



KeiSolidair

Een initiatief van Een Hart voor Limburg

KeiSolidair is een jaarlijks weerkerende solidariteitsactie, waarin we medewerkers van Limburgse bedrijven motiveren om in het najaar geld in te zamelen voor de projecten van Een Hart voor Limburg en andere goede doelen, en dit onder het motto 'verdien niets dan respect'.



1. Toelichting en uitleg.....
2. Teambuildings die de maatschappij versterken.....
3. Tijd maken voor.....
4. Waarom kiezen bedrijven voor Een Hart voor Limburg?.....
5. Editie 2018.....
6. Tips & Tricks.....
7. Externe communicatie
8. Testimonials eerdere edities.....

Bijlage : Inspirerende voorbeelden

1. Toelichting en uitleg

KeiSolidair is een jaarlijks weerkerende **solidariteitsactie**, ten voordele van de projecten van Een Hart voor Limburg, waarin medewerkers van Limburgse bedrijven op een gestructureerde manier vorm geven aan hun **sociaal engagement**. Dit door het vrijwillig investeren van expertise, menskracht, faciliteiten en netwerken in de lokale samenleving.

Een Hart voor Limburg kan hen hierin verder stimuleren maar ook actief ondersteunen.

2. Teambuildings die de maatschappij versterken

De tijd waarin teambuildings enkel en alleen maar bestonden uit etentjes, uitstappen, feestjes,...zijn voorbij. Een deelname aan **KeiSolidair** is een sociaal alternatief met voordelen voor bedrijf én goede doel!

Medewerkers leren zichzelf en hun collega's beter kennen in een ongebonden en stimulerende omgeving. Er ontstaan hechtere teams en de sociale contacten breiden uit. In die onbekende context komen ieders persoonlijke kwaliteiten naar boven en worden er nieuwe talenten ontdekt. Dat draagt uiteindelijk bij tot een beter functioneren van medewerkers.

3. Tijd maken voor...

Kinderen in armoede ... veel meer dan een geldprobleem! Het raakt kinderen in alle facetten van hun leven en heeft verregaande gevolgen op hun gezondheid, onderwijskansen, veiligheid en toekomst.

Kinderen met mentale en fysieke beperkingen, omdat hun problemen vaak onzichtbaar zijn in onze maatschappij, ze gespecialiseerde zorgen nodig hebben.

Door jullie inzet en steun kunnen we via onze projecten de levenskwaliteit van kinderen en jongeren in armoede en/of met een beperking verbeteren.

4. Waarom kiezen bedrijven voor Een Hart voor Limburg?

Zij geloven in de kracht van Het Streekfonds en zijn ervan overtuigd dat ze op deze wijze waarde kunnen toevoegen aan de projecten van het Streekfonds Een Hart voor Limburg.

Op deze manier staan ze samen in voor de verbetering van de levenskwaliteit in onze mooie regio Limburg met onze **focus op kinderen**.

Want enkel daarvoor doen ze dit uiteraard! Hun inspanning leidt tot realisaties van talrijke **grote én kleine projecten** in Limburg die **rechtstreeks én onrechtstreeks echt dat verschil maken voor kinderen en jongeren in Limburg**.

Realisaties van de projecten die ze ondersteunen kan u steeds terug vinden op onze website, nieuwsbrief en facebook pagina. Zeg nu zelf, daar wil u toch graag uw steentje aan bijdragen?



5. Editie 2018

Ondertussen zijn we aan de zevende editie van **KeiSolidair** toe. Net zoals bij de voorbije edities is het aan de bedrijven en organisaties zelf om een volledige actie uit te werken.

Om het engagement te verhogen en om mogelijke drempels te verlagen werd deze brochure uitgewerkt. Stap voor stap kan u en uw collega's uw actie plannen en uitrollen. Hoe u dat doet leest u op de volgende pagina's.

Ieder bedrijf is **KeiSolidair** op zijn eigen manier. Bij het ene bedrijf herstellen en vervangen ze één avond per jaar autoruiten en gaat de winst en het loon van de vrijwillige medewerkers naar het goede doel. Andere bedrijven bakken en verkopen samen wafels, organiseren een eetdag of houden een **KeiSolidair** feest.

Bent u KeiSolidair?

Graag meedoen? Laat het ons weten **voor 16 oktober 2018** zodat ook uw bedrijf kan opgenomen worden in onze verdere communicatie.

De publieke communicatie en publiciteit is voorzien tussen **15 september en 31 december 2018**.

