

Werven van vrijwilligers ----- >Tips

1. Laat zien wat je doet

Belangrijk is dat je aan de buitenwereld laat zien waar je voor staat en wat je doet. Niemand gaat zich als vrijwilliger inzetten voor een organisatie waarvan niet duidelijk is wat ze wil bereiken en hoe ze dat denkt te gaan doen.

2. Pak de werving professioneel aan

Een werving is pas succesvol als u goed heeft nagedacht over de volgende vragen:

- Waarom ga ik vrijwilligers werven?
- Voor welke taken/activiteiten ga ik vrijwilligers werven?
- Wat moet iemand kunnen voor de taak of activiteit?

Het werven van vrijwilligers is een serieuze aangelegenheid. Niet alleen omdat je goede vrijwilligers wilt. Ook het aantal organisaties met vrijwilligers inzet neemt steeds meer toe. Er is dus sprake van een zekere concurrentie tussen organisaties als het gaat om het werven van vrijwilligers. De werving van vrijwilligers moet je daarom serieus aanpakken: kondig duidelijk aan welke vrijwilligers je zoekt en zorg dat dit er visueel aantrekkelijk uit ziet. Alsof het om wervingsadvertentie van personeel gaat.

3. Wees duidelijk over wat het oplevert

De opmerking dat vrijwilligers van tegenwoordig altijd alleen maar geïnteresseerd zijn in 'wat het oplevert' is veelgehoord. Vaak wordt hierbij gedacht aan materiële beloningen als financiële vergoedingen of cadeautjes. Ik durf te stellen dat iedereen iets terug wil voor zijn of haar vrijwillige inzet: voor de een is het de zinvolle vrijetijdsbesteding, voor de ander is het de status die aan een bestuursfunctie hangt of de sociale contacten. Zoveel vrijwilligers, zoveel verschillende beloningen! Het is dus belangrijk te weten wie u zoekt, zodat u een beloning op maat kunt bieden. Stel u zelf de vraag: "Waarom zou iemand vrijwilliger bij mijn organisatie willen worden?" Dus: wat heeft u vrijwilligers eigenlijk te bieden? Wat is er zo leuk en interessant aan juist úw organisatie? Waarom zouden mensen een deel van hun vrije tijd op willen offeren om juist bij úw organisatie te komen werken? Het antwoord op deze vraag is uw beste 'verkoopargument'. Want als u weet wat er zo leuk is bij u, dan kunt u dat vast ook overbrengen op de mensen die u wilt binnenhalen.

4. Actieve vrijwilligers als ambassadeur

Het is belangrijk om je actieve vrijwilligers als ambassadeur in te schakelen. Als zij enthousiast zijn over hun vrijwilligerswerk, zullen zij dat enthousiasme ook aan anderen overbrengen. Schakel dus het netwerk van je vrijwilligers in. Je vraagt je huidige vrijwilligers of zij niet iemand kennen die geschikt is en of zij die potentiële vrijwilliger persoonlijk willen benaderen. Uit onderzoek van het CBS blijkt dat de meest genoemde reden waarom mensen vrijwilligerswerk zijn gaan doen is dat zij ervoor gevraagd zijn.

Vijf gulden regels bij werving

Mensen laten zich vooral positief aanspreken! "We zijn erg blij als u ons kunt helpen" in plaats van "zonder uw hulp zijn we nergens"

Mensen voelen zich aangesproken door informatie waarin zij zichzelf herkennen! "Bent u als vrouw ook stiekem dol op leiding geven?" in plaats van "Wij zoeken een nieuwe bestuurder"

Mensen doen het liefst iets als ze er mee vooruit gaan! "u legt veel nieuwe contacten" in plaats van "gezocht"

Mensen hebben bedenktijd nodig! "wil je er nog even over nadenken?" of "zullen we er volgende week over doorpraten?" in plaats van "Wat denk je, is het iets voor jou?"

Mensen willen beslagen ten ijs komen! "wil je het in de folder even rustig nalezen?" of "Je kan het ook eens aan M. vragen" in plaats van "Ik weet zeker dat je het leuk vindt"

5. Bericht plaatsen in regionale krant

De vacatureruimte in een plaatselijke krant kan uitkomst bieden bij het vinden van een vrijwilliger. De vacatureruimte kun je namelijk gebruiken om een oproep te plaatsen. In plaats van een vacature kan je ook een persbericht versturen met een verslag van een werkdag met foto's, inclusief oproep voor vrijwilligers. Via deze weg krijg je vooral lokale mensen. Deze mensen voelen zich vaak maatschappelijk betrokken bij hun eigen omgeving.

6. Gebruik je digitale stoepborden

Sommige landgoederen of buitenplaatsen hebben een website. Je organisatie website, de digitale nieuwsbrief en de social media zijn de digitale stoepborden van je organisatie. Zet op je website een pagina waar het werk van vrijwilligers beschreven staat. En ook een beschrijving van de vrijwilligers waar je naar op zoek bent. Plaats een bericht op een forum, Facebook, Twitter of LinkedIn. Werken met social media is continu werken aan je online profilering en aan je 'fanbase'. Dat kost tijd, kundigheid, betrokkenheid en gedrevenheid. Vraag regelmatig feedback aan je collega's, vrijwilligers en bezoekers van je netwerken: zijn we goed bezig? Bedenk of je er in slaagt je te verbinden met je vrijwilligers. Vind je inderdaad nieuwe vrijwilligers nu? Wat kan er beter?

7. Geef nieuwe vrijwilligers een warm welkom

"Ik voelde me als vrijwilliger erg verloren de eerste weken; er was niemand die me echt opving of inwerkte. Ik hoorde er volstrekt niet bij"

Iedere nieuwe vrijwilliger, is als het goed is (lees: als er kritisch geworven is) een aanwinst voor de organisatie. Zorg er dan ook goed voor! Geef ze een warm welkom als ze voor het eerst komen; ontvang ze hartelijk, neem te tijd om even rustig kennis te maken en het takenpakket door te spreken. Belangrijk hierbij is dat er een duidelijk contactpersoon voor de nieuwe vrijwilliger(s) is; iemand die ze opvangt, waar ze terecht kunnen voor vragen en die de taken voor de nieuwe vrijwilliger coördineert.