, SAVING LIVES NON-PROFITORGANISATIE

WEBSITE: [HTTPS://WWW.BOROUME.GR/EN/BOROUME/](https://www.boroume.gr/en/boroume/)

AUTEUR: **STIMULI VOOR SOCIALE VERANDERING**

THEMA: DUURZAAM VOEDSELSYSTEEM, CIRCULAIRE ECONOMIE (ONTWERP, TERUGWINNING EN BEHEER VAN VOEDSELAFVAL)

Beschrijving van de casus:

In de afgelopen jaren is het probleem van extreme voedselverspilling ontstaan, vooral in stedelijke gebieden, wat bijdraagt aan de algemene voedselonzekerheid, aantasting van het milieu en niet-duurzame ontwikkeling. Boroume ("We Can"), een in Athene gevestigde non-profitorganisatie, is opgericht met als hoofddoel voedselverspilling tegen te gaan door voedsel te redden en ondervoeding in Griekenland te bestrijden. De hoeveelheden gered voedsel worden dagelijks bijgehouden, zodat gemakkelijk kan worden berekend hoeveel CO2 wordt bespaard van de uitstoot in de atmosfeer. Sinds 2011 heeft Boroume ongeveer 58.000.000 porties voedsel gered, wat overeenkomt met 85.260.000 aan CO2.

Hun antwoord op voedselverspilling is het ontwerpen en uitvoeren van verschillende programma's, voornamelijk om mensen bewust te maken van voedselverspilling door de actieve vermindering ervan. Daarnaast ontwerpen en bieden ze innovatieve informatieve programma's voor scholen in de hele Griekse periferie. Daarnaast bieden zij "geredde" voedselporties aan kwetsbare groepen in Athene aan. Hun werk kan worden voortgezet dankzij de economische inkomsten van supporters, zoals particuliere ondernemingen en individuele donaties, maar ook door hun betrokkenheid bij door Europa gefinancierde projecten.

De bewustmakingscampagnes en educatieve programma's zijn gericht op iedereen, van het publiek als individu tot instellingen zoals scholen, bedrijven en KMO's, hotels en andere geïnteresseerde belanghebbenden. Terwijl de eindgebruikers voornamelijk kwetsbare groepen zijn, zoals mensen met een lage economische capaciteit, ouderen, vluchtelingen en migranten, en daklozen, onder andere. Het team van Boroume werkt met sterke waarden van empathie, die het via zijn campagnes probeert te cultiveren bij geïnteresseerde doelgroepen.

De volgende factoren vormen belangrijke milieu- en sociale effecten voor :

- Ondersteuning van kwetsbare groepen in Athene (sociaal)
- Het besparen van verspilde voedselporties, wat leidt tot het minimaliseren van de CO2-uitstoot (milieu)
- Educatieve en bewustmakingscampagnes (sociaal)
- Minimalisering en verandering van consumptiepatronen (sociaal en ecologisch)

Vragen die voortvloeien uit de casus / het probleem:

- Wat is de problematische situatie die de SE probeert op te lossen? (probleem)



- Waarom hebben ze besloten het op te lossen? Wat drijft hen? (doel)
- Wat zijn de activiteiten van de SE? Wat doen ze om het op te lossen? Welke andere stappen zou je nemen om het probleem op te lossen? (oplossing)
- Wat is hun doelgroep? Wie zijn hun klanten? Wie zijn hun klanten? (klantsegmenten)
- Hoe zullen de activiteiten van de SE de wereld of de situatie ten goede veranderen? (impact)
- En hoe weten ze dat ze dat bereikt hebben? (kerncijfers)
- Wat doet de SE anders? Wat zien hun klanten als de grootste waarde? (unieke waardepropositie)
- Op welke manieren leveren zij hun producten of diensten (kanalen)
- Wat zijn hun belangrijkste kosten en wat is de belangrijkste bron van hun inkomsten? (inkomsten)

