

# Snor mee naar KLJ

## GOUDEN SNOR 2013-2014



# Inhoud

## De gouden ledenwervingsenor

De kernwoorden	5
KLJ Ravels Eel - Snor mee naar KLJ	7
KLJ Lier-Noord - Suprise-stylo	8
KLJ Kleine Brogel - KLJ geneest (winnaar gouden ledenwervingsenor)	9
KLJ Schoot - de Mexicaanse snor	10
KLJ Machelen - Bij KLJ zit je goed	11
KLJ Bassevelde - de crèmekerre	12
KLJ Nijverseel - Snor mee naar KLJ	13
KLJ Schiplaken - Ontdek de wereld, begin bij KLJ	14
KLJ Aroma - Genieten van start tot finish	15

## De gouden ledenbindingsnor

De kernwoorden	18
KLJ Lier-Noord - Spot de KLJ poster	19
KLJ Riksingen - Ouders in de spotlight	19
KLJ Zele-Heikant - Het beursspel (winnaar gouden ledenbindingsnor)	20
KLJ Hamme-Center - Wall of fame, kamperen en inrichten lokaal	21
KLJ Merchtem - Verjaardagskaartjes	22
KLJ Kiezegem - Teambuilding	22
KLJ Pittem - de 30 werken	23
KLJ Loppem - Zwarte pieten verrassing	23



# De gouden ledenwervings-snor?

In dit boekje staan al de ledenwervingsacties die de zilveren en bronzen snor hebben gewonnen in hun regio voor ledenwerving en de winnaar van de gouden snor ledenwerving (beste nationale ledenwervingsactie)



= beste nationale ledenwervingsactie



= beste regionale ledenwervingsactie



= regionale runner-up

Al de Regionale Besturen hebben hierna punten gegeven op alle ledenwervingsacties (behalve van die voor hun eigen regio). Op elk van de onderstaande kernwoorden heeft elke regio een score gegeven op 6. De actie die de meeste punten krijgt, wint de gouden snor voor de beste nationale ledenwervingscampagne en een heel mooie prijs!

De winnaar van 2013 - 2014 was dus de campagne van KLJ Kleine-Brogel.



# De kernwoorden



Wees herkenbaar in al je communicatie. Het moet in één oogopslag duidelijk zijn dat deze communicatie van jouw KLJ komt. Dit kan door minimum jullie KLJ-logo erop te zetten. Hebben jullie een eigen mascotte, baseline, of kreet? Zet die er dan bij! Werk met een specifiek lettertype, kleurenpalet, tekeningetje, ... (alles wat kan helpen om jullie KLJ-identiteit kenbaar en herkenbaar te maken).



Denk na over welk materiaal je gaat gebruiken voor je campagne. Net zoals goede activiteiten een kwaliteitsvolle werking uitstralen, straalt mooi en verzorgd ledenwervingsmateriaal meer moeite en inzet uit dan een verfrommeld A4'tje.



Ze zeggen wel eens dat de beste reclame mond tot mond reclame is. Speel hier dan tijdens je ledenwervingscampagne ook op in. Spreek mensen aan, ga op huisbezoek, organiseer een vriendjesdag, ...



Al de onderdelen van de campagne vormen een mooi samenhangend geheel. Een goede campagne is meer dan een flyer alleen. Indien jullie bijvoorbeeld KLJ-ballonnen uitdelen op het kerkplein dan kan je de folders ook in de vorm van een ballon maken.



Geef een duidelijke boodschap. Tip: check op voorhand eens bij jongeren of ouders of deze boodschap wel duidelijk is). Zorg ervoor dat alle W's zijn aangevuld: wie, wat, waar & wanneer. Is alles kort en bondig? Aan wie is welke boodschap gericht? De ouders zijn hier ook een belangrijke partner bij.



De ledenwervingscampagne is eigentijds, gedurfd, aantrekkelijk en grappig. Probeer hierbij in te spelen op trends en actualiteit.

