“De bijen helpen ons, dus wij moeten de bijen ook helpen!”

Raad van Kinderen Jaarverslag Lidl Nederland

Samenwerking van De Flevoschool, Missing Chapter Foundation en Lidl Nederland.

Mei 2018

Kinderen betrekken bij besluitvorming. Heel normaal toch?

Kinderen helpen bestaande denkpatronen te doorbreken. Ze denken vrij, praktisch en creatief en zien verrassende verbanden. Ze leggen inconsistenties bloot en ontmantelen onnodige ingewikkeldheden. Ze laten ons keer op keer ervaren hoe belangrijk het is om in openheid en veilige setting in dialoog te gaan met stakeholders. Jonge mensen hebben ook het recht om mee te denken over onderwerpen die ook hen aangaan, zoals staat aangegeven in de Internationale Conventie van het recht van het kind. Alle 17 VN Werelddoelen (de Sustainable Development Goals) zijn daarom juist voor hen relevant. Want zij leven langer met de consequenties van onze beslissingen vandaag.

Het is dus niet voor niets dat zo'n 80 organisaties in het Koninkrijk der Nederlanden inmiddels een Raad van Kinderen hebben. De community van leiders en organisaties die de samenwerking met de Raad van Kinderen willen bestendigen groeit. Ook wijzelf brengen kind-inclusie natuurlijk elke dag in praktijk. Door toe te durven geven dat kinderen óns wakker schudden. Door open te staan voor het onverwachte. Door echt te luisteren, juist als we denken het antwoord al te weten.

Onze droom is dat kind-inclusie de normaalste zaak van de wereld wordt en dat de het betrekken van jonge mensen bij besluitvorming niet langer vrijblijvendheid is. De Raad van Kinderen laat zien dat het kan en hoeveel het iedereen oplevert. Maar eerlijk is eerlijk: you have to see it to really believe it. Daarom maken we de magie van iedere Raad van Kinderen zichtbaar, delen kinderen en bestuurders hun ervaringen, uitkomsten en inzichten. Kinderen en besluitvormers als gelijkwaardige gesprekspartners: stapje voor stapje wordt het steeds iets normaler. Is bijzonder, maar als je goed leest eigenlijk de normaalste zaak van de wereld.

Namens de Missing Chapter Foundation,

Laurentien van Oranje
Oprichter

Marloes van der Have
Algemeen Directeur

Soler Berk
Directeur Innovatie & Strategie

Voorwoord algemeen directeur

‘We zijn bij Lidl al een tijd met duurzaamheid bezig en de bij hoort daar helemaal bij. Bijen zijn namelijk heel belangrijk. Bestuiving door bijen is voor bijna 80% van ons groente en fruit nodig. Maar wat veel mensen nog niet weten, is dat het helemaal niet goed gaat met de bij. Zonder bij geen appel, peer, aardbei, tomaat en pompoen!

Lidl is al zes keer uitgeroepen tot beste supermarkt in groente en fruit. Hier zijn we elke dag harstikke hard voor aan het werk. En niet alleen wij, ook de bij werkt daar hard voor! Dus willen wij de bij helpen en hebben we onze Raad van Kinderen gevraagd mee te denken met het volgende dilemma: Hoe kan Lidl de bij helpen?

Ook dit jaar heeft de dialoogsessie mij weer ontzettend positief verrast. De praktische toepasbaarheid van de ideeën is ontzettend groot! Ik heb met een enorme glimlach mee zitten schrijven. Met de meeste dingen kunnen we echt snel iets doen. Mijn complimenten aan de kinderen.

Ik ga de plannen ook delen met mijn collega’s in Duitsland. Die waren erg nieuwsgierig naar de ideeën van de kinderen. Het zou echt mooi zijn als we uiteindelijk ook Europees een verschil kunnen maken voor de bij!’

Marcel Oosterwijk,
Algemeen Directeur Lidl Nederland

Het dilemma en onderzoek:

Korte introductie dilemma:
Lidl komt dit jaar in actie voor de bij! Wist je dat dit hard nodig is? Het gaat niet goed met de bij, en dat terwijl 80% van ons groente en fruit afhankelijk is van bestuiving door onder andere bijen. Zonder bij geen appel, peer, aardbei, tomaat en pompoen! Dus zetten we ons in voor de bij. Dit doen we samen met een groep vaste leverancier, rondom onze eigen winkels, samen met onze klanten, én natuurlijk samen met onze Raad van Kinderen! Dus vroegen we onze Raad: Hoe kan Lidl de bij helpen?

