



Vóórdat je gaat werven

Veel organisaties vinden het moeilijk om vrijwilligers te werven, en dat is het ook. Het is echt belangrijk dat je

Wat moet je vooraf doen

- **Wie gaat het doen?**

Veel organisaties - zeker die waar ook beroepskrachten werken - hebben een vrijwilligerscoördinator. Deze vervult een sleutelrol bij het werven, selecteren en behouden van de vrijwilligers. Hij of zij is de HR-professional voor vrijwilligers.

Ben je een kleine organisatie, dan heb je vaak geen vrijwilligerscoördinator, maar is het wel handig om dit bij een van de bestuursleden te beleggen. Maar bedenk wel: dit doe je samen.

- **Zorg voor basiskennis over vrijwilligers.**

Zorg dat je iets weet van vrijwilligers, dan begrijp je beter waarom iets wel of niet lukt.

Dit is belangrijk voordat je gaat werven.

Een indeling

- De episodische vrijwilliger, vaak de 'potentiële vrijwilliger van nu' genoemd. Zij hebben een eigen agenda, eigen doelstellingen; denken projectmatig; binden zich niet voor lange tijd.
- De traditionele vrijwilliger. Dit is de vrijwilliger die zich voor langere tijd verbindt. Het gaat vaak om mensen die een passie delen of een gezamenlijke hobby hebben.
- De geleide vrijwilliger. Dit zijn mensen die een tijd lang niet hebben geparticipeerd en via vrijwilligerswerk hun plek in de samenleving weer willen vinden. Dit vraagt wat extra aandacht, maar kan resultaten in een betrouwbare gemotiveerde vrijwilliger.
- Door derden gestuurde vrijwilliger (b.v. maatschappelijke diensttijd, werknemer).
- Flex-vrijwilliger (wil wel, maar weinig tijd).
- Expat/Engelstalige vrijwilliger

En dan is er nog de indeling op basis van motieven.

- De carrièregerichte vrijwilliger: vrijwilligerswerk om meer kans te maken op een baan of om van richting te veranderen. Vaak tijd.
- De helpende vrijwilliger: wil graag helpen, meer niet per definitie structureel.
- De socialiserende vrijwilliger: doet het voor de sociale contacten en wil graag mensen ontmoeten.
- De ideologische/spirituele vrijwilliger: vanuit een bepaalde ideologie.

Lees het allemaal na in het e-book.

- **Is jouw organisatie bekend en wat is het imago?**

Als vrijwilliger heb je keuze waar je aan de slag gaat. Het is dan ook belangrijk dat jouw organisatie bekend is, dat duidelijk is wát je doet en voor wie je het doet.

Minimaal moet de basisinformatie over jouw organisatie vindbaar zijn op internet.

Dus stel jezelf de volgende vragen:

Is jouw organisatie bekend in de wijk?



Weten mensen in de wijk wat je doet en voor wie je het doet?

Zijn jullie online goed vindbaar? (eigen website en/of eigen facebookpagina).

Is de informatie die gevonden wordt wel actueel? (een verouderde site kan een afknapper zijn).

Hoe willen jullie gezien worden? Wat vind je zelf kenmerkend voor jouw organisatie? (vernieuwend, uitnodigend, betrouwbaar, transparant, kwaliteit, divers, dynamisch, toegankelijk, flexibel, zichtbaar). Klopt dit met het beeld dat anderen hebben van jouw organisatie? Zo nee, dan moet je hier eerst mee aan de slag.

Wat maakt jouw organisatie onderscheidend? Bedenk dat veel organisaties vrijwilligers zoeken, dus waarom zouden ze voor jouw organisatie kiezen?

Hebben jullie een goede Elevator Pitch?

Niet op orde? Schakel PEP dan in (070 302 44 44).

- **Ken je wijk en houd rekening met diversiteit**

Het is belangrijk dat je je eigen wijk kent. Want eigenlijk moet jouw organisatie een afspiegeling zijn van de wijk waarin en/of waarvoor je werkt. Wie zijn de bewoners van jouw wijk? Welke andere organisaties zijn actief in jouw wijk?

