

# POSITIVE CHANGE MAKERS VOOR EEN TOEKOMSTGERICHT EN DUURZAAM BELEID.



**DUURZAAMHEIDS  
VERSLAG 2020**

**BONKA  
CIRCUS**

# WELKOM POSITIVE CHANGE MAKER

Nee echt, **welkom!**

Want jouw motivatie is wat ons motiveert.

Net als jij geloven wij dat goed doen voor mensen,  
ook goed is voor bedrijven.

Wil je het grootste burgeronderzoek naar luchtkwaliteit  
ooit starten en onze regering klaarwakker schudden?  
Radio maken die iemand zijn dag en ineens ook de wereld  
wat beter maakt?

Of ben je een vleesbedrijf dat vleesvrije producten  
en zo meteen ook een gezondere levensstijl wil lanceren?  
Maakt niet uit hoe uniek, ambitieus of zot je plannen zijn,  
wij krijgen ze onze veranderende wereld in.

**Wij zijn Bonka Circus.**

En met onze **Purpose Driven Communicatie** zorgen wij  
samen met jou voor positieve verandering.

Met strategisch slimme en opvallende ideeën krijgen we  
jouw plannen van bakker tot toog en van krant tot talkshow.

Want élk positief initiatief verdient positieve impact.

En wij doen er alles aan om die te realiseren.

Wat denk je, Positive Change Maker,  
klaar om de krachten te bundelen?

Wij ook.

# INHOUDSOPGAVE

<b>VOORWOORD</b>	04
<hr/>	
<b>OVER BONKA CIRCUS</b>	05
<b>ONZE SERVICES</b>	08
<b>WAAR KAN JE ONS VAN KENNEN?</b>	09
<b>ONZE AANPAK</b>	10
<hr/>	
<b>BONKA CIRCUS EN DUURZAAMHEID</b>	11
<b>PRIORITEITEN DUURZAAMHEID 2020</b>	12
1 Impactvolle maatschappelijke projecten	13
2 Verduurzamen mobiliteit	15
3 Cultuurtraject	17
4 Duurzame partners en leveranciers	19
5 Diversiteit en inclusie omarmen	20
6 Levenslang leren	22
<b>ONZE DUURZAME AMBITIES – PLANNEN 2021</b>	23
<hr/>	
<b>GRI CONTENT INDEX</b>	25

# VOORWOORD

**Hier is het dan.** Ons eerste verslag over hoe Bonka Circus duurzaam onderneemt. Blij dat het er eindelijk ligt. Niet zozeer het feit dat we nu een duurzaamheids- of impactverslag hebben (*what's in a name*). Maar wel blij dat we duurzaamheid nog meer dan tevoren omarmen.

Want hoe kan je jezelf een Purpose Driven organisatie noemen als je niet zelf dagelijks vanuit duurzaamheid handelt binnen je organisatie. Als je niet zelf het goede voorbeeld geeft en jezelf blijft uitdagen. Net daarom startten we in 2020 met ons eigen duurzaamheidsstraject.

Dat jaar begon beloftevol. We waren er helemaal klaar voor. Een sterk team, plannen en hoge ambities lagen op ons te wachten. En toen was daar plots Covid-19. Een onverwachte gast die het leven van ons allemaal overhoopgooide. Een vreemd jaar om extra in te zetten op duurzaamheid. De omzet van Bonka Circus viel terug. Tijdelijke werkloosheid werd ingeschakeld. Collega's leverden tijdelijk vrijwillig loon in om een duurzame toekomst van Bonka Circus te garanderen. But we did it!

Corona is er nog steeds, maar we leerden er beter mee leven. Bonka Circus vond haar tweede adem. Klanten vonden hun weg naar ons terug. We stelden een ambitieus actieplan op om duurzaamheid structureel aan te pakken binnen de organisatie. We startten het proces op om een B Corp te worden. En we engageerden ons om het Voka Charter Duurzaam Ondernemen te behalen.

**ONZE BLIK OP  
DUURZAAMHEID BLIJFT  
BREED. ONZE  
ACTIEPUNTEN  
ZIJN TALRIJK.**

Het zou ons te ver leiden om die allemaal uit de doeken te doen, vandaar een bloemlezing uit ons duurzaamheidsverhaal en de impact die we met Bonka Circus het afgelopen jaar maakten. En onze **duurzame plannen voor de toekomst**. Want we willen ons Purpose Driven ecosysteem verder uitbreiden.

Tot slot. *Ons duurzaamheidsstraject is een leerproces, met vallen en opstaan. Ik ben er zeker van dat wij daar niet de enige in zijn. Heb je vragen na het lezen van ons verhaal? Hebben we je geïnspireerd en kunnen we je op weg helpen? Of heb je eerder zelf goed advies dat je wil delen? Laat het me weten op [catherine@bonkacircus.com](mailto:catherine@bonkacircus.com). Ik ga graag met je in dialoog!*

## Catherine Castille

Managing Director Bonka Circus



# OVER BONKA CIRCUS

WHY?  
**WE WANT TO  
ACCELERATE  
POSITIVE CHANGE**

HOW?  
**TOGETHER FOR  
THE SMARTEST IDEA**

WHAT?  
**PURPOSE DRIVEN  
COMMUNICATION**

## ONZE MISSIE

Als **Purpose Driven Communicatiebureau** versterken we **Positive Change Makers** met **impactvolle communicatie** die **gedragsverandering** voortbrengt.

Samen gaan we voor **het slimste idee** dat aandacht verdient en waarmee we **positieve verandering** kunnen **versnellen**.

## SERVICES

- ✓ CONSULTANCY & BRAND STRATEGY
- ✓ CAMPAIGNING
- ✓ STAKEHOLDER ENGAGEMENT
- ✓ CONTENT STRATEGY & CREATION
- ✓ EMPLOYER BRANDING & STRATEGY

## FACTS & FIGURES

<i>Business</i>	Communicatiebureau
<i>Locatie</i>	Leuven
<i>Aantal medewerkers</i>	18 (8V - 10M - 0X)
<i>Omzet</i>	€ 2.863.153

## TIMELINE

2012

- Bonka Circus start als **managementbureau** en **productiehuis** dat ook **communicatiecampagnes** opzet.

2018

- Heroriëntering naar communicatiebureau voor **maatschappelijke impact**.
- **Creatieve campagnes** voor organisaties met duurzame ambities zoals **'Beloofd'** voor **VSV** en **'J'apprends le flamand avec Vincent'** voor **Actiris**.
- Campagne **'Last Night a DJ Saved my Life'** voor **Vlaamse Stichting Verkeerskunde** haalt het **avondjournaal**.

2019

- **Effie Award** voor de **CurieuzeNeuzen** campagne voor **De Standaard** (die **20.000 Vlamingen overtuigt** om de luchtkwaliteit in hun straat te meten).
- Actie **'Winkelhieren'** voor **Unizo** (rond lokaal winkelen) is een **succes** en het woord wordt verkozen tot **Woord van het jaar**.
- Creatieve campagnes voor bedrijven zoals **Ecover, Aoste, Ugent, Konvert, Radio 2, KdG**.

