

HU-MENU-TY

Inspiratiemenu om jouw actie voor menselijkheid nóg succesvoller te maken

11.11.11 vertrekt vanuit één eenvoudige maar krachtige overtuiging: echte verandering begint bij **menselijkheid en verbondenheid**. Achter elke actie, elke verkoop en elk initiatief staan mensen die zich engageren voor een meer rechtvaardige wereld, hier en elders.

Met dit **hu-menu-ty** serveren we een menukaart vol inspiratie om jouw actie nóg succesvoller te maken. Je vindt er ideeën, recepten en ingrediënten die je kan combineren, aanpassen en naar eigen smaak inzetten.

Sommige suggesties zijn kleine extra's die weinig tijd vragen maar veel

kunnen opleveren. Andere nodigen uit om nieuwe dingen uit te proberen, meer mensen te betrekken of je opbrengst en impact te vergroten.

Blader, proef, experimenteer en kies wat bij jullie past. Elke actie, groot of klein, helpt om solidariteit tastbaar te maken en mensen samen te brengen rond wat ons verbindt: meer menselijkheid/humanity.

Want het is dankzij jullie inzet en opbrengsten dat 11.11.11 activisten en organisaties wereldwijd kan ondersteunen in hun strijd tegen onrecht en mee kan bouwen aan duurzame verandering.



Vragen over dit menu?

Contacteer ons op vrijwilliger@11.be of 0473 24 05 10

Laatste updates op 11.be/vrijwilligers

SPONSORING

Werken jullie samen met sponsors voor je 11.11.11 actie?

Sponsoring kan jullie actie versterken, verdiepen en winstgevender maken. Door lokale handelaars, organisaties of bedrijven aan te spreken, vergroot je niet alleen je middelen, maar bouw je ook bruggen tussen mondiale thema's en lokaal engagement. Zo geef je je boodschap meer zichtbaarheid en maak je samen met partners nog meer impact mogelijk. Duik hieronder in handige tips & tricks.

DENK VANUIT DE SPONSOR11,-

- Stel altijd de vraag: *Wat levert het de sponsor op?*
- Denk aan zichtbaarheid, lokaal imago en betrokkenheid.
- Ga in gesprek en stem je voorstel af op het bedrijf

MAAK ER EEN WIN-WIN VAN11,-

Toon duidelijk wat het bedrijf/de organisatie krijgt: zichtbaarheid, aanwezigheid op het event, teambuildingmogelijkheden

MAAK EEN SPONSORDOSSIER AAN11,-

Toon je bereik en impact: aantal vrijwilligers en deelnemers, communicatieplan, waar affiches hangen. Een sponsordossier zorgt voor overzicht en duidelijkheid

DUIDELIJKE SPONSORPAKKETTEN11,-

Zoals €111 / €222 / €555 / €2222
Hoe hoger het bedrag, hoe meer zichtbaarheid en voordelen

WEES CONCREET IN JE AANBOD11,-

Geef per bedrag duidelijke voordelen (bv. per €100 = 1 gratis toegangsticket)

SPONSORING IN NATURA KAN OOK11,-

Materiaal, diensten, logistiek of expertise

ZET STERK IN OP ZICHTBAARHEID11,-

Cruciaal voor sponsors: sociale media, affiches, lokale pers, aanwezigheid op startlocatie. Bied meer dan een logo.

GEBRUIK JE NETWERK IN JE ZOEKTOCHT11,-

Start bij vrijwilligers, mensen/organisaties waar je al mee samenwerkt, leveranciers en influencers. Warme contacten werken het best

BOUW RELATIES OP LANGE TERMIJN11,-

- Bedank sponsors met een dankmail of dankmoment
- Blijf hen zichtbaar maken, ook na het event

Proef hier van het sponsordossier van de 11.trail Roeselare

PRIJSZETTING

Hoe bepalen jullie de prijzen voor jullie acties?

