

## BESZÁMOLÓ

**Téma: „Balatonról, jövőről 2022/23” klíma- és környezetvédelmi verseny a Balaton Kiemelt Térség középiskolái számára**

**Iskola/osztály/csoport név: Marcali Berzsenyi Dániel Gimnázium / 10.A / Értékmentők**

**Választott témakör: Greenwashing**

**Beszámolási időszak: 2023. február 07. – 2023. március 3.**

**A beszámolót készítő neve: Értékmentők csapat és Szaka Zsolt osztályfőnök**

**A beszámolót készítő csapat elérhetősége: [szaka.zsolt@berzsenyimarcali.hu](mailto:szaka.zsolt@berzsenyimarcali.hu) ;**

**+36 30 8215598**

**A verseny weboldala: <https://www.rolrol.hu/kezdooldal>**



**„Senki sem fogja megvédeni azt, ami nem érdekli, és senkit sem fog érdekelni az, amiről soha semmi tapasztalatot nem szerzett.”**

*David Attenborough*

## Tartalom

BESZÁMOLÓ .....	1
Tartalom .....	2
Az ajánlott szempontsor szerint.....	3
A program célja.....	4
Előzmények.....	4
A kampányidőszakban elvégzett munka.....	5
Facebook .....	5
Instagram.....	6
Infografika.....	6
A PPT képekben.....	12
A kampány lépései .....	20
A KAHOOT!.....	21
Program (kampányhét) lebonyolítása .....	28
A kiállítás részei.....	28
Tájékoztató.....	32
A vetélkedő .....	32
Képek a vetélkedőről.....	33
A díjazás.....	39
A helykódok (nyomkövetés).....	40
A feladatlap.....	41
A kiállításhoz .....	42
Visszajelzések .....	50
Rendezvény sikere, hatása, tapasztalatok.....	50



## Az ajánlott szempontsor szerint.....

**Témaválasztás a kampányhoz:** úgy döntöttünk, hogy gyakorlatiasak leszünk és néhány valódi (kézzel fogható) példa köré építjük a kampányunkat.

**Helyszínválasztás:** a jó hangulathoz, az esemény sikeréhez valóban elengedhetetlen egy megfelelő, az esemény elvárásaihoz illeszkedő helyszín – nálunk erre a legalkalmasabb az iskola aulája.

**A menetrend kialakítása:** a program pontos időrendjét a későbbiekben részletezzük.

**Szakmai segítség kérése, részfeladatok delegálása:** az osztály tagjainak a pontos feladatát a rendezvény lebonyolításával kapcsolatosan a program ismertetésekor részletezzük (nevek nélkül).

**Lebonyolítás:** a szervezéshez, meghirdetéshez és az események lebonyolítását a közösségi média oldalainkon fotókkal részben közzétettük. A felhalmozott anyagok miatt ezt márciusban is folytatjuk.

**Visszajelzések:** az elért emberek létszámával kapcsolatosan néhány adat.

140 tanuló jár az iskolánkba. Őket elértük a programnak köszönhetően és sikerült bevonnunk a feladatok megvalósításába. Jelenléti íveket nem alkalmaztunk, mert így nem lett volna értelme.

A közösségi felületeink elemzési adatait folyamatosan nyomon követjük.

A visszajelzések elsősorban szóbeli megnyilvánulások voltak (tanulók és tanáraik részéről egyaránt), viszont ezeket összegyűjtöttük egy összegzésbe. Kikértük a résztvevők észrevételeit, javaslatait és véleményé a kiállításról és a vetélkedő tartalmáról.

**Dokumentálás:** A program leírását, célját, menetrendjét, a lebonyolítást és a visszajelzéseket is dokumentáltuk, az alábbiakban részletezzük.

Az esemény után értékeltük a rendezvény sikerét és hatását. Levontuk a következtetéseket.

Mivel a programunk folyamatos, nem ér véget a beszámoló beküldésével – ezt a feladatot a beszámoló beküldése után is folytatjuk.

A beszámolót azért az utolsó pillanatban küldtük be, mert ma ért véget a kampányunk és minden tapasztalatunkat bele szeretnénk írni. 😊

## A program célja

- Célunk továbbra is az, hogy felhívjuk a figyelmet a természeti erőforrások csökkenésére, a Balaton és környezete sérülékenységre, jó állapotának megőrzésére. Mindezt úgy, hogy a középiskolás korosztály is megértse...  
A Greenwashing témakör emellett globális problémákra is rávilágít. Magyarországon még a tanult emberek többsége sem tudja, hogy mi a jelenség lényege.
- Fontos cél az ismeretterjesztés, a felmerülő problémák megoldása – vagy ezekre vonatkozó javaslatok összegyűjtése.
- Véleménycsere a résztvevőkkel – megvalósítható ötletek gyűjtése.
- Közösségépítés, a témánk iránt érdeklődő tanulók és felnőttek bevonása a munkánkba.
- A diáktársainknak és a felnőtt társadalomnak is információkat adni a bennünket (és őket) fenyegető veszélyekről.
- Figyelem felhívása a csapat tevékenységére, ezen keresztül a kiíró céljaira és törekvéseire.
- „Behálózni” az iskola tanulóinak többségét (140 tanulónk van).
- Tartós eredmény elérése – nem csak kampányszerű információközvetítés.

## Előzmények

- A Facebook-oldalunkon és az Instagramon változatos témákat jelentettünk meg. Az érdeklődés fenntartása érdekében a természetvédelemhez és a Balaton környékének és Somogy megyének a természeti értékeihez kapcsolódóan is kerestünk érdekességeket.
- Bejegyzéseink többsége a választott témánkról szólt és a Google Alerts szolgáltatásnak köszönhetően a változatossággal és a naprakész információkkal tudtuk az érdeklődők figyelmét fenntartani.
- Folyamatosan tartottuk a kapcsolatot mentorunkkal. Bízattást és nagyon jó (nem melleleg) megvalósítható ötleteket kaptunk tőle több fordulóhoz is.
- Rendszereztük az összegyűjtött ismereteket – az infografikák, a PPT és a videó ennek szellemében készültek.

## A kampányidőszakban elvégzett munka

### Facebook

<https://www.facebook.com/Ertekmentok>

A fenti időszakban 20 bejegyzésünk jelent meg. Az oldal kezelésénél a kampányunkra is koncentráltunk – szépen lassan adagoltuk, hogy az előadásorozat után megint történni fog valami. Az oldalt többen kezelik – mindenki kapott szerkesztői jogot.

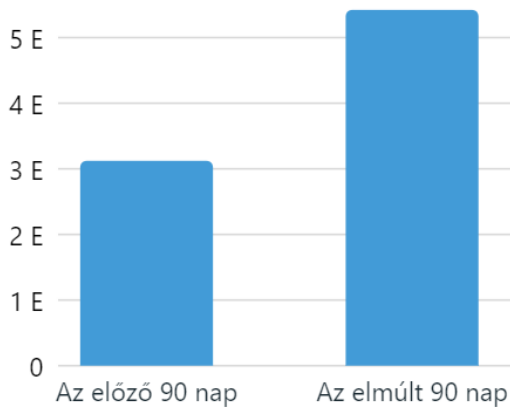
- A bejegyzéseink által elért személyek száma 130 és 2000 fő között változott
- 932 kedvelője és 978 követője van az oldalnak.

### Elérés

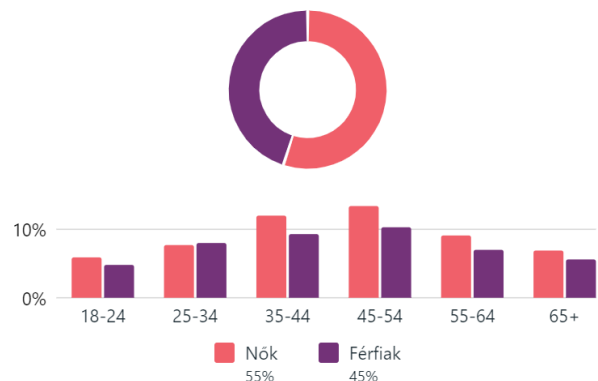
Bejegyzéselérés <sup>i</sup>

5,4 E ↑ 73,7%

Az elmúlt 90 nap teljes száma az előző 90 naphoz képest.