2020

- Opstart procedure **B Corp-certificering** en **actieplan duurzaamheid** (Voka Charter Duurzaam Ondernemen).
- Bonka Circus verkozen tot **Creative Ambassador Leuven**.



## CREATIVE AMBASSADORS LEUVEN

In het najaar van 2020 koos Leuven acht creative ambassadors die twee jaar lang hun stad mogen vertegenwoordigen.

Acht ondernemers, organisaties en bedrijven die als geen ander de creatieve en culturele internationale ambities van Leuven uitdragen.

De acht ambassadeurs werden gekozen uit een longlist van meer dan 100 namen en komen elk uit een andere tak van de culturele en creatieve sector. Eén van die creatieve spelers is Bonka Circus, dat creativiteit inzet om positieve verandering in de maatschappij te stimuleren én versnellen.

Met creatieve communicatie versterkt Bonka Circus acties met een maatschappelijke meerwaarde, zowel in de non-profit sector als voor commerciële bedrijven.

# ONZE SERVICES



## BRAND CONSULTANCY & STRATEGY

Het diepere denkwerk dat aan de basis ligt van elke aanbeveling, elk project. De zoektocht naar het verhaal van de organisatie, het merk of het project.

Het scherpstellen van wat de organisatie werkelijk doet om dit verhaal te ondersteunen. We stellen verdiepende vragen, halen de kracht van een organisatie of merk naar boven, duiken in de hoofden van de klanten, de mensen, de burgers. We houden ervan complexe vraagstukken te vertalen naar een heldere branding-strategie die een blauwdruk vormt voor duurzame (gedrags)verandering.



## CAMPAIGNING

Elke branding- of communicatiestrategie moet op een bepaald moment worden vertaald naar communicatie. We maken creatieve, opmerkelijke campagnes met één eenvoudig doel: impact maken en positieve verandering versnellen voor onze klanten én voor de maatschappij.

Creativiteit is het middel, niet het doel.

In onze campagnes is het begrip van menselijk (consumenten)gedrag een essentiële pijler om dit gedrag op een positieve manier te sturen.



## STAKEHOLDER ENGAGEMENT

Bij merk- en communicatieprojecten zijn vaak heel wat stakeholders betrokken. Denk aan aandeelhouders, CEO's, directieleden, werknemers, leveranciers, middenveld, organisaties... Wij helpen onze klanten bij het engageren van deze stakeholders. We creëren draagvlak en betrokkenheid waarbij iedere stem gehoord wordt. Zo komen we tot een gezamenlijk verhaal dat gedragen wordt door alle betrokkenen.



## CONTENT STRATEGY & CREATION

Een branding- of communicatiestrategie kan zich ook vertalen naar redactionele authentieke content, in alle mogelijke vormen. Hierbij gebeurt de storytelling bottom-up. Maar... geen contentcreatie zonder een goede contentstrategie. Wat is het verhaal dat je wil vertellen? Welk type content spreekt je doelgroep aan? Welke kanalen werken het best om hen te bereiken? Wanneer breng je die content het best naar buiten? Het doel: goede content creëren die impact maakt maar ook duurzaam is en bijdraagt aan een langetermijnrelatie met je doelgroepen, met de mensen en burgers.



## EMPLOYER BRANDING & STRATEGY

Bouwen aan je merk is ook als werkgever cruciaal om het juiste talent de weg naar je bedrijf te laten vinden. Om je visie en missie als bedrijf ook door je eigen werknemers te laten uitdragen. Samen met onze klanten werken we een employer branding-strategie uit en zorgen we voor de begeleiding zodat HR-teams daar zelf mee aan de slag kunnen. Om zo de juiste profielen aan te trekken en het bedrijf op de kaart te zetten als aantrekkelijke werkgever.



# WAAR KAN JE ONS VAN KENNEN?

Check de cases [hier](#) op onze site!



'Gedagsverandering kan maar plaatsvinden als mensen naast de juiste motivatie ook de mogelijkheid hebben om die motivatie in daden om te zetten.'

Met 'Last Night A DJ Saved My Life' ontwikkelde Bonka Circus een handig en leuk instrument dat iedere bestuurder kan toepassen om een veilige volgafstand (2 seconden ten aanzien van de voorliggende wagen) in te schatten. Wil je weten of je te dicht tegen de voorliggende wagen rijdt? Zing dan gewoon 'Last Night A DJ Saved My Life.'

PETER VERBIEST,  
strategisch directeur Bonka Circus



## Konvert helpt je vlot

van  
tijdelijk  
werkloos

naar  
tijdelijk  
werk



# ONZE AANPAK



## CO-CREATIE

Niet voor maar mét onze klanten werken.



## EXPERTEN-NETWERK

Steunen op partners die uitblinken in hun expertise.



## AMBASSADEURSCHAP & AUTHENTICITEIT

Inzetten van ambassadeurs met een hart voor de zaak.



## PR-WAARDE

Het debat op gang trekken met creatieve communicatie.



## BEHAVIOURAL DESIGN

Gedrag begrijpen om gedrag te beïnvloeden.



*‘De samenwerking met Bonka was er een van 1+1=3. We konden elkaar - elk vanuit onze eigen kennis en sterktes - challengen, waardoor we telkens opnieuw tot nog een beter resultaat kwamen. Heel fijn en verrijkend om zo samen te werken.’*

**MIEN GILLIS,**  
**expert retail UNIZO,**  
**campagne ‘Winkelhier’**

**winkelhier** KOOP BEWUST.  
 BIJ ONDERNEMERS VAN HIER.



# BONKA CIRCUS EN DUURZAAMHEID

**Duurzaamheid, sustainability, Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen, people/planet/profit, SDG, ESG... Iedereen heeft er de mond van vol en het dreigt een modewoord te worden. Ook komen we alsmear meer in aanraking met greenwashing of purpose washing. Maar wat is nu juist de betekenis van duurzaamheid? Of beter, wat betekent het voor Bonka Circus?**

Het Brundtland-rapport van de Verenigde Naties definieerde duurzame ontwikkeling in 1987 als een ontwikkeling waarbij de huidige wereldbevolking in haar behoeften voorziet zonder de komende generaties te beperken om in hun behoeften te voorzien.

De Duurzame Ontwikkelingsdoelstellingen (of SDGs) van de VN reflecteren drie dimensies van duurzame ontwikkeling: het economische, het sociale en het ecologische aspect. Voor B corporation© zijn duurzame ondernemingen dan weer bedrijven of organisaties die *purpose* en *profit* op gelijke hoogte stellen. Zij geloven in *business as a force for good*.

En dat is ook exact hoe Bonka Circus kijkt naar duurzaamheid en duurzaam ondernemen.

Duurzaamheid is gericht op het in balans brengen van behoeften aan de ene kant en aan de andere kant het beschermen van onze leefomgeving.