Een hogere prijs, zal leiden tot meer opbrengst! Of toch niet? Een uitnodiging om met jouw 11.groep bewust stil te staan bij de prijzen die jullie vragen. Plan een momentje in tijdens jullie volgende vergadering om hierover in gesprek te gaan. Dit kan door 1 of meerdere van de stellingen hiernaast te bespreken. Kloppen jullie prijzen of is er ruimte om iets meer te vragen?

STELLINGEN11,-

1. Een ngo moet, waar mogelijk, streven naar financiële zelfredzaamheid.
2. Het is ethisch verantwoord dat een ngo marktprijzen vraagt als de opbrengsten opnieuw in de missie worden geïnvesteerd.
3. Het vragen van lagere prijzen dan de markt is essentieel om onze doelgroep te bereiken.
4. Mensen zijn bereid om een centje meer te betalen voor een product als het ten voordele is van een ngo.
5. Een realistische prijszetting straalt professionaliteit en geloofwaardigheid uit.

GEMIDDELDE PRIJZEN VOORJAAR 202611,-

- Een drankje op café: €3 - €3,50
- Een spaghetti op een schoolfeest: €10 - €15
- Deelname aan een quiz per ploeg: €25 - €30
- Een warme maaltijd via vrijwilligers van ngo's aan huis: €15 - €25
- Deelname aan een korte trail: €15 - €35

TIPS & TRICKS11,-

- **Durf marktprijzen hanteren.** Realistische prijzen stralen professionaliteit en geloofwaardigheid uit, zeker wanneer de meerwaarde duidelijk is. Vergelijk jullie prijzen gerust met die van andere organisaties of evenementen.
- **Communiceer de meerwaarde van 11.11.11.** Mensen zijn vaak bereid iets meer te betalen wanneer ze weten dat de opbrengst een goed doel ondersteunt. Licht jullie missie dus helder toe en durf prijsverhogingen uit te testen.
- **Maak bewuste prijsafspraken.** Spreek vooraf duidelijke minimum- en maximumprijzen af om willekeur te vermijden. Zorg ervoor dat iedereen binnen de groep vanuit hetzelfde kader werkt en evalueer regelmatig wat goed werkt.
- **Maak expliciete keuzes.** Een lagere prijs kan zorgen voor meer bereik, terwijl een hogere prijs meer financiële draagkracht geeft. Beide keuzes kunnen goed zijn, zolang ze bewust gemaakt worden in functie van jullie doel.

NIEUWE VRIJWILLIGERS

MENSEN STAP VOOR STAP BETREKKEN

Hoe kunnen jullie jullie vrijwilligersgroep vernieuwen of verbreden?

Nieuwe vrijwilligers vinden is niet vanzelfsprekend. Het is een continu aandachtspunt. Toch liggen er vaak kansen dichterbij dan je denkt. Door nieuwe contacten te leggen en mensen op een laagdrempelige manier te betrekken, groeit engagement vaak stap voor stap. Laat je inspireren door de aanpak van de 11-groep van Boom en ontdek enkele concrete tips.

TIPS & TRICKS

- 11,- **Denk eens na over welk talent vandaag nog ontbreekt** zodat je daarmee gericht op zoek kan gaan en mensen gericht kan aanspreken.
- 11,- **Denk ook breder dan enkel inwoners van je gemeente.** Mensen die er sporten, iets komen drinken, naar school gaan of deelnemen aan activiteiten, kunnen zich evengoed verbonden voelen met jullie verhaal en engagement.
- 11,- **Durf altijd iets te vragen aan mensen,** soms vraag je geld, soms vraag je tijd. Mensen die geen vraag krijgen, doen zeker niets.
- 11,- **Probeer de mensen die je al bereikt het volgende jaar een stapje verder te laten zetten:** deelnemers worden helpende handen en helpende handen nemen een verantwoordelijkheid op. Dit zijn mensen die al een engagement tonen, waardoor de kans op een 'Ja, dat wil ik wel doen' hoger wordt.
- 11,- **Laat vrijwilligers iemand meebrengen.** Nieuwe mensen sluiten makkelijker aan wanneer ze samen met een vriend, buur of collega kunnen komen helpen.
- 11,- **Maak jullie werking zichtbaar op plekken waar mensen samenkomen.** Welke verenigingen, scholen, sportclubs of lokale initiatieven kunnen interessante partners zijn?