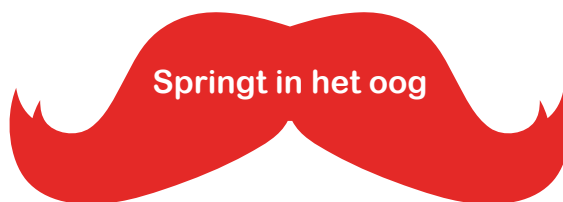
# De kernwoorden



Pas je ledenwervingscampagne aan de leeftijdsgroep aan. **Tip:** pas ook per leeftijdscategorie de communicatie naar de ouders aan. Ook zij hebben nood aan andere informatie, afhankelijk van de leeftijd van hun zoon of dochter



Wanneer organiseer je de verschillende onderdelen van je ledenwervingscampagne? **Tip:** doe niet enkel aan ledenwerving in het begin van het jaar. Tijdens het jaar val je meer op, omdat er dan veel minder ledenwervingscampagnes bezig zijn. Een goede timing is de basis van een goede campagne.



Hoe zorg je ervoor dat jouw folder opvalt tussen de hoop aan post? Doe de test! Wat valt jou op tussen alle post die in jouw brievenbus valt? Een goede ledenwervingscampagne is opvallend, heeft iets tastbaar en is vernieuwend. **Tip:** een tikkeltje mysterie is een aanrader.





## KLJ Ravels Eel

### Snor mee naar KLJ

#### ➔ Eigen leeftijdsgerichte snoraffiches

KLJ Ravels-Eel deed een heuse snorrenfotoshoot. Ze maakten namelijk voor al hun leeftijdsgroepen een aparte snorrige affiche met daarop ook de informatie van de startdag. Op elke affiche stond de leiding van die specifieke leeftijdsgroep met ... een snor!

#### ➔ Promotie

**Scholen** Met de snor in de hand en gewapend met snoepzakjes, KLJ balpennen, KLJ ballonnen, flyers, ... gingen ze naar de scholen. De manier waarop ze het schoolbezoek aanpakten was ook aangepast aan de leeftijd

**Ouders** Omdat ouders een enorm belangrijke schakel zijn voor KLJ maakten ze een Informatiebundel die specifiek gericht is naar hen. Voor de startactiviteiten ging er ook een open infoavond door voor geïnteresseerden.

**Pers** De pers kon niet naast al dit KLJ-plezier kijken. Er kwam dan ook een mooi artikel in de krant over de werking van KLJ Eel met de titel: "Die stralende oogjes en lachende mondjes, daar doe je het voor"



#### ➔ Wedstrijd

De KLJ-leden konden via een wedstrijdformulier gokken welke leiding er volgend jaar in welke leeftijdsgroep zou staan. De winnaars werden bekend gemaakt op de infoavond.

#### ➔ Startactiviteit

Per leeftijdsgroep organiseerden ze een aparte startactiviteit met een andere activiteit. Het springkasteel kon hierbij natuurlijk niet ontbreken!

#### ➔ Huisbezoeken en vriendjesdag

Bij alle geïnteresseerden en huidige leden doen we in het begin van het KLJ-jaar een huisbezoek. Als tussentijdse ledenwerving organiseren we in februari een reuze interactief KLJ-spel waarop alle huidige leden al hun vriendjes mogen meebrengen. Op deze manier weten ook zij hoe tof het is bij KLJ Ravels-Eel.



## KLJ Lier-Noord

### Surprise-stylo

KLJ Lier-Noord had voor hun ledenwerving stylo's gemaakt waar ze een flyer in hadden gestoken die er kon worden uitgetrokken. Op deze flyer stond er meer informatie rond KLJ Lier-Noord en hun startdag. Ze hebben dan deze stylo's ook uitgedeeld in de scholen en op de parochiale pannenkoekendag.





## KLJ Kleine Brogel

### KLJ geneest

#### ➔ De vervelingsziekte

De meisjes-KLJ Kleine Brogel had een missie: elk meisje uit het dorp genezen van de vervelingsziekte. Hiervoor stond een volledig dokter- en verpleegsterteam paraat!

#### ➔ Doktersbezoek op school

Een dokter, een aantal verpleegster en patiënten trokken naar de basisschool om daar de eerste vaststellingen te doen. Elk meisje kreeg een voorschrift en een eerste verzorgingskit (snoepjes als pilletjes) mee naar huis om zich te wapenen tegen de vervelingsziekte. Daarnaast werden ze ook vriendelijk uitgenodigd om naar de startdag te komen.

