



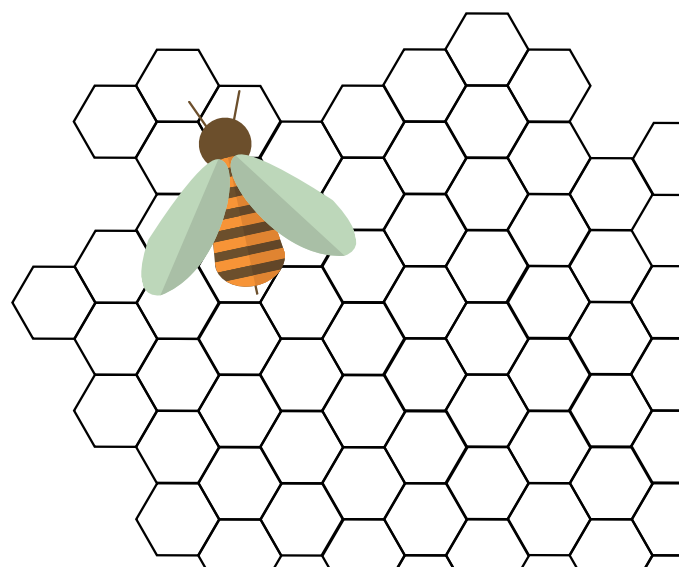
*WORKSHOP*

*BIJENWAS*

*FJILDVERPAKKING*

ELBRICH, GIULIA & KAYLEIGH

COMMUNICATIE 1C




# INLEIDING



Een van de nadelen van de tijd waarin in we nu leven is dat er ontzettend veel verpakking materiaal ontwikkelt is. Een deel van dit verpakking materiaal is overbodig en niet duurzaam. Verschillende groenten en fruit in de supermarkten wordt verpakt met plastic. Mensen gebruiken nog te vaak boterhamzakjes die slechts eenmalig te gebruiken zijn. Dit kan anders, namelijk goedkoper, duurzamer en een verpakkingsmateriaal met een langere houdbaarheidsdatum.

Voor dit probleem hebben wij de opdracht gekregen vanuit stichting Grien in samenwerken met NHL Stenden met de opleiding communicatie om hiervoor een duurzaam vervanging verpakking te ontwikkelen, wat zich uit in een workshop.

Er zijn meerdere dingen ter sprake gekomen, want het is functioneel als het duurzaam, hygiënisch en milieuvriendelijk is. Het was een doel om het vervanging verpakking materiaal (grotendeels) zelf te kunnen maken en een stuk bewustwording bij de consument te vergroten.



Om een goed beeld te krijgen van de gewoontes en het hoeveel plastic boterhamzakjes geconsumeerd worden door de consument is er een enquête ontwikkelt en verstuurd. De uitkomsten van de enquête zijn verderop te lezen in dit rapport.

Er is een Instagrampagina aangemaakt met de naam: Fjildverpakking hier zijn verschillende quotes, foto's, feitjes op het gebied van verpakkingen geplaatst. Dit met als doel om de volger te informeren, voorlichten en de kijker nieuwsgier te maken zodat het aantrekkelijk wordt om de pagina te liken en mee te doen met de workshop.

In het rapport worden zijn o.a. deze onderwerpen beschreven: het onderzoek, de workshop, Instagram en de begroting.

# SAMENVATTING



In deze rapportage is te lezen wat wij als projectgroepje (Elbrich, Giulia en Kayleigh) hebben gedaan voor ons project.

Wij hebben in opdracht van Stichting Grien de opdracht gekregen om ons project te houden over verpakkingen. Wij mogen dus een duurzaam alternatief bedenken voor de plastic verpakkingen. Wat voor duurzaam alternatief dit is geworden is te lezen in de rapportage.

De workshop die wij geven word gehouden via Instagram. De workshop is van te voren opgenomen en wordt op 2 januari geplaatst op IGTV. In deze rapportage is het gehele proces te lezen en te zien. Wij maken duidelijk waarom wij hiervoor hebben gekozen en sluiten af met ons eind resultaat.

# INHOUDSOPGAVE



02

Inleiding

03

Samenvatting

05

Onderzoek

Opdracht, Vooronderzoek, doelgroep, enquête

09

Workshop

Witactie, draaiboek, script

13

Instagram

IGTV, feitjes, hashtags, content kalender

16

Begroting

17

Evaluatie

18

Conclusie



# 1. ONDERZOEK

In dit hoofdstuk beschrijven wij wat de opdracht is waar we mee aan de slag zijn gegaan. Ook is er een stukje te lezen over het vooronderzoek met daarbij de bijpassende persona's en de uitgewerkte enquête.

