

QuickScan Vinden en Binden

Een instrument voor
vrijwilligersmanagement
in de praktijk



© 2008 MOVISIE, kennis en advies voor
maatschappelijke ontwikkeling

Eindredactie: Ina Wilbrink, MOVISIE

Fotografie: Redmar Kruihof

Vormgeving: Suggestie & illusie

Drukwerk: USP bv

Overname van informatie uit deze brochure is toegestaan
onder voorwaarde van de volgende bronvermelding:
MOVISIE, Utrecht, 2008.

Deze brochure is mogelijk gemaakt
door financiering van het ministerie van
Volksgezondheid, Welzijn en Sport.



Inleiding QuickScan

Voor veel vrijwilligersorganisaties is het vinden en binden van vrijwilligers een regelmatig terugkerend actiepunt. Met deze QuickScan gaat u stap voor stap na hoe u als organisatie, (afdeling of groep) vrijwilligers vindt en bindt en hoe u dit kunt verbeteren. Na het invullen van de QuickScan heeft u meteen een praktische checklist voor uw vrijwilligersbeleid en een concreet actieplan.

Voor wie?

De QuickScan is bestemd voor vrijwilligers en beroepskrachten die zich bezighouden met het vinden en binden van vrijwilligers. Het instrument levert vooral veel op voor organisaties die op dit gebied nog niet alles tot in de details hebben geregeld. Om er achter te komen of de QuickScan uw organisatie iets te bieden heeft, kunt u de Startvragen op pagina 2 invullen.

Wanneer gebruiken?

U kunt de QuickScan gebruiken als:

- er een tekort aan vrijwilligers is;
- wervingsinspanningen tot nu toe onvoldoende opleveren;
- nieuwe vrijwilligers wel binnenkomen, maar niet lang blijven;
- de organisatie een wervingscampagne wil opzetten;
- de organisatie wil nagaan hoe ze omgaat met het vinden en binden van vrijwilligers.

Hoe werkt de QuickScan?

- De QuickScan bestaat uit een uitgebreide vragenlijst en alle stappen voor het vinden en binden van vrijwilligers komen daarin aan bod.
- U komt tot de beste resultaten als u de vragenlijst met een aantal mensen uit de organisatie gezamenlijk invult.
- Om u op weg te helpen, vindt u op pagina 2 een instructie voor het invullen van de QuickScan.
- Bij elke vraag vindt u een korte uitleg of enkele tips over het betreffende onderwerp.

Na het invullen van deze QuickScan heeft u meteen een actieplan op papier én een praktische checklist voor uw vrijwilligersbeleid.



Startvragen

Voordat u aan de slag gaat met de QuickScan, is het handig een globaal beeld te hebben van de stand van zaken in uw organisatie. Deze vragen helpen u dat beeld te krijgen en aan de hand daarvan kunt u bepalen of deze QuickScan uw organisatie iets heeft te bieden.

Algemeen	
<ul style="list-style-type: none">Hoeveel vrijwilligers zijn actief in uw organisatie? (eventueel: hoeveel 'echte' actievelingen? Hoeveel 'slapende leden'?)Wat voor soort werkzaamheden/taken doen vrijwilligers in de organisatie (bijvoorbeeld bestuurlijk, coördinerend, uitvoerend)?Hoeveel tijd besteden de vrijwilligers gemiddeld aan het vrijwilligerswerk?	<p>_____ actieve leden (___ slapende leden)</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____ uur per week</p>
Vinden en binden	
<ul style="list-style-type: none">Hoeveel nieuwe vrijwilligers komen er jaarlijks binnen?Bent u tevreden met dit aantal?Bent u tevreden met de 'kwaliteit' van de nieuwe vrijwilligers? (denk aan ervaring, expertise en deskundigheid)Hoeveel vrijwilligers gaan er per jaar weg uit de organisatie?Zijn de vrijwilligers die vertrekken nieuwelingen of oudgedienden?	<p>_____ nieuwe vrijwilligers per jaar</p> <p><input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nee</p> <p><input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nee</p> <p>_____ vertrekkende vrijwilligers per jaar</p> <p><input type="checkbox"/> nieuwelingen <input type="checkbox"/> oudgedienden</p>

Optie 1

Bent u tevreden met de omvang en kwaliteit van de instroom en weet u de goede mensen vast te houden? Proficiat! De QuickScan heeft u waarschijnlijk niet veel nieuws te bieden. Mogelijk vindt u bij de uitleg en tips nog wel ideeën om uw aanpak verder te verbeteren.

Optie 2

Bent u ontevreden over de omvang of kwaliteit van de instroom? Lukt het niet de goede mensen vast te houden? Of heeft u het idee dat uw organisatie hier nog winst op kan behalen? Dan is het zinvol de hele QuickScan systematisch door te werken.

Instructie voor het invullen

Het invullen van de QuickScan gebeurt in twee rondes. Hoe u het beste met deze QuickScan kunt werken, vindt u in de instructies op pagina 3. Leest u deze van tevoren nauwkeurig door, dan wijst de rest zich vanzelf. Wilt u begeleiding bij het invullen van de QuickScan? Dan kunt u hiervoor eventueel een adviseur inschakelen. Ook verzorgt MOVISIE workshops (op maat) voor het optimaal benutten van deze QuickScan Vinden en Binden.

