

# SAMEN VOOR MEER INTERNATIONALE SOLIDARITEIT IN 2025

Infomoment vrijwilligers

Resultaten 2024  
Plannen 2025

20 februari 2025



11.be



# WIE IS HIER VANAVOND?

50 VRIJWILLIGERS

BEWEGING: REIN, LEEN, TINE

FONDSENWERVING: JEROEN, INES

CAMPAGNE & COMMUNICATIE: TAMA

# AGENDA

BLIK OP DE WERELD VANUIT 11.11.11

RESULTATEN NAJAARSCAMPAGNE

PLANNEN 2025

RUIMTE VOOR VRAGEN

# 11.11.11 BLIK OP DE WERELD

Druk op internationale solidariteit

- In de rest van wereld – Palestina, Oost Congo, US
- Federale & Vlaamse onderhandelingen

De kracht van ons allemaal:

- Resultaten van campagne: we zijn met veel - ombuigen van de terugval
- Nieuwe mensen aantrekken (2025 – 2026)

# RESULTATEN NAJAARSCAMPAGNE

- Algemene resultaten
- Lokale acties
- Lokale giften
- Geleerde lessen & actiepunten

# MENSELIJKHEID HEEFT EEN VOORNAAM



# ALGEMENE RESULTATEN

Oproep voor meer menselijkheid kon op veel bijval rekenen bij vrijwilligers, collega's en deelnemers

- Financieel resultaat (incl lokale acties)
- Media bereik



# FINANCIIEEL RESULTAAT

METEN VAN 15/10 tot 31/12

VIER INKOMSTENLIJNEN

- Lokale actie
- Lokale giften
- Eenmalige giften
- Lokale toelagen



# FINANCIIEEL RESULTAAT

- Globaal een positief resultaat van 2.756.269 € of een stijging van 81.269 € ten opzichte van 2023 (+3.04%)
- alle lokale inkomstenlijnen stijgen behalve lokale toelagen
- We sluiten af met 13.514 schenkers tov 12.676 schenkers in 2023 = + 838 schenkers
- Gemiddeld geefbedrag blijft stabiel



[animatie]

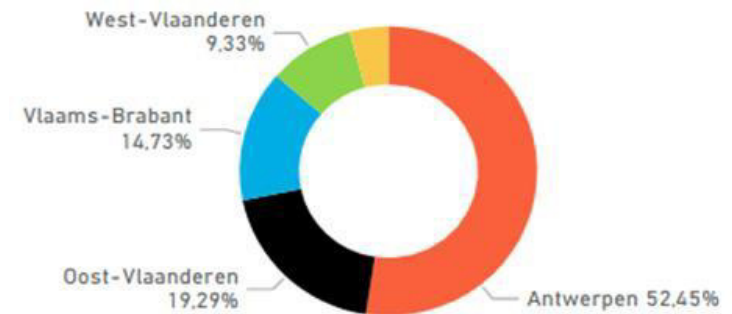
# LOKALE ACTIE

- Iets minder groepen en activiteiten maar **betere lokale resultaten**: een stijging van 12% tov 2023
- Daling vorige jaren gestopt
- 40% inkomsten uit verkoop / 60% uit activiteiten

# EENMALIGE GIFTEN

- Stijging van 4% tov 2023
- Resultaat van geefbrieven, online, advertenties
- Positief effect merk, thema, segmentatie, actualiteit
- Belangrijke bron voor aanboren nieuwe schenkers

# LOKALE TOELAGE



- Daling tov 2023
- Steden en gemeenten --> 130 tov 138 in 2023
- Blijft belangrijk maar volatiel

# MEDIABEREIK

- Radiospot Radio1, Radio 2, StuBru: 2,4 milj. Vlamingen bereikt
- Sociale media-campagne (FB en IG): 800.000 personen bereikt
- Lokale persactie in 14 gemeentes: 90x opgepikt door de pers



# 11.11.11 onthult mysterieuze solidariteitscampagne

**LEUVEN**  
Wie plakke raadselachtige posters op officiële verkiezingsborden?

dariteitsorganisatie heeft in Ninove een campagne op gang t. Vorige week dokers mysterieuze affiches de vraag: wie komt menselijkheid? Nu r die affiches over- met afbeeldingen van rs die dagelijks bezig t menselijkheid.