## 1.1 DE OPDRACHT

Wij hebben in opdracht van stichting Grien een workshop ontwikkelt voor de streekmarkt die zij elk jaar organiseren. Door corona moet deze workshop in een online vorm plaatsvinden. We hebben de opdracht gekregen om een groter bewustzijn te creëren omtrent verpakkingen bij de consument. Hierdoor zijn wij op een duurzaam alternatief gekomen voor plastic verpakkingen.

## 1.2 VOORONDERZOEK

Om tot een goed idee te komen voor de workshop zijn wij begonnen met een brainstorm sessie. Uit deze brainstorm sessie hebben wij de drie beste ideeën gekozen, die het meeste aansloten bij de wensen van de opdrachtgever. Deze drie ideeën hebben wij gepitcht aan de opdrachtgever. Uiteindelijk hebben wij groen licht gekregen voor de het idee met de bijenwas-wrap.

We hebben een aantal doelstellingen opgesteld voor onze workshop.

Dit zijn de doelstellingen:

- Bereik: Wij willen via onze online workshop op instagram TV 20 mensen benaderen, wij willen in januari geheel klaar zijn voor de workshop.
- Impact: Na 3 weken geeft 80% van de deelnemers aan overgestapt te zijn naar bijenwas-wraps in plaats van plastic zakjes.

Via de onderstaande links hebben wij veel informatie kunnen verzamelen, wat de bijenwas-wrap betreft. Wij hebben hier onder anderen uit kunnen halen, wat het proces is om een bijenwas-wrap te maken, hoelang deze houdbaar is en wat de ingrediënten zijn.

<https://www.datmaakjelekkerzelf.nl/food/maak-zelf-een-bijenwasdoek-om-je-eten-in-te-bewaren/>

<http://www.natuurlijksofie.be/2017/04/19/zelf-bijenwasdoeken-maken-hoe-doe-je-dat-2-gratis-doeken/>


## 1.3 DOELGROEP


Onze doelgroep bevindt zich tussen de 18-80 jaar. Het is de Friese consument die het niet erg vindt om wat meer uit te geven aan duurzame producten.



## HELGA SOEPBOER

PRAGMATICUS

 Opgroeid in Leeuwarden woonachtig in Wytgaard

 Afgestudeerd in Communicatie aan de Hanze hogeschool Groningen

 Getrouwd en heeft 2 kinderen

 Werkt bij ING in Leeuwarden als communicatieadviseur

### WIE IS HELGA?

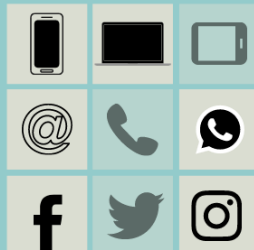
Helga is 38 jaar oud en woont in Wytgaard. Helga werkt bij de ING in Leeuwarden als communicatieadviseur. Helga is niet bezig met duurzaamheid, maar staat open voor een nieuwe levensstijl en is ook bereid om hier iets meer aan uit te geven. Helga heeft veel vrienden in haar omgeving die duurzaam leven. Zelf heeft ze nooit deze stap durven zetten, omdat het haar te moeilijk lijkt. Helga staat open voor een nieuwe levensstijl als het op een makkelijk manier kan. Helga wil graag wat meer informatie/workshops die haar laten zien hoe makkelijk een duurzaam leven kan zijn.

#### DO'S VOOR DE PRAGMATICI

- Uitnodigend
- Levendigheid
- Dynamisch
- Benaderen: Social media


#### WAT WIL HELGA ?


- Overstappen op een duurzame levensstijl op een makkelijke manier
- Makkelijk te realiseren in het gezin
- Meer informatie/workshops die laten zien hoe makkelijk een duurzaam leven kan zijn.




## SANNE DE VRIES

STRUCTUURZOEKER

 Opgroeid Leeuwarden en woonachtig in Leeuwarden in een studio

 Studeert lerares biologie NHL Stenden hogeschool in Leeuwarden.

 Geen relatie en wilt zich focussen op de studie.

 Werkt bij Broodje Bewust sinds 2018

### WIE IS SANNE?

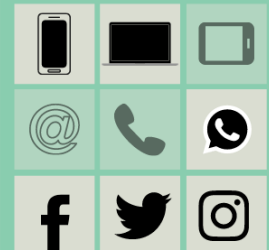
Sanne is 22 jaar oud en woont in Leeuwarden. Sanne studeert lerares biologie aan NHL-Stenden. Sanne woont op haarzelf en is zich sinds kort bezig gaan houden met duurzaamheid. Ze is vegetariër en vindt het belangrijk om zo min mogelijk voedsel te verspillen. Sanne is in haar vrij tijd graag buiten en maakt daar veel content voor op haar social media. Ze wil via social media andere mensen stimuleren om ook duurzamer te gaan leven. Sanne is bereid om meer te willen betalen voor duurzame producten om zo verspilling te voorkomen. Ze heeft weinig vrienden die meegaan in haar duurzame levensstijl.

