

Frivillig rekruttering: Flere frivillige – men hvordan?



Kære frivillige i Hjerteforeningen

Vi håber, at I med dette materiale vil få inspiration til at tiltrække og fastholde frivillige.

I kan enten bruge materialet side for side, eller som opslagsværk afhængigt af jeres aktuelle behov.

I finder her forslag til, hvordan I kommer i gang, og der er angivet vejledende tidsforbrug ved de foreslåede dialog-øvelser.

God arbejdslyst.

Med hjertelige hilsner
Hjerteforeningen/Frivilligafdelingen

Stil skarpt på:

Vores parathed til at modtage nye frivillige



Vores behov for nye frivillige



Målettet rekruttering



Hvordan bygger vi bro til nye frivillige



Mobiliseringsstrategier - fokus på velkomst og fastholdelse



Løbende synliggørelse som en del af rekrutteringsstrategien



Klar og parat til nye frivillige?

Vi taler stort set alle om, at vi gerne vil have nye frivillige. Men, når det kommer til stykket er spørgsmålet, hvor parate vi er til at tage imod og samarbejde med nye frivillig-kolleger. Foreningskulturer kan have det med at lukke sig om sig selv. Man ved, hvad man plejer at gøre og gør det godt. Og man har en masse viden om, hvordan tingene fungerer, som gøres per automatik. 'Plejer' og udtalt viden om, hvordan tingene gøres, kan gøre det svært for nye frivillige at komme ind i gruppen.

Derfor er det en god ide at tage en indledende snak om jeres kultur, og hvor parate I er til at tage imod nye frivillige, før I begynder at rekruttere, og før nye frivillige banker på jeres dør.

Overvej fx:

- Har vi en velkomst- eller introduktionsplan for nye frivillige?
 - Hvordan husker vi at give al relevant viden videre?
- Er der plads til, at nye frivillige kommer med nye ideer til aktiviteter eller metoder?
- Hvordan har vi det med frivillige, som ikke har meget tid til foreningen, men til gengæld er meget engagerede, når de er her?
 - Er der plads til det?
 - Er der en gevinst at hente ved at åbne op for den form for tilknytning?
- Er der plads til alle hos os nu? Skal der være det, og hvad skal der til?
- Er vi beredte, hvis frivilligkonsulenten ringer op og siger:
"Her er en person, som er interesseret i at være frivillig i jeres område".
 - Hvem følger op og hvor hurtigt?
 - Hvordan forventningsafstemmer vi?

Dialog

Er vi parate til nye frivillige?

Tidsforbrug: ca. 45 min.

Bed eventuelt jeres frivilligkonsulent om at facilitere denne øvelse.

1. Fælles – 40 min.:

- ♥ Tegn på en tavle eller et stykke papir et barometer, hvor 0 = Slet ikke parat, og 10 = Meget parat.
- ♥ Sid hver for sig i 2. min. og overvej følgende: Hvor parat synes jeg, vi er til at tage imod nye frivillige? Skriv det ned på en post-it med dit navn og placer på barometeret. I kan sagtens være i den samme forening og mene forskelligt om dette spørgsmål, så måske placerer i jeres post-its forskellige steder, måske er de samme sted. Uanset skal det ses som udgangspunkt for en dialog.
- ♥ **15. min.:** Fortæl hinanden efter tur, hvorfor I har tænkt, som I gør. Hvor parat/ ikke parat? Hvad mener I med parat?
- ♥ **20. min.:** Drøft, hvad I kan gøre mere af for at være parate til nye frivillige.