Instructies

- U komt tot de beste resultaten als u de QuickScan samen met een aantal mensen uit de organisatie invult. Zorg dat deze groep een goede doorsnee van de organisatie vormt.
- De onderwerpen die belangrijk zijn bij het *Vinden en Binden van vrijwilligers*, zijn opgedeeld in drie stappen: 1. Werving, 2. Opvang en 3. Behoud. Maar, om de belangrijkste kenmerken van uw organisatie in kaart te brengen, begint de QuickScan eerst met een aantal vragen over de werkwijze van uw organisatie.

QuickScan totaal

De QuickScan begint met een aantal vragen over de werkwijze van uw organisatie. De belangrijkste kenmerken van uw organisatie worden daarmee in kaart gebracht. De overige vragen over het vinden en binden van vrijwilligers, zijn opgedeeld in drie stappen: 1. Werving, 2. Opvang en 3. Behoud.

De QuickScan bestaat uit twee rondes.

Eerste ronde			Tweede ronde		
1. De <i>eerste ronde</i> is een inventarisatie van de situatie en de wensen/doelen in uw organisatie. Hoe staat het ervoor en wat wilt u bereiken? U vult van alle vragen de eerste drie kolommen in.			2. In de <i>tweede ronde</i> bepaalt u hoe u het doel wilt realiseren en gaat u op zoek naar concrete oplossingen: wat kan worden verbeterd en hoe? Wat is de gewenste tijdsplanning en taakverdeling hiervoor? <i>De antwoorden vult u in de laatste drie kolommen in.</i>		
1. Onderwerpen	2. Actiepunt?	3. Wat is het doel?	4. Wat verbeteren en hoe?	5. Wanneer?	6. Wie?
In deze eerste kolom vindt u een lijst met vragen. Er zijn twee soorten vragen: <ul style="list-style-type: none">• <i>ja/nee vragen</i>; hier zet u een kruisje.• <i>open vragen</i>; hier noteert u op de stippelijntjes kort uw antwoord. <p><i>Let op: het is de bedoeling dat u bij de vragen in deze eerste kolom de huidige werkelijke situatie weergeeft. Dus niet zoals u graag zou willen dat het gaat!</i></p>	Bekijk bij elke vraag of er op dit onderwerp iets valt te verbeteren. Zo ja, zet dan een kruisje in deze tweede kolom.	In deze derde kolom beschrijft u kort wat u wilt bereiken; wat is het doel van de organisatie op dit onderwerp? Omschrijf dit zo concreet mogelijk. Dit is het einde van de eerste ronde.	De tweede ronde begint met het kort en bondig beschrijven wat er moet worden verbeterd op dit onderwerp en hoe u dat wilt gaan aanpakken. Beschrijf de gewenste acties zo concreet mogelijk en houd het overzichtelijk.	In deze vijfde kolom geeft u aan wanneer de besproken acties moeten zijn genomen.	In deze laatste kolom noteert u wie aan de betreffende actie gaat werken, dus wie verantwoordelijk is voor dit punt.

Let op: het is dus handiger de laatste drie kolommen pas in te vullen nadat u één keer de hele vragenlijst heeft doorlopen. Pas dan heeft u een goed overzicht van wat er allemaal moet gebeuren en kunt u een reële tijdsplanning en een eerlijke taakverdeling maken.

Tip

U hoeft de QuickScan niet persé in een keer in te vullen. U kunt de vragen ook per stap, of zelfs per punt beantwoorden. Of bijvoorbeeld elke keer een vraag bespreken in een (bestuurs)vergadering.

Werkwijze organisatie

Onderwerpen	Actiepunt?	Wat is het doel?	Wat verbeteren en hoe?
<p>1 Cultuur en sfeer</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wat is typerend voor de cultuur/sfeer binnen de organisatie? <hr/> <hr/> <hr/>			
<p>2 Openheid</p> <ul style="list-style-type: none"> • Staat de organisatie open voor nieuwe vrijwilligers? <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nee • Voelen nieuwe mensen zich snel thuis? <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nee • Waaruit blijkt dat? <hr/> <hr/>			
<p>3 Ruimte voor nieuwe ideeën</p> <ul style="list-style-type: none"> • Krijgen ideeën van nieuwe vrijwilligers de ruimte? <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nee • Waaruit blijkt dat? <hr/> <hr/>			
<p>4 Verhouding tussen groepen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hoe is de onderlinge verhouding tussen de verschillende groepen in de organisatie? <hr/> <hr/> <hr/>			
<p>5 Nakomen van afspraken</p> <ul style="list-style-type: none"> • Worden onderlinge afspraken nagekomen? <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nee 			
<p>6 Verantwoordelijkheden serieus nemen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Neemt iedereen zijn verantwoordelijkheden serieus? <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nee 			
<p>7 Heldere taakverdeling</p> <ul style="list-style-type: none"> • Maakt u een heldere taakverdeling (met deadline) voor dingen die moeten gebeuren? <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nee 			
<p>8 Plan van aanpak</p> <ul style="list-style-type: none"> • Maakt u een plan van aanpak voor dingen die moeten gebeuren? <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nee 			