#### ➔ Openbaar KLJ-ziekenhuis

Ter gelegenheid van de startdag werd het KLJ-terrein omgebouwd in een echt KLJ-ziekenhuis! Zo waren er echte bedden met patiënten, vonden we overal ziekenhuismateriaal en stonden er vijftien knappe verpleegsters en één dokterPIET klaar om onze leden te genezen.





## KLJ Schoot

### De Mexicaanse snor

Elk jaar opnieuw zijn wij terug te vinden op de jaarlijkse rommelmarkt van Schoot in augustus. Wij voorzien zelf dan een standje waar we potentiële leden proberen naartoe te lokken. Ook werken we steeds in een thema zodat we de aandacht kunnen trekken van de kinderen en jongeren. Dit jaar hadden we gekozen voor het thema: 'Snor mee met KLJ'. Zo hadden we een reuze snor gemaakt voor ons standje, bovendien hadden we ook kleine snorretjes op stokjes gemaakt zodat de kinderen ermee op de foto konden. Verder hadden twee mensen van de leiding zich verkleed als een Mexicaan en deelden zij flyers en ballonnen uit aan de kinderen.





## KLJ Machelen

### Bij KLJ zit je goed!

#### ➔ Kleurrijke stoelen

Plots stond Machelen vol met kleurrijke stoelen, maar van waar kwamen deze? Dat was de vraag die in heel Machelen, Olsene en Zulte leefde. Natuurlijk zat KLJ Machelen hier voor iets tussen! Ze deden een ledenwervingsactie gericht op de +16.

#### ➔ Promotie

**Facebook** KLJ Machelen maakte een facebookgroep aan met de titel “Wie heeft er da gedaan?”. Er stond ook bij dat ze het te weten zouden komen als ze de facebookpagina zouden blijven volgen. Als snel begon de facebookpagina te leven en verschenen er verschillende theorieën van waar deze stoelen vandaan zouden komen.

**Middenstand** Om het mysterie nog te vergroten gaven ze posters aan de winkeliers met daarop een foto van de kleurrijke stoelen en een link naar de facebookpagina: “Wie heeft er da gedaan?”. Deze poster hingen ook bij de kleurrijke stoelen in de gemeentes. De winkeliers kregen ook een begeleidende brief bij de posters om de campagne uit te leggen en om hun medewerking te vragen. Ze vertelden niet dat het om een actie ging van de KLJ. Het moest vooral mysterieus blijven.

**Pers** KLJ Machelen stuurde een persbericht uit. En niet zonder resultaat! Er verschenen een aantal mooie artikels in regionale kranten!

#### ➔ Het mysterie ontrafeld

Na twee weken werd alles duidelijk. Bij alle stoelen lag er een bord met de tekst: “Bij KLJ zit je goed” en een affiche van de startactiviteit. Via Facebook werd ook bekend gemaakt dat het ging om een ludieke actie van KLJ. Daarnaast werd de affiche van de startactiviteit op Facebook geplaatst. Deze affiches werden ook aan alle winkeliers gegeven.

Onder het motto ‘Bij KLJ zit je goed’ hadden ze ook een reuzenstoel gemaakt en geplaatst langs de N43. Hier hing ook een enorme banner aan met daarop: “KLJ start 4 oktober”.

#### ➔ Stoelenwedstrijd

Via de Facebook liep er ook een stoelenwedstrijd. Er werd er een foto gepost van één van de stoelen uit het dorp. Wie er het eerst in de stoel zat met een zak bloem en hiervan een foto online plaatste won een mooie prijs.





## KLJ Bassevelde

### De crèmekerre

Dit jaar was het thema 'De Basseveldse crèmekerre met snor'. Ze reden 6 avonden rond met een ijskar en reden hiermee ook rond op stoeten en evenementen in de buurt. Deze ijskar had zelfs een eigen tune! Ze deelden hoorntjes vanille-ijsjes uit met snoepjes erop. Ze deelden ook snorrentattoos en ballonnen uit aan kleine kinderen. Hierbij zaten onder andere ook folders met meer info over KLJ Bassevelde. Dit deden we zoveel mogelijk in ons uniform, zodat we opvielen als groep. Maar, aangezien het thema ook snorren is, zorgden we wel voor snorrenballonnen en droegen we snorren tijdens de momenten dat we naar buiten kwamen.