Duurzaamheid is een uitdaging voor ons allemaal.

We moeten allemaal de economische, ecologische en sociale aspecten integreren en in balans krijgen in al onze acties.

Wie een duurzame onderneming wil zijn, moet duurzaamheid verankeren in zijn bedrijfsvoering, strategie en bestuur. Het is een langetermijndenken. Een toekomstgericht denken én handelen dat ervoor zorgt dat we in harmonie met onze natuurlijke omgeving kunnen leven zonder deze te schaden of te vernietigen.



B Corporation of B Corp is een duurzaamheidskeurmerk dat sinds 2006 wordt uitgegeven door de Amerikaanse non-profitorganisatie B Lab, die business as a force for good ziet.

Om een B Corp-certificering te krijgen, moet een bedrijf kunnen aantonen dat het naast winst ook mens, milieu en maatschappij centraal stelt. Daarvoor moet het meer dan 80 punten behalen in de “B Corp Impact Assessment” die rond vijf kernpunten draait: duurzaamheid, arbeidsrechten, transparantie, klanten en de (lokale) gemeenschap. Wereldwijd zijn er zo’n 4.000 B Corps, waarvan nog slechts een 20-tal in België. Bonka Circus startte in 2020 het proces om zich te laten certificeren.

*‘ Voor greenwashing bedanken we, dus we checken altijd eerst of een klant oprecht streeft naar positieve impact. Als dat zo is, bekijken we samen het probleem dat ons uitgangspunt vormt.’*

**JESSE VANOPHALVENS**

creatief directeur Bonka Circus

- in ‘Creative Ambassadors’

Vandaag zitten we in een wereld in transitie. We weten allemaal dat het anders moet maar hoe raken én blijven we in beweging? Gedragsverandering vraagt tijd en inzicht in onze drempels en drijfveren. Het is ook een lang proces. Burgers én bedrijven zijn gewoontedieren en verandering gaat traag...

Samen met ons proberen heel wat andere bedrijven, organisaties en instellingen een meer duurzame koers te varen. Met vallen en opstaan. Deze transitie vraagt om authenticiteit, zowel in leiderschap als in communicatie. Zo moet je bijvoorbeeld als bedrijf durven communiceren over zaken die fout liepen of nog niet lopen zoals het hoort.

En daar helpt Bonka Circus bij. Wij helpen de duurzaamheidsinspanningen van bedrijven en organisaties tot een wervend en oprecht verhaal te maken om zo de omschakeling naar een duurzamere samenleving, veiliger verkeer, gezondere leefomgeving,... te versnellen.

## PRIORITEITEN DUURZAAMHEID 2020 >

Elk jaar geven we bij Bonka Circus prioriteit aan een tiental actiepunten waar we extra op willen inzetten. Om zo onszelf te blijven uitdagen en groeien. We lichten er graag een aantal toe waar we trots op zijn of waar we extra van hebben geleerd.



### >>> ACTIEPUNTEN IN 2020

- 1 Impactvolle maatschappelijke projecten
- 2 Verduurzamen mobiliteit
- 3 Cultuurtraject
- 4 Duurzame partners en leveranciers
- 5 Diversiteit en inclusie omarmen
- 6 Levenslang leren

## 1 } IMPACTVOLLE MAATSCHAPPELIJKE PROJECTEN

Sinds enkele jaren zet Bonka Circus zich 100% in voor organisaties en merken die maatschappelijke verandering willen. We geloven dat we door creatieve communicatie de impact van onze partners kunnen vergroten en versnellen. We zijn daar ook niet opportunistisch in.

We sloegen deze weg al in voor het een 'trendy reclamewoord' werd in de Belgische communicatiewereld. We zijn ook 100% consequent en werken niet aan greenwashing-projecten. Bonka Circus is vandaag voornamelijk actief in de non-profit sector, maar duurzaamheid in de profit sector is minstens even belangrijk.

We vinden het essentieel om in verschillende sectoren actief te zijn zodat we positieve verandering vanuit diverse hoeken kunnen versnellen. We zijn dan ook blij dat steeds meer commerciële bedrijven een positieve bijdrage leveren aan de maatschappij én dat we hun inspanningen kunnen vertalen naar een krachtig verhaal met impact. Dit inspireert weer andere bedrijven en individuen en zo draagt creatieve communicatie bij aan het proces van maatschappelijke verandering. Je krijgt een domino-effect.

### WAT?

Actieplan voor meer communicatietrajecten *with a purpose* in de profit sector.

### REALISATIES

#### NEW BUSINESS PLAN

Er is een businessplan opgesteld om meer profit klanten aan te spreken. Hiervoor is een new business manager aangeworven die zich exclusief zal bezighouden met het aantrekken van profit klanten met een maatschappelijke meerwaarde.

*'Commerciële bedrijven hebben intern al heel wat werk verzet om hun organisatie en bedrijfsprocessen te verduurzamen. Die afzonderlijke inspanningen vertalen naar een samenhangend, wervend én uniek verhaal is vaak hun grootste uitdaging. Wij helpen hen om de authenticiteit van hun duurzaamheidsverhaal te versterken.'*

**LANA PARTOUS**  
new business developer Bonka Circus

**SOCIAL PROFIT 21,5%**

**PROFIT 16%**

**NON PROFIT 62,5%**

OMZET BONKA CIRCUS PER SECTOR



## CASE

### HOE WE MET ECOVER WASMACHINES LIETEN DRAAIEN VOOR HEN DIE HET LAND LIETEN DRAAIEN

Tijdens de lockdown lanceerden we met Ecover #wassenvoorhelden. Zo riep Ecover mensen op om hun wasmachine te laten draaien voor hen die het land lieten draaien tijdens de coronacrisis. (winkelbedienden, zorgverplegers, postbodes,...) Ecover gaf zélf het goede voorbeeld door 100 wasbeurten te doen van helden in de buurt van hun vestiging in Malle.

**LAAT  
JE WAS-  
MACHINE  
DRAAIEN  
VOOR ZIJ  
DIE HET  
LAND DOEN  
DRAAIEN.**

**#WASSENVORHELDEN**

1. Voor welke held in de buurt laat jij je wasmachine draaien?
2. Pijk de wasmand op voor deur (social distancing 🍷)
3. Draag handschoenen en mondmasker tijdens het #wassenvorhelden
4. Ontsmet de mand #letsliveclean
5. Zet de mand weer voor de deur van je held.

