

JCI MAG editie 1 - mei 2020



LCKDOWN



QUALITY



HEALTH & SAFETY



ENVIRONMENT



PEOPLE



MANAGEMENT

Wat is jouw volgende stap?

Klim naar nieuwe professionele hoogtes

- Open training
- Bedrijfsinterne opleidingen
- Consultancy
- Interim management

Amelior.be
CENTER FOR EXCELLENCE



INHOUDSTAFEL

JCI MAG

- 4 Zoek jij inspiratie?
- 5 Woord van de voorzitter
- 6 #wondernemen
- 9 De edele kunst van het onderhandelen
- 14 Robert's Rules of Order
Parlementaire Procedure
- 16 Op adem komen
- 18 Slimme branding
- 20 Wil jij bijleren volgens een bepaald thema?
- 22 We will be the tight link



6



16



18

ZOEK JIJ INSPIRATIE?



Auteur
Kenneth De Decker
Bestuurder PR & Communicatie
JCI Vlaanderen vzw

Tijdens de zomerperiode 2019 lanceerden we een oproep om inspirerende projecten in te sturen die anderen kunnen stimuleren. Dit gaf ons 16 knappe cases, die allemaal verwerkt zijn om tijdens events te gebruiken en online te raadplegen.

De details van het project, de projectverantwoordelijke en beeldmateriaal zijn verzameld zodat jullie aan de slag kunnen. Laat je door niets tegenhouden om deze projecten als basis te gebruiken, voor toekomstige projecten in jouw lokale afdeling. Contacteer de projectverantwoordelijken, die je kunnen helpen met een vlotte opstart.

Leuk, fantastisch en wat nu? Het stopt niet bij 16 projecten. Dit werkingsjaar en ook sinds de Corona-crisis, zijn er heel wat zaken opgestart. Ben je met je eigen afdeling nog op zoek naar inspiratie? Surf dan zeker naar de website van JCI Vlaanderen.

Ben je overtuigd dat jouw project de basis kan vormen voor een andere afdeling? Bezorg alle info en details aan het team PR & Communicatie via pr@jcivlaanderen.be, dan zorgen we ervoor dat het op de website verschijnt.

Ben je klaar voor wat inspiratie?
Ready, set, GO: jci.vlaanderen/inspiratiecorner





WOORD VAN DE VOORZITTER

Welkom! Ons eerste JCI Magazine is een feit. Als voorzitter van JCI Vlaanderen ben ik dan ook enorm “preus” om dit te kunnen lanceren in deze toch wel bijzondere periode. Benieuwd? Volg mij!

Dit magazine kent zijn oorsprong in ons jaarthema “fire”. Het delen van onze passie, inspireren, motiveren, kortom: het vuur verspreiden binnen en buiten JCI!

Sinds maart 2020 is het voor iedereen zoeken naar oplossingen om alles draaiende te houden. Hello, digital world! Vele lokale afdelingen organiseren digitale activiteiten, gaande van de Algemene Vergadering over keynotes tot kookworkshops. Wat kan je zo

allemaal doen in tijden van lockdown? Verder in dit magazine word je uitgedaagd, om te dromen, om te doen, om te “wondernemen”.

Nu is hét moment om JCI in de spotlights te plaatsen. Soms onderschatten we nog de kracht van het internet. Ga ermee aan de slag. Wij bieden je graag de nodige tips om via slimme branding jouw merk naar nieuwe hoogten te stuwten.

Niet vergeten van tussenin de nodige pauzes te nemen. Om deze nuttig in te vullen, zodat je echt tot rust komt, geven wij jou graag dé oplossing mee.

Klaar om van elkaar te leren? Veel leesplezier!

Colofon

JCI MAG is een uitgave van JCI Vlaanderen vzw.

Verantwoordelijke uitgever

Isabelle Bouckaert

Realisatie & concept

Kenneth De Decker

Advertising

Nele Buysmans

Grafische opmaak

www.tasj.be

Aan deze editie werkten mee:

Isabelle Bouckaert, Kenneth De Decker, Kris Sierens, Stef Verbeeck, Yvonne König, Alexis Fary, Jan Segier, Bart Philips.

Vragen of reacties? Je kan reageren via pr@jcvlaanderen.be

#WONDERNEMEN



Auteur

Kris Sierens

Voorzitter JCI Vlaanderen 2005-2006
MD BeforeTheHype & RooftopMay

De theorie zegt dat elke crisis kansen biedt. Waar. Geldt dit voor iedereen? Neen. In die zin zijn we wel degelijk in oorlog, met een onzichtbare vijand en elk vecht zijn eigen kleine strijd, met winnaars en verliezers. Er zijn toevalligheden, zoals de producent van handgels die niet zal klagen, maar dat gelukje is voor weinigen weggelegd. Dat we iedereen moeten steunen om hier met zo weinig mogelijk kleerscheuren uit te komen, is juist, maar of subsidies de goede maatregel vormen, is maar de vraag. Dat was voorheen al niet zo, dus vandaag wellicht ook niet.

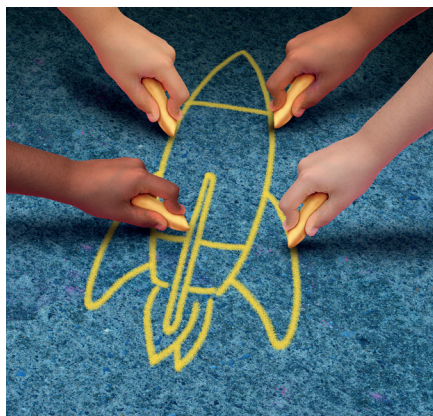
Innovatie hoor ik je zeggen! Overheden gebruiken dat woord ook zo graag als een soort mantra. Ik herhaal – read my lips – wat ik al aan diverse politici heb uitgelegd: innovatie op zich werkt niet! Van nature veranderen mensen niet. Je hebt immers een goede reden nodig om je aan te passen. Dat kan een negatieve zijn, zoals deze coronacrisis en je bedrijf dreigt ten onder te gaan. Of een positieve, zoals passie. Het eerste is uit pure noodzaak (en belangrijk), maar het tweede vertrekt vanuit enthousiasme, goesting, toekomst en intrinsiek ondernemerschap. Wat duurt het langst en wie zal overwinnen? Daarom moet men inzetten op het creëren van ideeën, als groot

begin van alles. Men zegt dikwijls dat ideeën geen waarde hebben, maar zonder creativiteit is er geen toekomst en deze stelling kunnen we alleen ondersteunen als creatief bureau. Laat ons de uitdaging aangaan om op het einde van deze crisis elk 100 ideeën te hebben!