Deze periode is echter niet limitatief wat betreft het uitvoeren van eigen initiatieven.

Info en inschrijven : www.keisolidair.be of op het nummer 011 87 87 19

6. Tips & tricks

Het slagen van dit initiatief valt of staat met...jawel de steun van de **CEO/zaakvoerder**. Hij/zij kan als geen ander effectief communiceren en vooral inspireren! Hij/zij kijkt verder dan het eigen bedrijf en is zich bewust van de maatschappelijke rol die men kan opnemen.

Een cruciaal onderdeel van het enthousiasmeren en inspireren van werknemers is hen een doel te geven waar ze trots op kunnen zijn!

Om de uitwerking van de actie (initiatief) te coördineren is het belangrijk dat er een **coördinator/verantwoordelijke** wordt aangeduid. Hij/zij is de schakel tussen de CEO/zaakvoerder en de werknemers en enthousiasmeren is zijn/haar tweede natuur! Het is belangrijk dat deze persoon de nodige tijd krijgt om de coördinatie ter harte te nemen.

Uit de feedback van de voorbije edities, werd herhaaldelijk het aspect 'tijdig starten' vermeld. Het niet tijdig of onvoldoende informeren van medewerkers stond synoniem aan een heel laag draagvlak en dus ook geen betrokkenheid.

Niet alleen informeren over de actie is nodig ook het 'waarom'. Samen iets organiseren, creëren, realiseren voor de kinderen die het moeilijk hebben in onze maatschappij, namelijk kinderen in armoede en kinderen met lichamelijke of mentale beperkingen. Daar doen **we** het voor!

Door het maken van een stappenplan, het vastleggen van informatiebijeenkomsten, updates doorheen het traject, de activiteiten die zullen plaatsvinden etc reeds van bij de start transparant te communiceren doet het initiatief leven en vermijdt ook frustraties doordat het niet behalen van de gedroomde resultaten een droom blijft van enkele personen.

Onderstaande planning kan jullie alvast een beetje op weg helpen :

| Wat | wanneer |
|---|---------|
| Informatiebijeenkomst (al dan niet met input van medewerkers) | |
| Deadline aanleveren ideeën | |
| Informeren over het uiteindelijke plan en tijdslijn | |
| Meedelen stand van zaken op momenten x-y-z | |
| Afsluit – bekendmaken resultaat | |

Interne organisatie en coördinatie

| Rol/competentie | Naam | Van | Tot | Geschatte inzet |
|-----------------|------|-----|-----|-----------------|
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |

| Middelen/faciliteiten | Waarom nodig | Van | tot |
|-----------------------|--------------|-----|-----|
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |

Kosten

Zijn er kosten verbonden aan de uitvoering, moet daar toestemming voor gegeven worden, wat zijn de interne afspraken,...

Dit kan in combinatie met bovenstaande tabellen mee opgenomen worden.

Enkele tips vanuit voorgaande edities

Op basis van de evaluaties van de voorbije edities kunnen we jullie alvast enkele aandachtspunten aanreiken. We zijn ervan overtuigd dat dit de slaagkans maar ook het plezier en samenhorigheidsgevoel van jullie medewerkers ten goede zal komen.

| |
|--|
| Aandacht besteden aan : |
| Tijdig sensibiliseren en informeren binnen de organisatie (reden van deelname, verwachtingen, pluspunten,...) |
| Leidinggevenden = voorbeeldfunctie → verhoogt engagement medewerkers |
| Groot draagvlak creëren binnen organisatie en eventueel samen met andere organisaties iets ondernemen |
| Een verantwoordelijke aanstellen binnen de organisatie die vrijgesteld wordt om dit project te coördineren |
| Tijdig met de voorbereidingen beginnen |
| Klanten informeren (indien van toepassing) |
| Gebruik maken van bestaande evenementen (bv. Deelname aan Dwars door Hasselt ten voordele van Keisolidair) |
| Maak er een teamactiviteit van |

Het tijdig sensibiliseren en informeren van medewerkers is een onmisbare factor.

7. Externe communicatie

Vanuit een Hart voor Limburg zullen er publiciteitsacties komen in Het Belang van Limburg, Made in Limburg en social media. De actie **KeiSolidair** maar ook de verschillende acties van de deelnemers zullen in de kijker gezet worden.

Ook jullie als bedrijf, organisatie, school, vereniging,...hebben er alle belang bij om te communiceren naar externen via de eigen kanalen.