Életkor és nem <sup>i</sup>



Tanulságos, hogy ezt a megjelenést jellemzőbben a középkorosztály kíséri figyelemmel, annak ellenére, hogy szinte az iskola összes tanulója kedveli. A bejegyzéselérések esetében már nagyobb arányban vannak jelen a középiskolás korosztályt képviselők.

A kampány egyik eredménye, hogy az aktivitásukat sikerült nagymértékben növelni.



Értékmentők - újratöltve

@Ertekmentok · 5 1 vélemény <sup>i</sup>  
Természetvédelmi terület

Követed

## Instagram

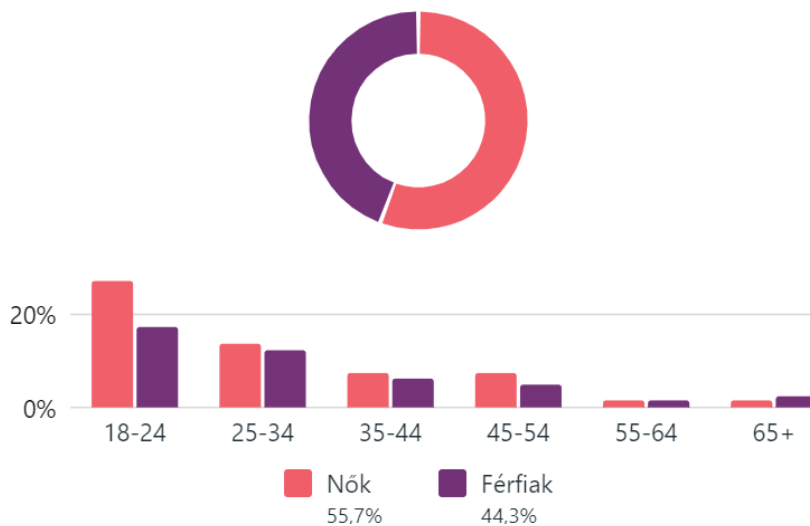
<https://www.instagram.com/ertekmentok/>

Az elkészített infografikákat a típusuktól függően egyenként, vagy képsorozatként osztottuk meg. A tartalom a Facebook-profilhoz képest időben „elcsúsztatott” – így nem ugyanazok az információk jelennek meg egyidőben a két felületen. Vannak olyan tartalmak, ami csak egyik-egyik felületen jelennek meg. A kampányidőszakban sajnos kicsit háttérbe szorult ez a felület. Itt nem sikerült olyan mértékű előrelépést elérni az iskola többi tanulójának az aktivitása terén, mint a FB-oldalon, pedig a korosztályokat tekintve ez a csatorna szól a fiatalokhoz.

Ezt a felületet is többen kezelik.

- 128 követője van a profilnak
- 6 bejegyzés az időszakban

Életkor és nem ⓘ



## Infografika

A „Canva” program ingyenes funkcióit kihasználva hagyományos és Instagram ábrákat is készítettünk korábbi feladatként.

Mindkét típusnál az ismeretek rendszerezése volt a cél és azok továbbadása.

Grafikáink logikusak, könnyen érthetők és tartalmilag egymásra épülnek. A verseny végére két szép sorozatot tudhatunk a magunkénak! *(A témában kész grafikát alig lehet találni – így nagyszerű ötletnek tartjuk a feladat kiírását.)*

Ezeket a tartalmakat az elektronikus felületeken kívül „kézzel foghatóan” is eljuttattuk az iskola tanulóihoz. A nyomtatásban az iskola oktatótechnikusának a segítségét kértük.

Melléklünk néhány példát:

## GREENWASHING

1.

**MIT JELENT A GREENWASHING AZAZ A ZÖLDRE MOSÁS, VAGY ZÖLDRE FESTÉS?**

A cél a fogyasztók bizalmának megnyerése egy hamis vagy nem teljesen tiszta zöld üzenet közlésével, ami fogyasztásra ösztönöz.

**ESZKÖZE A MEGALAPOZATLAN ÁLLÍTÁS, MI AZÉRT JÖTT LÉTRE, HOGY BIZALMAT KELTSSEN A TERMÉK VAGY SZOLGÁLTATÁS IRÁNT.**

ARANKA MAKARONJAI(TM)

Most egészségesebb mint valaha!

\*Makaronjaink nem tartalmaznak vasbetont és urániumot

**EGYRE TÖBB ORSZÁGBAN FOGLALKOZNAK A ZÖLDRE MOSÁS GYAKORLATÁNAK VISSZASZORÍTÁSÁVAL ÉS MÁR A DÖNTÉSHOZÓK IS FELLÉPNEK ELLENÉ.**

**FORRÁSOK**

[www.klimapolitikaintezet.hu](http://www.klimapolitikaintezet.hu)  
[www.tudatosvasarlo.hu](http://www.tudatosvasarlo.hu)  
[www.cicomassters.org](http://www.cicomassters.org)  
[www.greenindex.hu](http://www.greenindex.hu)  
[www.gammasz.hu](http://www.gammasz.hu)  
[www.egotabio.com](http://www.egotabio.com)  
[www.napi.hu](http://www.napi.hu)

## GREENWASHING

2.

**AZ EMBEREKNEK FONTOS A KÖRNYEZETVÉDELEM**

**A VÁSÁRLÓK 66 SZÁZÁLEKA TÖBBSÉT FIZETNE A KÖRNYEZETBARÁT TERMÉKEKÉRT.**

**FORRÁSOK**

[www.klimapolitikaintezet.hu](http://www.klimapolitikaintezet.hu)  
[www.tudatosvasarlo.hu](http://www.tudatosvasarlo.hu)  
[www.cicomassters.org](http://www.cicomassters.org)  
[www.greenindex.hu](http://www.greenindex.hu)  
[www.gammasz.hu](http://www.gammasz.hu)  
[www.egotabio.com](http://www.egotabio.com)  
[www.napi.hu](http://www.napi.hu)

## GREENWASHING

3.

**NEW CONSUMER AGENDA? ÚJ FOGYASZTÓÜGYI STRATÉGIA FONTOS CÉLKITŰZÉSEK**

**AZ EURÓPAI BIZOTTSÁG MEGFOGALMAZTA. AZ EURÓPAI TANÁCS MEGVITATTA. ENNYI?**

**CCBE**

Council of Bars and Law Societies of Europe

The voice of European Lawyers

The New Consumer Agenda: open public consultation<sup>1</sup>

02/10/2022

**FORRÁSOK**

[www.klimapolitikaintezet.hu](http://www.klimapolitikaintezet.hu)  
[www.tudatosvasarlo.hu](http://www.tudatosvasarlo.hu)  
[www.cicomassters.org](http://www.cicomassters.org)  
[www.greenindex.hu](http://www.greenindex.hu)  
[www.gammasz.hu](http://www.gammasz.hu)  
[www.egotabio.com](http://www.egotabio.com)  
[www.napi.hu](http://www.napi.hu)

## GREENWASHING

4.

**GAZDASÁGI VERSENYHIVATAL**

**NÁLUNK HOGY IS VAN EZ? GAZDASÁGI VERSENYHIVATAL: -ZÖLD MARKETING TÁJÉKOZTATÓ -FOGYASZTÓKAT SEGÍTŐ ÚTMUTATÓ**

**EZ ZÖLDRE FESTÉS! GREENWASHING**

**FORRÁSOK**

[www.klimapolitikaintezet.hu](http://www.klimapolitikaintezet.hu)  
[www.tudatosvasarlo.hu](http://www.tudatosvasarlo.hu)  
[www.cicomassters.org](http://www.cicomassters.org)  
[www.greenindex.hu](http://www.greenindex.hu)  
[www.gammasz.hu](http://www.gammasz.hu)  
[www.egotabio.com](http://www.egotabio.com)  
[www.napi.hu](http://www.napi.hu)

## GREENWASHING

5.

**HAZAI GYAKORLATI PÉLDÁK**

**JÓ DÖNTÉS? MIZO: TETRAPAK TEJESZEDŐZ RÉTEGEKRE SZEDIK: CSAK EGY RÉSZÜK ÚJRAHASZNOSSÍTHATÓ**

**FORRÁSOK**

[www.klimapolitikaintezet.hu](http://www.klimapolitikaintezet.hu)  
[www.tudatosvasarlo.hu](http://www.tudatosvasarlo.hu)  
[www.cicomassters.org](http://www.cicomassters.org)  
[www.greenindex.hu](http://www.greenindex.hu)  
[www.gammasz.hu](http://www.gammasz.hu)  
[www.egotabio.com](http://www.egotabio.com)  
[www.napi.hu](http://www.napi.hu)

## GREENWASHING

6.

