

Beleidsplan Stichting Energy Challenges 2024-2025

Afgelopen jaren heeft de stichting het financieel lastig gehad. Na corona waarbij scholen lang gesloten waren en de campagnes geen doorgang konden vinden en daarna de energiecrisis waarbij de urgentie van onze campagnes toenam bleef de financiële en personele inzet een probleem.

Per campagne moet een financieel gat gedicht worden, de school immers betaald maar een fractie van de kosten van de campagne. Hoe meer scholen deelnemen hoe groter de financiële uitdaging om aanvullende middelen te vinden.

In 2023-2024 is daarom een nieuw businessmodel ontwikkeld, de Energy Challenges BOX. (ECBox) De digitale variant. De campagnes zijn hetzelfde, de doelstellingen en de resultaten zijn hetzelfde. Het enige wat niet hetzelfde is, is dat er door SEC geen personele inzet meer is.

We hebben een digitale stap-voor-stap handleiding voor docenten en leerlingen ontwikkeld en houden digitale spreekuren voor docenten en leerlingen.

Om deze digitale campagne verder te professionaliseren en in de markt te zetten hebben we een donatie ontvangen voor de komende 3 jaar.

Komende jaren zullen we stap voor stap de ECBox verder door ontwikkelen en professionaliseren. De target voor het aantal deelnemende klassen (verkoop ECBox'en) ligt op 100 voor schooljaar 2024-2025.

Daarnaast zijn alle EU-projecten afgerond, zullen we de verantwoording daarvoor oppakken en een Erasmus+ project schrijven voor maart 2025: Tasting Europe. Een Interreg NWE project met als titel RYF! Reduce Your Footprint. Energy Challenges campagnes om CO2 te besparen door slimmer te eten en te koken wat daarna geïntegreerd kan worden in de ECBox.

Met provincies en gemeenten waar we nog geen overeenkomsten hebben zullen we trachten overeenkomsten sluiten voor een of meerdere jaren om ECBox'en te doneren aan scholen in hun gebied. De overeenkomst met de Provincie Flevoland voor 10 fysieke campagnes in dit schooljaar zullen we uitvoeren.

De organisatie heeft de afgelopen jaren onder druk gestaan. Voor komend jaar is het zaak dat alles in wat rustiger vaarwater komt. Interne processen zullen op de nieuwe campagnes afgestemd moeten worden. Werving van scholen, provincies, gemeenten en sponsors zal op een andere manier vormgegeven moeten worden. Dat zijn de interne aandachtspunten voor dit jaar.