WAAR	WAT
Pannenkoekenbak	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ballonnen uitdelen met een kaartje aan waarop onze startdagen staan</li> <li>• Vlaggetjes voor in de pannenkoeken</li> </ul>
Jaarmarkt	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ballonnen uitdelen met een kaartje aan waarop onze startdagen staan</li> <li>• ijsjes + snorrentattoos uitdelen</li> </ul>
Ezelstoet Bassevelde	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vendelen + Wimpelen</li> <li>• 2 personen lopen vooraan met een bord waarop onze startdagen staan</li> <li>• Ballonnen + snorrentattoos + ijsjes uitdelen</li> </ul>
Langsgaan bij de scholen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Koek + drankje + folder uitdelen</li> <li>• kleine spelletjes spelen</li> <li>• Snorrentattoos uitdelen</li> </ul>
Garnaalstoet	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vendelen + Wimpelen</li> <li>• 2 personen lopen vooraan met een bord waarop onze startdagen staan</li> <li>• Ballonnen + snorrentattoos + ijsjes uitdelen</li> </ul>
Iedere woensdagavond in september - tot startdag in oktober	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rondrijden met ijskar</li> </ul>



## KLJ Nijverseel

### Snor mee naar KLJ

#### ➔ Het snorrendorp

Tijdens de zomer verschenen er overal enorme snorren op in het dorp. Er stond geen tekst op de snorren, dus niemand wist over wat het precies ging of vanwaar ze kwamen. Een week later namen ze opnieuw de schilderkwast bij de hand en plaatsten op alle snorren: "Start 6 september KLJ Nijverseel". Zo wist iedereen in een slag waar het over ging.

#### ➔ Promotie

**Scholen** KLJ Nijverseel ging gewapend met snorballonnen, flyers en lolly's naar de scholen en deelden deze leuke gadgets uit aan alle leerlingen.

**Bakkers** Verschillende bakkers uit het dorp gebruikten de KLJ-broodzakken. Hierop was telkens een snor geplakt met daarop alle info over de startdag. Je kon dus bijna geen brood eten zonder de KLJ-snor te zien.

**Sociale media** Om alle informatie over de startdag goed te verspreiden kon de sociale media niet achterblijven. Alles wat er leefde rond de snorrenactie werd hier gepost.

**snorrenaffiches** Overal waar je kon kijken had KLJ Nijverseel de KLJ-snorrenaffiches opgehangen. De KLJ-banner werd volledig gepimpt in een snorjasje om reclame te maken voor de startdag.



**Pers** De snorrige actie ging niet onopgemerkt voorbij. Zo wou ook een journalist van Het Nieuwsblad hier meer over weten waardoor ze een mooi artikel in de krant kregen.

#### ➔ Startactiviteit

Volledig de startactiviteit draaide rond snorren. Over heel de straat werden snorren getekend met krijt zodat iedereen duidelijk de weg wist naar het KLJ-lokaal.

#### ➔ Snor een heel jaar mee naar KLJ

De snor bleef steeds terug komen in alles wat ze deden tijdens het KLJ-jaar. Zo was de snor, voor de gelegenheid in een kerstjasje, ook van de partij op de Kerstmarkt.





## KLJ Schiplaken

### Ontdek de wereld, begin bij KLJ

#### ➔ Campagneborden en krijt

Het doel van deze actie is de kinderen achter de tv vandaan halen en dat ze samen met hun vriendjes en vriendinnetjes komen spelen op de KLJ. Tijdens een nacht, midden augustus, plaatsten we drie grote campagneborden in ons dorp. Eén stond aan de kerk en de twee andere stonden in het midden van het rondpunt. Iedereen in Schiplaken heeft de borden zeker en vast gezien! Maar het bleef niet alleen bij de campagneborden. Met krijtverf schreven we onze slogan in het groot op de hoofdstraten van Schiplaken. Zelfs nu is de verf nog zichtbaar!