**Elválaszthatatlanok vagyunk**

**"NEM VAGYOK SZEMÉT" ERŐS KIJELENTÉS - A FOGYASZTÓRA HÁRITJA A FELELŐSÉGET, HOGY A MEGFELELŐ KÖNTÉREBE KERÜLJÖN A CÉG HULLADÉKA**

**• CSAK ELENYÉSZŐ RÉSE HASZNOSUL ÚJRA**

**GM** **McDonald's**

**A GENERAL MOTORS EGY KAMPÁNYÁBAN KÉRKÖL ZÖLDRE CSERÉLTE AZ EMBLÉMÁJÁT. ÉS A MCDONALD'S IS PIROSÓL...**

**FORRÁSOK**

[www.klimapolitikaintezet.hu](http://www.klimapolitikaintezet.hu)  
[www.tudatosvasarlo.hu](http://www.tudatosvasarlo.hu)  
[www.cicomassters.org](http://www.cicomassters.org)  
[www.greenindex.hu](http://www.greenindex.hu)  
[www.gammasz.hu](http://www.gammasz.hu)  
[www.egotabio.com](http://www.egotabio.com)  
[www.napi.hu](http://www.napi.hu)

## GREENWASHING


7.


## GREENWASHING


8.


## GREENWASHING


9.


### PÉLDÁK

A VOLKSWAGEN ADATOKAT HAMISÍTOTT.



**Das Problem**

AZ ELEKTROMOS JÁRMŰVEK KÖZVETETT KÖRNYEZETI TERHELÉSÉNEK MÉRTÉKE VITA TÁRGYÁT KÉPEZI



A TESLA ÁLTAL IS TÁMOGATOTT BITCOIN SZÉN-DIOXID-LÁBNYOMA + ELEKTRONIKAI HULLADÉKA ÉVES MÉRTÉKE EGY-EGY KISEBB ORSZÁGÉVAL VETEKSZIK



### PÉLDÁK

FÉLREVEZTŐ ÁLLÍTÁSOK





SWEETNESS FROM NATURAL SOURCES LOWER CALORIE



### A LEBOMLÓ ÉS ÚJRAHASZNOSÍTOTT MŰANYAG (PLA)

PÉLDÁUL: AZ AMERIKAI WALMART FÉLREVEZTŐEN „KOMPOSZTÁLHATÓNAK” ÉS „LEBOMLÓNAK” NEVEZTE EGYES TERMÉKEIT.



Lebomlik-e a bioműanyag, és ha igen, miért nem?

A KUKORICAKEMÉNYÍTŐBŐL KÉSZÜLŐ ZACSKÓK ÉS BEVÁSÁRLÓSZATYROK VALÓJÁBAN KIZÁRÓLAG IPARI KÖRÜLMÉNYEK KÖZÖTT ÉS ADOTT HŐFOKON KÉPESEK LEBOMLANI.



**Források**

[www.klimapolitikainlntezet.hu](http://www.klimapolitikainlntezet.hu)  
[www.tudatosvasarlo.hu](http://www.tudatosvasarlo.hu)  
[www.cicamoshashter.org](http://www.cicamoshashter.org)  
[www.greenindex.hu](http://www.greenindex.hu)  
[www.gemmoz.hu](http://www.gemmoz.hu)  
[www.egotabio.com](http://www.egotabio.com)  
[www.napi.hu](http://www.napi.hu)



[www.ecolabel.eu](http://www.ecolabel.eu)

**Források**

[www.klimapolitikainlntezet.hu](http://www.klimapolitikainlntezet.hu)  
[www.tudatosvasarlo.hu](http://www.tudatosvasarlo.hu)  
[www.cicamoshashter.org](http://www.cicamoshashter.org)  
[www.greenindex.hu](http://www.greenindex.hu)  
[www.gemmoz.hu](http://www.gemmoz.hu)  
[www.egotabio.com](http://www.egotabio.com)  
[www.napi.hu](http://www.napi.hu)



[www.ecolabel.eu](http://www.ecolabel.eu)

## GREENWASHING


10.


## GREENWASHING


11.


## GREENWASHING


12.




ZÖLDRE MOSOTT MÉDIA



A VÁLLALATOK FÜGGETLENNEK TŰNŐ, A KÖRNYEZETÉRT AGGÓDÓ MÉDIÁT IS VÁSÁROLNAK VAGY ALAPÍTANAK.

### POLITIKAI ZÖLDÍTÉS

A PÁRTOK ÉS A POLITIKUSOK AKKOR IS BESZÉLNEK A KÖRNYEZETVÉDELMRŐL, AMIKOR A GYAKORLATBAN NEM TESZNEK AZÉRT SEMMIT.




### MIÉRT "BŰN" A GREENWASHING?

A ZÖLDRE FESTÉS MEGZAVARJA A VÁSÁRLÓKAT. AZT GONDOLJÁK, VALAMI JÓT TESZNEK A KÖRNYEZETÉRT, PEDIG VALÓJÁBAN NEM. AZOK ESNEK ÁLDOZATÁUL, AKIK TENNI AKARNAK A JOBB JÖVŐÉRT.

Ezekre figyelj, ha környezetbarát terméket keresel:

- A zöld állítás a termék **lényeges** tulajdonságára vonatkozik?
- Elérhető róla magyar nyelvű **információ?**
- Független tanúsítvánnyal rendelkezik **magáról** a termék, vagy **mond szépeket?**
- Keresd a **hiteles** környezetbarát tanúsítvánnyal rendelkező termékeket!



**Források**

[www.klimapolitikainlntezet.hu](http://www.klimapolitikainlntezet.hu)  
[www.tudatosvasarlo.hu](http://www.tudatosvasarlo.hu)  
[www.cicamoshashter.org](http://www.cicamoshashter.org)  
[www.greenindex.hu](http://www.greenindex.hu)  
[www.gemmoz.hu](http://www.gemmoz.hu)  
[www.egotabio.com](http://www.egotabio.com)  
[www.napi.hu](http://www.napi.hu)



[www.ecolabel.eu](http://www.ecolabel.eu)

**Források**

[www.klimapolitikainlntezet.hu](http://www.klimapolitikainlntezet.hu)  
[www.tudatosvasarlo.hu](http://www.tudatosvasarlo.hu)  
[www.cicamoshashter.org](http://www.cicamoshashter.org)  
[www.greenindex.hu](http://www.greenindex.hu)  
[www.gemmoz.hu](http://www.gemmoz.hu)  
[www.egotabio.com](http://www.egotabio.com)  
[www.napi.hu](http://www.napi.hu)



[www.ecolabel.eu](http://www.ecolabel.eu)



## GREENWASHING



### 13. ÖKO-E AZ ECO? SZÁMÍT A LOGÓ?



AZ ECO KIFEJEZÉST SOKSZOR NEM AZ "ECOLOGICAL", AZAZ ÖKOLÓGIAI GAZDASÁGBÓL SZÁRMAZÓ TERMÉKEKRE BIGGYESZTIK RÁ, HANEM INKÁBB A GAZDASÁGOSÁGRA (ECONOMICAL) UTALNAK VELE.

AZ EU ECOLABEL (ÖKOCÍMKE) ELŐNYE, HOGY A KRITÉRIUMOKAT JOGSZABÁLYBAN RÖGZÍTIK, ÉS FÜGGETLEN SZAKÉRTŐK FOLYAMATOSAN ELLENŐRZIK.

Források  
[www.klimapolitikaintezet.hu](http://www.klimapolitikaintezet.hu)  
[www.tudatosvasarlo.hu](http://www.tudatosvasarlo.hu)  
[www.ozonmagas.hu](http://www.ozonmagas.hu)  
[www.greendex.hu](http://www.greendex.hu)  
[www.greendex.hu](http://www.greendex.hu)  
[www.szeptabiro.com](http://www.szeptabiro.com)  
[www.napi.hu](http://www.napi.hu)



## Tudtad?



### A bitcoin évi elektronikai szemét kibocsájtása felér néhány kisebb országéval

## GREENWASHING



### 14. A LEGJOBB MEGOLDÁS MIT TEHETSZ?



### VÁLASZD A HITELES ÖKOCÍMKEK TERMÉKEKET ÉS A NEMZETKÖZI TANÚSÍTVÁNYOKAT!

1. Refuse – ne vedd meg!
2. Reduce – csökkentsd!
3. Reuse – használd újra!
4. Repair – javítsd meg!
5. Recycle – hasznosítsd újra!