#### DO'S VOOR DE STRUCTUURZOEKERS

- Noodzaak
- Gericht op vermaak
- Confronteren
- Benaderen: Social media

#### WAT WIL SANNE ?

- Anderen stimuleren om duurzamer te gaan leven
- Meer informatie over duurzame producten
- Workshops over duurzamer leven

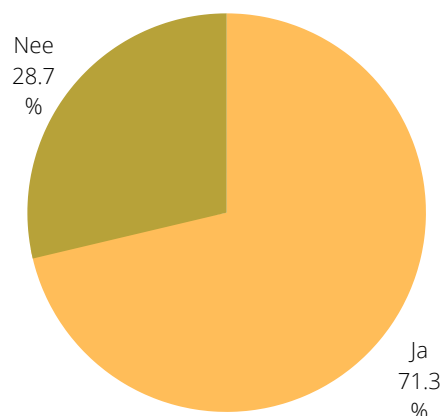




## 1.4 ENQUÊTE

In dit hoofdstuk vind je de uitkomsten van de uitgevoerde enquête en de conclusie hiervan. Wij hebben een korte enquête gemaakt met 6 vragen om meer te weten te komen over het plastic zakjes gebruik

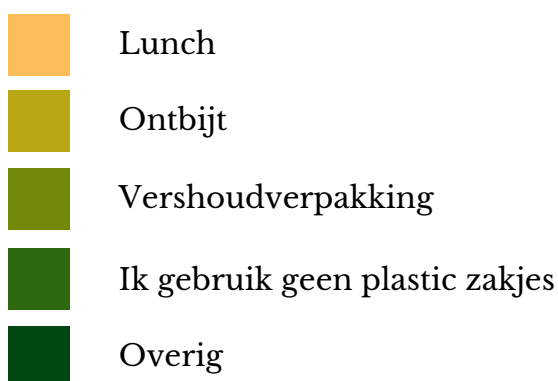
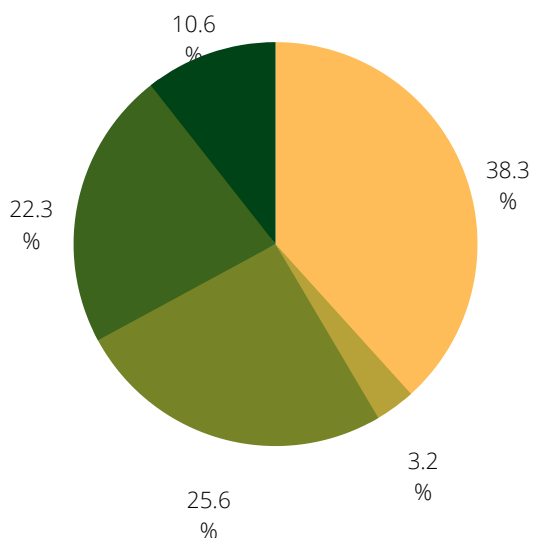
### Gebruik jij plastic boterham zakjes?



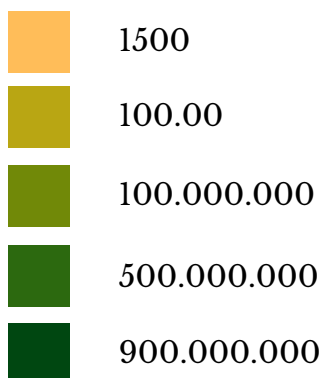
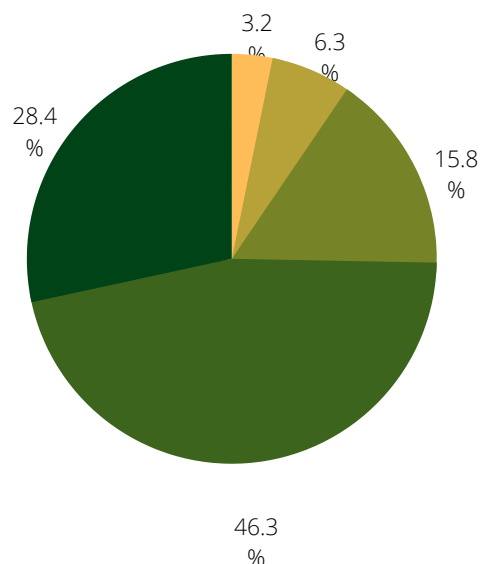
### Zo ja hoeveel per week gebruik je? Zo niet, wat gebruik jij i.p.v. plastic zakjes?