IN DE KIJKER – Boom

In Boom werkt de 11-groep samen met Palestijnse, Congolese en andere culturele organisaties. Vanuit die samenwerkingen organiseren ze laagdrempelige activiteiten en workshops: samen koken, Nederlands oefenen, verhalen delen of uitleg geven over solidariteit en engagement. Naast internationale solidariteit, krijgen ook noden dicht bij huis aandacht. Zo worden bijvoorbeeld ook middelen ingezameld voor mensen in Boom die extra ondersteuning kunnen gebruiken.

“We doen het niet voor hen, maar met hen.”

Door in te zetten op ontmoeting en samenwerking brengt de 11-groep mensen op een natuurlijke manier met elkaar in contact. Die menselijke aanpak zorgt ervoor dat mensen zich welkom en betrokken voelen waardoor vrijwilligers zich daardoor vaak spontaan engageren. Eerst komen ze langs voor een activiteit of een gesprek, later helpen ze mee organiseren of trekken ze zelf mee aan de kar. Zo groeit de vrijwilligersgroep stap voor stap vanuit echte verbinding.

JONGEREN

Hoe meer jongeren betrekken bij jullie actie?

Jongeren betrekken is vaak geen kwestie van “meer aanspreken”, maar van aansluiting vinden bij wat hen motiveert en bezighoudt. Wanneer ze zich herkennen in jullie werking en ruimte krijgen om zelf mee vorm te geven, groeit engagement vaak vanzelf. Door activiteiten te koppelen aan hun leefwereld, samenwerkingen op te zoeken met scholen, jeugdwerkingen of sportclubs en hen echt een rol te geven in de uitwerking van jullie actie, vergroot je de kans dat jongeren niet alleen deelnemen, maar ook mee verantwoordelijkheid opnemen. Hieronder enkele tips en tricks om mee te nemen.

TIPS & TRICKS

- 11,- Werk samen met scholen en leerkrachten** Persoonlijk contact met leerkrachten vergroot sterk je bereik bij jongeren.
- 11,- Maak acties concreet en tastbaar** Jongeren en scholen haken sneller aan bij duidelijke, praktische doelen of campagnes.
- 11,- Betrek jongeren actief in acties** Laat hen zelf verkopen, deelnemen of mee organiseren in plaats van hen enkel te informeren.
- 11,- Koppel acties aan hun leefwereld** Workshops, creatieve projecten of hands-on activiteiten zorgen voor meer engagement.
- 11,- Werk samen met jeugdbewegingen en lokale groepen** Zo bereik je jongeren via hun bestaande netwerken.
- 11,- Zorg voor beleving en creativiteit** Combineer acties met muziek, kunst, graffiti.
- 11,- Gebruik laagdrempelige insteken** Eenvoudige, toegankelijke acties maken deelname voor jongeren makkelijker.
- 11,- Zorg voor zichtbaarheid en media-aandacht** Betrek pers en deel acties breed om het imago te versterken.

IN DE KIJKER – Malle

Met een aanbod op maat van jongeren zorgt de 11-groep in Malle ervoor dat 11.11.11 ook voor een jong publiek relevant, fris en eigentijds blijft.

Zo trokken ze met een 20tal jongeren van de plaatselijke jeugdbewegingen naar het getroffen gebied van de overstromingen in Pepinster om samen afval te rapen – een krachtig staaltje solidariteit in actie!

In Malle prijkt ook een muurschildering, gebaseerd op hoe jongeren kijken naar ongelijkheid, duurzaamheid en rechtvaardigheid. Tijdens een creatieve graffitiworkshop gingen ze hierover met elkaar in gesprek.

In september of oktober bezoekt de 11-groep jaarlijks de jeugdbewegingen. Met een interactieve activiteit brengen ze het campagnethema tot leven en maken ze meteen de eerste afspraken voor het actieweekend. Jaar na jaar zetten de jongeren mee hun schouders onder het actieweekend en zorgen ze voor sfeer, enthousiasme en engagement.