aandacht schenken aan het thema menselijkheid. De organisatie wil het menselijke gezicht achter solidariteit tonen met mensen die dagelijks opkomen voor anderen, ver weg en dichtbij. "Menselijkheid heeft een voornaam, het is namelijk een zaak van gewone mensen. We staan niet zomaar in Ninove. Na de gemeenteraadsverkiezingen willen we steun betuigen aan iedereen die menselijkheid als uitgangspunt heeft", vertelt Els Hertogen, directeur van 11.11.11. "Changeers"

Walumona. Wouter is voorzitter van Natuurpunt Ninove en Frederick zet zich in voor de organisatie Mambank East. "Wij begeleiden mensen hier, maar ook in Congo zijn we actief", zegt Frederick. We werken rond vier thema's waaronder democratie, goed bestuur, gezondheid en onderwijs. In Vlaanderen werken we rond ondersteuning van jongeren om zo hun slaagkansen te vergroten. "We hebben dergelijke initiatieven nodig vandaag", zegt Hertogen. "Er zijn oorlogen, klimaatveranderingen en geweld. Veel



Op verschillende plaatsen in Leuven de verkiezing affiches op de camplobborden overplakt met raadselachtige posters. In grote letters volgende vraag taakzake: "Wie voor menselijkheid? Het wordt staat dat het zou gaan om een partij of burgerbeweging. De mysterieuze boodschap op lijke en recht op de voorbijgangers werkezingen die burgemeester Mohamed Rabouani en zijn partij een moederzorg opleverde. V geen enkele tip over wie de posters op de officiële verkiezingsborden brengt ons bij de vraag of het kunnen gaan om een nieuw of oude of om een burgerbeweging. Menselijkheid contraad wel stellen. Moed. Hoe wel of nog geen officiële bekendmaking is. Eerst de actie georganiseerd te zijn, met poezie die publieke aandacht trekken. Men zijn aan Sine-Maartenmed. Denk Boutalaan ter hoogte van nassen n. Nieuwsgierig op 23 oktober maar dankzij lokale kamer opvallende op 156. Foto: de Jonghe



**Vrijwilligers in de kijker**



De affiches zijn een campagne van 11.11.11. Foto: Lieven Roux

## 11.11.11 overplakt verkiezingsborden in Genk en Pett: tonen mensen die dagelijks opkomen voor anderen,



## Nieuwe verkiezingsaffiches kleuren straatbeeld in Roeselare



**Katrien Heughebaert**  
11.11.11-directeur



**Eline Nys**  
Let Us Change vzw



**MECHELEN**  
11.11.11 overplakt verkiezingsaffiches met lokale inwoners  
Het is het ook al gezien? Het was verkiezingsaffiches werden zopas overplakt in de hoofdstad. Wie komt er op voor menselijkheid? De campagne is een initiatief van 11.11.11 in vijf verschillende gemeenten en toont niet alleen de gezichten van internationale solidariteitswerkers, maar ook lokale Mechelaars die zich inzetten voor hun gemeenschap.  
De actie in Mechelen werd gelanceerd door 11.11.11-directeur Els Hertogen en Mechelische schepen Rina Rabau, Nikandu (Voor Mechelen). Samen overplakten ze de verkiezingsposters met nieuwe exemplaren die gewone mensen tonen die zich inzetten voor een warmere samenleving. «We willen de gezichten en namen van mensen tonen die elke dag menselijkheid in de praktijk brengen, hier in België maar ook internationaal», aldus Hertogen. «Bijvoorbeeld Passy, die opkomt voor vrouwenrechten in Kenia, of Koyan, die vluchtelingenkamp in Congo, en Omar, die aan de Turkse grens vluchtelingen helpt.»