Dit kan om de actie onder de aandacht te brengen maar ook om jullie warm hart en teamspirit te tonen!

| Doelgroep | Wat/boodschap | Door wie | Wanneer | middel |
|-----------|---------------|----------|---------|--------|
| | | | | |
| | | | | |

Wij wensen u alvast heel veel succes én plezier met uw **KeiSolidair** actie 2018.

8. Testimonials eerdere edities

Onze communicatiepartner **Liswood&Tache** stuurde 4 KeiSolidaire keien de wereld in die het komende jaar van bedrijf tot bedrijf doorgegeven zullen worden. Ieder bedrijf dat een kei aanneemt engageert zich om minstens 25€ te storten voor Een Hart voor Limburg en de kei vervolgens zo snel mogelijk weer door te geven.

Wilt u een van de keien naar uw bedrijf halen, laat dat dan snel weten op de Facebookpagina van **KeiSolidair Rocks**.

Carglass : Zowel het bedrijf als de medewerkers, vinden het belangrijk om samen een aantal goed overwogen initiatieven voor het goede doel in het binnen- en buitenland te ondersteunen, waarbij aandacht wordt besteed aan de vier bedrijfswaarden, respect, eerlijkheid, solidariteit en creativiteit.

Binnen Carglass® zijn we ervan overtuigd dat sociaal geëngageerde mensen gelukkiger zijn en daardoor ook sterkere prestaties zullen neerzetten en zich meer verbonden voelen met het bedrijf.

Geen wonder dus dat er regelmatig activiteiten opgezet worden voor het goede doel.

Eentje waar we best fier op zijn, is onze jaarlijkse give back night die aan de grondslag ligt van **KeiSolidair**. Eén derde van al onze medewerkers zorgt er voor dat we alle Carglass® filialen op een avond een paar uur langer kunnen openhouden en we dezelfde service kunnen aanbieden als tijdens de werkdag. De vrijwillige medewerkers helpen elkaar bij het herstellen en vervangen van autoruiten onder het motto 'werk een avondje door en verdien niets dan respect'. Het zou dus goed kunnen dat u een monteur uit het Limburgse aan de slag ziet in het Antwerpse, of iemand van het hoofdkantoor in Hasselt aan de andere kant van het land tegenkomt die de wagen van een klant aan het stofzuigen is. Een give back avond, waarbij handen uit de mouwen steken en teamspirit hoog op de agenda staan.

Gybels Group : *“Keisolidair zijn, kan ook keiplezant zijn. Dat leerden we nadat we bij onze eerste deelname met veel trekken en sleuren minder dan 10% van onze mensen bereid vonden om op een weekenddag enkele uren te draaien voor onze actie. De evaluatie leerde ons dat onze actie teveel op ons dagelijks werk leek, dat weekenden ook voor dit initiatief te moeilijk vrij te maken zijn én dat het allemaal te ernstig overkwam. Duidelijke feedback die ons inspireerde tot bouwen van nestkastjes, het openen van een pop up restaurant of het maken van onze eigen keisolidaire Thieu's koffie. Misschien gekke ideeën op het eerste zicht, maar het resultaat mocht er wel zijn. Telkens meer dan 35% van onze mensen deed mee, de opbrengst deed ons glunderen. En de sfeer? Het waren de beste teambuilding activiteiten van het laatste decennium!*

Onze raad: Maak het Keiplezant en durf eens iets anders...”

KeiSolidair bij Kumpen :

Het engagement bij Kumpen bestaat uit vele kleine initiatieven i.p.v. uit één groot. Je kan ze onderverdelen in de initiatieven waarmee louter geld wordt ingezameld – [NAAR HARTENLUST](#) – en deze waarbij effectief de handen uit de mouwen worden gestoken bij de vzw's ter plaatse – [HART LABEUR](#).

Het startschot wordt altijd gegeven met de [K-PARTY](#) die elk jaar op één van de laatste vrijdagen in mei georganiseerd wordt.

In 2015 heeft Kumpen meegedaan onder het motto '[slank en fit met KeiSolidair](#)'.

We noemden het ook het jaar van de 5 EUR acties.

Het stramien was telkens hetzelfde: een aantal collega's stelde zich kandidaat om deel te nemen aan een initiatief en liet zich door collega's, vrienden en bekenden sponsoren voor een minimum bedrag van 5 EUR.