Als je dit kan combineren met krachtig leiderschap, komen we al heel ver. Deze maatschappij heeft nood aan leiders met lef en net dat vormt het DNA van JCI. Leiders tonen de weg, nemen moedige beslissingen, houden geen rekening met het eigen belang, nemen zelf risico's en denken op langere termijn. Je kan niet voor iedereen goed doen en hopen dat men allemaal zal applaudisseren. Dat werkt niet. Tijdens mijn jaar als voorzitter van JCI Vlaanderen wou ik met iedereen naar MARS.

We verlegden grenzen, droomden erop los en probeerden die acties waar te maken. MARS stond voor Mission, Action, Retention & Satisfaction. Anders gezegd: laat ons een doel creëren, er voor gaan, volhouden en vieren als we het resultaat behalen.

Misschien moeten we dit vandaag ook doen met corona en dit positief draaien. Uit eigen hoed betekent dat: **C**risis, **O**pportunity, **R**esilience,



Objective, Navigate & Action. Evalueer de omstandigheden, bekijk alle mogelijkheden, wees flexibel en innovatief voor een reden, creëer nieuwe realistische doelstellingen, vind wegen om je boodschap over te brengen en doe er alles aan om tot succes te komen.

Concreet is dit het ideale moment om eens na te denken over je merkessentie (ref Jim Stengel). Een simpele vraag om jezelf te stellen: waarom bestaan we? Het antwoord is vaak minder simpel. Het zou moeten bestaan uit de volgende elementen: we bestaan omdat we de klant gelukkiger maken en meerwaarde bieden, zodat hij ons met plezier betaalt. Welke van de vijf menselijke waarden geldt voor jou: Joy (vb. Ploppsa, Zara), Explore (vb. Apple, Discovery Channel), Pride

(vb. Mercedes, Louis Vuitton), Connect (vb. Proximus, Starbucks) & Impact (vb. Accenture, Innocent). Wat verkoopt Coca-Cola? Een drankje dat de dorst lest, dat lekker smaakt, ...? Neen, ze verkopen 'happiness' en daar betalen mensen met plezier voor. Elke business heeft een dergelijk antwoord nodig. Het vormt een kader voor alle interne & externe marketingcommunicatie. Als Volvo inzet op veiligheid en daarvoor moet inboeten op design, dan kies je daar als klant doelbewust voor. Elk merk dat duidelijk en krachtig zijn merkessentie weet te definiëren en dit goed verpakt naar zijn klanten, overleeft alles.

Call me a dreamer, maar ik geloof in wonderen, als je eraan werkt. [#wondernemen](#)

CRISIS

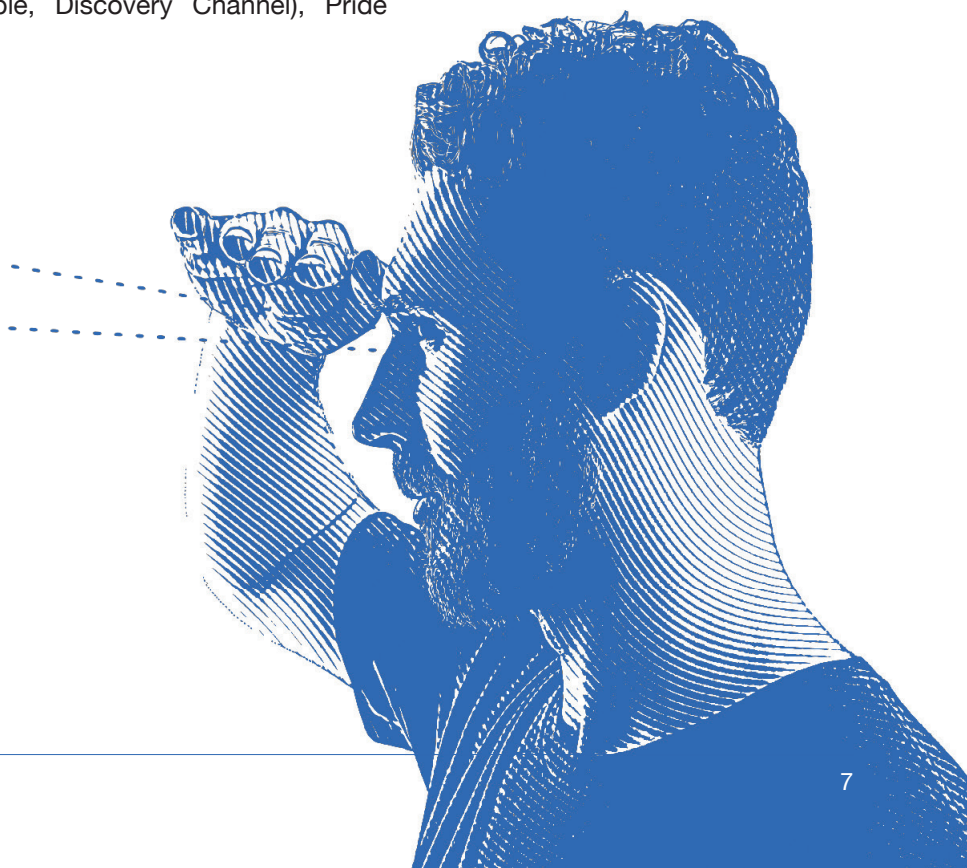
OPPORTUNITY

RESILIENCE

OBJECTIVE

NAVIGATE

ACTION





Deuren en wanden voor kantoren

“Je kantoor indelen zonder te moeten inboeten op transparantie en ruimtegevoel? Daarvoor zijn onze scheidingswanden en -deuren ideaal. De variatie aan oplossingen maakt het mogelijk om je ruimtes mee te laten evolueren met je onderneming. Ze zijn trouwens onderling combineerbaar. Een innovatieve en flexibele oplossing op maat van je bedrijf dus.”

- Dominiek Callewier, managing director AVC Gemino
 Senator 64689, pastvoorzitter JCI Harelbeke / JCI Vlaanderen
 JCI International vice President 2008



Deuren en wanden voor woningen

“AVC is de referentie voor eigentijdse draai- of schuifdeuren, al dan niet in combinatie met een wand. Het AVC gamma voorziet maatoplossingen met oneindige mogelijkheden qua kleuren en materialen.”

- Yves Callewier, manager AVC Doors & Walls
 Senator 74150 pastvoorzitter JCI Harelbeke



DE EDELE KUNST VAN HET ONDERHANDELEN



Auteur

Theo De Beir

Past-voorzitter JCI Brussel, JCI Vlaanderen, JCI Belgium, JCI Europe, Senator & Sense-lid/ oprichter.

Theo is advocaat, onderhandelaar en bemiddelaar in burgerlijke – en handelszaken.