**RESPECTEER OOK ALLE  
ALGEMENE RICHTLIJNEN**

**#WASSENVORHELDE**

*‘De bereikbaarheid van klanten en prospecten maakte het voor mij vaak lastig om het hele traject met het openbaar vervoer af te leggen. Toch heb ik lang getwijfeld over een bedrijfswagen. Meerdere malen per week een rit van 160 kilometer woon-werkverkeer is allesbehalve ecologisch... Ik ben uiteindelijk toch overstag gegaan, maar enkel omdat Bonka Circus mij de optie gaf van een hybride wagen. Zo verminder ik mijn uitstoot met meer dan de helft én geef ik het groenere voorbeeld aan klanten, vrienden en kennissen.’*

**WIM MICHIELS,**  
accountmanager Bonka Circus

## 2 } VERDUURZAMEN MOBILITEIT

Duurzame mobiliteit is een belangrijke pijler voor Bonka Circus. We willen evolueren naar een organisatie zonder bedrijfswagens. De eerlijkheid gebiedt ons te zeggen dat we hier vandaag helaas nog ver af staan. Maar ... met ons nieuwe mobiliteitsplan hebben we wel een duurzame toekomstvisie!

### WAT?

Opstellen van een duurzaam mobiliteitsplan

### REALISATIES

#### WOON-WERKTRAJECTEN EN WERKVERPLAATSINGEN WORDEN IN HET KADER VAN HET NIEUWE WERKEN VEEL EFFICIËNTER INGEZET.

We gaan enkel fysiek bij elkaar zitten wanneer dit voor alle partijen een absolute meerwaarde heeft.

#### DUURZAME VERPLAATSINGEN WORDEN AANGEMOEDIGD.

Waar mogelijk maken we gebruik van de fiets, het openbaar vervoer en carpooling. Fietsvergoedingen zijn in het loonbeleid van Bonka Circus opgenomen en medewerkers kunnen via het cafetariaplan voordelig een fiets aanschaffen.

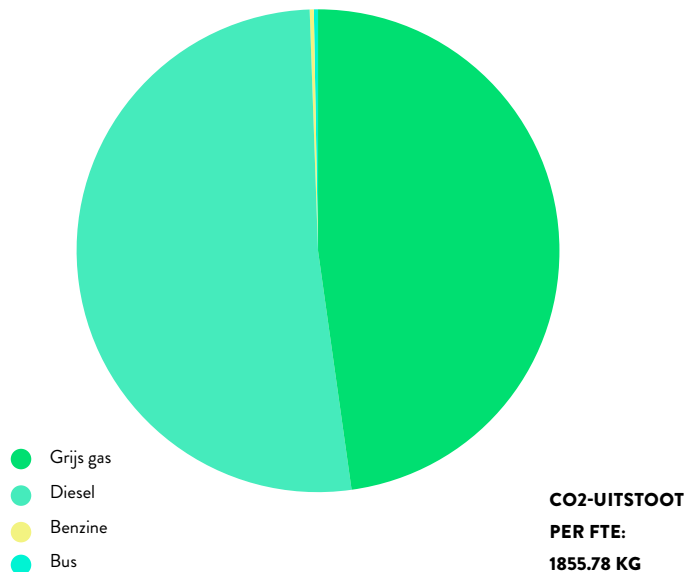
#### WE ONTMOEDIGEN HET GEBRUIK VAN WAGENS.

De *war on talent* en onze bereikbaarheid voor klanten zorgt ervoor dat voor sommige functies een bedrijfswagen nog noodzakelijk is. Maar vanaf 2021 zullen daarvoor enkel nog e-hybride wagens aangekocht worden en vanaf 2022 enkel elektrische wagens. Het bestaand wagenpark wordt in tussentijd opgereden en duurzaam vervangen.

#### VLIEGEN WORDT AFGERADEN.

Is het toch noodzakelijk om professionele redenen? Dan compenseren we de CO<sub>2</sub>- uitstoot.

CARBON FOOTPRINT BONKA CIRCUS 2020 (HOUSING & MOBILITY)



## CASE



### CO2 COMPENSEREN KAN JE LEREN

Voor een campagne voor Select Actiris hadden we een totaal verbruik van 27.069 KWh voor digitale schermen en 1.514 KWh voor papieren schermen.

Dit stond gelijk aan een CO<sub>2</sub>-uitstoot van 6,30 tCO<sub>2</sub>e (incl. indirecte emissies).

We compenseerden dit via het klimaatproject ARBolivia, dat naast CO<sub>2</sub>-reductie ook staat voor productie van medicinale soorten, creëren van tewerkstelling, tegengaan van bodemerrosie en bescherming van biodiversiteit.

“ De financiële steun van activa.brussels helpt ons, maar net zo goed ook de werknemers. Win-win dus! ”

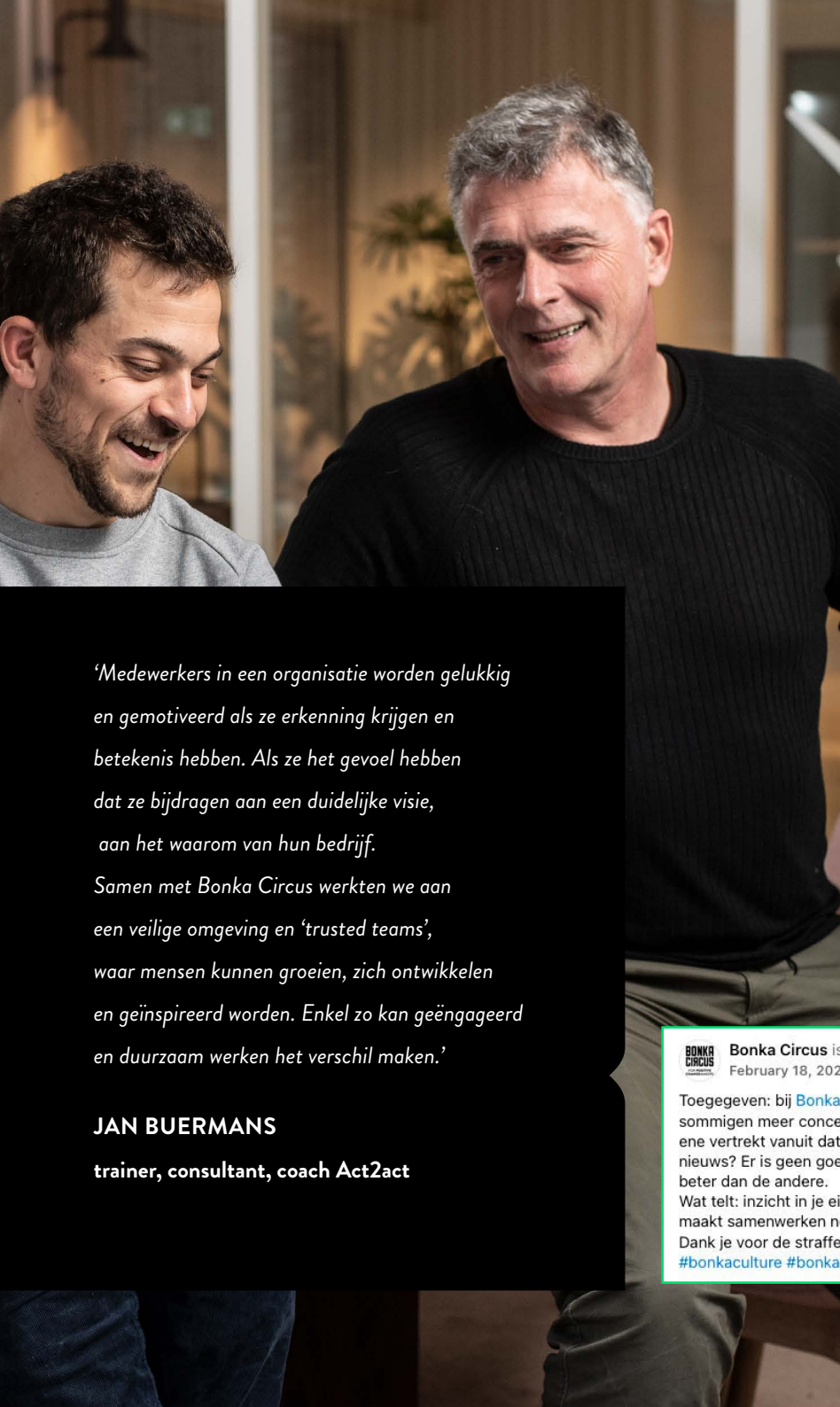
LEVEN EN WERKEN, HIER VERANTWOORDELIJK BIJ ALL TEAM SERVICES, VERBODEN NIET ACTIVA BRUSSELS.