**Oorlog in Gaza**  
De affiches tonen ook Mechelse gezichten, onder wie Sobri Behadi, die zich al jarenlang inzet voor de lokale gemeenschap, en Yara Bouchab, een studente van 11.11.11. «Waarom ik jou heb gezegd? Het lijkt me vanzelfsprekend dat menselijkheid belangrijk is. Ik wilde een bijdrage leveren aan deze campagne. Sindsdien verandert een goede behandeling, maar het is dat niet altijd het geval. Ik zou verantwoordelijke gezonde doelen, waaronder 11.11.11. omdat ik wil dat er structurele oplossingen komen voor bedragede problemen zoals het klimaat en de oorlog in Gaza. Dit zijn zaken die me echt bezig houden, en zo voel ik me onderdeel van een grotere oplossing.» (10)

11.11.11-directeur Els Hertogen, campagnegezicht Yentil Blébaud en Mechelische schepen Rina Rabau Nikandu. © Delf De Jonghe

## 11.11.11 overplakt verkiezingsaffiches: "Het menselijke gezicht achter solidariteit tonen"

# LOKALE ACTIES

## Totalen voor 2024

Aantal acties	320
Actieplatform	206 (verkoop > bussen > etentjes)
Aantal groepen	140

## Welk type acties?

Type actie	Aantal lokale acties	Aantal groepen
Boekenverkoop	5	5
Bussen financieel materiaal	45	43
Etentje (ontbijt, brunch, lunch, diner)	64	55
Inhoudelijk event (Expo, lezing, debat, film...)	38	31
Optreden	12	12
Quiz	22	22
Sportief evenement	18	15
Verkoop van producten (deur-aan-deurverkoop, verkoop aan warenhuizen, pakketten, soep...)	100	74
Andere	16	13





# LOKALE GIFTEN

## Ter info: evolutie lokale giften 2018 – 2024

INKOMSTEN	Result 2018	Result 2019	Result 2020	Result 2021	Result 2022	Result 2023	Result 2024
Lokale giften €	222,765.07	190,164.00	454,495.00	256,451.00	156,882.00	147,010.00	157,276.00
Stijging / daling %		-14.63	139.00	-43.57	-38.83	-6.29	6.98

- 652.216 brieven (-13.000 t.o.v. 2023)
- Door 94 groepen (-5 t.o.v. 2023)
- 2231 schenkers (+112 t.o.v. 2023)
- Gemiddeld schenkbedrag €71 (t.o.v. €70 in 2023)
- **740 nieuwe schenkers** (+34 t.o.v. 2023)
- **28% van de nieuwe schenkers van 11.11.11 kwam in 2024 uit verdeling solidariteitsbrieven (740/2613)**
- Netto-winst: €115.546,36
- Relatief lage kosten: elke euro geïnvesteerd levert ons bijna €4 op

# BUSSEN LOONT!

- Nieuwe schenkers worden opgenomen in fondsenwervende programma 11.11.11
  - Meerdere giften
  - Kunnen zelfs structurele schenker worden
- We zien dat 5 jaar na de lokale gift, meer dan 50% van de nieuwe schenkers nog minstens één keer opnieuw geschonken heeft. Deze **extra schenkingen** van de nieuwe schenkers loopt op **tot 45% van het oorspronkelijk ingezameld budget van de lokale giften.**

# EVALUATIE VRIJWILLIGERS

# VRIJWILLIGERS-BEVRAGING

➤ **Enthousiasme** van vrijwilligers, een goed netwerk & samenwerkingen, zorgen voor succesvolle acties

➤ **Verjonging &** vinden van **extra helpers** zijn de uitdagingen bij vele lokale acties

➤ **Menselijkheid & mensenrechten + klimaat** zijn de thema's waar jullie verder rond in actie willen komen

- Het campagnethema valt in de smaak. Er zijn ook wel vrijwilligers die het thema te algemeen en daardoor te moeilijk vonden.
- Vrijwilligers wensen **meer inhoudelijke ondersteuning** rond het thema.
- Vrijwilligers krijgen graag een duidelijker overzicht van **waar het geld dat ze ophalen naartoe gaat**.
- Vrijwilligers missen de **persoonlijke ondersteuning**.
- Vrijwilligers missen **educatief aanbod** voor scholen/ materiaal om 11.11.11 en de campagne op scholen voor te stellen.
- Vrijwilligers hebben een **tv-spot/campagnefilm gemist**.
- Vrijwilligers zijn **positief over de wenskaarten, chocolade en truffels**. Fietsplaatjes verkochten slecht. Potloden wisselend.
- Vrijwilligers zijn positief over de ondersteuning bij het **actieplatform**
- Vrijwilligers dringen aan op een Single Sign On voor actieplatform, webshop, ...
- Het aantal aanvragen voor lezingen ikv campagne neemt af tov voorgaande jaren.