Források  
[www.klimapolitikaintezet.hu](http://www.klimapolitikaintezet.hu)  
[www.tudatosvasarlo.hu](http://www.tudatosvasarlo.hu)  
[www.ozonmagas.hu](http://www.ozonmagas.hu)  
[www.greendex.hu](http://www.greendex.hu)  
[www.greendex.hu](http://www.greendex.hu)  
[www.szeptabiro.com](http://www.szeptabiro.com)  
[www.napi.hu](http://www.napi.hu)



## Mikor beszélünk greenwashingról?



Amikor egy cég környezetbarátnak tette magát vagy egy termékét.



## Néhány "zöldremosás" módszer:

### Lényegtelen információk kiemelése

---

### Meghatározhatatlanság

---

### Magával ragadó képek használata

### Tudományos szakkifejezések használata

---

### Nehezen ellenőrizhető állítások használata

---

### Címkék, emblémák jogosulatlan használata

## Greenwashing

**Volt már olyan érzésed, hogy átverték?**

[www.klimapolitikainterzet.hu](http://www.klimapolitikainterzet.hu)  
[www.tudatosvasarlo.hu](http://www.tudatosvasarlo.hu)  
[www.cleanwashers.org](http://www.cleanwashers.org)  
[www.greendex.hu](http://www.greendex.hu)  
[www.gammar.hu](http://www.gammar.hu)  
[www.agotabiro.com](http://www.agotabiro.com)  
[www.napi.hu](http://www.napi.hu)

## Greenwashing

NA, VÉGRE AZ EGÉSZ ÉPÜLET NAPFÉNYBŐL NYERI AZ ÁRAMOT. ENNÉL ZÖLDEBBEK NEM IS LEHETNÉNK.  
 KÉSZ VAGYOK, FŐNÖKI!  
 NÉGYES SZÁMÚ OLAJFINOMÍTÓ LOM NYIFE.

**Volt már olyan érzésed, hogy átverték?**

[www.klimapolitikainterzet.hu](http://www.klimapolitikainterzet.hu)  
[www.tudatosvasarlo.hu](http://www.tudatosvasarlo.hu)  
[www.cleanwashers.org](http://www.cleanwashers.org)  
[www.greendex.hu](http://www.greendex.hu)  
[www.gammar.hu](http://www.gammar.hu)  
[www.agotabiro.com](http://www.agotabiro.com)  
[www.napi.hu](http://www.napi.hu)

## Greenwashing

**Volt már olyan érzésed, hogy átverték?**

[www.klimapolitikainterzet.hu](http://www.klimapolitikainterzet.hu)  
[www.tudatosvasarlo.hu](http://www.tudatosvasarlo.hu)  
[www.cleanwashers.org](http://www.cleanwashers.org)  
[www.greendex.hu](http://www.greendex.hu)  
[www.gammar.hu](http://www.gammar.hu)  
[www.agotabiro.com](http://www.agotabiro.com)  
[www.napi.hu](http://www.napi.hu)

## Greenwashing

**Így úszd meg a greenwashing torpedókat!**

**Volt már olyan érzésed, hogy átverték?**

[www.klimapolitikainterzet.hu](http://www.klimapolitikainterzet.hu)  
[www.tudatosvasarlo.hu](http://www.tudatosvasarlo.hu)  
[www.cleanwashers.org](http://www.cleanwashers.org)  
[www.greendex.hu](http://www.greendex.hu)  
[www.gammar.hu](http://www.gammar.hu)  
[www.agotabiro.com](http://www.agotabiro.com)  
[www.napi.hu](http://www.napi.hu)

## Greenwashing



**Volt már olyan  
érezésed, hogy  
átverték?**

www.klimapolitikaintezet.hu  
www.tudatosvasarlo.hu  
www.cleanwashers.org  
www.greendex.hu  
www.glamour.hu  
www.agotabiro.com  
www.napi.hu

## Greenwashing



**Volt már olyan  
érezésed, hogy  
átverték?**

www.klimapolitikaintezet.hu  
www.tudatosvasarlo.hu  
www.cleanwashers.org  
www.greendex.hu  
www.glamour.hu  
www.agotabiro.com  
www.napi.hu

## Greenwashing



**Volt már olyan  
érezésed, hogy  
átverték?**

www.klimapolitikaintezet.hu  
www.tudatosvasarlo.hu  
www.cleanwashers.org  
www.greendex.hu  
www.glamour.hu  
www.agotabiro.com  
www.napi.hu

## Greenwashing



**Volt már olyan  
érezésed, hogy  
átverték?**

www.klimapolitikaintezet.hu  
www.tudatosvasarlo.hu  
www.cleanwashers.org  
www.greendex.hu  
www.glamour.hu  
www.agotabiro.com  
www.napi.hu

## Greenwashing

**TE  
TUDTAD?**

Hogyha egy termék nagy  
betűkkel hirdeti, hogy  
**VEGÁN**,  
még nem biztos, hogy  
zöld is!

**Volt már olyan  
érezésed, hogy  
átverték?**

www.klimapolitikaintezet.hu  
www.tudatosvasarlo.hu  
www.cleanwashers.org  
www.greendex.hu  
www.glamour.hu  
www.agotabiro.com  
www.napi.hu

## Greenwashing



**Volt már olyan  
érezésed, hogy  
átverték?**

www.klimapolitikaintezet.hu  
www.tudatosvasarlo.hu  
www.cleanwashers.org  
www.greendex.hu  
www.glamour.hu  
www.agotabiro.com  
www.napi.hu

## A PPT képekben

Kinyomtattuk az iskola oktatástechnikusa segítségével az előadásunk anyagát, így ez is a kiállítás részét képezhette.



GREENWASHING

## MIT JELENT A GREENWASHING AZAZ A ZÖLDRE MOSÁS, VAGY ZÖLDRE FESTÉS?

A cél a fogyasztók bizalmának megnyerése egy hamis vagy nem teljesen tiszta zöld üzenet közlésével, ami fogyasztásra ösztönöz.

Mikor beszélünk greenwashingról?



Amikor egy cég környezetbarátnak tette magát vagy egy termékét.



Marketing elem.



Eszköze a megalapozatlan állítás, mi azért jött létre, hogy bizalmat keltsen a termék vagy szolgáltatás iránt.



GREENWASHING

## AZ EMBEREKNEK EGYRE FONTOSABB A KÖRNYEZETVÉDELEM

A vásárlók 66 százaléka többet fizetne a környezetbarát termékekért.



Egyre több országban foglalkoznak a zöldre mosás gyakorlatának visszaszorításával és már a döntéshozók is fellépnek ellene.



GREENWASHING

## NEW CONSUMER AGENDA?



Council of Bars and Law Societies of Europe  
*The voice of European Lawyers*  
Rue Joseph II, 40/B - B-1000 Brussels  
+32 (0)2 234 65 10 | ccbe@ccbe.eu | www.ccbe.eu

Új fogyasztóügyi stratégia  
Fontos célkitűzések

The New Consumer Agenda:  
open public consultation<sup>1</sup>  
02/10/2020

Az Európai Bizottság  
megfogalmazta.  
Az Európai Tanács  
megvitatta.  
Ennyi?





GREENWASHING

## NÁLUNK HOGY VAN?

**Gazdasági Versenyhivatal:**

- zöld marketing tájékoztató
- fogyasztókat segítő útmutató



GREENWASHING

## NÁLUNK HOGY VAN? GYAKORLATI PÉLDÁK

**Jó döntés?**

**Mizo - TetraPak tejesdoboz**



Rétegekre szedik ↔ egy részük újrahasznosítható.



Társadalmi szerepvállalást üzletszerzési célokra használja

**Tezenis - kirakat felirat**





GREENWASHING

## ÉS MÉG MINDIG GYAKORLATI PÉLDÁK

### Elválaszthatatlanok vagyunk

Az új kupakok a palackhoz vannak rögzítve, mert így könnyebb az újrahasznosítás.



A csomagolás továbbra is PET palack.

Pölskei csomag



GREENWASHING

## JÖJJENEK AZ ÁLTALÁNOS PÉLDÁK!



A General Motors egy kampányában kékről zöldre cserélte az emblémáját.

Hasonlóan járt el a McDonald's is....