AGENCE TITRES-SERVICES

Select actiris

Met de steun van het Europees sociaal fonds





### 3 } CULTUURTRAJECT

Bonka Circus is een dynamisch bedrijf met veel creatieve seniors die excelleren in hun job. Kom daar maar in terecht als (onervaren) junior! Jonge medewerkers ervaren soms dat de druk hoog is. Ze hebben het niet altijd makkelijk om zich in zo'n omgeving optimaal te ontwikkelen. We willen van Bonka Circus een veilige omgeving maken waar elke medewerker zich kan ontplooiën en kan leren uit zijn fouten.

*‘Medewerkers in een organisatie worden gelukkig en gemotiveerd als ze erkenning krijgen en betekenis hebben. Als ze het gevoel hebben dat ze bijdragen aan een duidelijke visie, aan het waarom van hun bedrijf. Samen met Bonka Circus werkten we aan een veilige omgeving en ‘trusted teams’, waar mensen kunnen groeien, zich ontwikkelen en geïnspireerd worden. Enkel zo kan geëngageerd en duurzaam werken het verschil maken.’*

**JAN BUERMANS**

trainer, consultant, coach Act2act

**BONKA CIRCUS** Bonka Circus is 🥰 feeling motivated. February 18, 2020 · 🌐

Toegegeven: bij **Bonka Circus** wordt veel nagedacht. 🤔💬 Door sommigen meer conceptueel, door anderen vooral praktisch. De ene vertrekt vanuit data en feiten, de ander volgt zijn buik. Het goeie nieuws? Er is geen goed of slecht, de ene manier van denken is niet beter dan de andere. Wat telt: inzicht in je eigen denkvoorkeuren en die van de ander(en) maakt samenwerken nog zoveel plezier én impactvoller. 🙌💬 Dank je voor de straffe sessie Jan Buermans [#bonkaculture #bonkateam](#) ... See more

#### WAT?

Traject om de bedrijfscultuur van Bonka Circus te optimaliseren; de gedeelde visie, missie, en waarden vast te leggen en te implementeren.

#### REALISATIES

##### INTERNE BEDRIJFSCULTUUR UITWERKEN EN IMPLEMENTEREN

Bonka Circus vindt een gezonde bedrijfscultuur cruciaal. Als vertrekpunt voor het uitwerken van onze bedrijfscultuur werd een online bevraging gedaan bij de medewerkers.

Alle medewerkers kregen een opleiding en samen formuleerden we de **kernwaarden** (de “why, how, what”) van Bonka Circus.

Daaruit is een actieplan ontwikkeld, met **gedragsregels en persoonlijke focuspunten**.

Naar aanleiding van deze bevraging stelden we ook een externe coach aan die Bonka Circus begeleidt in cultuurtrajecten.



## INZICHT IN DENKVOORKEUREN

Verschillende situaties vereisen verschillende manieren van denken. Om als groep optimaal te kunnen samenwerken, werden per medewerker en per team HBDI®-profielen uitgewerkt. Het HBDI®-profiel illustreert en verklaart de voorkeur voor een bepaalde manier van denken, leren, communiceren en beslissingen nemen. Een externe coach legde het model aan iedereen uit en de profielen werden zowel in team als individueel besproken.

**Zo krijgen medewerkers meer zelfkennis, maar ook meer inzicht in de persoonlijke denkvoorkeuren van collega's, klanten, leveranciers,...**

Dit bevordert een goede samenwerking. Ook bij nieuwe medewerkers wordt vanaf nu hun denkprofiel opgesteld onder begeleiding van een HBDI®-coach.

## ONZE WAARDEN



### WE ARE HERE TO CHANGE THE WORLD

We willen samen de wereld beter maken. We delen een passie en zijn vastberaden om het best mogelijke werk te leveren dat we kunnen.



### WE THINK POSSIBLE

We zien altijd het positieve in de mensen en de ideeën die mensen naar voor brengen. We hebben een can-do mentaliteit, en denken enkel constructief.



### WE NEVER STOP LEARNING

We zijn nooit klaar met leren, ongeacht ervaring of functie. We willen samen als team en als individu blijven groeien. Dit betekent dat we collectief inspiratie delen en kennis doorgeven.



### WE GIVE EVERY VOICE THE SAME VOLUME

We willen dat iedereen gehoord wordt, zich gerespecteerd en gewaardeerd voelt. We luisteren naar elkaar en zijn nieuwsgierig naar het inzicht of de mening van iemand anders.



### WE ARE IN THIS TOGETHER

We willen een warme open plek zijn voor iedereen bij Bonka Circus. Hier zorgen we voor elkaar.



## 4 > DUURZAME PARTNERS EN LEVERANCIERS

Als Purpose Driven Communicatiebureau is het niet enkel van belang om zelf duurzaamheid te omarmen en uit te dragen. We willen ons ook omringen met partners met dezelfde waarden en doelstellingen. Zo versterken we elkaars maatschappelijke impact.

### WAT?

Bonka Circus gaat expliciet op zoek naar duurzame partners en leveranciers.

### REALISATIES

- Niet enkel bij het uitwerken van ideeën, maar ook bij de aankoop van diensten en producten speelt de duurzaamheidsfactor een essentiële rol. Er wordt **steeds voorrang gegeven aan duurzame opties**. Kunnen we dit niet waarmaken door bijvoorbeeld een te korte deadline? Dan compenseren we dit.