- 2
- Ik gebruik zakjes waar vers brood in heeft gezeten van de bakker
- Broodtrommel
- 15 plastic zakjes per week
- Herbruikbare zakjes
- Niet veel 5 ofzo
- Ik probeer het zo min mogelijk te doen. Misschien zit ik gemiddeld op 2 zakjes per week.

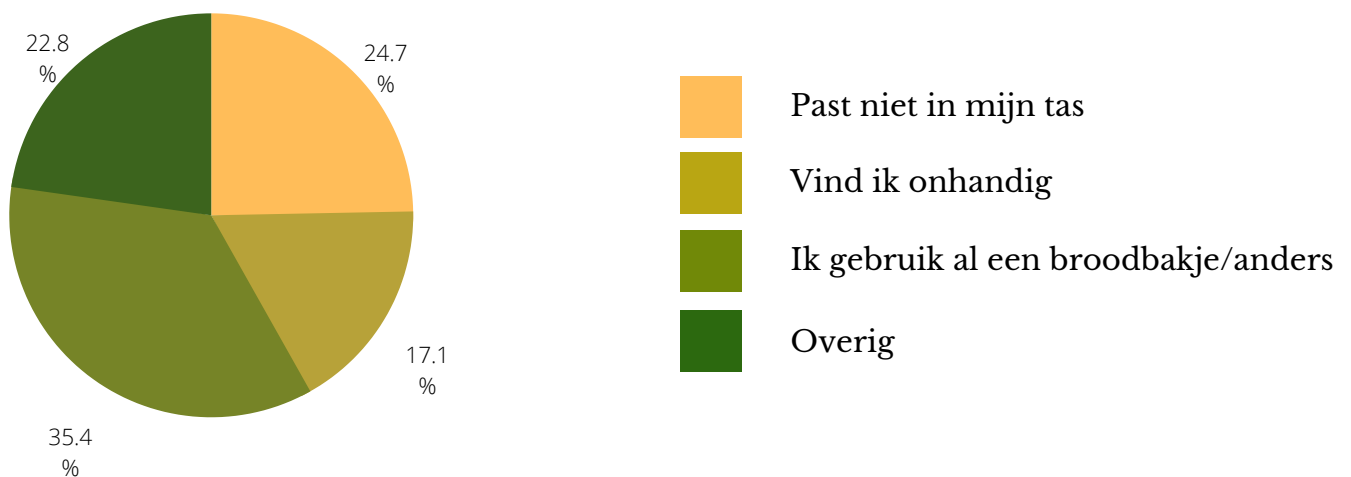
### Waar gebruik jij een plastic zakje voor?



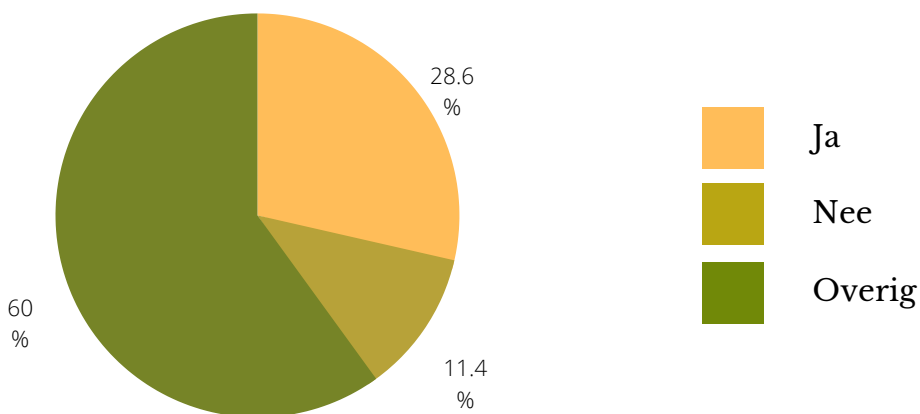
### Hoeveel plastic zakjes denk jij dat Nederlanders per jaar gebruiken?



## Als jij plastic zakjes gebruikt, waarom gebruik jij geen broodbakje?



## Zou jij willen overstappen naar een duurzame optie voor plastic zakjes?



### Conclusie

De enquête heeft vijfennegentig respondenten waar we erg blij mee zijn hierdoor hebben we een goed beeld van het gebruik van plastic (boterham) zakjes van de consument. De zes vragen die zijn gesteld gaan over het gebruik van plastic (boterham) zakjes.

Uit de enquête blijkt dat meer dan 70% nog wel plastic (boterham) zakjes gebruikt. De andere bijna 30% die een vervangingsproduct gebruikt, gebruiken o.a. broodbakjes of folie. Bijna 40% gebruikt zakjes voor de lunch en 20% gebruikt het voor het vers houden van producten. Bijna 50% denkt dat Nederlanders per jaar meer dan 500.000,000 plastic zakjes gebruiken. De grootste reden dat mensen geen broodbakje gebruiken is omdat het teveel ruimte inneemt in de tas. Heel positief is om te lezen dat 80% zou willen overstappen naar een duurzamer vervangingsproduct voor plastic zakjes.