Theo heeft dertig jaar ervaring als advocaat in commercieel recht. Hij raakte gepassioneerd door de bemiddeling/mediation als geschillenbeslechting en bekwaamde zich hierin via opleidingen in binnen- en buitenland. Inmiddels is hij een zeer gewaardeerd mediator en managing partner bij Agrementor, The Lawfirm – advocaten en bemiddelaars. Hij is sinds januari 2020 de voorzitter van de Federale Bemiddelingscommissie en sinds jaren praktijklector aan de KUL en praktijkdocent aan de UA.

De Winston Churchilllaan in Ukkel, één van de groene aders in hartje hoofdstad, wordt omzoomd door hoge herenhuizen en moderne blokken. Maar daartussen geprangd ligt één huis dat onvermijdelijk de aandacht trekt: een soort cottage met beige en bruine tinten heeft de tand des tijds doorstaan en blijkt de Brusselse thuisbasis te zijn van advocatenkantoor Agrementor. “De buurtbewoners noemden het la maison fantôme omdat het al drie jaar te koop stond en bouwvallig was”, vertelt Theo, die er al meer dan twintig jaar woont en werkt. “Maar ik heb het samen met mijn echtgenote Michèle (lid JCI Menen, later voorzitter JCI West-Brabant) van de sloophamer kunnen redden en laten opknappen. Daar kwam best veel onderhandelen bij kijken.” En dat is niet toevallig zijn specialiteit.

“Toen we op zoek waren naar een nieuwe woonplaats in Brussel, vertelde Michèle mij dat ze ergens een prachtig, doch nogal vervallen pand te koop had zien staan, maar ze kon zich niet meer precies herinneren waar. Even later (de dag voor ons burgerlijk huwelijk) wilde ik haar een woning laten zien die ik geweldig vond, en wat bleek? Dit was het huis dat Michèle gezien had. We waren allebei afzonderlijk verliefd geworden op deze woonst.”

Theo heeft dit verhaal ongetwijfeld al tientallen keren verteld, maar waar het hart van vol is, loopt de mond van over. “Toen we ook het interieur te zien kregen – authentieke art and craft, de Schotse variant van de art nouveau – stond ons besluit vast: dit huis zou onze thuis worden. De gemeente had al een vergunning afgeleverd voor de afbraak ervan om er lucratieve flatgebouwen neer te laten poten. Gelukkig had Monumentenzorg haar oog op het pand laten vallen, waardoor een klassering in de lucht hing. Mijn kersverse echtgenote en ik hebben ons achter de bescherming van het pand geschaard. Vanuit een soort romantisch idealisme wilden we dit stukje erfgoed absoluut bewaren en in haar glorie herstellen.

Op dat moment was Theo nog een ‘traditionele’ advocaat, maar blijkbaar begreep hij toen al dat het wikken en wegen van belangen de basis moet zijn van elk conflict en elke onderhandeling. “Over de prijs had ik het harder kunnen spelen, maar ik bouwde liever een goede verstandhouding op met de persoon aan de andere kant van de tafel: de makelaar die de belangen van de vorige eigenaars behartigde. Wij hadden echt een klik. Na drie jaar wilde de makelaar het huis maar wat graag verkopen, maar duidelijk



niet aan om het even wie. Bij ons had hij een goed gevoel. Later leerde ik in Harvard dat één van de hoofdprincipes van onderhandeling als volgt luidt: ‘Scheid de mensen van het probleem.’ Met andere woorden: *zorg voor een goede werkrelatie, en discussieer daarna over de inhoud op een manier die de tegenpartij – ik spreek liever van ‘wederpartij’ – niet bruuskeert.*

Dat is precies hoe ik te werk ben gegaan bij de aankoop van dit huis.”

Riskeer je door te winnen ook dingen te verliezen?

Pas later heeft Theo zich specifiek bijgeschoold tot erkend bemiddelaar, net als zijn zakenpartner Willem Meuwissen, die vanuit het Antwerpse kantoor opereert. In 2014 brachten zij hun beide kantoren samen

onder de noemer ‘Agreementor’. Dat is een samentrekking van ‘agreement’ (akkoord) en ‘mentor’, omdat ze mensen bijstaan tijdens onderhandelingen – in het geval van Theo vooral in commerciële zaken. Zijn interesse in deze materie ontstond voor een stuk uit frustratie. “Veel advocaten hebben de neiging om een dossier van een cliënt louter juridisch te bekijken. Hebben we een sterke zaak? Kunnen we winnen? Wat kan ik vorderen? Ik heb echter ingezien dat je je niet alleen mag baseren op wat je cliënt je vertelt. Je moet zelf ook extra vragen stellen en dieper graven. Waar wil de cliënt eigenlijk naartoe? Riskeert hij, door deze zaak te winnen, ook dingen te verliezen? Want zelfs een positieve uitspraak van de rechter vervult niet noodzakelijk alle belangen en wensen van de cliënt. Wat heb je eraan om 20.000 euro te vorderen

van een leverancier als jullie relatie daarna ophoudt? Misschien is dit in tien jaar samenwerking pas het eerste geschil? Misschien ben je wel afhankelijk van hem omdat je geen evenwaardig alternatief hebt. Loont het dan wel de moeite om te procederen? En dan heb ik het nog niet over de lang aanslepende en dure procedures, die er soms ook voor zorgen dat een bedrijf al die tijd niet op volle toeren kan draaien. Of over het risico dat de ene partij de reputatie van de andere bezoedelt, bijvoorbeeld als er discussie is over een onbetaalde factuur. Kortom, dooreerst te onderhandelen, kun je heel wat collateral damage vermijden.”

Mijn vader sprak altijd de wijze woorden: “Je moet het je kunnen veroorloven om ruzie te maken.” Dat heb ik goed onthouden.

Theo zet zijn betoog kracht bij met nog twee andere basisprincipes die de lessen op Harvard hem hebben bijgebracht: 'Focus op belangen, niet (alleen) op standpunten. En zoek naar oplossingen in wederzijds belang.' Dat laatste is vooral de rol van een bemiddelaar, die als een derde partij bij een onderhandeling wordt betrokken op vraag van beide partijen.

Een bemiddelaar mag niets beslissen en mag zelfs zijn mening niet geven. Zijn taak bestaat erin de onderhandeling te faciliteren. Hij probeert rust te brengen en de juiste vragen te stellen. Doordat alle partijen allemaal rond de tafel zitten, stimuleert hij hen om naar elkaar te luisteren. Het mooie is dat een bemiddelaar vaak tot regelingen komt over aspecten die initieel niet eens op tafel lagen. Door er onderhandelingsstof bij te halen, wordt de taart groter, en wordt het interessanter om die te verdelen.