*'Het was onze ambitie om met De Hoorn een centrum voor creativiteit te creëren en daarbij ook aandacht te besteden aan ecologie, duurzaamheid en ondernemerschap.*

*Zo werd er bij de renovatie van het historische pand extra geïnvesteerd in de isolatie en de zonwering van het gebouw en maakt De Hoorn gebruik van een innovatief hybride ventilatiesysteem.'*

**SAM CUSTERS**  
CEO De Hoorn

- Bonka Circus werkt enkel samen met **werkgevers die hun medewerkers respectvol behandelen en correct verlonen**.
- Ook voor **huisvesting** kiezen we voor een **duurzame partner**. De Hoorn, de creatieve hub waar de kantoren van Bonka Circus in ondergebracht zijn, is een uitgesproken duurzaam project. Niet enkel door het hergebruik van de oude gebouwen en de ligging, maar ook door de energiezuinige aanpak.
- We zijn **actief lid van verschillende netwerken die duurzaamheid hoog in het vaandel dragen** zoals Etion, The Shift, Leuven 2030 en Leuven Mindgate. In 2020 waren medewerkers van Bonka Circus gastspreker en deelnemer aan een panelgesprek rond duurzaam communiceren bij Etion, gastblogger bij radio 1 en panellid bij een event van Leuven Mindgate rond sustainability.

## 5 } DIVERSITEIT EN INCLUSIE OMARMEN

Bonka Circus vindt het belangrijk om in projecten te zorgen voor een maatschappelijke weerspiegeling. Maar vandaag is het een nogal *witte* organisatie. We beseffen dat we zowel in het eigen personeelsbestand als in onze projecten een betere weerspiegeling van de maatschappij kunnen zijn.

### WAT?

Zorgen voor een diverse en inclusieve weerspiegeling van de maatschappij.

### REALISATIES

#### NETWERK UITBREIDEN MET 'DIVERSERE' EXPERTEN

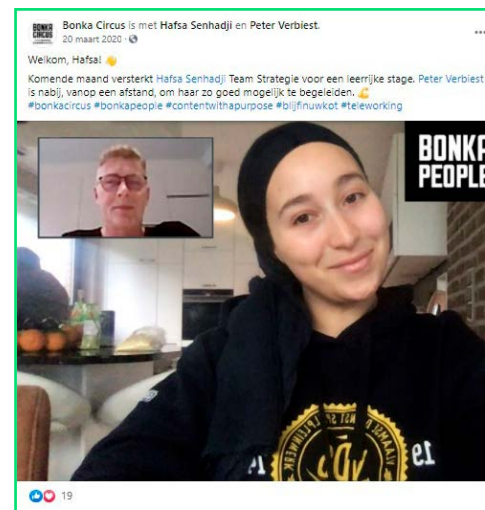
Bonka Circus erkent de nood om samen te werken met diverse experts en heeft haar netwerk in 2020 verder uitgebreid. We deden beroep op diverse expertise tijdens research-fases, voor consulting, voor opleidingen,...

#### WERVINGSKANALEN VERBREDEN

Om het medewerkersbestand van Bonka Circus inclusiever te maken is het belangrijk om bij de werving van nieuwe collega's meer in te zetten op minder mainstream kanalen dan Pub, LinkedIn of de eigen social media. Voor de selectie van onze new business manager hebben we extra inspanningen gedaan om meer diverse profielen aan te trekken. Zo deden we beroep op Select Actiris, de persoonlijke netwerken van diverse experts en het netwerk van Karel De Grote Hogeschool dat een divers studentenbestand kent. Ook voor onze stageplaatsen gaan we heel expliciet op zoek naar mensen met een diverse achtergrond. We hopen op die manier de instroom binnen Bonka Circus te vergemakkelijken.

#### DIVERSITEIT IN CAMPAGNES STIMULEREN

Deze doelstelling nam Bonka Circus zeer ter harte. Voor elke campagne werden extra inspanningen gedaan om diversiteit aan bod te laten komen. Voor veel projecten lukte dit. Sensibilisering, ook intern, werkt dus duidelijk. Bij projecten waar we er niet in slaagden, bespraken we na afloop samen hoe dit in de toekomst beter kon. Want we willen leren van onze fouten.



*'Ik vind het altijd fijn, maar ook extra uitdagend om een workshop te geven over inclusieve communicatie bij organisaties die professioneel bezig zijn met communicatie. Inclusief communiceren vraagt een gedragsverandering, maar alle medewerkers van Bonka Circus waren oprecht gemotiveerd om inclusiviteit op een authentieke manier in hun campagnes te integreren.'*

**HANAN CHALLOUKI,**  
Inclusified

## CASE

### SAMANA EN BONKA CIRCUS HALEN CHRONISCH ZIEKEN UIT ISOLEMENT

301 telefoonnummers geprint op een witte achtergrond. Met die campagne in De Standaard probeerden Bonka Circus en Samana de eenzaamheid onder chronisch zieken te verminderen.

De 301 telefoonnummers verbonden door met evenveel chronisch zieken in Vlaanderen die nog te vaak onder eenzaamheid lijden.

Uitendelijk kregen meer dan 200 chronisch zieke personen een telefoontje, goed voor 1500 belminuten. Dat leverde bovendien 4 nieuwe vrijwilligers op voor Samana.

3216790560	3250895412	3216790582	3228979311	3250895417	3228979301	3256891285
3250895398	3256891936	3228979304	3252895538	3233047186	3293964394	3211495354
3256891282	3233047174	3233047163	3216790589	3250895392	3259795730	3259795724
3233047170	3256891937	3250895399	3211495260	3228979303	3228979339	3259795722
3228979305	3211495356	3211495276	3252891403	3211495342	3293965350	3293965352
3256891923	3252891407	3250895410	3216790581	3256891283	3216790590	3259795726
3250895382	3228979317	3250895385	3250895386	3211495350	3259790111	3251791789
3233047189	3293965355	3233047157	3293964392	3256891932	3293963141	3233047181
3256891281	3256891927	3252895539	3228979326	3293965353	3211495271	3259795733
3252895530	3256891934	3252891405	3259790119	3252895536	3251791786	3259795727
3251794671	3216790568	3293965357	3233047160	3256891289	3211495353	3293964397
3256891928	3252891404	3252891401	3256891938	3250895390	3293963144	3228979322
3228979306	3251794672	3228979331	3251794679	3233047177	3216790585	3211495359
3233047169	3252891409	3211495340	3252895534	3228979312	3233047166	3256891287
3228979319	3250895373	3228979329	3216790598	3211495351	3256891284	3259790113
3216798567	3211495346	3293965354	3233047176	3293963146	3233047182	3211495270
3251791784	3228979316	3228979315	3228979325	3250895389	3228979314	3259795737
3233047171	3252891406	3251791781	3211495348	3216790566	3216790595	3233047179
3250895413	3233047173	3228979328	3228979310	3256891926	3250895394	3216790596
3228979335	3250895411	3251794676	3293963148	3211495272	3293964390	3256891288
3250895383	3252895097	3252891554	3228979309	3259790116	3251791496	3233047183
3211495274	3211495357	3228979332	3216790580	3250895418	3233047167	3211495343
3250895397	3252895095	3252891402	3259795721	3259795735	3259795738	3228979302
3251791783	3252895532	3293963145	3233047153	3228979338	3211495273	3216790592
3228978934	3293965356	3251791780	3228979336	3293964391	3251792716	3293964395
3233047188	3250895395	3252895507	3216790599	3252895537	3293965351	3259795734
3228979334	3252891408	3233047175	3250895416	3228979320	3251791787	3233047180
3256891280	3211495347	3252895096	3293964393	3233047156	3256891286	3211495358
3216790562	3250895384	3216790564	3228979324	3228979323	3259795736	3216790587
3216798564	3233047187	3252895533	3250895388	3259795731	3293963143	3233047154
3228979318	3216790584	3251794678	3216790588	3211495352	3228979313	3233047165
3216790594	3216790563	3216790593	3228979333	3228979337	3259790110	3211495344
3211495275	3256891924	3228979327	3233047185	3293963147	3233047178	3233047152
3250895396	3252895531	3233047161	3252895535	3233047164	3251792722	3293964396
3250895414	3293965358	3228979308	3250895387	3250895393	3259790114	3216790597

