



HR- BUSINESS AS USUAL IS OVER



HR JAM: ENCOURAGING ENCOUNTERS

Whenever
you find
yourself on the
side of the majority, it
is time to pause and
reflect.

Mark Twain

Luister naar de jonge garde. De millennials. Generation Z.

Zij zijn kieskeuriger. Voor hen is (HR-)business as usual over. "Wil ik wel voor dit bedrijf werken?" Waarden moeten beleefd worden; niet enkel gedeclameerd. U staat als organisatie dus maar best met uw twee voeten in die samenleving. Oprecht. Met gevoel voor wat er aan de hand is.

Kijk naar het (HR-)management.

Missie en visie uitgeschreven. Strategie in volle uitrol. Geschraagd op een zeer degelijke (HR-)aanpak. Geolied. Maar er sluipt zand in het raderwerk. Vraagtekens bij het nut van evaluatiegesprekken. Vacatures die aanslepen. Net nu de organisatie snakt naar nieuw bloed. Stakeholders - waaronder klanten en (potentiële) medewerkers - die alsmaar kritischer kijken naar wat u doet en hoe u het doet. Duurzaamheid of greenwashing?

Betrokken medewerkers. Nieuw talent.

De match (in alle betekenissen van het woord) met de arbeidsmarkt. Diversiteit en inclusiviteit. Waarden en de perceptie ervan. Daar ging het over tijdens deze HR Jam.



Nothing
important comes
with instructions.

James Richardson

Eén voormiddag

(in Gent, Antwerpen of Leuven), één Trendwolf en zes vernieuwers zetten u aan tot:

jammen: vertrek van uw huidige (HR-) aanpak en improviseer. Tot u tot nieuwe dingen komt.

uw eigen jam maken: kies zelf de ingrediënten waarmee u uw (HR-)beleid anders, meer, beter op smaak kunt brengen.

dejammen: ontstop de kanalen naar nieuwe ideeën, betrokken medewerkers, jong bloed en doorleefde waarden.

De koffiepauze en de lunch boden iedereen de kans om in gesprek te gaan. Met de Trendwolf. Met één of meerdere van de zes vernieuwers. Of met de andere deelnemers. 'Encouraging encounters' was en is nog steeds het HR Jam-motto.

Voor wie het lustte, was er telkens nog een toetje. Een schrijfworkshop. Inderdaad. Want al die nieuwe ideeën. U wil (moet?) ze allicht wel kwijt in een verslag. Of in een wervend charter. En misschien mogen die vacatureteksten ook wel eens vanonder het stof gehaald worden.



HR JAM: DE SPREKERS

Zes organisaties deden tijdens de HR Jams hun ideeën en oplossingen voor de toekomst van het HR-beleid uit de doeken. Hoewel ze elk hun eigen licht lieten schijnen op een duurzame en solidaire HR-aanpak, sloten ze nauw bij elkaar aan in de promotie van een nieuwe, toekomstgerichte mentaliteit.

The market for
something to
believe in is infinite

James Richardson
(Student - 22 jaar oud)

PROMETHIO
Steven De
Cauwer



Promethio zet sterk in op waarden. De organisatie doet onderzoek naar de manier waarop stakeholders (en dus ook medewerkers) de praktische uitvoering van de waarden van een organisatie ervaren. Want waarden dienen niet alleen voor missies, visies en charters – ze horen thuis in het DNA van een organisatie en moeten op elk niveau voelbaar zijn.

Vooral jongere generaties zijn er erg gevoelig voor. Zij willen het liefst aan de slag gaan bij organisaties die waarden even hoog in het vaandel dragen als zij. Daarom heeft Promethio een meetinstrument ontwikkeld (de value and trust index) om te achterhalen hoe klanten en medewerkers de waarden (en de toepassing ervan) van een organisatie ervaren.

Meer weten?

<https://www.linkedin.com/company/promethio>

PEERBY
Lieven D'hont



peerby

Peerby staat al langer bekend als de organisatie die het eenvoudiger maakt om te delen: wie een boormachine of ladder nodig heeft, kan het platform gebruiken om te polsen of iemand uit de buurt kan helpen.

Peerby is er nu echter ook voor collega's. Zeker in grote bedrijven biedt Peerby een organisch platform dat de connecties en het vertrouwen tussen collega's versterkt.

Een grasmachine lenen van de CEO? Of een bakplaat voor muffins oppikken bij je collega van IT? Het is niet alleen praktisch, maar zorgt er ook voor dat medewerkers elkaar beter leren kennen en niet enkel contact hebben met hun directe collega's.

Op die manier versterkt Peerby de verbondenheid tussen medewerkers van een organisatie. En of dat een positieve invloed heeft op de algemene werking, sfeer en loyaliteit.