Met ruim 400 filialen verspreid over Nederland staat Lidl midden in de maatschappij. We staan dagelijks in contact met onze klanten, de buurt, en de wereld om ons heen. Het is dan ook onze ambitie om waarde toe te voegen aan het dagelijks leven van deze mensen door ons in te zetten voor een gezonde en duurzame buurt. Als beste supermarkt in groente en fruit is de bij van groot belang voor ons, nu én in de toekomst!

Renée en Susan van Lidl vertellen:
"Om de Raad op weg te helpen met het dilemma hebben we twee excursies voor de klas georganiseerd. Eerst zijn de kinderen bij ons in het filiaal in Huizen op bezoek geweest. Supermarktmanager Jack heeft hen daar een rondleiding gegeven. Daarna kreeg de Raad een mini-college van een échte bijenexpert. Een maand later zijn de kinderen bij één van onze tomatentelers langs geweest. Hier zagen zij hoe bijen en hommels door de kas vliegen en helpen bij het maken van tomaten voor Lidl. Zo was de klas goed voorbereid voor de dialoogsessie bij ons op het hoofdkantoor!"

Juf Marianne vertelt:

Hoe was het om met de klas mee te doen aan de Raad van Kinderen?
'Het was erg leuk om mee te doen aan dit traject. We moesten allemaal even wennen aan het dilemma in het begin. Want wat heeft een bij nou met de Lidl te maken? We zijn in een filiaal op bezoek geweest en bij een tomatenteler. Toen de kinderen eenmaal doorhadden hoe belangrijk bijen zijn voor ons allemaal, ging het allemaal eigenlijk heel goed.'

Vind je dit een fijne manier van werken en leren?
'Zeker! Door mee te doen aan de Raad van Kinderen geef je op een heel leuke en andere manier les. Kinderen zitten altijd vol ideeën. Die kunnen ze in de normale lesstof niet altijd kwijt. Maar in dit traject kregen ze echt alle vrijheid om daarmee aan de slag te gaan. Dat was geweldig!'

Wat hebben de kinderen de afgelopen maanden geleerd?
'De kinderen hebben ontzettend veel geleerd. Omdat je bij zo'n traject van te voren geen kant-en-klare handleiding krijgt, moesten de kinderen echt alles zelf uitzoeken. Daar zijn ze veel wijzer van geworden. Ze moesten alles zelf oplossen. Ze leerden niet te snel tevreden te zijn en goed samen te werken. Bovendien hebben ze ontdekt dat je soms even moet doorzetten en niet meteen moet opgeven bij de eerste tegenslag. Dat is heel waardevol.'

De Raad van Kinderen vertelt:

Lucas (12) - 'Het leuke aan de Raad van Kinderen is dat je álles zelf moet regelen. We kregen die vraag van Lidl en toen moesten we er gewoon mee aan de slag gaan. Daar heb ik echt veel van geleerd. Veel meer dan als je iets in een boek leest ofzo. De vraag was lastig. Eerst dachten we: 'dan deel je toch gewoon wat bloemenzaadjes uit?' Maar de bij redden is wel wat ingewikkelder dan dat!'

Philippine (11) - 'Ik vond het best spannend om onze ideeën te presenteren. Maar de mensen van Lidl reageerden heel positief. Het is echt bijzonder om als kind advies te geven aan grote mensen. Ik bedoel: we werken nog niet eens! Ze luisterden allemaal heel goed naar ons. Ik denk dat ze echt een paar van onze plannen gaan uitvoeren.'

Teun (11) - 'Ik vond het heel bijzonder om hieraan mee te doen. De hulpvraag vond ik echt interessant. Vroeger was ik bang voor bijen. Maar als je weet wat voor hulp ze leveren voor onze maatschappij, denk je wel anders. Ik wist ook helemaal niet dat het zo slecht met ze ging. De bijen helpen ons, dus wij moeten de bijen ook helpen!'

22 januari 2018
Presentatie Dilemma
"Hoe kan Lidl de bij helpen?

15 februari 2018
Rondleiding filiaal

15 februari 2018
Mini-College Bijenexpert

15 maart 2018
Excursie Tomatenteler

26 maart 2018
Dialoogsessie

De dialoogsessie:

Het harde werk van de Raad van Kinderen werd afgesloten met een dialoogsessie. Hier presenteerden de kinderen hun adviezen aan directie bij Lidl: Marcel Oosterwijk (Algemeen Directeur), Bert Ruijs (Verkoop Directeur), Sophie Geerts (HR Directeur), Peter de Roos (Inkoop Directeur), Harm van Oorschot (Directeur Centrale Diensten) en Erwin Bziuk (Financieel Directeur).

De ideeën van de Raad vielen in goede smaak, en alle volwassene waren flink onder de indruk!