Wanneer?	Wie?	Uitleg en tips
		<p>1 Cultuur en sfeer Voordat u nieuwe vrijwilligers werft, is het goed met elkaar stil te staan bij de cultuur en sfeer in de organisatie. Zo kunt u rekening houden met uw sterke en zwakke kanten. Is de organisatie open of juist gesloten? Is de organisatie zakelijk of zitten mensen er meer voor de gezelligheid? Als u hier zelf een helder beeld van heeft, weet u ook wat u te bieden heeft.</p>
		<p>2 Openheid De mate van openheid hangt samen met het vorige onderwerp. Bent u een open organisatie waar nieuwe mensen zich snel thuis voelen? Of vormt u onderling zo'n hechte groep dat het voor nieuwelingen moeilijk is ertussen te komen? U hier bewust van zijn, kan helpen bij het goed opvangen van nieuwe vrijwilligers.</p>
		<p>3 Ruimte voor nieuwe ideeën Nieuwe mensen brengen vaak nieuwe plannen en ideeën binnen. Het is niet altijd gemakkelijk daar ruimte voor te maken omdat de medewerkers binnen een organisatie gewend zijn zaken op een bepaalde manier aan te pakken. Toch is het belangrijk nieuwe initiatieven een kans te geven; het is stimulerend voor nieuwe vrijwilligers en het kan de organisatie nieuwe impulsen geven.</p>
		<p>4 Verhouding tussen groepen Hoe is de onderlinge verhouding tussen verschillende groepen (denk aan bestuur en uitvoerende medewerkers, maar ook aan verschillende teams of afdelingen)? Een organisatie waar alle groepen het gevoel hebben samen voor dezelfde klus te staan, heeft meer aantrekkingskracht dan een club waar iedere groep op zijn eigen eiland zit.</p>
		<p>5 Nakomen van afspraken Is er in de organisatie een sfeer waarin u afspraken nakomt en waarin u elkaar daar ook op kunt aanspreken? Door afspraken vast te leggen en momenten van terugkoppeling in te bouwen, weet iedereen waar hij aan toe is.</p>
		<p>6 Verantwoordelijkheden serieus nemen Als afspraken duidelijk zijn, voelen mensen zich meestal ook meer verantwoordelijk voor hun taak. Voor een prettige samenwerking is het belangrijk dat iedereen zijn taken serieus neemt en dat u elkaar erop kunt aanspreken als het niet goed loopt.</p>
		<p>7 Heldere taakverdeling Wie doet wat, wanneer en aan wie wordt teruggekoppeld? Het werkt prettig en efficiënt als iedereen een duidelijk omschreven taak heeft, waarin helder is wat van wie verwacht wordt. Leg vast wie wat op zich neemt en kom hier regelmatig op terug. Probeer bij het verdelen van taken rekening te houden met de kwaliteiten van alle vrijwilligers.</p>
		<p>8 Plan van aanpak In een plan van aanpak wordt vastgelegd wie, wat, wanneer doet en welke resultaten u daarmee wilt behalen. Splits hierbij de resultaten op in kleinere stukken. Het beoogde resultaat, bijvoorbeeld werven van tien nieuwe vrijwilligers, splitst u op in: 1) maken van een nieuwe folder, 2) plaatsen van een artikel in een huis-aan-huisblad, 3) ophangen van vijftig pamfletten en 4) het uiteindelijke resultaat. Door het formuleren van die (tussen)doelen heeft u beter zicht op de voortgang en heeft u samen ook vaker de voldoening van een bereikt resultaat.</p>

Werkwijze organisatie

Onderwerpen	Actiepunt?	Wat is het doel?	Wat verbeteren en hoe?
9 Evalueren <ul style="list-style-type: none"> Evalueert u activiteiten en/of gemaakte plannen? <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nee 			
10 Interne communicatie <ul style="list-style-type: none"> Hoe blijft iedereen op de hoogte van wat er in de organisatie speelt? <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>			
11 Externe communicatie <ul style="list-style-type: none"> Is er iemand in de organisatie die zich bezighoudt met de externe communicatie? <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nee Wordt er jaarlijks een communicatieplangemaakt en uitgevoerd? <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nee 			
12 Vrijwilligersbeleid <ul style="list-style-type: none"> Is voor iedereen in de organisatie duidelijk hoe met vrijwilligers wordt omgegaan, wat de afspraken en procedures zijn? <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nee Heeft u iets van uw vrijwilligersbeleid op papier staan? <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nee 			
13 Tevredenheid met werkwijze <ul style="list-style-type: none"> Spreekt u elkaar binnen de organisatie aan op fouten en worden hierop ook acties ondernomen en/of veranderingen doorgevoerd? <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nee 			

Werkt u als ondersteuner of consulent van een afdeling of groep met de QuickScan?

Maak dan met de organisatie duidelijke afspraken over uw rol in het proces. Wanneer wordt bijvoorbeeld naar u teruggekoppeld? Het is belangrijk dat u het proces blijft volgen en waar nodig advies geeft. Zo is de kans het grootst dat de gemaakte afspraken worden nagekomen en de organisatie effectief en efficiënt gaat werven!