"Het grote voordeel van deze aanpak is dat de partijen de uitkomst zelf in de hand hebben en niet afhankelijk van een derde die gaat oordelen. En vaak gaat het om een oplossing die in de rechtbank nooit bereikt zou worden, en zeker niet zo snel."

Geen zwakgebod

"Start out with an ideal and end up with a deal." Deze quote van Aldi-oprichter Karl Albrecht is één van de inspirerende wijsheden die op de webstek van Agrementor te vinden zijn. Speelt idealisme dan zo'n grote rol in commerciële onderhandelingen?

"Zeker bemiddeling heeft een maatschappelijke waarde, omdat we helpen vermijden dat conflicten escaleren en dat partijen ongelukkig worden of veel geld verliezen.

"Bemiddelaars zijn mijns inziens een soort peopelmanagers met het hart op de goede plaats."

Als we de rol van onderhandelaar vervullen, blijft het onze bedoeling om voor onze cliënt een zo groot mogelijk

stuk van de taart binnen te rijden. Dat vergt een degelijke voorbereiding, iets wat veel advocaten wel eens over het hoofd zien. Hoe beter je bent voorbereid, ook over de belangen van de wederpartij, hoe makkelijker je tot een compromis komt. Soms hoeft er zelfs niet eens gemarchandeerd te worden en is de eerste voorzet meteen de goede. Het komt erop aan om je opponent iets voor te stellen wat hem aanstaat. Daarom citeren we op onze website ook Marvin Gaye: *'Negotiation means getting the best of your opponent.'*

Volgens Dr. Chester L. Karrass, een autoriteit inzake onderhandeling, 'krijg je in het zakenleven niet altijd wat je verdient, maar krijg je wat je onderhandelt'. Dit citaat lijkt te suggereren dat onderhandeling bij een bestaand conflict ook als een zwakgebod geïnterpreteerd kan worden.

"Dat is een imago waar onze job nog mee te kampen heeft", bevestigt Theo.

Het moeilijkste om de partijen zover te krijgen om aan de onderhandelingstafel te gaan zitten. Lukt dat, dan is de helft van de strijd al gestreden.

Dit bewijst dat ze de hoop en het engagement koesteren om tot een oplossing te komen. En ze doen een beroep op ons om hen daarbij te helpen, als onderhandelaar of als bemiddelaar, net omdat ze via de traditionele weg vaak op hun honger blijven zitten. De vorige generatie advocaten is nog steeds niet te vinden voor bemiddeling omdat ze van oordeel zijn dat wie de eerste stap zet, toegeeft dat hij/zij een zwak dossier heeft. Het is echter niet omdat je om een onderhandeling vraagt, dat je bij voorbaat al je eisen opgeeft. Integendeel, meestal wordt de vraag gesteld vanuit een bezorgdheid voor de ware belangen van beide partijen.

Die bezorgdheid speelt een belangrijke rol bij contractonderhandelingen, en is daarom een belangrijke pijler in het aanbod van Agrementor. "Ik grijp een contractonderhandeling aan



om aan conflictvermijding te doen”, legt Theo uit. “Aan de typische, vaste formuleringen probeer ik een clause toe te voegen die zegt dat beide partijen, in het geval van een meningsverschil, altijd eerst zullen onderhandelen vooraleer naar de rechtbank te stappen. Indien mogelijk wijs ik zelfs al een bemiddelaar aan die daarbij kan helpen. Door die clause zwart op wit in het contract te zetten, heeft de partij die er later een beroep op wil doen, niet het gevoel dat ze gezichtsverlies lijdt. Zo’n clause wordt evenmin beschouwd als een motie van wantrouwen. Net door het feit dat beide partijen het contract ondertekenen, hoeft er geen wantrouwen meer te zijn.” En zo kunnen concluderen met een laatste quote, van een andere JCI senator John F. Kennedy: *“Let us never negotiate out of fear. But, let us never fear to negotiate”*.

De toekomst van de advocatuur

Theo volgt de actualiteit met

bijzondere aandacht. Hij merkt dat de polarisering in onze maatschappij toeneemt, waardoor er soms te weinig naar raakpunten wordt gezocht. Onderhandeling en bemiddeling lijken in deze tijden meer dan ooit nodig.

“Een mooi voorbeeld daarvan is het Oosterweeldossier over de Antwerpse ring. Jarenlang zat dat geblokkeerd doordat de discussie luidop werd gevoerd in de media. Niemand luisterde nog naar elkaar. Tot professor Alexander D’Hooghe, architect in Boston en Brussel, als intendant werd aangesteld. Hoewel hij in opdracht van de overheid werkte en a priori dus niet helemaal neutraal was, is hij geslaagd waar de politici twintig jaar lang hebben gefaald. Als een volleerde bemiddelaar heeft hij rust gebracht en in alle objectiviteit de juiste vragen gesteld. Zo heeft hij ieders vertrouwen gewonnen en kregen alle partijen zin om samen, en in alle stilte, na te denken over een oplossing. Eindelijk werd er naar elkaars argumenten geluisterd. Dát is volgens mij het model van

de toekomst om grote politieke of sociale conflicten op te lossen.”

Theo trekt een parallel met de advocatuur. “Als die niet radicaal de weg van de onderhandeling en de bemiddeling inslaat, is ze gedoemd om te verdwijnen”, klinkt het vastberaden. “Ten eerste lopen de gerechtskosten zo hoog op dat steeds meer cliënten het zich ontzien om te procederen. Het aantal zaken loopt dus drastisch terug, waardoor steeds meer advocaten het water aan de lippen hebben staan. Volgens mij zou de taak van de advocaat best evolueren van pleiter naar trusted advisor en conflictoplosser, zoveel als mogelijk buiten de rechtbank om. Ten tweede zorgt de digitalisering ervoor dat het traditionele werk, uitgevoerd door advocaten, sterk zal afnemen. Internationale firma’s doen nu al een beroep op IT-bedrijfjes in landen als India om modelcontracten, juridische analyses en recuperaties van schuldvorderingen op te stellen. Werk dat nu nog vaak door advocaten wordt gedaan, maar dus perfect geautomatiseerd kan worden.”

Het menselijk aspect om een client bij te staan, bij voorkeur aan de onderhandelingstafel, zal altijd een meerwaarde zijn van een advocaat en kan niet door een computer ingevuld worden.

“Daarom geef ik zo graag les aan de universiteiten van Leuven en Antwerpen, en leid ik de erkende bemiddelaars op in Vlaanderen. Om die laatste opleiding te volgen heb je alleen een gezonde portie psychologisch inzicht nodig en moet je vooral goesting en inzet uitstralen. De cliënt moet voelen: ‘Die man of vrouw wil ons helpen. We vertrouwen hem of haar.’ Dan kom je in tachtig procent van de gevallen tot een akkoord. Helaas lukt het niet altijd om tot een compromis te komen. *It takes two to tango*, klinkt het. In dat geval kunnen wij ook snoeihard adviseren en procederen.