Das Problem

A Volkswagen adatokat hamisított.



GREENWASHING

## A NAGYVILÁGBAN



Az elektromos járművek közvetett környezeti terhelésének mértéke vita tárgyát képezi.



Tesla által is támogatott bitcoin...



GREENWASHING

## A NAGYVILÁGBAN ÉS MÉG SOROLHATNÁNK

Félrevezető állítások

A L'Oréal rákkeltő összetevőket használ.



Decathlon, H&M, LG, Nestle, Tesco, Unilever







GREENWASHING

## A LEBOMLÓ ÉS ÚJRAHASZNOSÍTOTT MŰANYAG KIZÖLDÜLŐ SZTORIJA (PLA)

**Lebomlik-e a bioműanyag, és ha igen, miért nem?**

A kukoricakeményítéből készülő zacskók és bevásárlószatyrok valójában kizárólag ipari körülmények között és adott hőfokon képesek lebomlani.

**WALMART**

*Lebomló*  
100%-BAN ÚJRAHASZNOSÍTHATÓ  
**ZÖLD**  
TERMÉSZETES  
NEM VAGYOK SZEMÉTT  
**ÖKO BIO**  
*Megújuló csomagolás*



GREENWASHING

## POLITIKA ZÖLDÍTÉS



**Beszél a környezetvédelemről, de a gyakorlatban nem tesz semmit.**

## ZÖLDRE MOSOTT MÉDIA



**Függetlennek tűnő, a környezetért aggódó vállalati média.**



GREENWASHING

## MIÉRT “BŰN” A GREENWASHING?



A félrevezetés egyúttal eltereli az ügyfelek figyelmét a negatív környezeti hatásokról.

Megzavarja a vásárlókat. Azok esnek áldozatául, akik tenni akarnak a jobb jövőért.



GREENWASHING

## SZÁMÍT A LOGÓ?

A vásárlás során a másodperc töredéke alatt hozzuk meg döntéseinket.

### Öko-e az ECO?

ECO: “ecological” vs. „economical”.

**NEM MINDEGY!!!**



Az EU Ecolabel (ökocímke)

- a kritériumokat jogszabályban rögzítik
- független szakértők folyamatosan ellenőrzik.



GREENWASHING

## A LEGJOBB MEGOLDÁS

Mit tehetsz?

És még sorolhatnánk: Fast fashion, vegán, bio....

1. Refuse – ne vedd meg!
2. Reduce – csökkentsd!
3. Reuse – használd újra!
4. Repair – javítsd meg!
5. Recycle – hasznosítsd újra!

Keress a **hiteles** környezetbarát tanúsítvánnyal rendelkező termékeket!



Ha nincs rá szükség, vagy tudod helyettesíteni, ne vedd meg!



GREENWASHING

## 10 ÉV MÚLVA

A verseny és programsorozat hatására a szemléletformálás érvényesül

**Optimisták vagyunk. Hiszünk abban, hogy bár ez is egy hosszú folyamat, de EGYÜTT sikerülhet!**

**JÖVŐKÉP**



A legfontosabb a folyamatos tájékozódás és mások tájékoztatása.



Központi megoldás születik a megtévesztő reklámkommunikáció ellehetetlenítésére.



#### Források:

- o [www.klimapolitikaiintezet.hu](http://www.klimapolitikaiintezet.hu)
- o [www.tudatosvasarlo.hu](http://www.tudatosvasarlo.hu)
- o [www.cleanwashers.org](http://www.cleanwashers.org)
- o [www.greendex.hu](http://www.greendex.hu)
- o [www.glamour.hu](http://www.glamour.hu)
- o [www.agotabiro.com](http://www.agotabiro.com)
- o [www.napi.hu](http://www.napi.hu)

o Paul Ágnes és Berta László: Összefogás a marketingkommunikációs "átfestések" ellen az átláthatóság, az etikus versenykörnyezet és hitelesség érdekében

## Köszönjük a figyelmet!



### A kampány lépései

1. Február 08. A stratégia összeállítása. Közös munka osztályfőnöki órán. Itt olyan tanulók is ötleteltek, akiket amúgy nehéz bevonni a közös munkába.
2. Február 10. Nyomtattunk az elkészült infografikákból kisebb-nagyobb méretekben.
3. Február 13-tól, folyamatos bővítéssel kitettük őket tablókra az aulába és a fizika terembe (ez a mi osztálytermünk + itt megfordul egy hét alatt az összes tanulónk).
4. Február 15-től, folyamatosan. A kis méretű grafikákat elhelyeztük az aulában – ezeket szabadon elvihette bárki.
5. Folyamatosan. Hirdetéseket helyeztünk el az iskola hirdetőfelületein, és a többi osztálynak is elküldtük, illetve emellett elmondtuk a tevékenységünk lényegét. Szóban is felhívtuk a figyelmüket (alkalmanként néhány percen osztályfőnöki és fizika és órákon) az általunk kezelt oldalakra és a program céljára. Ez 4-5 fő folyamatos feladata volt.
6. Meghívtuk mentorunkat (Paul Ágnes) egy előadásra. Ez sajnos még nem valósult meg, de már néhány társunk dolgozik az előkészítésén. (Az egész iskola részére tervezünk előadást.) Osztályfőnökünk tartotta vele a kapcsolatot a kampány megvalósítása miatt. A kiállítás az ő ötlete volt, erre építettük a többi programunkat.
7. Február 20. A korábban az általános iskolai előadásokon bevetett KAHOOT! játékot három fő tovább fejlesztette és az egész osztály tesztelte. Ugyanekkor elküldtünk az osztályoknak és az osztályfőnököknek egy kérést, hogy állítsák össze a csapataikat a vetélkedőre.
8. Folyamatosan. Az iskolai Aula-tv naponta többször a mi felhívásunkat és infografikáinkat „pörgette”.
9. Február 24. Három ügyes lány berendezte a kiállítást az aulában. Közzé tettük a kiállítás és a vetélkedő plakátját a közösségi felületeinken is. Délután az általános tájékoztató után a teljes osztály közreműködésével lebonyolítottuk a vetélkedőt.
10. Az utóbbi egy hétben a már korábban közzétett tartalmakat frissítettük és újabb infografikákat tettünk közzé. Gyűjtöttük a visszajelzéseket az iskola tanulóitól.

## A KAHOOT!

<https://play.kahoot.it/v2/?quizId=699b160b-d4ad-4302-b1ff-ece5fa7463a7>

Join at [www.kahoot.it](http://www.kahoot.it) or with the Kahoot! app

Game PIN: **651 4064**

3 +

Kahoot!

Start

Team Fire

Team Ocean

Team Sunshine

Questions (24) Show answers

1 - Quiz

Mit jelent magyarul a "greenwashing" kifejezés?

10 sec

	"tudatos vásárlás"	✗
	"környezetvédelem"	✗
	"zöld mosás"	✓
	"sárga mosás"	✗

2 - Quiz





Mire mondjuk a "greenwashing" kifejezést?

20 sec

	A cégek megtévesztik az embereket egyes dolgokról, hogy az környezetvédő!	✓
	A cégek környezetvédő dolgokat csinálnak!	✗
	A gyerekek koszos (füves) ruhájukat a "greenwashing"-al lehet csak kimosni!	✗
	Ha egy ruhát véletlenül úgy mosunk ki, hogy a zsebe tele van pénzzel!	✗





3 - Quiz

Mi számít "greenwashing"-nak?

- |   |                     |   |
|---|---------------------|---|
|  | fa ültetés          | ✗ |
|  | matek óra           | ✗ |
|  | ökotisztítószer     | ✓ |
|  | környezetszennyezés | ✗ |





4 - Quiz

Mi NEM számít "greenwashing"-nak?

- |   |  |   |
|---|--|---|
|    | Nagy környezetvédő, gyárak települése erdők, parkok mellé                  | ✗ |
|    | Kocsival járás helyett kerékpározni  | ✓ |
|   | Ökotisztítószer  | ✗ |
|  | Ingyenes környezet szennyező zacskó, és pénzbe kerülő környezetvédő zacskó | ✗ |

5 - Quiz

A vásárlók hány százaléka fizetne többet a környezetbarát termékekért?

- |   |     |   |
|---|-----|---|
|  | 98% | ✗ |
|  | 45% | ✗ |
|  | 61% | ✗ |
|  | 66% | ✓ |

6 - Quiz

Mi számít "greenwashing"-nak?