**Al deze nummers verbinden je door met een chronisch zieke persoon in Vlaanderen.**

**Bel jij een van hen op?** Want eenzaamheid is vaak even chronisch als de chronische ziekte zelf. Het treft zorgbehoevende driemaal zo hard als anderen. Nochtans is een kort gesprek of een onverwacht telefoontje een uitstekend medicijn. Wat denk je? Kies er een willekeurig nummer uit en bied een luisterend oor aan hen die het nodig hebben. We zijn ervan overtuigd dat je er zelf ook veel aan zal hebben: de warmte die je geeft, krijg je dubbel en dik terug. Want samen staan we sterker.

De smaak te pakken? Word vrijwilliger op [samana.be](http://samana.be)





## 6 } LEVENSLANG LEREN

We kunnen als organisatie enkel vooruitgaan als onze medewerkers blijven leren en zich ontwikkelen.

Als groeiende KMO heeft Bonka Circus **nood aan een duidelijk en transparant beleid rond opleidingen**. 2020 was een atypisch jaar. Communicatie en samenwerking werden er door het afstandswerken niet makkelijker op. Daarnaast startten een aantal nieuwe medewerkers in afstandsmodus. Daarom legden we het voorbije jaar de **focus op teamopleidingen** om het team meer samen te brengen en hen een gedeelde taal te bezorgen.

*‘Tijdens mijn eerste jaar bij Bonka Circus kon ik al meteen de Behavioural Design opleiding van Sue Amsterdam volgen en nog meer leren over gedragsverandering. De lessen die ik daar heb geleerd neem ik nog dagelijks mee in mijn werk. Deze opleiding was trouwens zo waardevol dat nadien beslist werd dat het hele team deze zal volgen!’*

**MARIE NACKAERTS**  
strateeg Bonka Circus

### WAT?

Opleidingstraject uitwerken, zowel teamgericht als individueel.

### REALISATIES

#### INDIVIDUELE OPLEIDINGSBEHOEFTE IN KAART GEBRACHT

We zetten een traject op van groeigesprekken, geen evaluatiegesprekken, waarin we samen met onze medewerkers kijken hoe ze verder kunnen groeien, welke ambities ze hebben en welke opleidingen ze graag willen volgen. Na elk groeigesprek met een medewerker werd een persoonlijk opleidingsplan opgesteld. Daarnaast werden medewerkers ook aangemoedigd om webinars te volgen.

#### GEORGANISEERDE TEAMOPLEIDINGEN

- HBDI©- opleiding rond denkvoorkeuren
- Feedback geven en krijgen
- Duurzaam communiceren
- Inclusieve communicatie

# ONZE DUURZAME AMBITIES – PLANNEN 2021

Bonka Circus heeft de ambitie om zichzelf te blijven uitdagen. Onze actiepunten van 2020 waren nog maar een start. We bouwen verder op die realisaties en steken een tandje bij waar nodig. We zien vooral op vlak van **diversiteit en inclusie** nog veel ruimte voor verbetering. Daar zetten we de komende maanden dus extra op in. We stellen onszelf ook tot doel zo **genderinclusief** mogelijk te communiceren. We willen een voorbeeld zijn voor anderen. Inspireren.

Om duurzaamheid in onze organisatie te verankeren, engageren we ons om in 2021 het tweede **VOKA-charter** duurzaam ondernemen te behalen. We gaan ook verder met het officieel assessment om een **B Corp** te worden.



## DUURZAAMHEIDSCHARTER VOKA

Voka stimuleert bedrijven die duurzamer willen ondernemen en begeleidt hen in het opmaken van een actieplan op maat. Elke organisatie die het Voka Charter Duurzaam Ondernemen (VCDO) wil behalen, verbindt zich ertoe om:

- duurzaam ondernemen proactief te integreren in het bedrijfsbeleid;
- een actieplan uit te werken met doelstellingen en concrete acties die in lijn zijn met de SDG's (Strategische Ontwikkelingsdoelstellingen) van de VN;
- de behaalde resultaten voor te leggen aan een evaluatiecommissie;
- extern te communiceren over de uitgevoerde acties.

Midden juni 2021 behaalde Bonka Circus haar allereerste Voka Charter Duurzaam Ondernemen!

Een selectie van onze actiepunten vind je in dit rapport. (zie 'Prioriteiten Duurzaamheid 2020')



## WAAR LEGGEN WE IN 2021 NOG DE FOCUS OP?

- Mobiliteit verduurzamen door onder andere de transitie te maken naar hybride wagens.
- We willen ook binnen en buiten onze netwerken aantonen hoe creatieve communicatie maatschappelijke issues kan aankaarten en tegelijk kan bijdragen aan de oplossing.
- Als ‘creative ambassador’ van de stad Leuven kunnen we onze rol als inspirator verder uitdragen.
- We blijven investeren in onze medewerkers met individuele opleidingen voor elke werknemer en teamopleidingen.
- We zullen alle teamleden onderdompelen in behavioural design. We volgen met Bonka Circus als team de opleiding en blijven levenslang leren.
- We willen nog beter onze samenleving begrijpen en focussen meer specifiek op de armoedeproblematiek.
- Introductie van een mentorship voor nieuwe medewerkers.
- En nog veel meer...



# GRI CONTENT INDEX



## Wat is GRI?

Het Global Reporting Initiative (GRI) is een algemeen aanvaard systeem voor duurzaamheidsverslaggeving. Het framework legt principes en indicatoren op die organisaties kunnen gebruiken om op een uniforme en transparante manier te communiceren over hun economische, ecologische en sociale prestaties.

Het duurzaamheidsverslag van Bonka Circus is opgesteld volgens de richtlijnen van het Global Reporting Initiative. Het is samengesteld op basis van het niveau “Core” van de GRI Standards.