Wanneer?	Wie?	Uitleg en tips
		<p>9 Evalueren Evalueer wervingscampagnes en de andere acties die u onderneemt. Hierdoor bespreekt u samen wat er goed ging en wat een volgende keer beter kan. Op deze manier creëert u ruimte om eventueel kritiek of juist waardering uit te spreken. Leg de leerpunten vast, zodat u er bij een volgende actie of evenement van kunt profiteren.</p>
		<p>10 Interne communicatie Hoe blijft iedereen (dus ook vrijwilligers die er slechts enkele uren per dag/week/maand zijn) op de hoogte van wat er speelt in de organisatie? U kunt dat onder meer doen door middel van e-mail, notulen, de telefoon, een nieuwsbrief en tijdens vergaderingen. Een goede interne communicatie is belangrijk voor het behouden van vrijwilligers. Spreek daarom duidelijk af hoe en waarover u elkaar informeert en wijs iemand aan die daarvoor verantwoordelijk is.</p>
		<p>11 Externe communicatie Hoe staat het met de communicatie naar buiten? Is er iemand die bijhoudt wanneer het weer tijd wordt dat de organisatie iets van zich laat horen? Regelmatig naar buiten treden is juist voor de werving heel belangrijk. Veel mensen reageren niet meteen de eerste keer dat ze iets horen of zien. Herhaling is dus belangrijk. Ook berichten over acties en evenementen zijn hierbij goed te gebruiken. Sluit een artikel of interview daarom altijd af met een telefoonnummer of e-mailadres, zodat mensen die interesse hebben zich kunnen melden.</p>
		<p>12 Vrijwilligersbeleid Waarom werkt uw organisatie eigenlijk met vrijwilligers, wat vraagt de organisatie van hen en wat stelt ze daar tegenover? Organisaties die daar goed over hebben nagedacht en hun vrijwilligersbeleid 'op orde' hebben, zijn aantrekkelijker om voor te werken. En dus succesvoller in het vinden van nieuwe mensen en in het binden van de bestaande vrijwilligers.</p>
		<p>13 Tevredenheid met werkwijze Hoe pakt u het werk aan en bent u tevreden met die werkwijze? Soms wordt er in organisaties veel energie verspild doordat dingen onhandig of inefficiënt worden aangepakt. Door te bespreken wat goed ging en wat de volgende keer beter kan, kunt u die energie sparen en in het vervolg met meer plezier werken.</p>

Vinden en Binden stap 1: Werving

Onderwerpen	Actiepunt?	Wat is het doel?	Wat verbeteren en hoe?
<p>1 Redenen om te werven</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wat is de belangrijkste reden om te gaan werven? <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>			
<p>2 Leuk vinden om te werven</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vindt u het leuk om te gaan werven? <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nee 			
<p>3 Maken van een wervingsplan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Maakt u een wervingsplan voordat u gaat werven? <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nee 			
<p>4 Systematische werving</p> <ul style="list-style-type: none"> • Doet u regelmatig aan werving? <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nee • Bent u daar tevreden mee? <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nee 			
<p>5 Profiel maken</p> <ul style="list-style-type: none"> • Maakt u een profiel van de nieuwe vrijwilliger? <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nee • Werft u dan gericht op: <ul style="list-style-type: none"> - specifieke deskundigheid <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nee - en/of ervaring <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nee - leeftijd: oud/jong <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nee - sekse: man/vrouw <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nee - afkomst: allochtoon/autochtoon <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nee 			
<p>6 Wervingsdoelen vaststellen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Stelt u uw wervingsdoelen van tevoren vast? <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nee 			

Wanneer?	Wie?	Uitleg en tips
		<p>1 Redenen om te werven Waarom wilt u nieuwe mensen werven? Is er een specifiek motief (verjonging, speciale deskundigheid, meer diversiteit, een betere afspiegeling van de omgeving) of wilt u gewoon op sterkte blijven? Als het gaat om een specifiek motief is doelgroepgericht werven een effectieve methode. U probeert dan met de wervingsboodschap in te spelen op iemands specifieke kwaliteiten. Als de organisatie 'gewoon' meer mankracht nodig heeft, kunt u onder een veel breder publiek werven. In de wervingsboodschap geeft u dan vooral aan wat u als organisatie te bieden heeft.</p>
		<p>2 Leuk vinden om te werven U kunt werven als iets vervelends zien, maar u kunt het ook beschouwen als een leuke uitdaging! Door er iets creatiefs van te maken, taken goed te verdelen en regelmatig terug te koppelen, wordt het prettig om eraan te werken. Door duidelijke (tussen)doelen vast te stellen heeft u met elkaar iets te vieren zodra de doelen bereikt zijn! Spreek daarbij ook waardering uit voor de mensen die zich hiervoor inzetten, dan wordt het een stimulerende bezigheid.</p>
		<p>3 Maken van een wervingsplan Werven kost geld en inzet. Door in een wervingsplan de planning per jaar uit te werken, kunt u uw middelen gericht inzetten. In het plan geeft u aan hoe u de werving dit jaar vorm gaat geven (wie, wat, hoe en wanneer).</p>
		<p>4 Systematische werving Door regelmatig, op gezette tijden te werven, houdt u de capaciteit van de organisatie op peil en voorkomt u problemen. Een organisatie die zwaar onderbezet en overbelast is, heeft immers weinig werfkracht. Maak het werven daarom tot een jaarlijkse of tweejaarlijkse actie. Bovendien leveren herhaalde wervingsacties meestal het beste resultaat. Mensen reageren meestal niet meteen op de eerste advertentie.</p>
		<p>5 Profiel maken Gericht werven is vaak het meest succesvol. Maak van tevoren een profiel van de nieuwe vrijwilligers die u zoekt. Denk hierbij aan specifieke kennis, vaardigheden en deskundigheid, leeftijd, sekse, achtergrond of opleidingsniveau. Als u precies weet wat u zoekt, kunt u hier uw wervingsboodschap en -kanalen op afstemmen. Iemand die graag eens per week komt koffieschenken, vindt u vermoedelijk op een andere plek dan iemand met een juridische achtergrond.</p>
		<p>6 Wervingsdoelen vaststellen Als u wervingsdoelen vaststelt, heeft u iets om naartoe te werken en iets om te vieren op het moment dat de doelen bereikt zijn. Dit werkt motiverend en geeft energie om door te gaan.</p>