## 2. WORKSHOP

Tijdens de concept presentatie hebben wij groen licht gekregen voor het idee van de bijenwas-wraps. Ons idee voor de workshop luidt als volgt: de taken zijn verdeeld. Elbrich blijft achter de schermen en filmt de workshop. Kayleigh en Giulia zijn de presentatrice's van de workshop. Wij willen de workshop online zetten op IGTV op zondag 3 januari. Op 4 Januari om 17:00 willen we een op een volgende live Q&A houden op Instagram. We willen de workshop beginnen met een promotiefilmpje over happy no waste en stichting Griem. Na dit promotiefilmpje beginnen Kayleigh en Giulia met een welkomstwoord en leggen wij uit dat er ook een winactie is en hoe dit werkt. Dan beginnen wij met het maken van de bijenwas-wraps. Wij starten met het opnoemen van de ingrediënten en waarom dit nu zo'n belangrijk onderwerp is in onze maatschappij. Wij beginnen met het opwarmen van de theedoek en leggen uit waarom dit van belang is. Ondertussen warmen wij de bijenwas en jojoba olie op. De doek wordt uit de oven gehaald en het warme mengsel wordt op de doek gesmeerd. Hierna wordt het weer in de oven gestopt en laten wij afkoelen. In de momenten waar niets in gebeurt willen wij vragen beantwoorden van de kijkers. Na deze vragen en het afkoelen van de doek laten wij zien, waarvoor en hoe de bijenwas-wrap kan worden gebruikt. Wij laten nog een keer weten dat de kijkers mee kunnen doen aan de winactie door hun eigen bijenwas-wrap te maken en hier een foto van te plaatsen op Instagram. Als volgt beantwoorden wij nog de laatste vragen en sluiten wij af met een dankwoord.

### 2.1 WINACTIE

Wat is de winactie en waarom is dit kansrijk? De win actie luidt als volgt. Voor degene die mee zullen doen aan de workshop geldt deze winactie. Aan het einde van de workshop hebben wij laten zien hoe gemakkelijk je je eigen bijenwasdoek kunt maken en wat de voordelen hiervan zijn. Als workshop kijker kun je deelnemen aan de winactie door deze bijenwasdoek zelf ook te gaan maken en een foto maken van het gebruik van de bijenwasdoek. Bij jouw foto van de bijenwasdoek kun je ons vertellen wat je er tot nu toe van vindt en gebruik je de hashtags: #ikstapover #mijnbijenwasdoek #fjildverpakkingworkshop. Zo zien wij gemakkelijk wie er mee doen aan de winactie en kunnen wij een winnaar uitkiezen. De prijzen die zouden kunnen worden uitgereikt.

- 1e prijs: Plastic soup wereld atlas
- 2e prijs: Bijenhotel + bloemenzaadjes
- 3e prijs: Boek, plant pharmacy
- Prijs voor alle deelnemers: Vrijkaartje voor de Kruidhoff (die hebben deelgenomen aan de winactie)

Dit is kansrijk, omdat wij door deze winactie sneller onze doelstelling kunnen behalen. Onze doelstelling luidt: Na 3 weken geeft 80% van de workshop deelnemers aan overgestapt te zijn naar bijenwas-wraps in plaats van plasticzakjes. Doordat er iets te winnen valt zullen er meer mensen naar onze workshop kijken en zullen ook meer mensen daadwerkelijk overstappen naar een bijenwasdoek in plaats van de plasticzakjes.

## 2.2 DRAAIBOEK

Wij hebben de workshop niet live gehouden, maar van tevoren opgenomen. Hiervoor hebben we een kort draaiboek gemaakt omtrent het opnemen, plaatsen en andere zaken om de workshop heen.

Datum	Tijd	Activiteit
17-12-2020	10:00 - 16:00	Workshop opnemen
17-12-2020	16:00 - 17:00	Workshop bewerken
29-12-2020	16:00 - 17:30	Workshop bewerken
30-12-2020	13:00 -14:00	Workshop bewerken
02-01-2021	17:00	Workshop plaatsen
04-01-2021	17:00 – 17:15	Live Q&A
08-01-2021	18:00	Winnaar winactie bekend maken

## 2.3 WORKSHOP SCRIPT

Dit script is een voorbeeld van hoe de workshop ongeveer in zijn gang gaat. De rolverdeling of zinnen kunnen nog worden aangepast tijdens het opnemen van de workshop.