INFORMATIE	BESCHRIJVING	PAGINA EN/OF INFORMATIE
<b>GRI 102: GENERAL DISCLOSURES 2016</b>		
<b>PROFIEL VAN DE ORGANISATIE</b>		
102-1	Naam van de organisatie	Bonka Circus
102-2	Activiteiten, merken, producten en diensten	Onze services p 8 Facts & Figures Bonka p 5
102-3	Locatie van de hoofdzetel	Leuven
102-4	Locatie van de operaties	Leuven
102-5	Eigenaarschap en rechtsvorm	NV
102-6	Markten	België
102-7	Bedrijfsomvang	Facts & Figures Bonka p 5
102-8	Personeelsbestand en externen	
	· verdeling per type arbeidsovereenkomst	Alle medewerkers in dienstverband hebben een arbeidsovereenkomst voor onbepaalde duur.
	· verdeling naar geslacht en regio	Facts & Figures Bonka p 5
	· aandeel werk door externen	Binnen het Bonka-team zijn er 5 freelancers die op vaste basis voor ons werken.

INFORMATIE	BESCHRIJVING	PAGINA EN/OF INFORMATIE
	· significante variaties in personeelsbestand	Geen significante schommelingen
	· toelichting over methodiek van dataverzameling	Rapportering obv eigen human resources informatie. Medewerkers die minder dan 100% werken worden als deeltijds gerekend.
102-9	Meest relevante bevoorradingsketens voor de kernactiviteiten	Dit zijn onze 15 grootste leveranciers: Zigt, So Buzzy, De Hoorn, Realise Printing (Prevision group), We Are Digital, Insightculture bvba, LES MECS, WALKIE TALKIE, Modo, Medialife, KBC Autolease, Happy Volcano bvba, Ken Kamanayo Long Shot, Edenred Belgium NV, FAST FORWARD, Digame bvba.
102-10	Relevante wijzigingen in de omvang, structuur, eigendom of waardeketen	n.v.t.
102-11	Toelichting over de toepassing van het voorzorgsprincipe	n.v.t.
102-12	Onderschrijven van externe handvesten, principes of andere initiatieven inzake duurzaamheid	Sustainable Development Goals, Leuven 2030, VCDO, B Corp, ACC Code of self-discipline & Ethical Committee,...
102-13	Overzicht van belangrijkste lidmaatschappen verenigingen of belangenorganisaties	The Shift, Etion, ACC, Leuven Mindgate, VCDO, VOKA, UNIZO, Leuven 2030,...
102-14	Verklaring van C-level decision-maker over de relevantie van duurzaamheid voor het eigen bedrijf	Voorwoord p. 4, Bonka Circus en duurzaamheid, p 12

INFORMATIE	BESCHRIJVING	PAGINA EN/OF INFORMATIE
<b>ETHIEK EN INTEGRITEIT</b>		
102-16	Waarden, principes en normen voor gedrag binnen de organisatie	Over Bonka Circus p 5, Cultuurtraject p 17-18
<b>BESTUUR</b>		
102-18	Overzicht bestuursorganen voor strategische beslissingen	Raad van Bestuur, Raad van Advies en Managementcomité die een duurzame toekomstvisie delen.
<b>STAKEHOLDERSENGAGEMENT</b>		
102-40	Overzicht van stakeholders	Aandeelhouders, klanten, leveranciers, medewerkers, freelancers, partners
102-41	Aandeel medewerkers dat onder cao valt	Medewerkers vallen onder Paritair Comité 200
102-42	Methode om stakeholders te selecteren	Op basis van visie en duurzaamheidsinspanningen
102-43	Benadering van consultatie van stakeholders	Jaarlijkse groeigesprekken en/of bevraging
<b>RAPPORTERING IN DE PRAKTIJK</b>		
102-45	Overzicht van entiteiten opgenomen in de geconsolideerde jaarrekening	n.v.t.
102-46	Manier van bepalen van de inhoud en toepassingsgebied	Prioriteiten Duurzaamheid 2020 p 12
102-47	Overzicht van duurzaamheidsthema's	Prioriteiten Duurzaamheid 2020 p 12
102-48	Evolutie in formulering van duurzaamheidsthema's	n.v.t.
102-51	Datum van vorig gepubliceerd verslag	n.v.t.
102-52	Regelmaat van rapportering	jaarlijks
102-53	Contactpersoon	p 28
102-54	Conformiteit met GRI-richtlijnen	GRI Content Index p 25

INFORMATIE	BESCHRIJVING	PAGINA EN/OF INFORMATIE
102-55	GRI-referentietabel	GRI Content Index p 25-27
102-55	Benadering van externe validatie	Dit duurzaamheidsverslag is niet door een externe auditor gecontroleerd.
<b>GRI 103: MANAGEMENT APPROACH 2016</b>		
<b>GRI 103 MANAGEMENT APPROACH: IMPACTVOLLE MAATSCHAPPELIJKE PROJECTEN</b>		
103-1	Verklaring en afbakening van het materiële onderwerp	p 13
103-2	Management aanpak van dit onderwerp	p 13
103-3	Evaluatie van de management aanpak	p 13
<b>GRI 103 MANAGEMENT APPROACH: VERDUURZAMEN MOBILITEIT</b>		
103-1	Verklaring en afbakening van het materiële onderwerp	p 15
103-2	Management aanpak van dit onderwerp	p 15
103-3	Evaluatie van de management aanpak	p 15
<b>GRI 103 MANAGEMENT APPROACH: CULTUURTRAJECT</b>		
103-1	Verklaring en afbakening van het materiële onderwerp	p 17
103-2	Management aanpak van dit onderwerp	p 17
103-3	Evaluatie van de management aanpak	p 17-18

INFORMATIE	BESCHRIJVING	PAGINA EN/OF INFORMATIE
<b>GRI 103 MANAGEMENT APPROACH: DUURZAME PARTNERS EN LEVERANCIERS</b>		
103-1	Verklaring en afbakening van het materiële onderwerp	p 19
103-2	Management aanpak van dit onderwerp	p 19
103-3	Evaluatie van de management aanpak	p 19
<b>GRI 103 MANAGEMENT APPROACH: DIVERSITEIT EN INCLUSIE OMARMEN</b>		
103-1	Verklaring en afbakening van het materiële onderwerp	p 20
103-2	Management aanpak van dit onderwerp	p 20
103-3	Evaluatie van de management aanpak	p 20
<b>GRI 103 MANAGEMENT APPROACH: LEVENSLANG LEREN</b>		
103-1	Verklaring en afbakening van het materiële onderwerp	p 22
103-2	Management aanpak van dit onderwerp	p 22
103-3	Evaluatie van de management aanpak	p 22

## TOT HIER GERAAKT? DAN BEN JE ECHT GEBETEN DOOR DUURZAAMHEID!

Volg ons verhaal [@BonkaCircus](#)

Contactpersoon voor dit verslag:  
Catherine Castille  
via [hellopositivechangemaker@bonkacircus.com](mailto:hellopositivechangemaker@bonkacircus.com)

Foto's [Marco Mertens](#)  
Lay-out [Two Of A Kind](#)