Wanneer?	Wie?	Uitleg en tips
		<p>7 Wervingsboodschap <i>Wij zoeken bestuursleden voor het gewest Utrecht.</i> Het bestuur vergadert drie keer in de maand. In verschillende werkgroepen houden we ons bezig met het reilen en zeilen van de vereniging.</p> <p>of</p> <p>Bent u op zoek naar:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Een nieuwe uitdaging? • Veel contacten met mensen op allerlei plaatsen? • Zinvol werk in een gezellige organisatie? <p>Wij bieden u een interessante bestuursfunctie aan.</p> <p>Hoe is de toon van uw wervingsboodschap? Bovenstaande boodschappen zijn allebei bedoeld voor de werving van dezelfde functie. Toch spreekt het tweede voorbeeld veel meer aan dan de eerste. Denk goed na over wat u te bieden heeft, wat de sfeer in de organisatie is en waarom het voor mensen interessant is vrijwilliger te worden. Vertaal dit in een enthousiaste boodschap.</p>
		<p>8 Wervingskanalen Een kanaal is de weg waarlangs de informatie de doelgroep bereikt. Bijvoorbeeld het prikbord op de studentenvereniging, het kerkblad, de wachtkamer van de dokter, de website, de kabelkrant of 'van mond tot mond'. Het middel dat u gebruikt (folder, affiche, interview in krant of op de radio) komt dus via het kanaal bij de doelgroep terecht. Afhankelijk van het profiel van de vrijwilliger die u wilt werven, zoekt u een passend wervingskanaal. Affiches voor de doelgroep oudere allochtonen, hangt u bijvoorbeeld op andere plaatsen dan posters die op studenten gericht zijn.</p>
		<p>9 Effectiviteit wervingskanalen Door aan nieuwe vrijwilligers te vragen hoe ze de organisatie hebben leren kennen, komt u te weten welke manieren van werven het meest effectief zijn. Waar, van wie en hoe hebben ze over de organisatie gehoord? Zo krijgt u inzicht in de effectiviteit van wervingskanalen en kunt u erachter komen dat bepaalde manieren van werven niets opleveren en dat andere meer de moeite waard zijn om uw energie in te steken.</p>
		<p>10 Voorbereiden van de opvang Bij een wervingsplan hoort ook een plan voor de opvang van de mensen die zich melden. Hoe gaat u hen verwelkomen en inwerken in de organisatie? Vindt u dat ze nog bepaalde dingen moeten leren of kunnen ze meteen meedoen? Hoe zorgt u ervoor dat nieuwe vrijwilligers niet het gevoel hebben te 'zwemmen', maar zich juist snel thuis voelen?</p>
		<p>11 Tevredenheid met werving Bespreek met elkaar of u tevreden bent met de manier waarop u nieuwe vrijwilligers werft. Door te bespreken wat goed gaat en wat u wilt veranderen, kunt u verbeteringen aanbrengen.</p>

Wanneer?	Wie?	Uitleg en tips
		<p>1 Functieprofiel en selectiecriteria</p> <p>U hoeft natuurlijk niet iedereen die zich meldt als vrijwilliger automatisch aan te nemen. Maar, hoe bepaalt u wie wel en wie niet geschikt is? In een taak- of functieprofiel omschrijft u de taken, maar ook zaken als het doel, de bevoegdheden en de plaats in de organisatie. Als dat profiel helder is, kunt u daar duidelijke selectiecriteria uit afleiden.</p>
		<p>2 Intake- en selectiegesprek</p> <p>Een zorgvuldig intake- of selectiegesprek is een must. Zo kunnen organisatie en vrijwilliger een zo goed mogelijk beeld van elkaar krijgen. Een duidelijke structuur in het gesprek geeft houvast en maakt het mogelijk verschillende kandidaten te vergelijken. De selectiecriteria vormen een goede basis voor de vragen die u stelt. Een andere manier om over en weer een goed beeld te krijgen, is het voorleggen van verschillende praktijksituaties.</p>
		<p>3 Inzicht in motieven</p> <p>Waarom zijn vrijwilligers eigenlijk actief in de organisatie, wat zijn hun motieven? Als u weet wat vrijwilligers zoeken in de organisatie en wat u als organisatie te bieden heeft, is het gemakkelijker mensen te vinden en te binden! Als vrijwilligers voornamelijk lid zijn voor de gezelligheid, heeft u blijkbaar vooral gezelligheid te bieden. Bij een organisatie waarbij het organisatiedoel op nummer één staat is dat anders. Zorg ervoor dat u de motieven van nieuwe vrijwilligers te weten komt, zodat u daarop kunt inspelen. Zo kunt u vrijwilligers goed voorbereiden en langer gemotiveerd houden.</p>
		<p>4 Inzet van kwaliteit en kennis</p> <p>Veel mensen vinden het fijn en bevredigend als zij hun kwaliteiten en kennis in kunnen zetten. Ga na wat de kwaliteiten en capaciteiten van uw (nieuwe) vrijwilligers zijn en zoek daarbij taken die aansluiten. Dit motiveert en zal ervoor zorgen dat vrijwilligers langer tevreden actief blijven.</p>