**Giulia:** Welkomstwoord

Goedemiddag allemaal, super leuk dat jullie kijken naar onze bijenwas-wrap workshop. Ik ben Giulia en dit is Kayleigh en wij gaan jullie vandaag een makkelijke en simpele manier laten zien voor een vervanging van een plastic zakje.

Als jullie vragen hebben tijdens de workshop stel ze gerust! Wij proberen ze zoveel mogelijk te beantwoorden.

**Kayleigh:** Win-actie

Aan deze workshop zit ook een superleuke win-actie vast, de win-actie werkt als volgt. Zoals jullie misschien al wel hebben gezien op onze instagram zijn de prijzen: Om deze super leuke prijzen te winnen moeten jullie het volgende doen:

1. Maak een bijenwas-wrap (Tijdens deze workshops of na de tijd)
2. Deel hem via jouw instagram (story of tijdlijn)
3. Tag ons en zet de hashtags erbij die nu in de reacties staan





### Giulia: Ingrediënten

De volgende ingrediënten heb je nodig om zelf een bijenwas-wrap te maken.

- Oude theedoek / ander soort doek
- 15 gram bijenwas
- 10 ml jojoba olie
- Bakplaat waar de doek oppast
- Oven

Hebben jullie deze ingrediënten niet in huis, dan kunnen jullie dit na de workshop kopen bij de Kruidhof ([linkje in bio](#))

### Kayleigh:

Allereerst beginnen we met het afmeten van de bijenwas en jojobaolie. neem 15 gram bijenwas een 10 ml jojoba olie.

### Giulia:

Ik knip nu de theedoek in de vorm van de bakplaat zodat de doek er goed inpast. daarna beginnen we met het opwarmen van de theedoek in de oven. De doek moet warm zijn want anders begint het mengels direct met stollen.

### Kayleigh:

Smelt de bijenwas en jojobaolie samen tot 1 geheel mengsel.

Nu de bijenwas en de jojoba olie zijn samengesmolten en de theedoek warm is kunnen we het mengsel over de theedoek heen strijken.

*(Giulia: Strijkt het erover heen)*

### Giulia:

Gebruik liever te weinig dan teveel.

De was trekt in de doek, als je toch teveel was hebt gebruikt kun je er een andere doek opleggen. Deze absorbeert de overige was. Als je de doe hebt ingesmeerd doe je hem weer terug in de oven. De doek ziet er eerst mat uit, zodra hij glinstert kun je de doek weer uit de oven halen. (Elbrich filmt doek in de oven). Als je hem uit de oven hebt gehaald ga je er nog een keer over heen met het kwastje, je voegt geen extra was toe, maar je versprijd het nu helemaal. Hierna doe je hem weer eventjes terug in de oven.

### Kayleigh:

Als de was opnieuw helemaal is gesmolten en glinstert haal je de bakplaat weer uit de oven en is het belangrijk dat je doek er in 1 ruk aftrekt voordat hij gestold is.

*(Kayleigh trekt de doek eraf)* Check of er geen ophopingen van was opzitten als je doek eraf hebt. Nu laat je doek heel even drogen door hem met beide handen beet te houden.

Nu de doek is afgekoeld is hij klaar voor gebruik.

*(Kayleigh laat zien hoe je doek gebruikt)*

### Giulia:

Deze doek is natuurlijk een supergoed alternatief voor plastic zakjes. De bijenwas-wrap doek kun je 12 maanden gebruiken terwijl je plastic zakjes meestal na 1 keer gebruiken weer weggooit.

### Samen:

Bedankt voor het kijken en we kijken uit naar jullie creaties.