Meer weten?

<https://www.peerby.com/?host=wijdelen.be>

“Een ideaal format dat ons de kans geeft kennis te maken met vernieuwende ideeën en ons inspireert.”

Francisca Vandekerckhove, Compaan



GOED GEVOED

Goed Gevoed wil gezonde voeding meer aandacht geven in bedrijven en organisaties. Want voeding is niet zomaar een bijkomstigheid: het is de brandstof die ervoor zorgt dat de motor van uw bedrijf (uw medewerkers) blijft draaien. Betere voeding leidt tot betere prestaties en meer productiviteit. Ongezonde werknemers zijn immers niet alleen minder productief, maar ze blijven ook vaker thuis wegens ziekte.

Goed Gevoed introduceert daarom het concept van de “bewuste Bourgondiër”. Bewustwording staat hierbij centraal: we moeten voeding als een volwaardige levenspartner beschouwen. Goed Gevoed biedt bedrijven wetenschappelijk onderbouwd advies, lezingen en een beleid op maat.

Meer weten?

www.goedgevoed.com

www.debewustebourgondier.com



de werkplekarchitecten

Werkplekieren is het nieuwe ordewoord van het Vlaamse arbeidsmarktbeleid. Dat heeft natuurlijk gevolgen voor werkgevers en HR-verantwoordelijken. De Werkplekarchitecten staan hen bij en tonen hoe ze hen aan werknemers met competenties kunnen helpen.

De Werkplekarchitecten bieden antwoorden op de uitdagingen die werkgevers op zich zien afkomen in een krappe arbeidsmarkt.

Nieuwe werknemers moeten ‘ingewerkt’ worden. Toekomstige werknemers moeten hét leren. “Op de werkplek”, zegt het nieuwe beleid. Hoeveel werkgevers zijn hierop voorbereid?

Samen met werkgevers, werkenden en werkzoekenden gaan de Werkplekarchitecten de uitdaging aan. Competenties aanleren of aanscherpen. Loopbaanbreed en loopbaanlang kijken en coachen. Een passende job voor iedereen; ook voor wie de arbeidsmarkt wat verderop ligt. Werkplekieren, dual learning, job- en taalcoaching, loopbaanbegeleiding en outplacement.

Meer weten?

www.dewerkplekarchitecten.be



“Erg interessant, vooral omdat er verschillende onderwerpen beknopt aan bod komen. Bovendien is het duidelijk hoe je als bedrijf tot implementatie kan overgaan.”

Sofie Jacobs, OCMW Gent



SOLIDARE-IT

Jan Janssen

Solidare-it! biedt een website waarop mensen die hulp kunnen gebruiken, mensen kunnen vinden die zin hebben om te helpen. Vooral in grote steden kunnen heel wat mensen hulp gebruiken en willen velen best helpen. Alleen komen die twee niet met elkaar in contact.

Solidare-it! maakt gebruik van het internet om een hulpvraag zo goed en efficiënt mogelijk te verbinden met beschikbare hulp in de buurt. Zo bevorderen ze de solidariteit tussen mensen.

Bovendien zorgen ze ervoor dat organisaties zich meer 'nestelen' in hun buurt: buurtbewoners en medewerkers komen met elkaar in contact, waardoor het bedrijf niet enkel overlast betekent voor de buurt, maar er ook positief op inwerkt.

Op die manier gebruiken ze het internet om opnieuw meer sociale cohesie te creëren. Beter een goede buur dan een verre Facebookvriend.

Meer weten?

<http://www.solidare-it.org/nl>

Jongeren met een niet-Europese achtergrond krijgen vaak te weinig kansen tijdens hun zoektocht naar een eerste job. Ervaren 50-plussers blijven op hun honger zitten omdat de uitdagingen uit hun job verdwenen zijn. DUO for a JOB biedt een oplossing voor beide problemen. Door een 50-plusser en een werkzoekende jongere met een migratieachtergrond samen te brengen, creëren ze een mentorschap dat generaties en culturen overstijgt. Het doel? Iedereen gelijke kansen geven op de arbeidsmarkt en de sociale cohesie versterken.

Voor de mentoren is het een unieke kans om:

- een maatschappelijk engagement aan te gaan
- actief te blijven door ervaring te delen
- sociale vaardigheden aan te scherpen
- er bovendien een nieuw sociaal netwerk van meer dan 300 collega-mentoren bij te krijgen.



En wat is het voordeel voor de organisaties waar deze mentoren werken? Ze blijken gemotiveerder en productiever te zijn op de werkvloer. Succesverhalen, ze bestaan.