Ik merk alvast dat ik veel opgewekter ben dan vroeger. Het leven is veel aangener geworden. En toegegeven: het doet nog altijd deugd om een zaak te winnen”, grijnst Theo, de advocaat. “Maar procederen is pas de laatste toevlucht. Ik had al veel meer kunnen verdienen door mijn cliënten te laten meestappen in lange procedures, maar dat soort kortetermijndenken is niet in hun belang. Als ik in veel minder tijd een akkoord kan bereiken, zal de cliënt me in de toekomst weer in de arm nemen, voor advies, bijstand of om te helpen bij zijn contract- of conflictonderhandelingen. En dit is veel belangrijker, zelfs pecuniair, dan een dure *one shot procedure*. ”

Dat lijkt een commerciële insteek, maar ik doe het toch vooral voor de voldoening wanneer alle partijen tevreden de onderhandelingstafel verlaten.



AGREMENTOR THE LAW FIRM

AGREMENTOR, THE LAW FIRM is een advocatenkantoor gespecialiseerd in bemiddeling en onderhandeling. De kantoren in Antwerpen en Brussel tellen acht advocaten en zes bemiddelaars.

AGREMENTOR THE ACADEMY

AGREMENTOR, THE ACADEMY is een opleidingscentrum, met focus op de edele kunst van het onderhandelen en bemiddelen.

ROBERT'S RULES OF ORDER

PARLEMENTAIRE PROCEDURE



Auteur

Jan Segier
 JCI Brugge
 Head trainer Parlementaire
 Procedure

Binnen JCI wordt Robert's Rules of Order, ook gekend als "de parlementaire procedure", wereldwijd beschouwd als dé referentie om vergaderingen te laten plaatsvinden. Een nobel en vooral noodzakelijk streven in tijden waarin we zo efficiënt en effectief mogelijk met de tijd van onze leden moeten omspringen. De realiteit is evenwel bitterhard: de basiskennis van deze set aan regels en procedures gaat elk jaar in sneltempo achteruit. De gevolgen kennen we helaas allemaal: ellenlange vergaderingen, leden die het goed uitkomt regels uit hun duim zuigen, betwistingen over genomen beslissingen, iedereen die door elkaar spreekt, verwarrende stemrondes, discussies over statuten en RIO's, ... Enfin, de lijst is lang en zorgt helaas voor meer frustraties en onbegrip dan voor voldoening over de genomen beslissingen.

Aangezien ik er alvast stellig van overtuigd ben dat het bijdragen aan zo'n democratische en efficiënte vergadering een kunde is die elk JCI-lid zou moeten bezitten, net zoveel als pakweg public speaking,

projectervaring en leiderschap, deel ik via deze weg al graag 3 misvattingen die ik de wereld wil uithelpen.

De **eerste** is de overtuiging dat er op een vergadering geen nieuwe punten naar voor mogen worden gebracht als deze niet vooraf op de agenda werden gezet. Wat voorzitters ook mogen beweren, Robert's Rules stelt exact het tegendeel. Elk lid van de vergadering heeft het recht om nieuwe punten aan de confraters voor te leggen. Het is niet aan de voorzitter, maar wel aan de leden van de vergadering om te beslissen hoe zij met dat nieuwe punt omgaan. Behandelen, uitstellen of begraven. Voorzitters moeten opnieuw leren om vergaderingen te faciliteren i.p.v. ze te willen sturen.

De **tweede** is een echte dooddoener: de ettelijke stemrondes op papier. Wat vooraf een simpele verkiezing blijkt te zijn van om het even wat, aardt na 5 stemrondes uit in kafkaïaanse toestanden. Geen kat noch hond die er na 3 stemrondes nog kop of staart aan krijgt. Uiteraard te wijten aan een gebrek aan kennis



van Robert's afspraken hieromtrent. Mijn tip is kort en krachtig: gebruik "preferential voting"! 1 stemronde met 1 stembrief waarin stemuitbrengers in gradatie hun voorkeur kenbaar maken.

Mijn [derde](#) en laatste punt gebruik ik graag om de mystiek van de "onthoudingen" te doorbreken. Een onthouding is precies wat het is: een optie waarbij je beslist om niet te stemmen. Een onthouding is met andere woorden GEEN uitgebrachte stem, telt bijgevolg NOOIT mee bij het bepalen van een stemresultaat en dient daarom ook NOOIT in het verslag opgenomen te worden (een uitzondering niet te nagesproken, maar dat zou ons te ver leiden). Een quorum om te bepalen of rechtsgeldig vergaderd kan worden, heeft trouwens nul invloed op de stemresultaten. Ook die mythe mag snel de wereld uit.

Om af te sluiten geef ik nog even de disclaimer mee dat statuten en RIO's kunnen afwijken van bovenstaande en andere punten uit Robert's Rules. Dat is op zich ok, maar leidt er helaas ook vaak toe dat de basisprincipes van onze goede vriend al te sterk verwateren.

Meer ontdekken? De vernieuwde training rond de parlementaire procedure is te boeken via TIF en werd positief ontvangen op het NCN in Haspengouw en bij JCI Gent. Laat ons deze kunde opnieuw in de vingers krijgen en ook op dit vlak het gekende JCI-verschil maken.

OP ADEM KOMEN



Auteur

Yvonne König

Zaakvoerder Vitality Warehouse
Senator JCI Veurne-Westkust

Yvonne König is lid en senator van JCI Veurne-Westkust. Marketeer by day, maar ook bachelorstudent coaching en wellbeingmanagement aan VIVES. Ze geeft workshops en trainingen rond vitaliteit, stressmanagement, mindfulness,... aan bedrijven en particulieren. Als yogateacher geeft zij vooral yogaflow en aerial yoga, maar ook voor yin yoga, stoelyoga en kinderyoga heeft ze de nodige certificatie. Meer info op www.vitalitywarehouse.be of stuur een mail naar yvonne@vitalitywarehouse.be