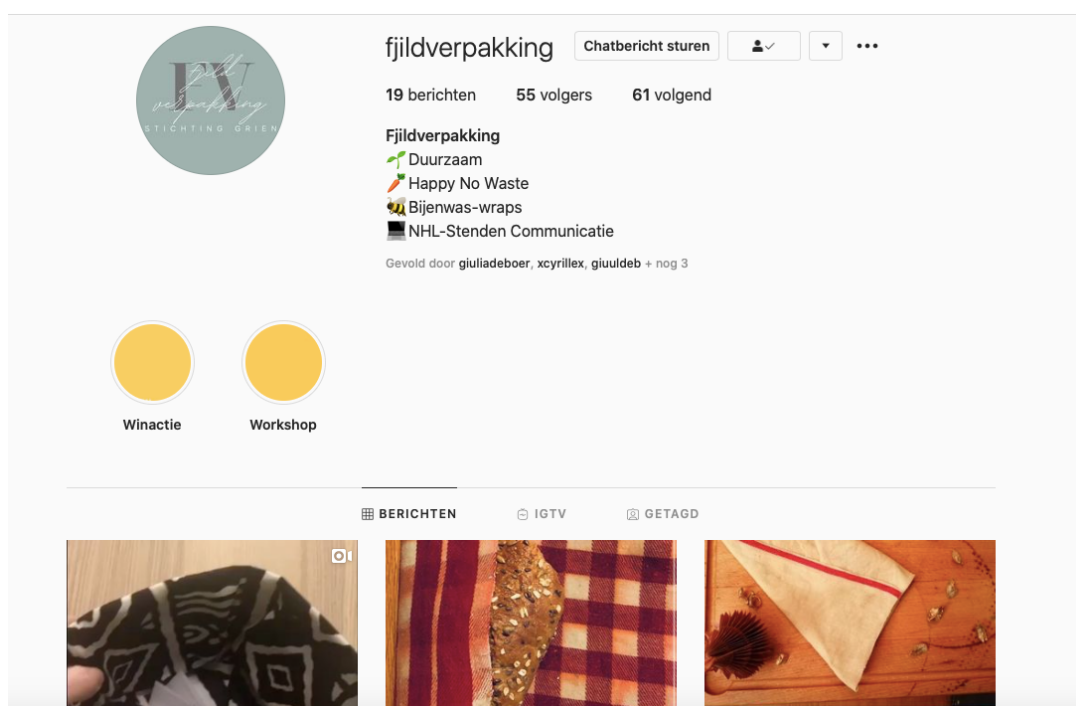
*(Kayleigh verwijst nog 1 keer naar de winactie)*





### 3. INSTAGRAM

Wij willen onze workshop organiseren via een Instagram live. Wij willen hierbij de kijkers de mogelijkheid geven om direct mee te doen met de workshop of om hem later terug te kijken. Op onze Instagram willen wij updates geven over de workshop en willen wij verschillende feitjes gaan delen over duurzaamheid. Onze Instagram willen we in 1 huisstijl houden. We hebben gekozen voor aarde tinten met details in het groen. We willen onze eigen huisstijl aanhouden, maar door de groene details willen we laten verwijzen naar stichting Grien. Ook willen we posts met foto's, feitjes en hints over de workshop afwisselen. Zo hopen we de volgers nieuwsgierig te maken naar de workshop.



#### 3.1 IGTV (INSTAGRAM TV)

Wij willen onze workshop van te voren opnemen en op ons instgram account plaatsen als IGTV. Wij kiezen hiervoor zodat we de workshop helemaal kunnen perfectioneren en het de kijkers zo duidelijk mogelijk kunnen over brengen. Ook kiezen wij hiervoor omdat we de video dan voor een langere tijd op het Instgram account kunnen laten staan en de deelnemers de workshop vaker kunnen bekijken, mochten ze dat willen.

Wij vinden het belangrijk dat iedereen goed genoeg op de hoogte is. Hierom willen wij graag na de workshop live gaan. Zo kunnen wij vragen beantwoorden en onduidelijkheden verhelderen. Wij denken dat dit nodig is, omdat er vaak over een paar dingen heen word gekeken. Zo kunnen wij er voor zorgen dat alles toch op de juiste manier overkomt. Ook kunnen we de winactie die vast hangt aan de workshop nog een keer goed aan bod laen komen.

## 3.2 FEITJES

Op onze Instagram pagina willen we een rubriek maken met verschillende feitjes over duurzaamheid/ plastic boterhamzakjes/ bijenwas/ plasticsoep.

De volgende feitjes willen we delen:

- Per jaar gebruikt de Nederlander 520 plastic boterhamzakjes p,p
- Jaarlijks gaan een miljoen zeevogels, 100.000 zeezoogdieren, zeeschildpadden en een ontelbaar aantal vissen dooddoor plastic afval
- De plasticsoep bestaat uit 1,8 biljoen stukken plastic, De totale omvang is zo'n 1,6 miljoen vierkante kilometer.



## 3.3 HASHTAGS

Onder onze posts willen we gebruik maken van de volgende hashtags:

- #plastic
- #happynowaste
- #fjildverpakking
- #communicatienhstenden
- #plasticsoep
- #stichtinggrien
- #duurzaam
- #plantaardig
- #kruidhof

Met deze hashtags hopen we meerdere en verschillende mensen aan te spreken die zich bezighouden met duurzaamheid en hier meer over willen leren of weten.

Ook willen we bij onze winactie gebruik maken van hashtags. Van de volgende 3 hashtags willen we hier gebruik maken:

- #bijenwaswrap
- #duurzaam
- #happynowaste





## 3.2 CONTENT KALENDER

xVoor onze social media is er een content kalender gecreëerd. Wij hebben besloten om een content kalender te maken, omdat wij de taken hebben verdeeld onder ons projectgroepje. Aangezien Giulia social media zou beheren, was een content kalender voor de rest van de projectleden heel belangrijk. Zo bleef er ook overzicht over andermans taken, waar gemakkelijk feedback op kon worden geleverd.