Vinden en Binden stap 2: Opvang van nieuwe vrijwilligers

Onderwerpen	Actiepunt?	Wat is het doel?	Wat verbeteren en hoe?
<p>5 Vrijwilligerscontract</p> <ul style="list-style-type: none"> • Heeft u een vrijwilligerscontract voor nieuwe vrijwilligers? <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nee 			
<p>6 Gestructureerde opvang</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hoe worden nieuwe vrijwilligers opgevangen? <ul style="list-style-type: none"> - Is er een proefperiode? <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nee - Is er een inwerkperiode? <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nee - Krijgen nieuwe vrijwilligers een vast contactpersoon? <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nee 			
<p>7 Manier van inwerken</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hoe worden nieuwe vrijwilligers ingewerkt? • Is dit taakafhankelijk? <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nee <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>			
<p>8 Voortgangs- en/of evaluatiegesprek</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wordt er met nieuwe vrijwilligers na enige tijd een voortgangs- en/of evaluatiegesprek gevoerd? <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nee <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>			
<p>9 Tevredenheid met opvang</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bent u tevreden met de manier waarop u nieuwe vrijwilligers opvangt in uw organisatie? <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nee • Zo nee, waarom niet? <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>			

Wanneer?	Wie?	Uitleg en tips
		<p>5 Vrijwilligerscontract In een vrijwilligersovereenkomst of -contract leggen de organisatie en de vrijwilliger hun wederzijdse afspraken, rechten en plichten vast. Het voordeel van zo'n overeenkomst is dat het duidelijkheid geeft. Dat kan vooral belangrijk zijn voor organisaties die 'diensten' verlenen aan anderen en dus ook moeten zorgen voor de kwaliteit van diensten. Maar, er zijn ook organisaties en vrijwilligers die het werken met contracten als te formeel ervaren.</p>
		<p>6 Gestructureerde opvang Heeft u een inwerkprogramma voor nieuwe vrijwilligers? Is het helder voor de organisatie en voor nieuwe vrijwilligers hoe zij ingewerkt worden? Het aanwijzen van een contactpersoon is vaak een goede manier om nieuwe mensen op te vangen. De contactpersoon heeft regelmatig contact met de vrijwilliger en houdt in de gaten of deze zijn draai vindt in de organisatie en of het werk voldoet aan de verwachtingen. Als dit niet zo blijkt te zijn, kunt u op tijd ingrijpen en samen een oplossing zoeken.</p>
		<p>7 Manier van inwerken Naast het instellen van een vast contactpersoon zijn er nog andere manieren van inwerken. Ga na welke informatie voor nieuwelingen van belang is. Wat moeten ze weten, horen, zien of lezen? Verder is het van belang wensen en verwachtingen van de vrijwilliger af te stemmen op die van de organisatie, zodat zowel de organisatie als de nieuwe vrijwilliger tevreden is met de rol in de organisatie.</p>
		<p>8 Voortgangs- en/of evaluatiegesprek Hoe gaat het als de vrijwilliger eenmaal zijn draai heeft gevonden? Hoe komt u erachter of het goed blijft gaan of er knelpunten zijn of dat de vrijwilliger uitgekeken raakt op het werk en toe is aan een nieuwe uitdaging? Daarvoor biedt een (half)jaarlijks voortgangs- of functioneringsgesprek een goede ingang. Zinvol voor beide partijen! De vrijwilliger kan zijn verhaal kwijt en merkt dat de organisatie in hem geïnteresseerd is en de organisatie krijgt belangrijke informatie.</p>
		<p>9 Tevredenheid met opvang Bespreek met elkaar of u tevreden bent met de manier waarop nieuwe vrijwilligers worden opvangen.</p>

Vinden en Binden stap 3: Behoud van vrijwilligers

Onderwerpen	Actiepunt?	Wat is het doel?	Wat verbeteren en hoe?
<p>1 Ruimte voor flexvrijwilligers</p> <ul style="list-style-type: none"> Is er binnen uw organisatie ruimte voor flexvrijwilligers (mensen die af en toe een klus doen)? <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nee Heeft u in uw organisatie voor deze flexvrijwilligers korte klussen in de aanbieding met een duidelijk begin, eind en resultaat? <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nee 			
<p>2 Onkostenvergoeding en verzekering</p> <ul style="list-style-type: none"> Worden de onkosten die vrijwilligers moeten maken vergoed? <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nee Zijn de vrijwilligers verzekerd tijdens hun werkzaamheden? <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nee Zo ja, bent u daar tevreden mee? <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nee 			
<p>3 Sociale activiteiten</p> <ul style="list-style-type: none"> Worden er sociale activiteiten voor de vrijwilligers georganiseerd? <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nee 			
<p>4 Inspraak bij vaststellen taak</p> <ul style="list-style-type: none"> Krijgen nieuwe vrijwilligers inspraak bij het bepalen van de taak die zij gaan doen? <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nee Hebben vrijwilligers inspraak op het beleid van de organisatie? <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nee 			
<p>5 Uitspraak van waardering</p> <ul style="list-style-type: none"> Wordt er in uw organisatie over en weer waardering uitgesproken? <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nee Hoe? <hr/> <hr/> <hr/>			
<p>6 Waarderingsbeleid</p> <ul style="list-style-type: none"> Zijn er vaste momenten waarop de organisatie de vrijwilligers een blijk van waardering geeft? <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nee 			