Mcdonald's a logóját zöldre cserélte



fifázás a barátokkal



sakkozni



füvet tépkedni az állatoknak



7 - True or false

Az elektromos kocsik környezetvédeőbbek!



True



False



8 - Quiz

Mi NEM számít "greenwashing"-nak?



A politikusok környezetvédő kampányai



sakkozni



Ingyenes környezet szennyező zacskó, és pénzbe kerülő környezetvédő zacskó



A mizo TetraPak tejesdoboz



9 - True or false

A médiában nincs "greenwashing"!



True



False



10 - True or false

**Ha matekozol otthon az nem számít greenwashingnak!**



True



False



11 - Quiz

**Miért "bűn" a greenwashing?**



Megtéveszti és megzavarja a vásárlókat!



Mert nem lehet kimosni a zöld ruhákat!



Mert a cégek a környezetvédelem érdekében maguknak ártanak!



Mert a greenwashing egy csalás a fifa-ba!



12 - True or false

**A lebomló zacskók könnyedén lebomlanak egy pohár vízben!**



True



False



13 - True or false

**A boltokban nincs "greenwashing"!**



True



False





14 - Quiz

A műanyag pet palack környezetszennyező?

- nem ✗
- nem lehet tudni ✗
- igen ✓

15 - Quiz

Mit jelent a refuse?

20 sec

- Vedd meg! ✗
- Ne vedd meg! ✓
- ingyenes! ✗
- Környezetkímélő ✗

16 - Quiz

Mit jelent a repair?

20 sec

- Javítsd meg! ✓
- Vegyél újat! ✗
- Dobd ki! ✗
- Tedd félre emléknék! ✗

17 - Quiz

Mit jelent a recycle?

20 sec

- Dobd ki! ✗
- Add el! ✗
- Fogadd el! ✗
- Hasznosítsd újra! ✓

18 - True or false

A vegán, bio ételek is "greenwashingnak" számítanak!



True



False



19 - Quiz

Mit adott ki a gazdasági versenyhivatal?



Versenyszabályzatot



Zöld marketing versenyt hirdetett



Fogyasztókat segítő útmutató



Büntető törvénykönyvet



20 - Quiz

Melyik igaz?



A papír tejesdobozok mind környezetbarát termékek



A bitcoin elektronikai "bányászata" elektronikai hulladékkal jár



A loreal nem használ rákkeltő összetevőket



A politikusoknak semmi köze a greenwashing-hoz



21 - Quiz

Melyik cégről nem esett szó az előadásban?



General Motors



Volkswagen



Tesla



Pepco



22 - Quiz

Melyik állítás téves?



20 sec



Ecological: ökológiai gazdaságból származik



Economical: gazdaságos



EU Ecolabel: gazdaságtalan



EU Ecolabel: hiteles ökocimke



23 - Quiz

Milyen versenyben vesz részt az osztály "értékművek" néven?



20 sec



Nemzetközi



Regionális



Országos



Megyei



24 - Quiz

Ki a verseny kiírója?



20 sec



Miniszterelnökség



Nemzeti Együttműködési alap



Balaton Integrációs és Fejlesztési ügynökség



Balaton Hajózási Zrt



## Program (kampányhét) lebonyolítása

Iskolánk igazgatója a kérésünkre azonnal „felszabadította” az aula földszinti részének a legfrekvenciáltabb helyét, hogy megvalósíthassuk a kiállításunkat.

2023. február 24-én (pénteken) reggel berendeztük a kiállítást és minden osztály figyelmét felhívtuk, hogy a délutáni vetélkedőhöz a kiállított anyagokban kapnak tájékoztatást.

### A kiállítás részei

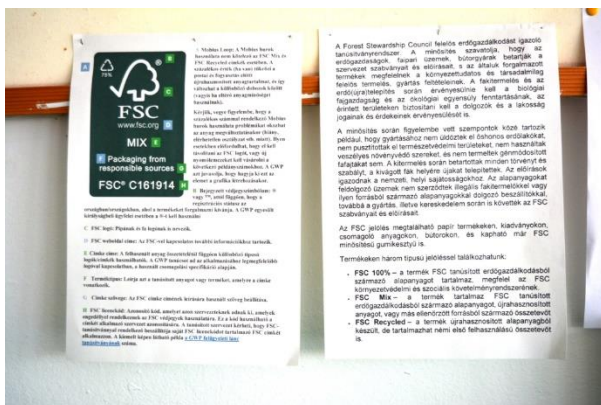
- infografika sorozatok kinyomtatva
- a PPT előadás anyaga kinyomtatva
- rövid tájékoztatók a tevékenységünkről és a versenyről
- Leírások a használatos logókról (PI. FSC)
- konkrét „mintadarabok” a greenwashing jelenséghez + leírások (elrejtettünk néhány pozitív példát is)

### Képek a kiállításról









## Tájékoztató

Ugyanezen a napon Filharmónia előadás volt a 6. órában az aulában, így együtt volt a teljes iskola. Ezt kihasználva tartottunk egy rövid tájékoztatót a tevékenységünkről és a kiállításról és ismételten mindenki figyelmébe ajánlottuk az egy hétig látogatható kiállítást.



## A vetélkedő

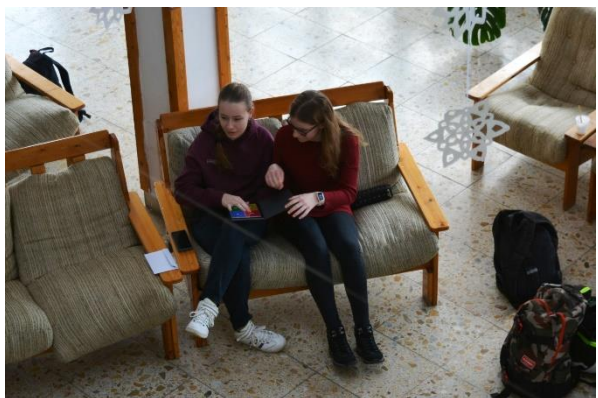
A 7. órában (2023. 02. 24.) a nevezett 4 fős csapatok részére megszerveztük a vetélkedőt. Az előkészítésben, ötletelésben részt vett az egész osztály.

1. A csapatok nem asztaloknál ültek, hanem kényelmes fotelekben. Az aula berendezését azok a társaink oldották meg, akik a program „szellemi” részében, kidolgozásában és megvalósításában nem tudtak valamiért részt venni (vagy nem is szerettek volna). A csapatok kaptak íróeszközöket, felírómappákat és egy táblagépet.
2. Első körben 2-2 fő más feladatot kapott.
  - Ketten kihúztak egy nyomkövetős feladatot (helykódokat) és annak az egyszerű útmutatása alapján meg kellett keresniük az iskola épületében a nekik szánt kérdéssort.
  - A másik két csapattag a fotelokban maradván oldotta meg a 24 feladatból álló KAHOOT! kérdéssort egymással és az idővel is versenyezve.
3. A visszaérkező párosok a kiállítás anyagának a segítségével (több-kevesebb sikerrel) megoldották a kérdéssorokat. (Minden csapat ugyanazt a feladatsort kapta, csak más sorrendben szerepeltek a kérdések.)
4. A KAHOOT! után már mindenki dolgozhatott a kérdéssoron.
5. A feladatok befejezése után gyors pontszámításokkal (ezt 2 társunk megoldotta az általuk előkészített javítókulcs segítségével) megtörtént szinte azonnal az eredményhirdetés is.
6. A résztvevők az eredményüktől függően büféutalványokat kaptak (mindenki kapott ajándékot – egy helyi civil szervezet támogatásával).



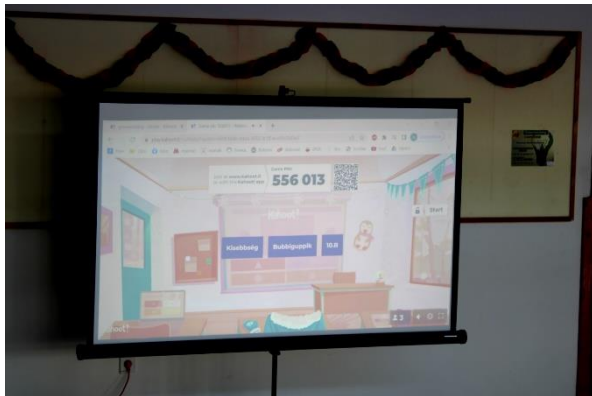
## Képek a vetélkedőről













## A díjazás

Minden csapat a büféutalványok mellett elismerő oklevélben is részesült.