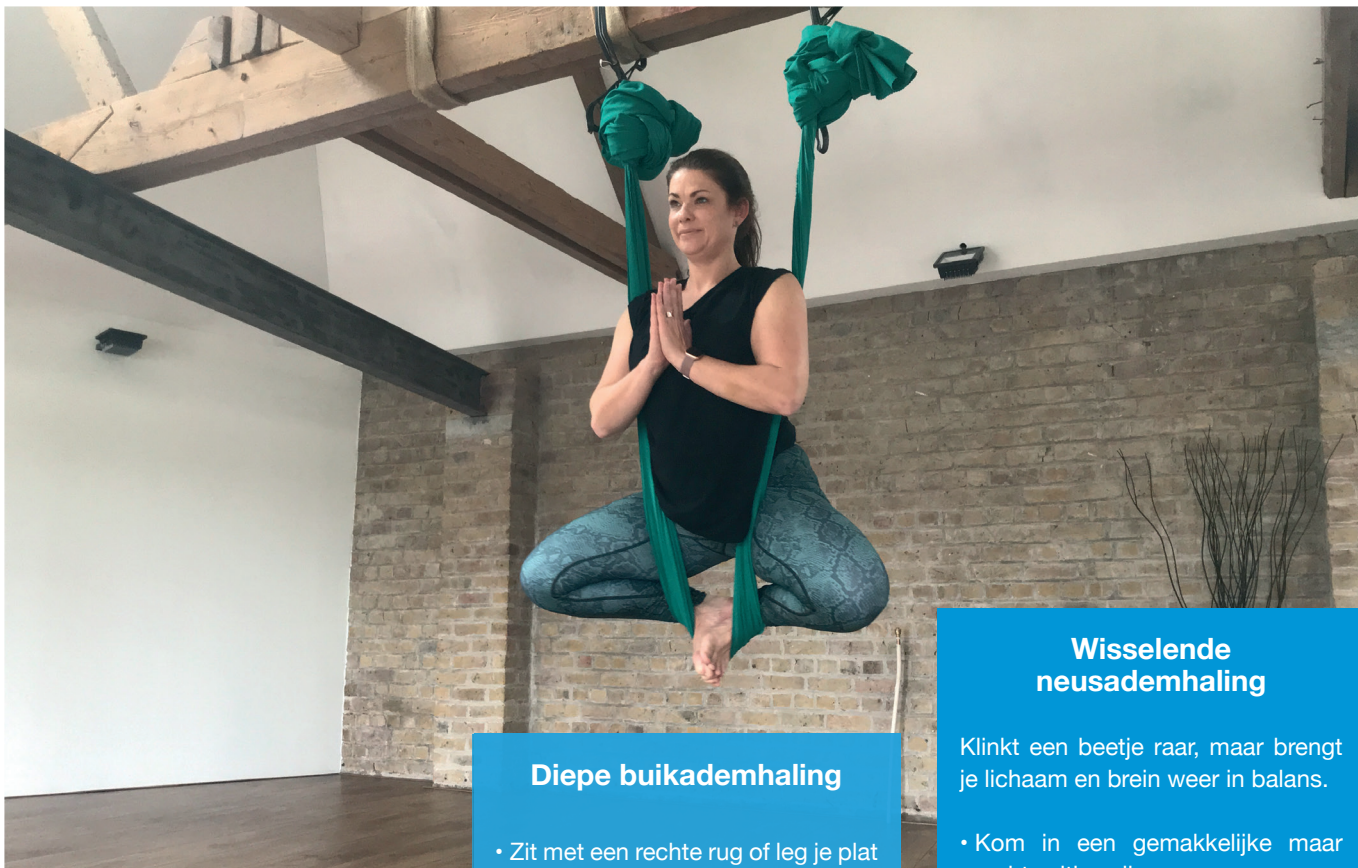
Iedereen kent de typische instagramwaardige houdingen waar yogi's zich in schijnbaar onmogelijke poses wringen met een big smile. Volledig zen, toch? Uiteraard zweven yogi's ook altijd in hogere sferen en zijn ze verlicht door de uren meditatie in geitenwollensokken met de obligatoire wierookstokjes ... Herkenbaar? Niets is minder waar. Yoga is zo veel meer dan in de boomhouding staan en "Ooooooom" zingen. Net zoals JCI zo veel meer is dan gewoon een project opzetten. Het vraagt oefening en volharding om met regelmaat op de mat te staan. Er is volharding nodig en het vraagt een investering van je tijd, je energie, je mentale én fysieke ontwikkeling. Net datgene wat JCI ons ook bijbrengt. Groeien met vallen en vooral opnieuw opstaan. Precies zoals ik nog altijd op mijn bek kan gaan als ik de kraai wil doen en mijn focus niet kan houden. Part of the game ...

Binnen JCI hebben we 4 pijlers, elk even belangrijk, maar toch zet iedereen daar graag zijn eigen focus. Yoga kent het achtvoudig pad. "Asana's", de fysieke houdingen, zijn het bekendste deel en dit is wat in de volksmond gewoon 'yoga' genoemd wordt. Maar niet iedereen wil zich in yoga-knopen werken om ontspanning, focus of energie te

krijgen. Gelukkig kan je dan met iets aan de slag dat je altijd bij je hebt en dat je zelfs onopgemerkt gebruikt: je ademhaling of "Pranayama" voor wie nu al volledig into sanskriet is.

Yep, ademhaling is ongetwijfeld mijn favoriete methodiek om tot rust te komen of om net wat meer energie te krijgen. Ja, het is zo eenvoudig. En ja, ook dit vraagt oefening. Say what? Oefenen om adem te halen. Wel ja. De meeste mensen ademen ongeveer 15 keer per minuut. Bij stress ligt dit vaak nog hoger zonder dat je het beseft. Door een snelle ademhaling geef je aan je brein het signaal dat er gevaar (stress) is. Dus gaat de productie van adrenaline en cortisol overuren draaien. Lekker op dreef al je taken in supermanteempo afwerken, dat is toch ideaal! Vast en zeker, als je tussenin ook af en toe een rustpauze inlast. Elke topsporter weet dat hij de grootste progressie maakt in de rustfase. Dus gun je lichaam en je hersenen af en toe een pauze!

Without further ado, mijn 3 favoriete ademhalingstechnieken. Van makkelijk naar moeilijker.



Box breathing

Een techniek die onder andere door de Navy Seals gebruikt wordt. Ongetwijfeld één van de toughest militaire troepen die er zijn. Kamp Waes is een ponykamp daartegen. Ze passen deze ademhaling toe om te focussen in moeilijke situaties en om alert te zijn.

- Adem 4 tellen in
- Hou 4 tellen vast
- Adem 4 tellen uit
- Hou 4 tellen leeg.

Diepe buikademhaling

- Zit met een rechte rug of leg je plat op de grond zodat je ruimte hebt voor je buik.
- Bij elke inademing laat je je buik uitzetten als een ballon.
- Bij elke uitademing laat je je buik terug naar beneden zakken. De ballon schrompelt.
- Probeer je borstbeen niet te veel te bewegen.
- Als je ligt, kan je ook een boek op je buik leggen om zo de beweging duidelijker te maken.