- **Werk je lokaal? Ken je wijk!**

Lokale mensen aantrekken als vrijwilliger is een uitstekende manier om een relatie op te bouwen met de lokale gemeenschap. Je laat ook zien hoe betrokken je organisatie is. Naast het binnenhalen van lokale kennis, enthousiasme en vaardigheden laat je zien hoe dicht je als organisatie bij de mensen staat.

Door vrijwilligers te betrekken krijg je meer invloed bij brede lagen van de bevolking. Je vrijwilligers nemen namelijk ook deel aan buurtactiviteiten, in sociale netwerken, bedrijven, scholen, enz. Waar ze wellicht spreken over het werk van jouw organisatie of waarop ze contacten kunnen leggen die de organisatie kan gebruiken voor toekomstplannen, verdere ontwikkeling of om geld in te zamelen.

Voor gegevens over jouw wijk/stadsdeel: www.denhaag.nl Of vraag het aan PEP.

En vergeet ook niet dat de kracht van diversiteit groot kan zijn. Houd hier bij de werving van nieuwe vrijwilligers rekening mee. Lees hierover meer op www.pepdenhaag.nl/diversiteit

- **Is jouw organisatie aantrekkelijk voor vrijwilligers?**

Wat is het maatschappelijk belang van jouw organisatie? Spreekt dit aan?

Wat zeggen de huidige vrijwilligers over jouw organisatie? Zij zijn belangrijke ambassadeurs.

Is het bestuur toegankelijk? Heb je alles goed geregeld voor jouw vrijwilligers? Is duidelijk wat jullie visie is op vrijwilligers? Is er ruimte voor flexibele inzet van vrijwilligers? Wat zijn



de scholings- en ontwikkelingsmogelijkheden voor de vrijwilliger, hoe is de sfeer en onderlinge samenwerking?

Is jouw organisatie toegankelijk voor nieuwe vrijwilligers? Is de 'vaste kern' ook blij met nieuwe aanwas. En staan ze open voor de flexibele vrijwilliger?

Heb aandacht voor een generatiekloof: de jongere kritische vrijwilliger die met nieuwe ideeën komt en ouderen die direct roepen 'waarom anders'?

Vrijwilligersbeleid nog niet op orde? Schakel PEP in!

Het Haags Keurmerk voor kleinere vrijwilligersorganisaties of Goed Geregeld voor grotere vrijwilligersorganisaties.

- **Huidige vrijwilligersbestand en tendensen**

Breng twee keer per jaar het actuele vrijwilligersbestand van de organisatie in kaart. Stel op die 'ijk-momenten' vast hoeveel vrijwilligers er binnen de organisatie werkzaam zijn en vooral ook waar zij werkzaam zijn. Om tendensen in het vrijwilligersbestand waar te kunnen nemen is het interessant om op die ijkmomenten na te gaan uit hoeveel vrouwen en mannen het vrijwilligersbestand bestaat, wat de gemiddelde leeftijd van de vrijwilligers is, of zij binnen of buiten het werkgebied woonachtig zijn, hoeveel tijd een vrijwilliger (gemiddeld) per week voor de organisatie werkt en hoeveel vrijwilligers - naast het vrijwilligerswerk - (parttime) werken of studeren.

Ontwerp ten behoeve van deze periodieke 'check-up' een standaardformulier. Dat vergemakkelijkt het verzamelen en vergelijken van informatie.

Door de uitkomsten van meerdere ijkmomenten met elkaar te vergelijken krijgt de organisatie zicht op zaken als:

- het (geleidelijk) verloop onder vrijwilligers;
- de plekken waar het verloop het kleinst en het grootst is;
- (geleidelijke) veroudering of verjonging van de vrijwilligersschare;
- toename of juist afname van het aantal vrouwelijke vrijwilligers;
- enzovoorts.