**A helykódok (nyomkövetés)**

(próbáltuk kicsit humorosan megadni)

**A)**

**MENNÉL CIGISZÜNETRE, DE  
MEGÁLLÍTANAK.**

**HOL VAGY? 😞**

**B)**

**KÖVESD A KÁVÉ ILLATÁT! 😊**

**C)**

**IDE CSAK ÜGYFÉLFOGADÁSI IDŐBEN  
MEHETSZ, DE MOST KÉNYTELEN**

**LESZEL. 😊**

**D)**

**AZ „ELFOGULT” SZERVEZŐK SZERINT**

**AZ ISKOLA LEGSZEBB TERME.... 😊**

**E)**

**A 3D NYOMTATÓ TETEJÉN... 😊**



**A feladatlap**

**Csapat: ..... KAHOOT! ..... pont**

**Feladatlap 2023. 02. 24. GREENWASHING**

**1. Van egy olyan termék a kiállításon, amivel minden rendben van. Pozitív példa is lehetne. Nem utal rá semmi. Keressétek meg! (2 +1 +3 p)**

**Termék neve:**

.....

**Milyen logó van rajta?.....**

**Indokold meg, hogy ez miért van rendben?**

.....

.....

**2. Van egy termék amivel szinte semmi nincs rendben... (2 + 3 p)**

**Termék neve:**

.....

**Sorolj fel legalább 3 problémát:**

.....

.....

**3. A víz természetes anyag. ☹️ Ezt nagyon jól kihasználják a cégek. Találsz erre egy példát. Melyik termék az? (2 + 1 p)**

**Termék neve:**

.....

**Van hazugság a termékismertetőben?**

.....

**4. Mi a baj a TetraPak dobozok promóciójával? Keress példát! (2 + 3 p)**

**Termék neve:**

.....

**A probléma oka:**

.....

.....

.....

**5. Keress olyan példákat (legalább 2 darabot), a hol a csomagolás miatt biggyesztettek rá valami zöld jelzést a termékre! (2 p)**

**Termékek neve:**

.....

**Max: 20p**

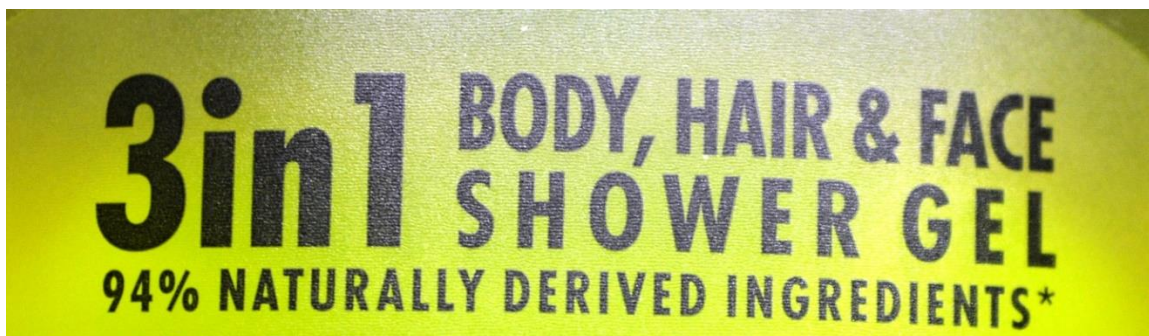
**Elért pontszám:**

**Összesen: ..... + ..... p = .....p**

**Helyezés:**

A kiállításhoz

# Keressd a természetes tartalmat!!!

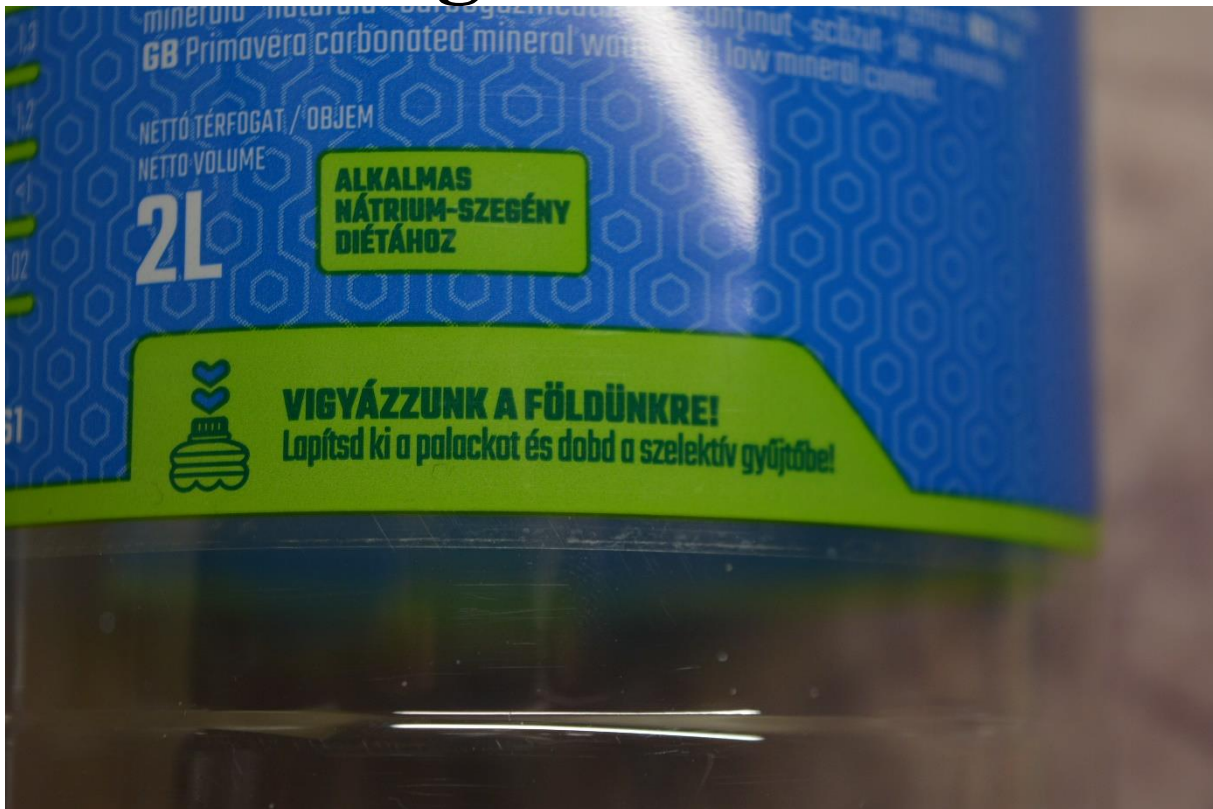


# Mire vonatkozhat a teljesen elfogadott FSC jelölés? Hát persze, hogy csak a címkére! Ráadásul „MIX” – azaz egy (nem meghatározott) része származik fenntartható és minősített erdőgazdálkodásból?



# VIGYÁZZUNK A FÖLDÜNKRE!

## Vigyázzon a vásárló? A felelősség áthárítása!!!



# MINDEN EGY TERMÉKEN!

„Organikus”

„eco”

„lebomló”

„vegán”

„ellenőrzött gazdálkodásból”

„karbonsemleges nyomtatás” – ezt értelmezd! (?)

És még a címke is „FSC”!!!