Wanneer?	Wie?	Uitleg en tips
		<p>1 Ruimte voor flexvrijwilligers</p> <p>Steeds meer mensen willen wel vrijwilligerswerk doen, maar willen zich niet langdurig vastleggen. U kunt deze potentiële vrijwilligers natuurlijk laten lopen, maar u kunt ook op zoek gaan naar nieuwe vormen van flexibel(er) vrijwilligerswerk. Zijn er geschikte eenmalige taken met een begin en een einde? Denk aan een klusdag, het opzetten van een website of het organiseren van een evenement. Met elkaar brainstormen over de taken die ook door iemand van buiten de organisatie kunnen worden gedaan, levert vaak veel op. Zo kunt u taken van vaste vrijwilligers verlichten en dragen meer mensen bij aan het werk van de organisatie.</p>
		<p>2 Onkostenvergoeding en verzekering</p> <p>Vrijwilligers doen hun werk zonder geldelijke vergoeding. Maar, het is natuurlijk niet de bedoeling dat het ze geld kost. Is er een vergoeding voor reis- en telefoonkosten? Zijn er bepaalde groepen vrijwilligers die extra kosten moeten maken, bijvoorbeeld taxikosten om veilig thuis te komen na een late dienst? En zijn de vrijwilligers ook verzekerd voor de risico's die ze lopen tijdens hun werkzaamheden?</p>
		<p>3 Sociale activiteiten</p> <p>Een groot deel van de vrijwilligers doet vrijwilligerswerk voor de gezelligheid. Vrijwilligerswerk moet ook gewoon leuk zijn en sociale contacten zijn daar een belangrijk onderdeel van. Doe eens iets anders met elkaar dan vergaderen; ga eens uit eten, verzin een leuk uitje... zo leert u elkaar beter kennen en krijgt u een sterkere band met elkaar. Voor het behoud van vrijwilligers is dit van groot belang.</p>
		<p>4 Inspraak bij vaststellen taak</p> <p>Als u nieuwe vrijwilligers inspraak en ruimte geeft bij het vaststellen van hun taak, vindt u waarschijnlijk iets dat het beste past bij die vrijwilliger. Zo houdt u iemand langer tevreden en actief betrokken bij de organisatie.</p>
		<p>5 Uispraak van waardering</p> <p>In veel organisaties wordt kritiek vaker uitgesproken dan waardering. Dat is jammer, want bijna iedereen vindt het stimulerend om waardering te krijgen. Dit geldt voor mensen die betaald werk doen, en zeker voor mensen die vrijwillig werken. Probeer binnen de organisatie een sfeer te creëren waarin oog is voor wat iedereen doet. Wie waardering krijgt blijft vaak langer en met meer plezier actief.</p>
		<p>6 Waarderingsbeleid</p> <p>Zijn er afspraken over attenties (kaart, bloemetje, cadeaubon, kerstpakket) waarmee de organisatie op feestelijke momenten (denk aan: verjaardagen, kerstmis, jubilea) haar waardering voor de vrijwilligers laat blijken?</p>

Vinden en Binden stap 3: Behoud van vrijwilligers

Onderwerpen	Actiepunt?	Wat is het doel?	Wat verbeteren en hoe?
<p>7 Successen vieren</p> <ul style="list-style-type: none"> Besteedt u aandacht aan goede resultaten die uw organisatie heeft behaald, viert u successen met elkaar? <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nee 			
<p>8 Taakroulatie</p> <ul style="list-style-type: none"> Kunnen vrijwilligers binnen de organisatie wisselen van taken en activiteiten (taakroulatie)? <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nee 			
<p>9 Aandacht voor inhoud van vergaderingen</p> <ul style="list-style-type: none"> Wordt er, om vergaderingen interessant te houden, aandacht besteed aan de inhoud van de vergaderingen? <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nee 			
<p>10 Inzicht en exit-motieven</p> <ul style="list-style-type: none"> Kent u de vertrekmotieven van vrijwilligers die de organisatie verlaten? <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nee Zo ja, wat zijn die motieven/redenen? <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>			
<p>11 Open staan voor andere normen en waarden</p> <ul style="list-style-type: none"> Worden in uw organisatie de normen en waarden weleens besproken? <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nee Staan 'zittende' vrijwilligers open voor andere manieren van werken, die nieuwe vrijwilligers inbrengen? <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nee Waaruit blijkt dat? <hr/> <hr/> <hr/>			
<p>12 Tevredenheid met behoud</p> <ul style="list-style-type: none"> Waarom bent u wel of niet tevreden met de manier waarop u omgaat met het behouden van vrijwilligers? 			