#### ➔ Rommelmarkten, schminken en deurhangers

We stonden op twee rommelmarkten in Schiplaken en Boortmeerbeek waar we leuke deurhangers uitdeelden. Natuurlijk stond op deze deurhanger ook onze slogan. Naast het uitdelen van de deurhangers, schminkten we gratis de kinderen van het dorp. Terwijl de ouders wachten op hun kind, is het het ideale moment voor de leiding om de ouders in te lichten over de KLJ. Er wordt een informatiebrochure meegegeven samen met de jaarplanning. Zo zijn de ouders op de hoogte van al de activiteiten die gegeven worden tijdens het KLJ-jaar.

#### ➔ Huisbezoeken met pretpakket

De twee laatste weken van augustus gingen we langs bij elke 6-jarige. Zij mogen voor het eerst naar de jeugdbeweging, dus laten zien dat we bestaan is een must! Voor elke 6-jarige maakten we een pretpakket met een welkomstbrief, een leuke 'DIY-KLJ-bloem' en een deurhanger. Voor de ouders zat er een infobrochure (met jaarprogramma) bij.

#### ➔ Scholen

Maar natuurlijk zijn we niet enkel op zoek naar nieuwe 6-jarige leden. Ook de kinderen van andere leeftijden zijn welkom bij ons! Daarom gingen we in de lagere scholen van ons dorp langs om samen met hen de armen en benen los te schudden tijdens een grappige ochtendgym. Ook daar werden de deurhangers uitgedeeld. In de maand mei/juni worden er brieven verstuurd naar alle kinderen van de derde kleuterklas. Hierdoor kunnen de ouders de KLJ op een rustige manier leren kennen. Ze kunnen de website bekijken en praten met vrienden waarvan de kinderen reeds bij KLJ zijn. Wanneer we dan in augustus langskomen voor het nieuwe KLJ-jaar, hebben ze reeds van ons gehoord!





## KLJ Aroma

### Genieten van start tot finish

#### ➔ Met belgerinkel naar KLJ Aroma

KLJ Aroma liet van zich horen! Met veel belgerinkel trokken ze het dorp in. Zo deden ze huisbezoeken met een originele fietsbelflyer. Op deze flyer hing zowaar een echte fietsbel, waarmee ze vanaf nu altijd veilig en met veel belgerinkel naar KLJ Aroma kunnen fietsen.