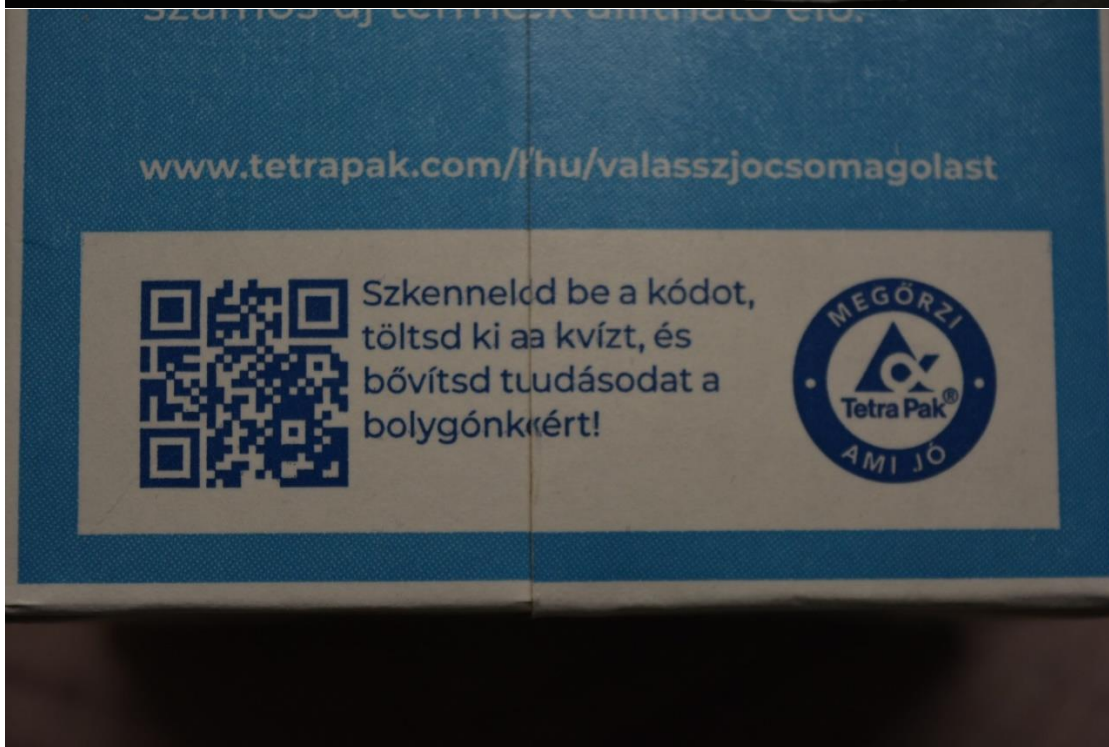
A tartalom megkérdőjelezhető. Az  
ugyanilyen márkájú öblítő ráadásul  
„kellemetlen illatú”.







**5 rétegű préselt anyag.  
Újrahasznosítás az anyagok szétválasztása után.  
A kevés papír egy része FSC  
A KVÍZ (QR-kód) viszont jó ötlet. (Kinyomtatva  
néhány kérdés a tablón.)**



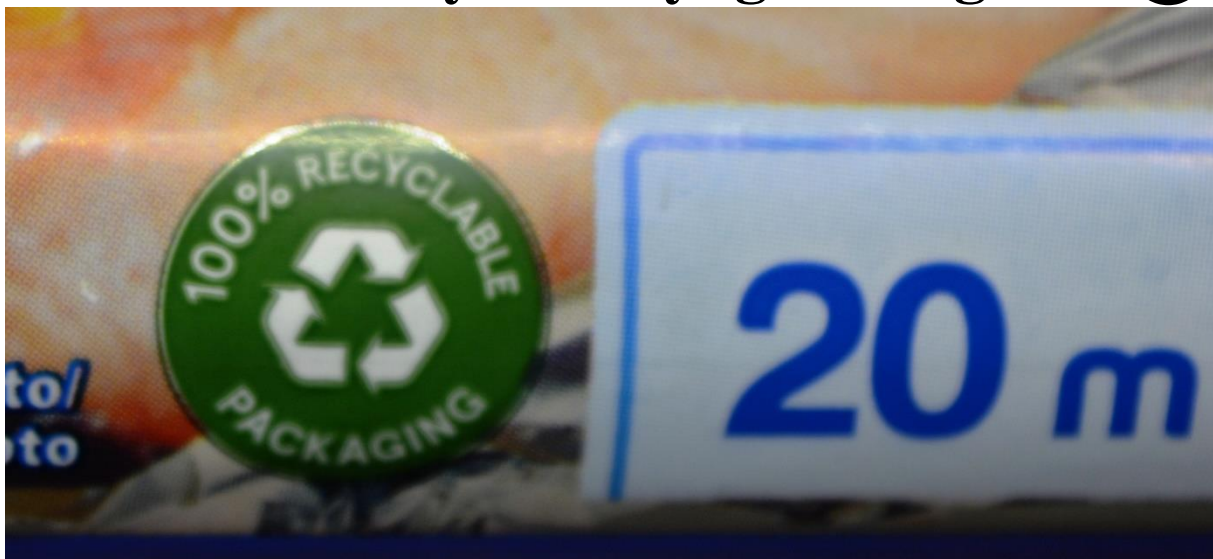


# Mitől lesz vegán egy termék?

**Kész csoda, hogy az ásványvízgyártók még nem haraptak rá az ötletre!**



**A leheletvékony műanyagcsomagolás 😊**



## Visszajelzések

- Az iskola tanulói esetében változatos visszajelzéseket kaptunk (tanulóink többsége az erős humán – nyelvi – képzés miatt választotta a gimnáziumot).  
Ennek ellenére sokan megköszönték az érdekes információkat, kérdéseket tettek fel.
- A leglátványosabb visszajelzés, hogy az általunk megosztott tartalmakat a kampány hatására többen tanulmányozzák – ez látszik az elérési adatokon.
- Iskolatársaink többen várják, hogy előadás formájában is meghallgathassák az eddigi munkánk eredményeit. Kérték, hogy a korábbi előadásainkat náluk is ismételjük meg. Sőt! Tanáraink is kérték, hogy az általuk tanított általános iskolai osztályokban is ismételjük meg az előadásainkat. (A város két általános iskolájából csak az egyikben szerveztünk programokat.)
- A vetélkedőt dicsérték a résztvevők. A képekből is kiderül, hogy folyamatosan jól érezték magukat. Tetszett nekik a közvetlen stílus és a barátságos (nem asztalokkal és székekkel telerakott) helyszín.
- Tanáraink is érdeklődéssel figyelték a vetélkedő feladatait és szurkoltak a tanítványaiknak.

Néhány gondolat:

- „Először nagyon meglepődtem, hogy ennyire érdekes ez a téma, és hogy mennyi kamu vesz minket körül a hétköznapijainkban.”
- „Nem gondoltam volna, hogy érdekessé válna számomra ez a téma, mert régen nem tartottam ezt fontosnak.”
- „Ezután figyelmesebben nézegetlődök, vásárolok a boltokban.”

## Rendezvény sikere, hatása, tapasztalatok

- A témánk a választható közül sok szempontból az egyik legnehezebb.
  - Kevésbé ismert és „felkapott” téma.
  - A kutatómunka nehezebb – nincsenek még mintaként feldolgozható infografikák sem.
  - A feladatnak köszönhetően sikerült az eddigi ismereteinket rendszerezni – persze még sok kiegészítésre szorulnak.
- A fentiek ellenére sikerült a figyelemfelhívás és az érdeklődés felkeltése.
- A vetélkedő feladatai esetében voltak olyan kérdések, amelyeket „típushibaként” kezelhetünk, mert nem születtek helyes megoldások a kirakott segédanyagok ellenére sem. Ezekre felhívtuk a társaink figyelmét. Ezekkel a témákkal többet kell foglalkoznunk, mert ezek szerint még segítséggel sem fedezi fel a többség, hogy hol vannak gondok a zöld marketinggel. Ilyen pl. a 94% természetes anyag → VÍZ. Ráadásul azóta mi magunk is nyitottabb szemmel járunk a boltokban és felfedeztük, hogy ez a „vizes promóció” nagyon sok gyártónál elterjedt.
- Új szint vittünk az iskola életébe.
- Az intézmény pedagógusai és technikai munkatársai is bekapcsolódtak a munkánkba és az eredményink közvetítésébe.
- Az iskolai projekteken elért tanulókon keresztül az információk eljutottak a szülőkhöz is; az egyéb közzétételek esetében pedig pont fordítottan működött az elérés – a szülők reagáltak a munkáinkra és nekik köszönhetően az iskola tanulói is aktívabbá váltak.
- A közvetlenül elért tanulók száma 140 fő, kiléptünk az online térből, eljutottunk az összes tanulónkhoz.

- **A közvetetten elért emberek száma a közösségi média felületeken mérhető.**
  - **Ez a Facebookon pl. 2.823 ember a projekt időszakában! 😊**
- **Kapott javaslatok:**
  - újabb előadássorozat rendezése a témában
  - videófelvételek készítése és közzététele az iskola YouTube csatornáján
  - ismételjük meg a vetélkedőt

**Köszönjük a lehetőséget és a segítséget!**

**Marcali, 2023. március 03.**

**Szaka Zsolt**  
**az Értékmentők csapat nevében**