BELANGHEBBENDEN: (1) KWETSBARE GROEPEN, (2) STUDENTEN, (3) PARTICULIERE KLANTEN

ETHISCHE KWESTIES IN VERBAND MET DE CASESTUDY:

ACTIEF BURGERSCHAP & PARTICIPATIE DOOR HET SPAREN EN AANBIEDEN VAN VOEDSEL (POSITIEF)
MINIMALISEREN VAN VOEDSELONZEKERHEID (POSITIEF)

GROENE VAARDIGHEDEN: ENERGIEVAARDIGHEDEN, FINANCIËLE VAARDIGHEDEN, VAARDIGHEDEN OP HET GEBIED VAN AFVALBEHEER, COMMUNICATIEVAARDIGHEDEN

SDGS BEHANDELD: DOEL 2: GEEN HONGER, DOEL 3: GOEDE GEZONDHEID EN WELZIJN, DOEL 11: DUURZAME STEDEN, DOEL 12: VERANTWOORDE CONSUMPTIE EN PRODUCTIE, DOEL 13: KLIMAATACTIE.

CASESTUDY: SOCIALE COÖPERATIE "ELECTRA ENERGY

WEBSITE: [HTTPS://WWW.LINKEDIN.COM/COMPANY/ELECTRA-ENERGY-COOPERATIVE/](https://www.linkedin.com/company/electra-energy-cooperative/)

AUTEUR: **STIMULI VOOR SOCIALE VERANDERING**

THEMA: HERNIEUWBARE ENERGIE

Beschrijving casus:

ELECTRA energy is een gecertificeerde sociale coöperatie, opgericht in 2016 en gevestigd in Athene, Griekenland, en het is lid van REScoop, de Europese federatie van burger-energiecoöperaties. Hun doel is het ondersteunen van de overgang naar een gedecentraliseerd, efficiënt en duurzaam energiesysteem waarbij burgers en lokale gemeenschappen centraal staan.

Het werk van de coöperatie is overheersend in de Griekse, maar ook in de Balkanregio's en biedt baanbrekende oplossingen voor de energiecrisis door middel van onderzoek, bewustwordingscampagnes, capaciteitsopbouw, projectontwikkeling en belangenbehartiging. Een belangrijk onderdeel van hun werk is de deelname aan samenwerkingsinitiatieven, zoals "Energy Democracy Dialogues", "Community Energy Observatory" en het Social & Solidarity Economy Educational Platform "KALOMATHE".

Naast onderzoek en belangenbehartiging, die licht hebben geworpen op de bestaande energiegemeenschappen in Griekenland, en de coördinatie daarvan, treedt ELECTRA energy ook op als adviseur voor energiecoöperaties. Via dit laatste initiatief promoten zij zonnepanelen als belangrijkste energiebron voor de gemeenschappen. Tegelijkertijd is de coöperatie zelf lid van een van de eerste energiegemeenschappen in Griekenland en vervult zij de rol van consument van hun eigen diensten. Momenteel ondersteunt ELECTRA energy, met educatieve workshops en overleg, meer dan 10 burgerinitiatieven, gemeenten en energiegemeenschappen, waaronder de stad Athene.

Het grootste deel van hun inkomsten wordt gedekt door hun deelname aan de verschillende medegefinancierde projecten.

De volgende factoren vormen belangrijke milieu- en sociale effecten voor:

- Ondersteuning van het lokale ecosysteem voor de energietransitie (milieu & sociaal)
- Monitoring en versterking van communautair beleid, regelgeving en strategieën op energiegebied (milieu en sociaal)
- Ondersteuning van samenwerking tussen meerdere belanghebbenden (sociaal)
- Meten van de sociale & milieu-impact van energiegemeenschappen in Griekenland (sociaal & milieu)

Vragen die voortvloeien uit de casus / het probleem:

- Wat is de problematische situatie die de SE probeert op te lossen? (probleem)
- Waarom hebben ze besloten het op te lossen? Wat drijft hen? (doel)
- Wat zijn de activiteiten van de SE? Wat doen ze om het op te lossen? Welke andere stappen zou je nemen om het probleem op te lossen? (oplossing)
- Wat is hun doelgroep? Wie zijn hun klanten? Wie zijn hun klanten? (klantsegmenten)
- Hoe zullen de activiteiten van de SE de wereld of de situatie ten goede veranderen?