#### ➔ Startdag

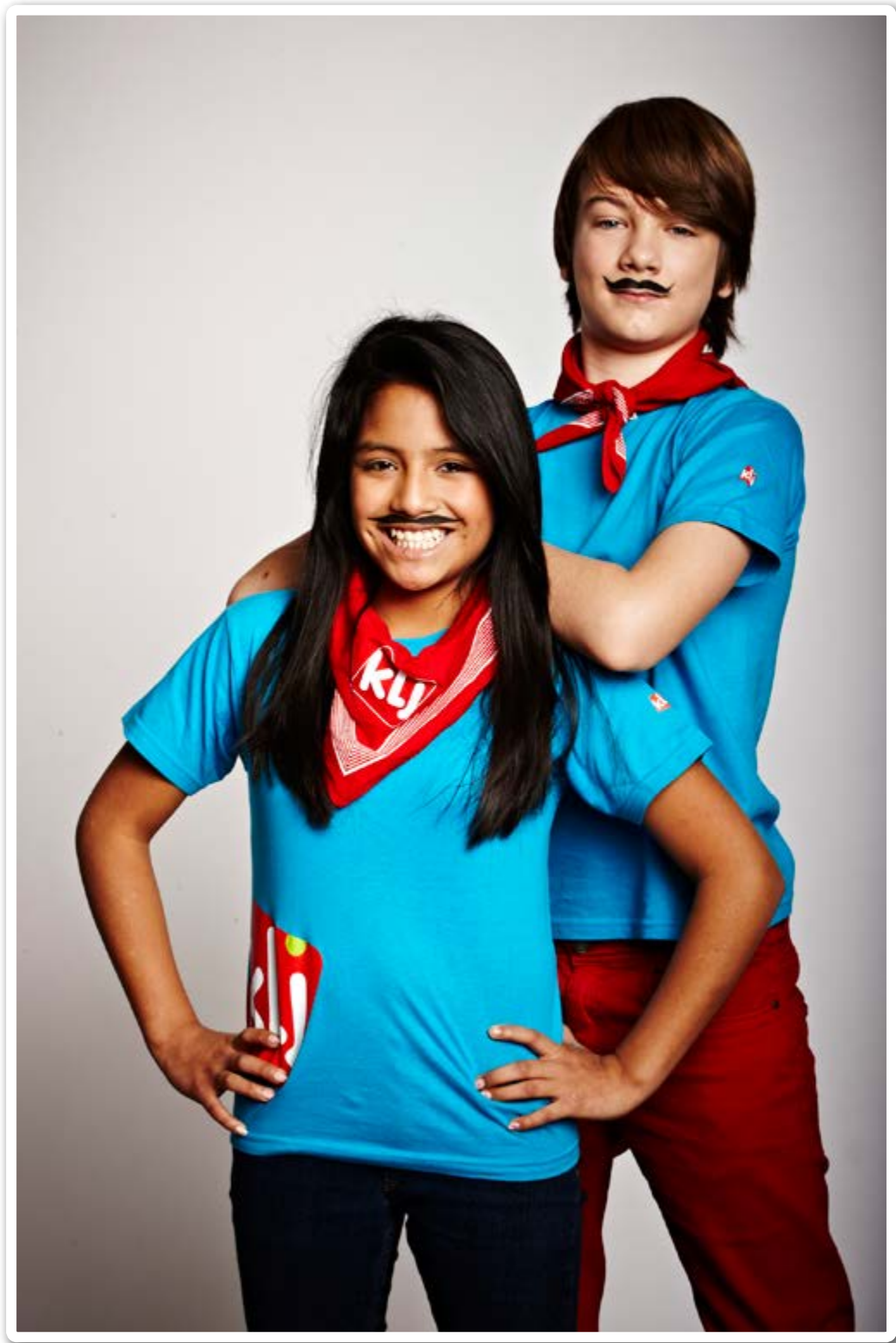
Op de flyer stonden er niet toevallig een aantal fietsers met de slogan: "KLJ aroma, genieten van start tot finish". Daarnaast werden er ook over het hele dorp posters gehangen in dezelfde opmaak als de flyers.

#### ➔ De ronde van Vlaanderen

Ondanks het feit dat de wielrenners van tegenwoordig geen fietsbel meer hebben, kon het niet anders om met deze campagne ook iets te doen tijdens 'de ronde van Vlaanderen'. Daarom was KLJ heel duidelijk aanwezig met KLJ-aanmoedigingsvlaggetjes. Zo zorgden ze er tegelijk voor dat KLJ in the picture kwam en dat de renners konden genieten van start tot finish!









# De gouden ledenbindings- snor?

In dit boekje staan al de ledenbindingsacties die de zilveren en bronzen snor hebben gewonnen in hun regio voor bindingwerving.



= beste nationale ledenwervingsactie



= beste regionale ledenwervingsactie



= regionale runner-up

Al de Regionale Besturen hebben hierna punten gegeven op alle ledenbindingsacties (behalve van die voor hun eigen regio). Op elk van de onderstaande kernwoorden heeft elke regio een score gegeven op 6. De actie die de meeste punten krijgt, wint de gouden snor voor de beste nationale ledenbindingscampagne en een heel mooie prijs!

De winnaar van 2013 - 2014 was dus de campagne van KLJ Zele-Heikant.

# De kernwoorden



Maak op een leuke en originele manier zichtbaar wie aanwezig is op de activiteiten.



Maak activiteiten die verschillende maanden lopen waardoor de leden gestimuleerd worden om te blijven komen.



Zorg voor een goede groeps sfeer waardoor iedereen wil blijven.



Geef leden inspraak in je werking.



Geef je leden verantwoordelijkheid bij je activiteiten en werking (natuurlijk met de nodige ondersteuning).



Klein of groot: iedereen wordt graag verwent.