# NAJAARSCAMPAGNE 2025



## FOCUS NAJAARSCAMPAGNE '25: MENSELIJKHEID

Criteria: een (jaar)thema dat zeer sterk maatschappelijk leeft, waarop urgentie zit en waarbij we onze visie rond internationale solidariteit concreet kunnen maken.

Voorstel focus '25: we laten de **menselijkheid** niet los en trekken de lijn van activisme in **de strijd voor mensenrechten** door. Met een hoopvol, krachtig koepelconcept dat toont dat ieder mensenleven telt.



# ACTIEPUNTEN 2025

- Stijging aantal & omzet **acties**
- Extra inzetten op **11.trails**
- Optimaliseren **campagnemateriaal**
  - **Pitch** om 11.11.11 + campagnethema voor te stellen
  - Campagnemateriaal afgestemd op type acties
  - Aanbod scholen
- Optimaliseren **digitale tools** (actieplatform, vrijwilligersportaal, webshop)
- Vrijwilligersvriendelijke **timing**

# CONTACTMOMENTEN NAJAARSCAMPAGNE 2025

31/03 of

2/04

KLANKBORDGROEP

Fysiek, Brussel

22 mei

STARTSESSIE NJC  
2025

Online

Mei/juni

INSPIRATIESESSIE  
lokale fondsenwerving

Fysiek, Gent & Leuven

sept/okt

INSPIRATIESESSIES  
campagnethema

per provincie





**PLANNEN 2025**



# UITDAGINGEN BEWEGING

## ➤ **Nieuwe mensen** aantrekken

Thema klimaattransitie

Opbouw beweging: een groep van 5 kernvrijwilligers → leiden op hun beurt 15 (groepjes van) lokale trekkers op → verzamelen 200 a 250 vrijwilligers rond zich tegen okt/nov.  
+ verder op bouwen de komende 2 jaar

## ➤ **Bestaande vrijwilligers & groepen** ondersteunen richting de campagne:

Op tijd: inspiratiemoment & aanbod  
Teams vormen die bussen  
Lokale acties inspireren

## ➤ Nieuwe **lokale verkozenen** stimuleren om rond internationale solidariteit de agenda en de beheerscyclus voor de toekomst te beïnvloeden.

# SAMEN STERK



# CAMPAGNE LOKALE MANDATARISSEN

- Kader Post-verkiezingen, opmaak gemeentelijk meerjarenplan
- Wat Een positieve campagne gericht aan onze lokale mandatarissen, gevoerd door onze lokale bewegingen die samen internationale solidariteit in hun gemeente in de praktijk brengen: 4de Pijlers, 11.vrijwilligers, Oxfam-vrijwilligers...



# CAMPAGNE LOKALE MANDATARISSEN

- Doelen

1. DE RELATIES MET LOKALE BESTUREN VERSTERKEN
2. SPELERS LOKALE INTERNATIONALE SOLIDARITEIT IN DE KIJKER ZETTEN
3. LOKALE MANDATARIS WORDT AMBASSADEUR VAN INTERNATIONALE SOLIDARITEIT
4. SAMENWERKING TUSSEN 11.11.11 EN LOKALE INITIATIEVEN ZICHTBAAR MAKEN

- Stappen

1. FEBRUARI **FELICITATIEBRIEF AAN LOKALE MANDATARISSEN**
2. MAART-MEI **PROVINCIALE NETWERKMOMENTEN** LOKAAL MONDIAAL BELEID
3. EIND MAART **KAARTJE NAAR DE LOKALE MANDATARISSEN ALS TEASER**
4. APRIL/MEI **LOKALE ACTIES - TOOLKIT**
  - CONTACTMOMENT MET DE SCHEPEN
  - KAARTENACTIE: GEPERSONALISEERD KAARTJE NAAR LOKALE MANDATARIS
  - ACTIE AAN DE GEMEENTERAAD
  - INZET SOCIALE MEDIA VAN EN DOOR LOKALE GROEPEN
  - INZET VAN DE GEMEENTE-KANALEN (GEMEENTELIJK INFOBLAD) DOOR LOKALE GROEPEN