(impact)

- En hoe weten ze dat ze dat bereikt hebben? (kerncijfers)
- Wat doet de SE anders? Wat zien hun klanten als de grootste waarde? (unieke waardepropositie)
- Op welke manieren leveren zij hun producten of diensten (kanalen)
- Wat zijn hun belangrijkste kosten en wat is de belangrijkste bron van hun inkomsten? (inkomsten)

BELANGHEBBENDEN: (1) LOKALE OVERHEDEN, (2) LOKALE ONDERNEMINGEN, (3) COÖPERATIES, (4) BURGERS (5) ENERGIEGEMEENSCHAPPEN

ETHISCHE KWESTIES (POSITIEF, NEGATIEF) IN VERBAND MET HET SCENARIO: (1) ONDERSTEUNEN VAN NIEUWE ENERGIEGEMEENSCHAPPEN OP BASIS VAN BESTAANDE EN SUCCESVOLLE VOORBEELDEN (POSITIEF), (2) ONDERSTEUNEN VAN LOKAAL ECONOMISCH ECOSYSTEEM - CIRCULAIRE ECONOMIE DIE ZOWEL MILIEU- ALS ECONOMISCHE KOSTEN MINIMALISEERT (POSITIEF), (3) ONDERSTEUNEN VAN ENERGIETRANSITIE (POSITIEF).

GROENE VAARDIGHEDEN: MANAGEMENTVAARDIGHEDEN, STADSPANNINGSVAARDIGHEDEN ENERGIEVAARDIGHEDEN, FINANCIËLE VAARDIGHEDEN, COMMUNICATIEVAARDIGHEDEN

SDGS BEHANDELD: DOEL 7: BETAALBARE EN SCHONE ENERGIE, DOEL 11: DUURZAME STEDEN & GEMEENSCHAPPEN, , DOEL 13: KLIMAATACTIE

TITEL VAN DE CASESTUDY: ECOOPERATIVA

WEBSITE: [HTTPS://ECOPERATIVA.GR/](https://ecoperativa.gr/)

AUTEUR: **STIMULI VOOR SOCIALE VERANDERING**

THEMA: HERNIEUWBARE ENERGIE, CIRCULAIRE ECONOMIE (PRODUCTIE, CONSUMPTIE)

Beschrijving van de casestudy:

Ecoperativa, een kleine non-profit organisatie, is onlangs opgericht met de bedoeling alternatieve en groene oplossingen te bieden voor de dringende behoefte aan bewustmaking, informatieverzameling en actieve participatie van burgers over en voor milieukwesties die hun dagelijks leven en de stad beïnvloeden. Die behoefte is ontstaan door het ontbreken van een zinvolle strategische planning voor lokale en regionale milieuvraagstukken. Daarom besloten de medeoprichters een organisatie op te richten die de stad Karditsa kan bieden wat nog ontbrak. Het was dus belangrijk om een bewustmakingsstrategie en een netwerk van mensen te creëren om de lokale gemeenschap zoveel mogelijk te beïnvloeden. Het hoofddoel van de organisatie bestaat dus uit het ontwikkelen en verbeteren van milieubewustzijn en actief burgerschap door middel van

milieuactiviteiten en vrijwilligerswerk.