Wanneer?	Wie?	Uitleg en tips
		<p>7 Successen vieren Samen stilstaan bij behaalde resultaten en successen vieren, versterkt de onderlinge band en motiveert om er de volgende keer weer net zo hard tegenaan te gaan. Toch schiet dit er in veel organisaties nog wel eens bij in. Grijp successen en behaalde resultaten met beide handen aan. Met duidelijke (tussen)doelen in uw werkplannen, wervings- en/of communicatieplan, creëert u hiervoor voor uzelf meer mogelijkheden.</p>
		<p>8 Taakroulatie Jarenlang dezelfde taak uitvoeren kan gaan vervelen. Heeft u wel eens aan taakroulatie gedacht? Dit houdt in dat vrijwilligers om de zoveel tijd van taak wisselen en dus een andere rol binnen de organisatie vervullen.</p>
		<p>9 Aandacht voor inhoud van vergaderingen Vergaderingen worden soms als vervelend ervaren. Toch zijn dit juist de momenten dat u allemaal weer eens rustig bij elkaar zit. Houd de inhoud dus levendig en interessant!</p>
		<p>10 Inzicht en exit-motieven Wat beweegt de vrijwilligers die vertrekken? Gaan ze weg omdat ze al heel lang actief zijn geweest? Of omdat ze het gevoel hebben dat hun kwaliteiten niet worden benut? Of voelen zij zich niet prettig bij de sfeer? Belangrijke informatie die met een exit-gesprek vaak goed boven tafel komt. Zo komt u veel te weten over uw eigen organisatie.</p>
		<p>11 Open staan voor andere normen en waarden In hoeverre staat men open voor de komst van nieuwe flexvrijwilligers? Deze nieuwe vrijwilligers brengen vaak weer andere normen, waarden en ideeën met zich mee. Nieuwe instroom is belangrijk voor de organisatie. Door open te staan voor nieuwe meningen en manieren van werken, geef je nieuwe vrijwilligers het gevoel dat ze welkom zijn en gezien worden. Daardoor blijven ze vaak langer aan de organisatie verbonden.</p>
		<p>12 Tevredenheid met behoud Bespreek met elkaar of u tevreden bent met de manier waarop nieuwe vrijwilligers worden opvangen.</p>

Klaar met het invullen van de eerste drie kolommen?

De eerste ronde zit er op. Bespreek nu – in de tweede ronde - met elkaar hoe u de situatie (per onderwerp) wilt verbeteren en uw doel(en) wilt realiseren. Vul in de laatste drie kolommen in wie, wat, wanneer gaat doen.

Het resultaat is dat u uiteindelijk weet:

- hoe u als organisatie omgaat met het vinden en binden van vrijwilligers,
- op welke punten u iets wilt verbeteren en hoe u dat wilt aanpakken, en
- dat u alle taken eerlijk heeft verdeeld en een goede tijdsplanning heeft afgesproken.

U heeft een compleet actieplan om meer vrijwilligers binnen te halen en hen langer gemotiveerd te houden!

Meer ondersteuning nodig?

Wilt u naar aanleiding van de QuickScan een gericht advies over het vinden en binden van vrijwilligers voor uw organisatie? MOVISIE heeft verschillende andere instrumenten beschikbaar die u kunnen helpen, zoals:

Gericht werven van vrijwilligers

Vanuit een analyse van uw huidige vrijwilligersbestand, leert u potentiële vrijwilligers effectiever benaderen en daarbij communicatiemiddelen gericht in te zetten (workshop of tweedaagse training).

5 x B!

Binnenhalen, Begeleiden, Belonen, Behouden, Beëindigen. Werkboek met bijbehorende training van zeven dagdelen. In de training leert u hoe u de 5 x B-formule op maat kunt inzetten voor uw eigen organisatie.

Vrijwilligerswerk.nl

De internet portaal www.vrijwilligerswerk.nl biedt u toegang tot alle op internet aanwezige informatie over vrijwilligerswerk in Nederland. Deze website is bedoeld voor vrijwilligers, vrijwilligersorganisaties (bestuursleden, coördinatoren en managers), ondersteuners (zoals vrijwilligerscentrales en sportservicepunten) en beleidsmakers bij overheden. Vrijwilligerswerk.nl werkt als een startpagina.

Daarnaast biedt MOVISIE workshops, advies en begeleiding op maat. Kijk voor meer informatie op www.movisie.nl of bel 030 789 20 00.



Kennis en advies voor
maatschappelijke ontwikkeling

mantelzorg

kwetsbare groepen

vrijwillige inzet

huiselijk en seksueel geweld

leefbaarheid

Bent u ontevreden over de omvang of kwaliteit van de instroom van vrijwilligers? Lukt het niet de goede mensen vast te houden? Of heeft u het idee dat uw organisatie hier nog winst op kan behalen? Dan is de QuickScan Vinden en Binden iets voor u. Met deze QuickScan gaat u stap voor stap na hoe u vrijwilligers vindt en bindt en hoe u dit kunt verbeteren. Dat levert u meteen ook een praktische checklist op voor uw vrijwilligersbeleid.

MOVISIE is het nieuwe kennisinstituut voor maatschappelijke ontwikkeling. Onze missie is om de participatie en zelfredzaamheid van burgers te bevorderen. Dit doen we door professionele organisaties, vrijwilligersorganisaties en overheden op het terrein van welzijn, zorg en sociale veiligheid te ondersteunen en adviseren. Vijf thema's staan centraal in ons werk: leefbaarheid, vrijwillige inzet, mantelzorg, kwetsbare groepen en huiselijk en seksueel geweld.