Meer weten?

www.duoforajob.be/nl

DOU FOR A JOB

Frédéric Simonart

“Een andere insteek waarbij de nadruk ligt op welzijn.”

Jan Vergote, SVK

KEYNOTE: TRENDWOLVES



Amélie Rombauts van Trendwolves rondde elke HR Jam af met haar keynote. Onderzoeks- en marketingbureau Trendwolves maakt organisaties 'future proof'. Om dat voor elkaar te krijgen vertaalt het zijn inzichten in de jongeren- en andere culturen in groeistrategieën en innovatieve producten, diensten en marketingcampagnes.

Trendwolf Amélie Rombauts gunde het publiek een blik op wat leeft bij toekomstige werknemers van Generatie Z en hoe dat zich verhoudt tot hun voorgangers, Generatie Y en X.

Op basis van het gloednieuwe Youth Trend Report van Trendwolves, overliep Amélie de grote trends. Generatie Z zal immers binnenkort haar intrede doen op de arbeidsmarkt en weet maar al te goed wat ze wil:

- fluiditeit (weg met het hokjesdenken)
- flexibiliteit (geen 9-to-5 maar een eigen indeling)
- doorleefde waarden (een verschil maken in de wereld)
- transparante communicatie (geen wollige marketingpraatjes).

In deze presentatie kwamen elementen aan bod die al tijdens de andere presentaties waren benoemd, waardoor het geheel een sterke rode draad kreeg.

Meer info:

www.trendwolves.com

“Als HR-verantwoordelijke krijg je heel veel reclame voor workshops en lezingen, maar het programma van HR Jam was het originele concept waarop we zaten te wachten.”

Danielle Van Landuyt, Wit-Gele Kruis

“De slogan van onze organisatie is ‘Waarde-gericht ondernemen’ en dat willen we ook in de praktijk toepassen. Deze voormiddag gaf concrete voorbeelden over hoe we aan de slag kunnen gaan.”

Lieve Peeters, Tabor

“Een geslaagde formule, waarbij originele ideeën bijdragen aan kansen voor mensen die ze nodig hebben.”

Philip Verhaege, freelance redacteur Jobat

“Boeiend en divers. Doordat de presentaties kort en to-the-point zijn, is er voor elk wat wils. Voor herhaling vatbaar!”

Bie De Keulenaer, MVO Vlaanderen

Without people prepared to make the effort, life would be colourless and drab.

Dan Fox, Frieze magazine

HR Jam is een initiatief van Commotie

Meer weten over HR JAM?
www.hrjam.be

...maar zou niet mogelijk geweest zijn zonder het partnership van de Werkplek-architecten...

...en de communicatie steun van MVO Vlaanderen, de Sociale Innovatiefabriek en The Shift



de werkplekarchitecten



commotie

Commotie creëert **communicatie met toekomst**. Alles wat een organisatie nodig heeft om zich intern of extern kenbaar te maken - logo, huisstijl, brochure, flyer, affiche, jaarverslag, event, website, sociale media - creatief bedacht en duurzaam gerealiseerd.

Commotie brengt **informatie met toekomst**. Seminars, congressen, fora, symposia,... met (aspecten van) sociaal-maatschappelijke thema's, duurzaamheid en mvo in de hoofdrol. Meestal in opdracht van anderen. Soms omdat we het zelf niet kunnen laten.

Commotie vertelt **verhalen met toekomst**. Duurzaamheid als hét verhaal van de toekomst. Duurzaamheidsverslaggeving. Next practices; geen best practices. Een schijnwerper op organisaties, profit en non-profit, die het goed voorhebben. Met u en met de wereld.

Commotie is lid van The Shift, FSC-gecertificeerd en een inclusieve onderneming.

We hanteren daarbij de missie 'Communicatie met toekomst' die volgende elementen inhoudt:

1. Communicatie hoort voort te spruiten uit **visie en strategie** om te vermijden dat er tijd, geld en vooral materiaal wordt verspild. Eerst denken, dan doen.
2. We geven onze creaties in de mate van het mogelijke **een tweede leven** nadat de communicatieve boodschap is uitgewerkt.
3. We zetten vrijwel uitsluitend **duurzame materialen en technieken** in en pakken ook de organisatie van seminars, congressen, evenementen,... aan op een duurzame manier.
4. Het spreekt voor zich dat we onze eigen werking op een zo duurzaam mogelijke leest schoeien.
5. We spannen ons in om duurzaamheid te integreren in **de creatiefase** van de communicatie. In webdesign en webdevelopment houden we rekening met de noden van mensen met een beperking.

Commotie

Coremansstraat 22/1 B
2600 Berchem
T. + 32 3 877 16 65
F. + 32 3 877 16 75
www.commotie.be
info@commotie.be