Next level: Vertraag je ademhaling tot 5-6 volledige cycli per minuut.

Dan zit je in de hartcoherentiezone waarvan wetenschappelijk bewezen is dat het je helpt in stressvolle situaties. ¹

Wisselende neusademhaling

Klinkt een beetje raar, maar brengt je lichaam en brein weer in balans.

- Kom in een gemakkelijke maar rechte zithouding.
- Adem een paar keer rustig in en uit.
- Buig de rechterwijs- en middelvinger naar je handpalm. (Zo'n surfersgroet met een extra gestrekte ringvinger)
- Zet je rechterduim op je rechterneusvleugel en adem door je linkerneusgat in.
- Sluit met je rechteringvinger je linkerneusgat, open het rechterneusgat en adem uit door je rechterneusgat.
- Adem in door je rechterneusgat en sluit dan af met je duim.
- Open de linkerkant en adem uit door je linkerneusgat.
- Adem in door je linkerneusgat en sluit dan af met je ringvinger.
- Open je rechterneusgat en adem uit.
- Herhaal dit een aantal keren en sluit af met een uitademing door je rechterneusgat.
- Blijf dan nog even zitten met je natuurlijke ademhaling en voel even na.

Te ingewikkeld? Kijk op www.vitalitywarehouse.be/ademhaling voor een filmpje met uitleg.

¹ Geeraerts, K., Nieuland, L. (2017): Blijven ademen

HOE SLIMME BRANDING JCI VLAANDEREN NAAR NIEUWE HOOGTEN KAN STUWEN



Auteur

Stef Verbeeck

Past President JCI Vlaanderen
2015-2016

Merkstrateeg Pavlov Branding

Stef Verbeeck is merkstrateeg en partner bij het Antwerpse merkadviesbureau Pavlov. Al meer dan 20 jaar begeleidt hij organisaties - van start-ups tot multinationals - bij het waardevol optimaliseren van hun merk. Daarnaast is hij een ervaren auteur en veelgevraagd keynotespeaker omtrent branding en klantbeleving. Stef is JCI Senator en Past President JCI Vlaanderen 2015-2016.

Een sterk merk, het is een cruciaal onderdeel van elke solide onderneming of organisatie. Aan mijn klanten leg ik al meer dan 20 jaar uit dat hun merk (samen met hun medewerkers) wellicht hun meest waardevolle asset is in de dagelijkse queeste naar succes en het behalen van hun objectieven.

Toch bestaan er nog heel wat misvattingen over wat branding precies moet behelzen in de dagelijkse realiteit. Nog steeds kom ik mensen tegen die van mening zijn dat hun merk hetzelfde is als hun logo, of in het beste geval hun merkidentiteit, terwijl dit visuele laagje vernis maar één van de vele onderdelen is van een merk dat meerwaarde biedt. Branding, dat is elke interactie tussen een organisatie en een stakeholder - onafhankelijk van het medium, de timing en de motieven van de betrokkenen. Elk detail speelt een rol, en dus is het essentieel dat er een zogenaamde merkstrategie wordt ontwikkeld, die de beweegredenen en verwachtingen van doelgroepen voldoende afstemt op haar aanbod, de geboden beleving, de gevoerde communicatie en dus elk moment in de customer journey.

Bij JCI is dat allemaal wat uitdagender dan bij een doorsnee

commerciële organisatie. De redenen zijn duidelijk, ontdekte ik ook als Director Branding en later Voorzitter van JCI Vlaanderen. Om te beginnen trachten we een merkverhaal te verkopen dat zeer breed inzet, zowel qua aanbod als doelgroep. We zetten in op vier pijlers en geven daar dan nog allemaal een andere invulling aan in de praktijk. Dit gebrek aan duidelijke en makkelijk te omschrijven of evangeliseren brand purpose zorgt voor een gebrek aan focus en dus tientallen verschillende versies van “het merk JCI”, afhankelijk van met wie je spreekt of bij welke afdeling je binnenwandelt. Daarnaast zorgt ook het vrijwillige karakter van onze werking voor een diffuus imago. Met het meeste respect voor de bestuurderscommunicatie, marketing-savy leden en externe partners betrokken bij onze marketing, maar een consequente en uniforme aanpak van wat de buitenwereld ziet van JCI is binnen onze structuur aartsmoelijk, zeker met geen of beperkt budget voorhanden. Rationeel gesproken zitten we als organisatie op goud, maar in praktijk blijken we er maar niet in te slagen om daar een breed relevant publiek mee aan te spreken.

Nochtans kan slimme branding als discipline wel degelijk een

meerwaarde bieden in onze werking, van de promotie van events tot het aantrekken van leden en partners. Deze tips uit het boek Brandhacking zouden ons wellicht al goed op weg zetten om JCI naar nieuwe hoogten te stuwen:

1 - Doorgrond je klanten

Begrijp wat de motieven zijn van klanten (in dit geval: leden) om met JCI in interactie te treden - zowel de eerste keer als lang daarna. Wat drijft hen om hun vrije tijd te investeren in onze organisatie? Wat zijn de rationele (bijleren? netwerken? wereld verbeteren?) en emotionele (vriendschappen? status?) argumenten die hen triggeren? Hoe kunnen we daar als vereniging op inspelen?

2 - Brand purpose is cruciaal

Natuurlijk, we hebben al een (internationale) missie en credo - we citeren die zelfs op elke officiële vergadering. Maar wat is nu onze echte bestaansreden? Welke meerwaarde betekenen we in het leven van mensen? En welke beloftes koppelen we daaraan?

3 - Vertel een waardevol verhaal

Ondanks de duizenden verschillende verhalen die we kunnen vertellen is het cruciaal dat we één duidelijke en herkenbare key message in de markt zetten. Onze hersenen vinden verhalen leuker en zijn makkelijker geneigd om ze te onthouden en te vertellen als ze niet uit droge feiten bestaan en als onze doelgroep er de held van uitmaakt.

4 - Marketing wordt overschat

Uiteraard kunnen we budgetten zoeken om massaal in advertising te pompen, maar zeker in het geval van JCI is dat een zwaktebod te noemen dat wellicht niet oplevert. Sterke merken zijn interessant en waardevol genoeg om als vanzelf over de tongen te rollen, tenminste als we wat helpen. Draag je pin, spreek over JCI, deel iets met anderen dat waardevol is en vermijd om te veel te willen “verkopen”.

5 - Wees consequent

Een wildgroei aan communicatie(-stijlen) helpt geen enkel merk. Consequentie is essentieel.



WIL JIJ BIJLEREN VOLGENS EEN BEPAALD THEMA?