Wat voor ideeën hadden de kinderen? Doordat veel kinderen nog niet zoveel wisten over de bij, voordat ze hieraan begonnen, zijn veel tips gericht op meer communicatie! Lidl bereikt elke dag veel klanten en als we goed uitleggen hoe belangrijk de bij is voor ons groente en fruit, dan willen mensen vast meer voor de bij doen! Daarnaast heeft Lidl overal in Nederland winkels en ook voor deze filialen heeft de Raad ideeën voor de bij.

TOP TIPS VAN DE RAAD:

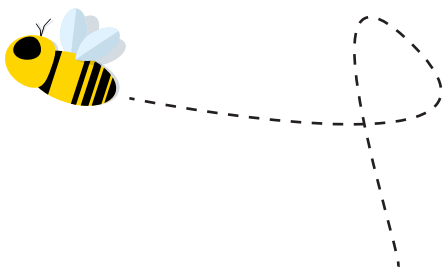
- Stickers + QR-code op producten gemaakt door bijen!
- Opvallende bordjes in de winkel bij producten gemaakt door bijen.
- Plakboek met bijenplaatjes, inclusief tips en weetjes over de bij. Klanten kunnen sparen voor gratis zaadjes of bloembollen.
- Een app voor kinderen én voor volwassene over de bij, inclusief bijenkarakters en in de hoofdrol ‘Lidl’tje de bij’.
- Lespakketten voor scholen.
- Bijenspandoeken in de Lidl-winkels.
- Gratis bijenfolder bij de kassa, met tips over bijen, bloemen en planten, om zelf de bij te kunnen helpen.
- Organiseer de ‘Week van de Bij’ en verkoop in die week bijenhotels en bloemen voor de bij.
- Reclame voor de bij met een liedje dat lekker blijft hangen!
- Bijenkasten op terreinen en bloemen die goed zijn voor de bij.
- Maak ‘Bee Walls’ met bloemen en planten die de bij lekker vindt.

Erick (12):
‘Bijen zijn mooie dieren en ze zien er grappig uit. Ze zijn heel belangrijk. Anders hadden we heel veel eten niet. Maar veel mensen vinden ze een beetje irritant. Je moet dus eerst uitleggen waarom ze zo belangrijk zijn en dan pas actie ondernemen!”

Zing je mee voor de bij?

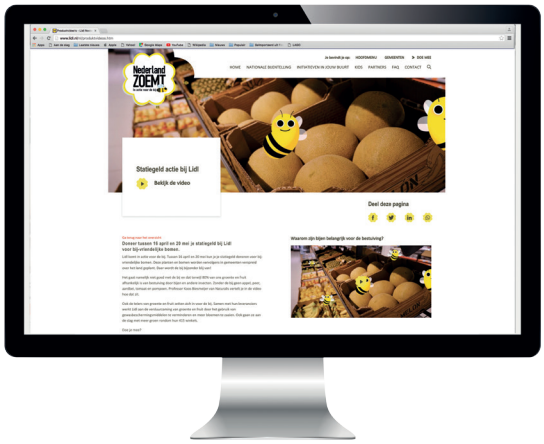
‘Heb je even voor de bij,
maak wat tijd voor hem vrij.
Een klein uurtje van de dag
denk je even aan de bij
Dan maak je de Lidl weer blij’.

Teun (11):
Als een liedje een leuk deuntje heeft, blijft het vanzelf hangen. Dan denken mensen misschien: ‘Oh het gaat helemaal niet goed met de bij, we moeten daar iets aan doen!’

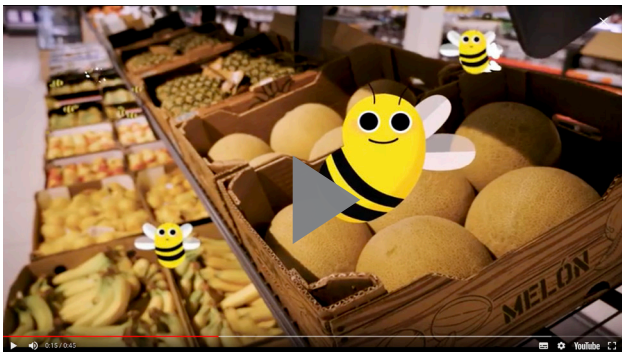


Lidl voor de bij

Ook dit jaar zijn we weer ontzettend verrast en geïnspireerd door de vele ideeën van onze Raad. Lidl is aangesloten bij de campagne Nederland Zoemt van Natuur & Milieu, Naturalis, IVN, en LandschappenNL. Deze campagne is erop gericht om de bewustwording rondom bijen te vergroten. De ideeën van de kinderen sluiten hier ontzettend goed op aan en hebben we gelijk meegenomen:



1 Het idee om 'bijenkarakters' te gebruiken hebben we gelijk toegepast in de animatievideo die we in samenwerking met Nederland Zoemt hebben gemaakt. In deze video legt professor Koos Biesmeijer van Naturalis ons samen met geanimeerde bijtjes uit hoe belangrijk de bij wel niet is voor ons groente en fruit! Bekijk de video hieronder:



2 De Raad gaf ons het idee om folders met tips over de bij mee te geven. We hebben in het filiaal als onderdeel van de Nederland Zoemt campagne de volgende flyer gedeeld. Op de flyer verwijzen we klanten door naar onze website, waar we tips hebben gedeeld om zelf aan de slag te gaan voor de bij. Bijvoorbeeld met een uitleg om zelf een bijenhotel te maken, en welke planten de bij lekker vindt. Ook roepen we in onze winkels klanten op om hun statiegeld te doneren voor de bij, daar planten we bij-vriendelijke bomen en planten van!

3 Ook het idee voor een BeeWall sloeg aan! Harm van Oorschot (Directeur Centrale Diensten) vertelt: 'Ik had nog nooit gehoord van de BeeWall. Het is een heel leuk idee. We gaan zeker kijken of we daar iets mee kunnen. We hebben veel winkels en veel distributiecentra met ruimte eromheen. Tot nu toe hebben we daar niks mee gedaan voor bijen. Hier liggen dus kansen!' Om onze winkels bij-vriendelijk te maken zijn we samen met onze hovenier aan de slag gegaan. We zijn een plan aan het opstellen hoe we rondom onze filialen een omgeving kunnen creëren waar de bijen blij van worden. Een eerste winkel waar dit al te zien zal zijn is onze nieuwe winkel in Huizen die nu wordt gebouwd!

Hoe vond de Raad van Kinderen om mee te denken met Lidl?

Onze raad heeft samen met de Missing Chapter Foundation nagepraat hoe zij het traject vonden. Wat ging er goed? Wat kan Lidl nog beter doen? De kinderen vertellen dat ze er ontzettend veel van geleerd hebben, met name hoe je zelf onderzoek moet doen en hoe je goed samen kan werken.
Ook tijdens de excursies heeft de Raad veel geleerd. Bij de tomatenkweker waren de kinderen onder de indruk van de manier van werken in de kassen (bijvoorbeeld door middel van hoogwerkers, robotkarretjes en medewerkers die per kas een bepaalde kleur T-shirts dragen), dat er zoveel verschillende soorten tomaten bestaan en dat er sprake is van natuurlijke bestrijding. Ook de excursie in het filiaal heeft indruk gemaakt: “Voor ons lijkt Lidl alleen een winkel, maar er zit zo veel meer omheen. Ik heb heel veel geleerd, want Lidl heeft echt veel uitgelegd over Lidl en over de bij”, vertelt Mark (12).

De dialoogsessie vond de Raad een spannend moment. Pim (11) vertelt: “Als je iemand met een microfoon ziet, dan ziet het er heel makkelijk uit. Als je het zelf moet doen, dan is het best moeilijk en wordt het opeens ‘echt’”. Philippine (11) vult daar op aan: “Ze luisteren goed en ze denken er goed over na. Ze denken goed met je mee”.

En wat vond de Raad soms moeilijk?

“Lidl heeft al zoveel gedaan dat het soms moeilijk is om een nieuw idee te verzinnen”, vertelt Philippine (11). De kinderen vergelijken het met films die een beetje verschillen maar toch op elkaar lijken: dat geldt ook voor dit soort initiatieven. Je moet dan goed opletten dat je iets niet teveel kopieert van een ander!

Milo (11):
“Ik wist nog niet zoveel van de bij, ik vond ze irritant, maar door het onderzoek realiseerde ik me: wow, als de bij dood is, dan hebben wij geen eten meer”.

Bedankt!

Ook dit jaar hebben we weer met veel plezier samengewerkt met onze Raad van Kinderen van de Flevoschool in Huizen. We bedanken alle kinderen van de Raad voor hun leuke en inspirerende ideeën. Ook bedanken we juf Marianne en Inèz voor weer een hele fijne samenwerking. En natuurlijk de Missing Chapter Foundation voor hun ondersteuning van het gehele proces.
We kijken uit naar volgend jaar!

Raad van Kinderen Jaarverslag Lidl Nederland
Met dank aan onze Raad van Kinderen Flevoschool Huizen.

Meepraten? #Lidl #Lidlduurzaam