De belangrijkste begunstigen van de programma's van Ecooperativa zijn lokale individuen, scholen en andere lokale belanghebbenden, maar ook de stad zelf. Hun doel is echter zoveel mogelijk mensen te inspireren om deel te nemen aan hun acties en zelf actieve burgers te worden. Met het oog op een constante en nauwe relatie met hun begunstigen proberen de leden van Ecooperativa door middel van communicatie een sterk netwerk op te bouwen. Daarnaast wordt de impact van hun werk vergroot door verschillende niet-formele educatieve programma's, uitgevoerd door gespecialiseerde opvoeders van het team. De belangrijkste onderwerpen voor educatieve doeleinden en vrijwilligerswerk zijn onder meer afvalverwerking en recycling, circulaire economie, exploitatie van natuurlijke hulpbronnen en duurzame ontwikkeling.

Na de uitvoering van de activiteiten maakt Ecooperative gebruik van reflectie- en evaluatie-instrumenten, zoals vragenlijsten, om de tastbare resultaten van hun werk te evalueren.

Tot slot moet worden vermeld dat er vanwege het korte bestaan van de organisatie nog geen duidelijke gegevens zijn over de inkomsten en kosten van Ecooperativas.

De volgende factoren vormen belangrijke milieu- en sociale effecten voor:

- Actief burgerschap (sociaal & milieu)
- Milieubewustzijn opbouwen (sociaal & milieu)

Vragen die voortvloeien uit de casus / het probleem:

- Wat is de problematische situatie die de SE probeert op te lossen? (probleem)
- Waarom hebben ze besloten het op te lossen? Wat drijft hen? (doel)
- Wat zijn de activiteiten van de SE? Wat doen ze om het op te lossen? Welke andere stappen zou je nemen om het probleem op te lossen? (oplossing)
- Wat is hun doelgroep? Wie zijn hun klanten? Wie zijn hun klanten? (klantsegmenten)
- Hoe zullen de activiteiten van de SE de wereld of de situatie ten goede veranderen? (impact)
- En hoe weten ze dat ze dat bereikt hebben? (kerncijfers)
- Wat doet de SE anders? Wat zien hun klanten als de grootste waarde? (unieke waardepropositie)

- Op welke manieren leveren zij hun producten of diensten (kanalen)
- Wat zijn hun belangrijkste kosten en wat is de belangrijkste bron van hun inkomsten? (inkomsten)

BELANGHEBBENDEN: (1) BURGERS, (2) ONDERWIJSGEMEENSCHAPPEN, (3) SCHOLEN

ETHISCHE KWESTIES (POSITIEF, NEGATIEF) IN VERBAND MET HET SCENARIO: (1) ONDERSTEUNING VAN HET LOKALE ECOSYSTEEM, (2) BEWUSTMAKING

GROENE VAARDIGHEDEN: LEIDERSCHAPVAARDIGHEDEN, STADSPANNINGSVAARDIGHEDEN, LANDSCHAPSARCHITECTUURVAARDIGHEDEN, AFVALBEHEERVAARDIGHEDEN, COMMUNICATIEVAARDIGHEDEN

SDGS BEHANDELD: DOEL 4: KWALITEITSONDERWIJS, DOEL 11: DUURZAME STEDEN EN GEMEENSCHAPPEN, EN DOEL 13: KLIMAATACTIE.

TITEL CASESTUDY: SOCIALE COÖPERATIE "BEDREDDIN

WEBSITE: [HTTPS://BEDREDDINKOINSEP.WORDPRESS.COM/](https://bedreddinkoinsep.wordpress.com/)

AUTEUR: **STIMULI VOOR SOCIALE VERANDERING**

THEMA: DUURZAAM VOEDSELSYSTEEM, CIRCULAIRE ECONOMIE (ETHISCHE EN DUURZAME PRODUCTIE & CONSUMPTIE)

Beschrijving van de casestudy:

De sociale coöperatie Bedreddin is de eerste en enige sociale coöperatie voor ethische en duurzame productie en consumptie in de afgelegen regio Evros in Griekenland. In de afgelopen 10 jaar heeft zij geprobeerd alternatieven te creëren voor de huidige, of vroegere productie- en consumptiepatronen en diensten van de lokale gemeenschap. De inspiratie kwam van andere soortgelijke bestaande projecten en coöperaties van de sociale economie, en werd omgezet in een sterke motivatie om de leemte van soortgelijke initiatieven in de regio op te vullen. Zo begon de coöperatie met de formulering van het sociaal café en de kruidenierswinkel, met ondersteuning van lokale kleine producenten en fairtradeproducten in het algemeen. De eerste stap was de werking van het café, gevolgd door verschillende workshops die gratis aan de lokale gemeenschap werden aangeboden, en ook de werking van een gratis filmprojectie, onder andere.