Zo deden een aantal collega's o.a. mee aan [de Strongmanrun, de Dodentocht en Dwars door Hasselt](#).

Maar het mooiste initiatief was eigenlijk [de afvalrace](#). Een tiental collega's stelde zich na een oproep van collega Sep kandidaat om 10 kg of 5 kg af te vallen voor het goede doel. De meesten hebben hun streefdoel onder begeleiding van collega-diëtiste Carine ook gehaald!

*En dat veel kleintjes ook één groot kunnen maken, werd duidelijk bewezen; 2015 was namelijk het jaar dat we het grootste bedrag aan geld hebben kunnen inzamelen voor **KeiSolidair!***

Het **KeiSolidair** Kumpen team

KBC : Met een 75-tal kantoren zet KBC jaarlijks mee de schouders onder **Keisolidair**. We trachten hierbij om onze 650 collega's te mobiliseren om ook hun steentje bij te dragen aan dit mooie initiatief.

Onze mensen zijn verspreid over verschillende locaties. Om dit te coachen werken we samen in clusters. Per cluster hebben we een 'trekker' (de lokale **Keisolidair** ambassadeur) die zorgt voor enthousiasmering, begeleiding en opvolging.

Onze ambassadeurs worden vooraf samen gebracht om een plan van aanpak af te spreken. Vervolgens plannen zij in hun cluster een moment om de collega's te briefen en concreet aan de slag te gaan als TEAM. Door er een teamgebeuren van te maken werkt het aanstekelijk wat het enthousiasme en de inzet ten goede komt.

Door samen in 2016 meer dan 6.000! gezonde vieruurtjes te maken en te verkopen in de kantoren via ons fijnmazig netwerk, kunnen we toch heel wat Limburgers bereiken maar ook als teambuilding kan dit tellen!

Bijlage : inspirerende voorbeelden eerdere edities

| |
|---|
| <p>Carglass : Onze werknemers hebben 's avonds autoruiten vervangen en hersteld. De opbrengst en het loon van de werknemers werd integraal gestort aan oa. de projecten van Een Hart voor Limburg.</p> |
| <p>Gijbels Group : Onze werknemers hebben samen vogelkastjes gemaakt en verkocht alsook een koffieactie en een pop-up bedrijfsrestaurant georganiseerd.</p> |
| <p>Concentra en TVL organiseerde een carwash op zaterdag. Opbrengst 10 €/ auto</p> |
| <p>Coca Cola Hasselt : onze werknemers hebben wafels verkocht gedurende de week van de solidariteit ten voordele van Een Hart voor Limburg.</p> |
| <p>KBC : de werknemers stelden een maaltijdcheque ter beschikking om ingrediënten voor wafels aan te kopen. De wafels werden als team op verscheidene plaatsen gebakken en te koop aangeboden in de plaatselijke kantoren. Daarnaast verkochten wij in 2016 meer dan 6.000 gezonde vieruurtjes via ons kantorennetwerk.</p> |
| <p>La Bottega : tijdens het fashion-weekend heeft ons personeel 2 dagen schoenen van klanten gepoetst twv EHvL</p> |
| <p>E&Y : onze medewerkers gaan fietsen, er werden sponsors gezocht en werden op die manier gesponsord voor iedere afgelegde kilometer</p> |
| <p>Unizo riep zijn werknemers en leden op om deel te nemen aan Dwars door Hasselt. Elke deelnemer liet zich sponsoren of betaalde per deelname 50 euro waarvan 25 euro werd geschonken aan de projecten van Een Hart voor Limburg. Voor het resterende bedrag werd aan elke deelnemer een vip pakket aangeboden.</p> |
| <p>Building Group Jansen : organiseerde een verkoop van werfresten voor hun medewerkers, deze verkoop werd gecombineerd met een democratisch geprijsd ontbijt. Building Group Jansen schonk de opbrengst van zowel de personeelsverkoop als het ontbijt aan Een Hart voor Limburg.</p> |
| <p>Sint-Jan Berchmansinstituut te Zonhoven : De leerlingen van 6 STW organiseerden een koekjesverkoop. Deze koekjes werden door de leerlingen zelf gebakken en verkocht in de school. De opbrengst hiervan gaat integraal naar 'KeiSolidair' van 'Een Hart voor Limburg'.</p> |



Kristie Deckers
Coördinator Streekfonds
011/878.599
0473/58.27.85
info@eenhartvoorlimburg.be
www.eenhartvoorlimburg.be

www.keisolidair.be