De ouders spelen een belangrijke rol in de beslissing of de leden al dan niet blijven komen. Verzorg dan ook het contact met hen.



Door een leeftijdsgerichte werking blijven je leden langer omdat de activiteiten aangepast zijn aan hun leeftijd.



## KLJ Lier-Noord

### Spot de KLJ poster

Wanneer hun leden zich inschreven in het begin van het werkjaar kregen ze een poster mee en ook een brief waarin we uitlegden wat de bedoeling was van deze poster.

Ze moesten deze poster ophangen op een zichtbare plek vanaf het moment dat ze waren ingeschreven. En iedere vergadering, om de tien dagen, trokken we drie namen.

Bij die drie namen gingen we dan kijken of die een poster hadden ophangen. Als dit zo was, kregen zij van ons een KLJ-brooddoos en werden ze ook vermeld in ons driemaandelijks boekje.



## KLJ Riksingen

### Ouders in de spotlight

KLJ Riksingen had een Nieuwjaarsreceptie waarop alle leden, ouders en sympathisanten werden uitgenodigd. Op de manier was er plaats voor een informele babbel met de leiding. Bovendien was alles gratis. Op deze manier zorgden we ervoor dat er een laagdrempelig moment is waar iedereen elkaar kan zien zodat de band tussen de leden, de ouders en de medewerkers sterker wordt.



## KLJ Zele-Heikant

### Het beursspel

Deze ledenbinding kan je mits een paar kleine aanpassingen gebruiken voor je +14, +16 en +20.

In het spel is het de bedoeling een zo hoog mogelijke waarde te behalen. Dit doen ze door naar de activiteiten te komen en in te zetten op andere leden. Elk lid wordt dan ook als een grafiekje voorgesteld dat ze kunnen terug vinden op de site. De top drie komt ook in het ledenboekje en op de Facebookpagina.

#### ➔ speluitleg:

Ieder lid start met een waarde van €1000, deze kunnen ze vergroten op 2 manieren: door naar de activiteit te komen en door in te zetten op andere leden. Per activiteit dat je aanwezig bent, krijg je een percentage van je eigen waarde bij. Het percentage voor een eerste activiteit op rij is 10%, per activiteit dat je opeenvolgend komt verhoogt het percentage met 5% (bijvoorbeeld als een lid drie activiteiten op rij komt krijgt hij voor deze derde activiteit 10+5+5=20% bij, wanneer hij dan een activiteit mist, start hij de keer daarop opnieuw met 10%).

Als een lid op de activiteit is, kan hij inzetten voor de volgende activiteit. Het bedrag dat hij inzet mag niet groter zijn dan de helft van zijn eigen waarde. Als hij niet op de volgende activiteit aanwezig is, wordt zijn bod ongeldig verklaard en blijft het lid gewoon op dezelfde waarde. Als hijzelf op de volgende activiteit aanwezig is, kan hij dit bedrag winnen als de personen waarop hij ingezet heeft ook aanwezig is of verliezen als deze er niet is! Het bedrag dat men kan winnen is het bedrag dat ingezet is gedeeld door het aantal personen die op dezelfde persoon hebben ingezet. Men verliest wel het volledige bedrag dat je hebt ingezet indien die persoon niet aanwezig is.

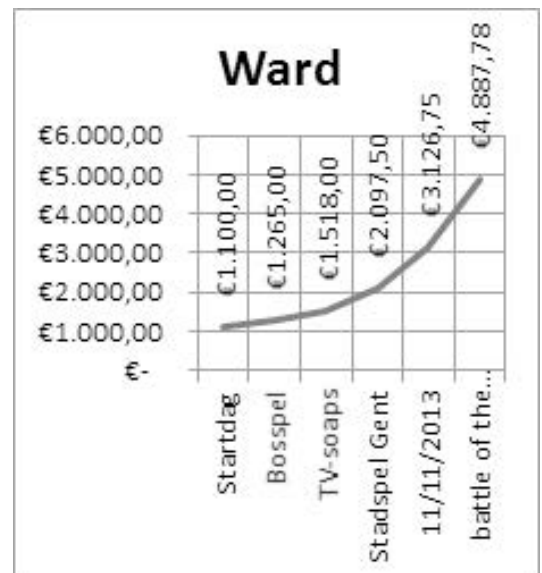
#### ➔ Een voorbeeld:

Lid A heeft een waarde van €2000 en komt zijn 2e keer op rij, vorige keer had hij €400 ingezet op lid B (die aanwezig is en waar nog 3 anderen op hebben ingezet), €200 op lid C (die er niet is) en €200 op lid D (die aanwezig is en waar niemand anders op heeft ingezet). Lid A krijgt dus als nieuwe waarde:

$$\text{waarde lid A} = 2000 + 15\% * 2000 + \frac{400}{4} - 200 + 200 = \text{€}2400$$

4

Eenzijds is het een spannende competitie om zo hoog mogelijk te eindigen, anderzijds moeten ze andere leden aanmoedigen om ook te komen aangezien ze op hen hebben ingezet en ze anders dat bedrag verliezen!





## KLJ Hamme-Center

### Wall of fame, kamperen en inrichten lokaal

- ➔ Elke activiteit nemen ze een groepsfoto en hangen ze deze op in het lokaal. Als je veel naar activiteiten komt, hang je automatisch ook veel op in het lokaal. Dit is voor de leden zelf heel tof als ze de activiteit erna zichzelf aan het zoeken zijn op onze “Wall of fame”.
- ➔ Voor -16: Elk jaar in de grote vakantie, organiseren ze enkel voor de -16 “het kamperen”. Ze komen dan 2 dagen met hun tentje naar het lokaal.
- ➔ De -16 mocht dit jaar zelf een heel lokaal schilderen en herinrichten. Doorheen het jaar werden er momenten voorzien wanneer we gingen verven. Als alles geveerd is, mogen de leden beginnen inrichten zoals ze zelf willen. Ook hebben ze op hun kamp houten stoelen versierd met een mooie tekening voor in het lokaal.







## KLJ Merchtem

### Verjaardagskaartjes

Zij sturen een kaartje naar elk lid dat jarig is. Ze gaan regelmatig op huisbezoek en volgen de aanwezigheden van de leden op. Ook proberen ze ook in de ledenactiviteiten aan ledenbinding te doen.



## KLJ Kiezegem

### Teambuilding

Als ledenbinding doet KLJ Kiezegem aan teambuilding met de leden. Ze doen dit vooral bij de 'pubers' omdat daar nogal eens klikjes worden gevormd. De teamactiviteiten zijn erg uiteenlopend van een touwenparcours waarin ze moeten samenwerken tot laddercompetities.







## KLJ Pittem

### De 30 werken

Het bestuur daagde de leden uit met 30 werken die ze moesten vervullen tijdens een activiteit. Samenwerken was een must! Als tegenprestatie kregen ze een spaghettiavond van het bestuur. (Pittig detail: de bestuursleden mochten ook spaghetti mee-eten, maar zonder handen!)



Enkele opdrachten:

1. Wc-rol nummeren en terug op het rolletje winden.
2. Een stuk zeep opwassen.
3. 100 rekkertjes in iemands haar verwerken (max. 5 pers; met staartjes).
4. Elke minuut de slogan roepen: " KLJ Pittem is not just anything, it's the only thing!"
5. Van iedereen de rechervoetafdruk nemen.
6. Voor iedereen een hoedje van papier maken.
7. 2 eieren stijfkloppen met een vork.
8. Het KLJ-lied vanbuiten kennen (3 personen).
9. Maak een grasketting van 2m.
10. Beeld per 15 personen een mixer, broodrooster en koffiezetmachine uit.
11. Bouw een levende piramide van 3 hoog.
12. Maak een slogan voor KLJ nationaal.
13. Vertel 10 moppen, waar het bestuur mee kan lachen.
14. Gedurende een hele tijd een jojo in beweging houden.
15. Beeld samen een pizza uit.



## KLJ Loppem

### Zwarte pieten verrassing

Het volledige bestuur ging als zwarte pieten op tocht om de leden thuis te verrassen met lekkers. Een mooi gebaar, waarbij de bestuursleden de band met de leden versterkten en hen beter leerden kennen.