30	01	02	03	04	05	06
Voorstelronde ontwerpen.	Voorstelronde plaatsen	1 <sup>e</sup> feitje plaatsen + interactie proberen op te wekken.		Feitjes maken		
07 December	08 December	09 December	10 December	11 December	12 December	13 December
Feitjes maken		Feitje plaatsen				
14 December	15 December	16 December	17 December	18 December	19 December	20 December
Bericht plaatsen (Feitje)		Bericht maken (Feitje)		Bericht maken (Feitje)		Bericht maken (Feitje)
21	22	23	24	25	26	27
Bericht plaatsen (tip)		Bericht maken (tip)	Bericht plaatsen (tip)			Bericht maken (tip)
28	29	30	31	01	02	03
	Bericht plaatsen (Feitje)	Bericht maken + onthulling plaatsen	Oud en nieuw goede voornemens bericht maken + plaatsen	Ingrediënten bericht maken	Workshop online Ingrediënten bericht plaatsen.	Bericht maken over <u>g&amp;a</u> + plaatsen
04	05	06	07	08	09	10
Live Q&A			Winnaar uitzoeken	Winnaar bekend maken via story en post.		

## 4. BEGROTING

In overleg met de opdrachtgever hebben wij akkoord gekregen om over het gegeven budget heen te gaan, mits dit kan worden aangetoond doormiddel van een factuur. De facturen zijn bijgevoegd in de mail en gedeclareerd door de opdrachtgever.

### Inkomsten

Budget gekregen van Stichting Grien		€50,-
<b>Totaal:</b>		<b>€50,-</b>

### Uitgaven

<b>Product</b>	<b>Opmerking</b>	<b>Bedrag</b>
Boek plant pharmacy	Donatie	€0,-
Bloemenzaadjes	Donatie	€0,-
Bijenwas	Donatie	€0,-
Jjoba olie		€4,56
Boek Plastic soep	Inclusief verzendkosten	€21,45
Bijenhôtel		€25,19
<b>Totaal:</b>		<b>€51,20</b>







## 5. EVALUATIE

We kijken positief terug op het proces van de workshop. Aan de doelstellingen is te zien dat de workshop een groot succes was. Wij hebben veel positieve reacties gekregen over de workshop waaruit blijkt dat mensen het inspirerend vonden om te kijken.

De volgende doelstelling hebben we behaald:

- Bereik: Wij willen via onze online workshop op instagram TV 20 mensen benaderen, wij willen in januari geheel klaar zijn voor de workshop.

We hebben 704 kijkers gehad voor de workshop. Dit is een veel groter bereik dan dat we in eerste instantie hadden verwacht. Wij zijn ontzettend tevreden met het hoge aantal kijkers.

De communicatie met de verschillende stake holders verliep goed. Wij hebben vaak met Theo kunnen overleggen over de huidige stand van zaken, waardoor hij ook goed op de hoogte was van de workshop. Theo heeft ons veel goede tips gegeven waarmee wij weer verder konden met het uitwerken van onze workshop.

Een kleine tegenslag was dat wij van plan A naar plan B moesten overstappen. Wij wilden de workshop niet meer live geven in verband met te veel risico's die hier aan verbonden zaten. Theo heeft ons laten weten dat het geen probleem was om de workshop van te voren op te nemen en dat wij mochten doen waar wij ons fijn bij voelden. Zo was deze kleine tegenslag dus ook snel weer verholpen.

De samenwerking verliep soepel, wij hebben elkaar op deze vlakken feedback gegeven die iedereen graag mee neemt naar het volgende project.

## 6. CONCLUSIE

Tijdens deze workshop hebben wij een duurzaam alternatief gezocht om een groter bewustzijn te creëren omtrent verpakkingen bij de consument. We zijn doormiddel van brainstormen op een alternatief gekomen voor plastic boterham zakjes.

In onze workshop laten we zien hoe je een bijenwas-wrap maakt. Doormiddel van de gestelde doelstellingen hebben wij kunnen concluderen dat: er veel geïnteresseerde zijn in een duurzaam alternatief voor plastic zakjes.

In ons rapportage hebben wij doelstellingen gebruikt. Later hebben wij een coach meeting gehad met Janet, waaruit is gebleken dat wij onze doelstelling redelijk laag hebben ingeschat. Janet liet ons weten dat het woord benaderen betekend dat wij iets gaan/willen doen. Wij mochten van Janet hier het woord bereik neerzetten, omdat dat beter past. Onze doelstelling hadden wij uiteindelijk anders kunnen formuleren, omdat wij een groter bereik hebben behaald dan wij in eerste instantie dachten. Hierdoor viel de huidige doelstelling in het niets.

