

Aan de hand van de concepting and storytelling workshop van Evert heb ik onderzocht welk model het beste past om de gedachte achter mijn campagne te verduidelijken en te presenteren. Uiteindelijk heb ik gekozen voor “The story spine” van Kenn Adams. Met dit model kan ik het probleem van de opdrachtgever op een gestructureerde manier koppelen aan de aanleiding van de campagne.

Er waren eens basisscholen die overspoeld werden met activiteiten van buitenaf om als school of klas te organiseren.

Elke dag overlegden de leraren in de lerarenkamer welke activiteiten ze dat jaar konden organiseren.

Tot op een dag er een voorstel kwam om deel te nemen aan een duurzame week, waarbij leerlingen meer kennis konden opdoen over de natuur.

Daardoor konden de docenten gezamenlijk een thematische week organiseren die niet alleen educatief was, maar ook buitenactiviteiten omvatte.

Daardoor vulde de school de kalender met een waardevolle combinatie van leren en doen.

Totdat uiteindelijk een e-mail van de Boomfeestdag binnenkwam, een fenomeen dat sommigen zich nog herinnerden van vroeger, terwijl anderen er nooit van hadden gehoord. En ze zagen dat de Boomfeestdag gekoppeld aan een informatieve week met gratis lesmateriaal en een klassenuitje als prijs.

En vanaf die dag konden scholen zich eenvoudig aanmelden via een link in de e-mail of een QR-code op de post brief. De scholen doen nu elk jaar enthousiast mee met de Green Week en planten als afsluiting ieder jaar een boom met hun klas.