



## PROJECTGEGEVENS

Dossiernummer: 2017-191  
 Looptijd: 11/2017 tot 12/2019  
 Subsidiebedrag: € 6.800

### Een project van:

Atopia vzw

### Samen met:

De Geschoren Aap, Bootsman

[naar de databank >](#)

# Bold Branders

Storytelling als laagdrempelige manier om circulair gedachtegoed te verspreiden

## HET PROJECT IN HET KORT

Het begrip **circulaire economie** is vandaag alom aanwezig. **Bedrijven** zien al de voordelen en noodzaak in van een **transitie van een lineaire naar circulaire maatschappij**. Maar zijn de consumenten ook mee met de filosofie van circulaire economie? Belemmert de academische terminologie rond het circulaire gedachtegoed het bereiken van een **breder publiek** niet en wordt een belangrijke speler, de (jonge) burger, niet **buitenspel** gezet?

Bold Branders, een project van Atopia vzw, onderzoekt de mogelijkheden van **storytelling** als **laagdrempelige en plezierige manier** om te communiceren over circulariteit. We geloven dat in dit tijdperk, waarin vooral jongeren oververzadigd worden met informatie via sociale netwerken, we moeten teruggrijpen naar een van de sterkste en oudste communicatiemiddelen: **verhalen**.

Daarnaast willen op dezelfde manier de mensen (opnieuw) **waarde** laten hechten aan de voorwerpen die ze bezitten. We willen consumenten en burgers meer **bewust** maken van hun interactie met voorwerpen en materialen en wat de invloed daarvan is op hun dagelijks leven en omgeving. Dat willen we bereiken door voorwerpen en materialen als het ware

een **'paspoort'** te geven. Dat doen we zowel **fictief**, waarbij een meubelstuk bijvoorbeeld een personage wordt, als **non-fictief**, waarbij het paspoort de afgelegde weg en gebruikte grondstoffen duidelijk en transparant weergeeft.

Aanvankelijk hadden we ons project gecentraliseerd rond het oogsten van **verhalen** bij partners (door jongeren), en die te visualiseren, en rond het opstellen van **materiaalpaspoorten**. Later maakten we een **koerswijziging** en kozen we om als concreet uitgangspunt een **roman** te schrijven over circulaire economie, met bijhorende boekenborrel en een panel rond communicatie en circulaire economie.



Boeklancering 'Als meubels konden praten'

## BELANGRIJKSTE RESULTATEN

**1**

Bold Branders is een project van **vrijwilligers**. We hebben in eerste instantie **verhalen** verspreid via **social media**. De hashtag **#Furnistories** ontstond. We vertelden verhalen over meubels, waarbij we inzetten op een andere relatie met meubelstukken. Er ontstond een **facebookpagina** met veel tractie en een **website**.

**2**

We waren aanwezig op tal van **evenementen** om mensen kennis te laten maken met circulaire economie, zoals op de Antwerp Fashion Exchange, de Inspiratiedag slim en duurzaam leven in Kortrijk, de River Clean Up in Leuven ...

**3**

We brachten een **roman** uit, "Als meubels konden spreken", een verhaal vol emotie en passie, doordrenkt met circulaire ideeën. Het legt op een toegankelijke en motiverende manier de principes van **duurzaamheid** en **circulariteit** uit en ook onze ideeën rond **materiaalpaspoorten** zitten erin verwerkt.

## KERNCIJFERS

**180**

geprinte boeken in omloop

**16.000**

views van de promovideo

**5**blogberichten voor MO\*  
Magazine**345**

Facebookvolgers

## BELANGRIJKSTE GELEERDE LESSEN

**1**

Bold Branders heeft ondernemende jongeren **middelen, ervaring en een netwerk** gegeven om te gaan **experimenteren** met **storytelling** rond circulaire economie. De focus lag op iedereen 'zijn ei' te laten vinden en ondersteuning te bieden. Het was voor velen een kans om een nieuwe passie te ontdekken en uit te proberen.

**2**

Via de verschillende socialmediakanalen en het boek hebben we al onze eigen leerlessen verwerkt en hopen we **nieuwe projecten te inspireren**. We creëerden vooral materiaal voor **educatie** en **maatschappelijk debat**, zodat steeds meer mensen zich kunnen informeren over de circulaire economie.

**3**

Doordat er **veel verschillende mensen** meewerkten en de vrijwilligers naast het project nog een job, opleiding, hobby's ... hadden, was het soms **moeilijk om een duidelijk doel** voor ogen te houden en stappen vooruit te zetten. Het project was gedurende twee jaar een echt **leertraject**, met ups en downs en koerswijzigingen.

**4**

De vrijwilligers hebben vooral ontzettend veel **bijgeleerd** gedurende het hele traject. Naast de uitgebreide kennismaking met de Vlaamse circulaire markt, hebben ze hun praktische vaardigheden verbeterd, leren organiseren en hun netwerk uitgebreid. Het project was ook een echte creatieve uitlaatklep.

## WAT BRENGT DE TOEKOMST?

Na dit tweejarig project zitten we nog op onze honger. Allereerst willen we verder met het boek: **promotie** voeren en steeds meer mensen laten kennismaken met circulaire economie. Zo gaan we in samenwerking met de MAAKbar Leuven een **boekvoorstelling** houden en een **'bosbad'** organiseren. Maar we willen nog tal van andere interessante circulaire paden bewandelen. Daarom gaan we onze **eigen vzw oprichten** om de activiteiten van Bold Branders te kunnen verderzetten. Ook hebben twee vrijwilligers een abstract ingediend om over Bold Branders een presentatie te geven tijdens het **4th Annual Sustainable Consumption Research & Action Initiative Conference** in Stockholm. Bovendien willen we graag deelnemen aan het **International Conference of Ecolinguistics** in Liverpool, waarin storytelling als een middel om te activeren, ook aan bod komt.