Auteur
Jonathan Schuermans
TIF Director
JCI Vlaanderen

JCI Training Institute Flanders (TIF) krijgt vaak de vraag of er opleidingstrajecten bestaan rond bepaalde thema's.

Tot op vandaag, bestaat er maar één officieel traject binnen JCI TIF, nl. het traject om trainer te worden. Moet het daarbij blijven? Absoluut niet! Moet alles officieel in een afgelijnd traject gegoten worden? Ook absoluut niet!

We zijn er wel van overtuigd dat binnen het aanbod van JCI TIF bepaalde trainingen goed bij elkaar passen en een logische stap zijn binnen een bepaald thema.

We lanceren een aantal 'trajecten', geconcentreerd binnen de pijlers van JCI, die voor afdelingen,

naburige afdelingen of districten een inspiratiebron kunnen zijn voor het opzetten van een opleidingstraject. Uiteraard kan ook elk individueel lid voor zichzelf uitmaken binnen welke pijler hij/zij zich wil ontwikkelen.

JCI TIF helpt graag mee aan de persoonlijke ontwikkeling van alle leden.

PS: Trainingen met een * kunnen niet door een afdeling georganiseerd worden.

[Projecten? Van los idee naar uitvoerend team](#)

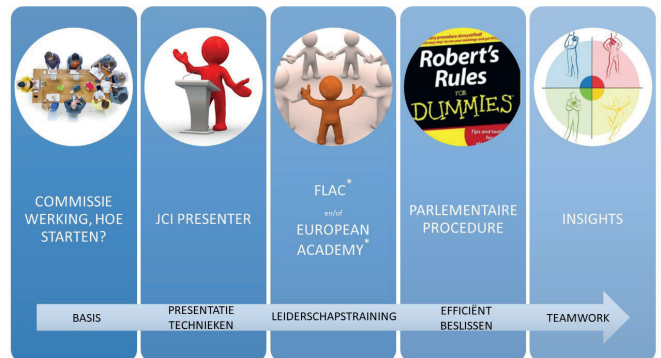
Wil je nieuwe projecten starten maar geen idee hoe je dat het best aanpakt? Deze infographic helpt je op weg.



Voorzittersambities? Van start tot finish

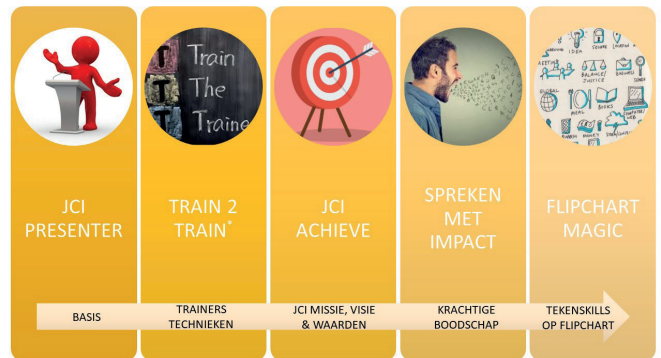
Ambities om voorzitter te worden van een lokale afdeling, van JCI Vlaanderen of JCI Belgium? Let's bring sexy back, zoals onze inkomende voorzitters voor 2020-2021 al aangaven.

Onderstaande trainingen zetten je op weg, van de start tot de finish.



Trainer worden?

Je ziet een toekomst voor jezelf weggelegd als trainer binnen JCI of professioneel? Mooi, dat kunnen wij alleen maar toejuichen. Hieronder staat niet het traject beschreven om een training te mogen geven, dat kan je terugvinden op onze website www.jci.vlaanderen. We zijn ervan overtuigd dat elke trainer zijn trainersbagage moet blijven vullen.



Gemeenschapsprojecten? Van intern idee naar publieke impact

Wil je een gemeenschapsproject op poten zetten, maar je weet niet goed hoe te beginnen? Op naar een betere gemeenschap !



Business? Jezelf verkopen en je netwerk uitbreiden, het kan!

Zakendoen en netwerken, ook daarvoor heeft JCI TIF enkele trainingen in haar aanbod. Van Personal branding, onderhandelen tot het pitchen. Het komt allemaal aanbod in dit traject.



WE WILL BE THE TIGHT LINK



Auteur
Alexis Fary
President 2020
JCI Senate Belgium

JCI is alive and kicking. We are introducing new ways of doing things with a positive mindset.

The last couple of weeks, a lot of JCI local organisations are launching online initiatives like trainings, workshops and meetings. When I entered the board of JCI Senate Belgium, my main focus was to support Jaycees on a local level, because the world of tomorrow is made by new members and not by hand of the senators.

The first steps are helping them analyse their strength, weakness, opportunities and threats. A quality approach with the ambassador program, is introduced to encourage our own senators to be the tight link with the JCI local organisations. Next to this program, we integrated a way to support on a financial level. Several grants are ready to be used, by doing projects, activities and encouragement for going to conferences. Also, promotions

and marketing to recruit new talent is the foundation of sustainable growth. All the info about our grants, can be found on the website www.jcisenatebelgium.be.

Steven Vandenaabeele, one of our past presidents for JCI Belgium, is dedicated to spread the news about these financial advantages for our members.

Not only is JCI Senate Belgium available for financial support, also any feedback or information is ready to be shared with you. Don't hesitate to contact us during events, via e-mail. Any essential feedback to improve the ambassador program, is a win for everyone. We want to be that tight link with every Jaycee.

I'll end this message, by hoping that everything will be better in the future. But also, by being convinced that we as JCI play an essential role in this muting world.



JCI Vlaanderen streeft een actieve samenwerking na met haar externe partners die verdergaat dan enkel het ontvangen van logistieke of financiële ondersteuning. Onze partners maken deel uit van onze inherente werking en worden als pragmatische partijen betrokken bij ons aanbod naar leden in raad en daad.

Ook interesse in een win-winsamenwerking met onze organisatie en leden over heel Vlaanderen? Neem dan contact op via partnerships@jcivlaanderen.be.

MAIN PARTNERS



STRUCTURELE PARTNERS



PARTNERORGANISATIES



JOUW IT OP DE ACHTERGROND?



INFRASTRUCTUUR

Werken in een veilige en digitale omgeving? Netropolix zorgt voor de ondersteuning van jouw betrouwbare bedrijfsinfrastructuur.

SOFTWARE

Op zoek naar het geschikte softwarepakket op maat van jouw bedrijf? Wij voorzien je van het juiste advies en een correcte implementatie!

CLOUD

Flexibel, veilig en eenvoudig werken, altijd én overal? Da's werken in de cloud! Wij helpen je graag.



**SPECIALIST IN
INTERNATIONALE
MEDISCHE &
WETENSCHAPPELIJKE
CONGRESSEN**