Kortom, een relatief eenvoudig en snel uit te voeren handeling die de organisatie te allen tijde een vrij actueel beeld geeft van (de wijzigingen in) de omvang en samenstelling van het vrijwilligersbestand. Deze 'beleidsinformatie' is voor het bestuur van de organisatie van belang, maar stelt ook de organisatie in staat doelgerichte wervingsactiviteiten te ontplooiën.

- **Houd rekening met Corona**

Voorlopig is het Corona-virus niet verdwenen, dit betekent dat wij er rekening mee moeten houden. Het is voor vrijwilligers belangrijk dat het veilig is, zeker voor de oudere vrijwilligers. Geef dan ook duidelijk aan dat jullie er rekening mee houden en hoe. Zorg ook voor dat goed



thuisgewerkt kan worden en dat het mogelijk is om online te vergaderen.

- **Inventarisatie**

Welke ondersteuning van vrijwilligers heb je nodig? Kan het in projecten? En houd het beperkt in aantal uren per week.

Alvorens je gaat werven, moet je weten wat er nodig is voor jouw organisatie. Maak een lijst van taken die gedaan moeten worden. En zorg ervoor dat je beperkt in het aantal uren, dus probeer functies op te knippen waar mogelijk. Vraag vooral niet teveel aan een vrijwilliger, dat schrikt af.

En wil je de episodische vrijwilliger bereiken, probeer het dan zoveel mogelijk op te knippen in projecten. Dat maakt het voor hen een stuk aantrekkelijker.

Tip: nodig alle actieve vrijwilligers uit. En maak stapeltjes kaartjes met taken, ingedeeld naar bestuurlijk, ondersteunende en uitvoerende taken en overige (elk met een eigen kleur). Laat ze de taken invullen. En laat ze zelf kiezen welke taken ze willen doen.

Zie 'methode schudden, delen en geven' van Movisie.

- **Laat iedereen weten dat je gaat werven.**

Zorg dat iedereen binnen de organisatie weet dat je gaat werven. Wees ook duidelijk waarom en waarvoor je nieuwe vrijwilligers werft.

- **Partners om samen te werven?**

Het kan slim zijn om samen met andere organisaties een gezamenlijke wervingsactie op te zetten.

- **Maak het wervingsplan op voor het vinden van vrijwilligers**

Belangrijk bij het wervingsplan:

De variëteit in vrijwilligers is groot. Maak hier vooral ook gebruik van.

Dit wervingsplan bestaat uit een aantal stappen:

Beslis op wervingsactiviteiten nodig zijn.

Stel haalbare wervingsdoelen vast. (welke vrijwilliger wil je bereiken, wie past bij jouw organisatie).

Traceer de doelgroepen

Formuleer de wervingsboodschap

Benoem de wervingsactiviteiten en kies de communicatiemiddelen

Maak een planning

Voer het uit.

Meet de effecten.

[Download hier de bijlage](#)

Maak een duidelijk functieprofiel van de vrijwilligers die u zoekt.

Of benader het anders: nodig geïnteresseerden uit om kennis te maken met jouw organisatie, en kijk wat bij hem op haar past. Pas de functie hierop aan.

- **Stel een aantrekkelijke vacature op die enthousiasme opwekt.**

Zie hiervoor 'een goede vacaturetekst'.



Nog meer tips bij het selecteren van vrijwilligers:

- Zorg ervoor dat alle aanmeldingen op één plek binnen komen. Zorg er ook voor dat u voldoende informatie van eventuele geïnteresseerden verzamelt.
- Denk na over de inrichting van de selectieprocedure. Wie voert de gesprekken? En welke selectiecriteria gebruikt u?
- Vergeet niet te controleren of de vrijwilliger een VOG nodig heeft.
- Bedenk en beslis wie de vrijwilligers gaat inwerken.
- Selecteer een contactpersoon voor de vrijwilliger. Hoe groter de organisatie, des te minder overzicht de vrijwilligerscoördinator kan behouden. Vooral voor stichtingen met verschillende afdelingen is dit van groot belang. Zo houdt u de vinger aan de pols. Denk hierbij aan het activiteitenplan.
- Bouw een proefperiode in. Deze kan een periode van enkele weken tot maanden beslaan.