De verschillende producten en diensten van de coöperatie zijn voornamelijk gericht op de lokale bevolking. Enerzijds zijn er de consumenten, die gemotiveerd worden om lokale producten of producten met eerlijke handel en lagere prijzen te consumeren, terwijl ze actief kunnen deelnemen aan diverse workshops en werkgroepen. Anderzijds worden de lokale producenten sterk ondersteund, doordat ze een extra verkooppunt in hun buurt

hebben, waar ze hun producten kunnen verkopen volgens de principes van eerlijke handel. Bijgevolg is het aantal mensen dat het initiatief, het café of de workshops steunt, volgens de leden van de coöperatie het absolute bewijs van succes. En last but not least: de leden van de coöperatie beheren alle voornoemde activiteiten en diensten, wat betekent dat zij zelf ook een doelgroep vormen die profiteert van fatsoenlijke arbeidsomstandigheden en een eerlijke economische vergoeding.

De totale inkomsten van de coöperatie zijn gebaseerd op de producten van het café en de kruidenierswinkel, en daardoor kunnen zij nog steeds vrij hun verschillende workshops en diensten aanbieden.

De volgende factoren vormen belangrijke milieu- en sociale effecten voor...:

- Bevorderen van de circulaire economie (milieu & sociaal)
- Ondersteuning van koolstofarme lokale producten geproduceerd door kleine producenten (milieu & sociaal)
- Uitbanning van het idee van economische winst als het enige en uiteindelijke doel van een bedrijf (sociaal)
- Gratis workshops aanbieden aan de lokale bevolking (sociaal)

Vragen die voortvloeien uit de casus / het probleem:

- Wat is de problematische situatie die de SE probeert op te lossen? (probleem)
- Waarom hebben ze besloten het op te lossen? Wat drijft hen? (doel)
- Wat zijn de activiteiten van de SE? Wat doen ze om het op te lossen? Welke andere stappen zou je nemen om het probleem op te lossen? (oplossing)
- Wat is hun doelgroep? Wie zijn hun klanten? Wie zijn hun klanten? (klantsegmenten)
- Hoe zullen de activiteiten van de SE de wereld of de situatie ten goede veranderen? (impact)
- En hoe weten ze dat ze dat bereikt hebben? (kerncijfers)
- Wat doet de SE anders? Wat zien hun klanten als de grootste waarde? (unieke waardepropositie)
- Op welke manieren leveren zij hun producten of diensten (kanalen)
- Wat zijn hun belangrijkste kosten en wat is de belangrijkste bron van hun inkomsten? (inkomsten)

STAKEHOLDERS: (1) LOCAL POPULATION, (2) LOCAL PRODUCERS, (3) FAIR TRADE PRODUCERS & CONSUMERS (4) STRAY CATS & DOGS OF THE NEIGHBORHOOD

ETHISCHE KWESTIES (POSITIEF, NEGATIEF) IN VERBAND MET HET SCENARIO: (1) EERLIJKE HANDEL (POSITIEF), (2) SOCIALE INTEGRATIE (POSITIEF)

GROENE VAARDIGHEDEN: ONTWERPVAARDIGHEDEN, LEIDERSCHAPVAARDIGHEDEN, MANAGEMENTVAARDIGHEDEN, COMMUNICATIEVAARDIGHEDEN

SDGS BEHANDELD: DOEL 8: FATSOENLIJK WERK EN ECONOMISCHE GROEI, DOEL 12: VERANTWOORDE CONSUMPTIE EN PRODUCTIE.