# CAMPAGNE LOKALE MANDATARISSEN

- Ondersteuning 11.11.11
  - 26/03: website met lokale gezichten en info over burgerinitiatieven
  - Toolkit
- Bij vragen: [vrijwilliger@11.be](mailto:vrijwilliger@11.be)



## WELKOM OP DE PROVINCIALE NETWERKMOMENTEN

- Antwerpen: Gie Goris, 14 maart
- Leuven: Els Hertogen, 21 maart
- Roeselare: Sara Kinsbergen, 28 maart
- Gent: Els Hertogen, 4 april
- Genk: Els Hertogen, 23 mei

# WEEK VAN DE 4DE PIJLER



Dag van de 4de Pijler, Vlaams Parlement, zaterdag 22 maart

## Onlinesessies

- Wereldburgerschap in een polariserende samenleving dinsdagavond 25 maart 2025
- Krimpende ruimte voor burgerrechten donderdagavond 27 maart 2025
- Gelijkwaardige internationale partnerschappen dinsdagavond 1 april 2025
- Internationale Wereldburger Quiz donderdagavond 3 april

# ACTIES

2 maart

Nationale  
solidariteitsactie voor de  
Democratische  
Republiek Congo

15 mei

Nakba Day

5 oktober

Klimaatmars

23 maart

Sta op tegen racisme

14 juni

Drowning day



# EVENEMENTEN

7-9 maart

## Boekenverkoop

Bibliotheek De Krook, Gent  
(ook 9-11 mei en 12-14 dec)

29 maart

11.Trail Dilbeek

12 okt

11.Trail Kuurne

19 okt

11.Trail  
Roeselare

23 maart

## Iftar event

Arenbergschouwburg  
Antwerpen

20 juni

## JEF NEVE

NTGent

2 nov

Miles For  
Humanity



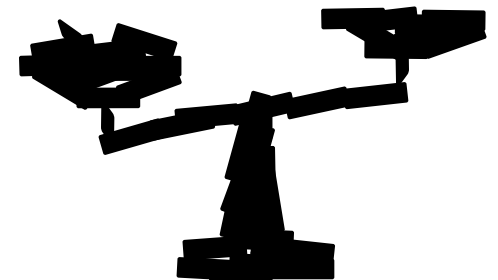


# TOEKOMST 11.11.11

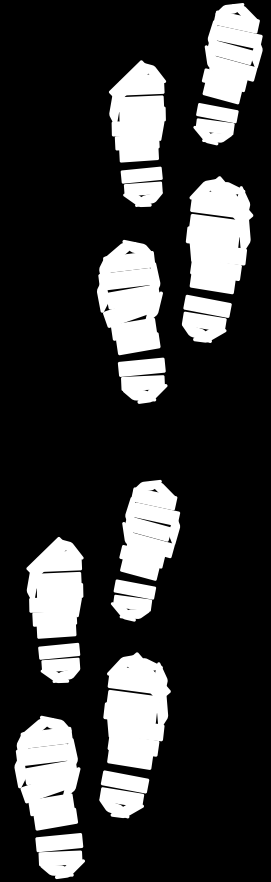
## IMPACTTAFELS Mei/juni

Rond belangrijke onderwerpen voor 11.11.11 gaan we samen aan de slag (vrijwilligers, leden, 4<sup>de</sup> pijler, personeel, internationale partners,...) om te bekijken hoe we maximaal impact kunnen hebben.

We nodigen ook experts uit die ons uitdagen met nieuwe ideeën en ons inspireren en laten innoveren.



# VRAGEN



# AFSLUIT

Break-out room

waar voel je energie/goesting voor?

+ delen in de chat



# Bedankt!

Bij vragen:

[vrijwilliger@11.be](mailto:vrijwilliger@11.be) of +32 473 24 05 10