Slet ikke parat

1

2

3

4

5

6

7

8

9

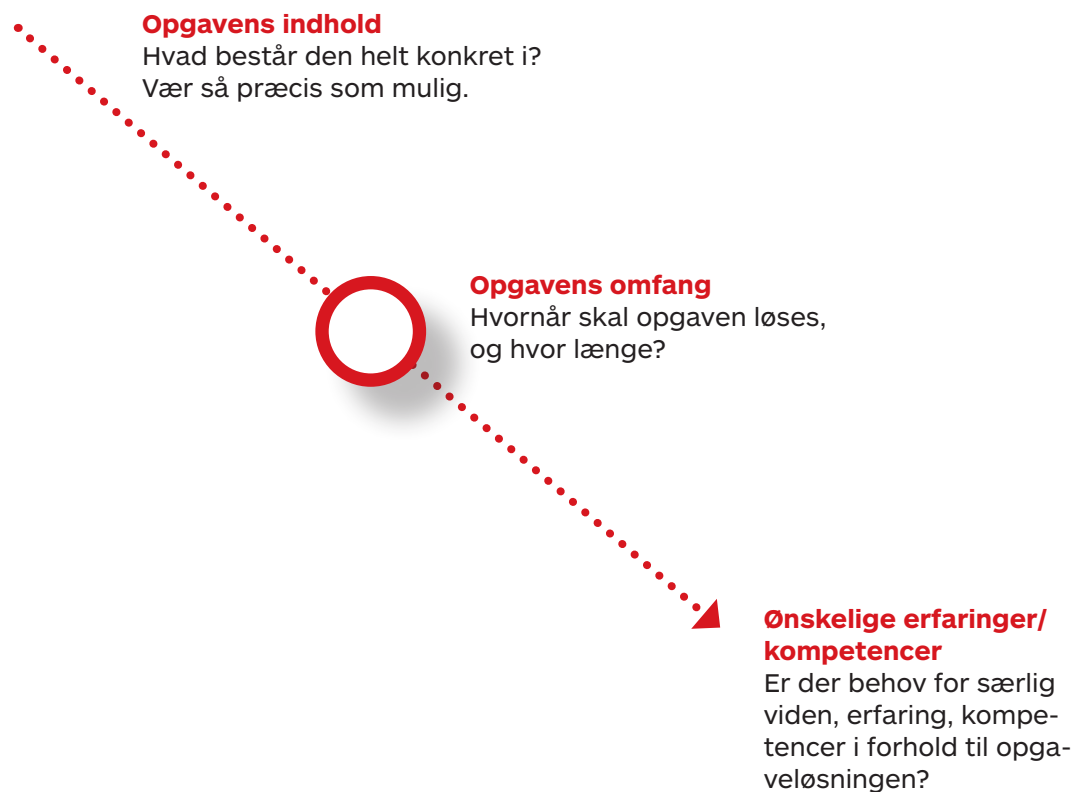
Meget parat

1

Hvorfor vil vi være flere?

I øger sandsynligheden for at finde netop de frivillige, I har brug for ved at drøfte, hvad jeres behov er, og hvilke forventninger I har. Det gøres bedst, hvis I har skabt jer et overblik over, hvilke aktiviteter I har og gerne til have.

Afklaringen kan I bruge i forbindelse med rekrutteringsopslag og mobilisering, for at matche og forventningsafstemme i forhold til jeres og nye frivilliges behov, interesser og motivation.



Dialog

Vores forventninger til og behov for nye frivillige

Tidsforbrug: Afhænger af omfanget af opgaver, der skal beskrives.

1. Fælles drøftelse:

- ♥ Mangler vi nye frivillige til at løse eksisterende opgaver, eller er der nye aktiviteter, vi godt kunne tænke os at sætte i gang?
- ♥ Skriv opgaverne ned uden at beskrive dem nærmere.

2. To og to:

- ♥ Fordel opgaverne ud på tomandsgrupper.
- ♥ Hver gruppe skal nu beskrive opgavernes indhold, omfang og om der er behov for særlig viden/erfaring/kompetencer i forhold til at løse den givne opgave.

3. Fælles drøftelse:

- ♥ Hvad er vores forventninger til nye frivillige ud fra de beskrevne opgaver? Fx ift. involveringsgrad tidsmæssigt og socialt? Brug gerne frivilligrollerne kernefrivillige, aktivitetsfrivillige og tilkaldefrivillige fra ringbindet: Frivillig koordinering – Organisering af mange frivillige.

2

OBS: For hjælp til at skabe overblik over aktiviteter og opgaver, se også ringbindet: Organisering af mange typer frivillige.

Rekrutteringsstrategi

Det er vigtigt, hvordan og hvor I beslutter at søge efter nye frivillige.

Opmærksomhedspunkter i den forbindelse kan være:

1) Tænk i nye baner:

Langt de fleste nye frivillige rekrutteres gennem personligt netværk. Men, hvis I vil udvide jeres målgruppe, er det godt at tænke over, hvor I kan møde nye frivillige.

Fx unge på uddannelsesinstitutioner eller til karrieredage/messer. Etniske minoriteter i sundhedshuse i boligsociale områder, efterlønnere på aftenskole, familiefædre og mødre til fodboldstævner, med videre.

2) Ved ekstern rekruttering

Rekrutter til en bestemt opgave, og helst til en opgave der ikke er bestyrelsesarbejde. Det er ofte mere overkommeligt og håndgribeligt. For udefrakommende er det en måde at lære Hjerteforeningen at kende på. Og for medlemmer er det en måde at lære den frivillige del af foreningens arbejde at kende. Spørg fx deltagerne på hjertecaféen: "Vil du være med til at lave kaffe næste gang?".



3) Intern rekruttering

Viljen til at engagere sig i en bestyrelse kræver ofte kendskab til foreningen og et ønske om at påvirke foreningen organisatorisk. Derfor kan det være svært at rekruttere udefra. Overvej eventuelt intern rekruttering blandt jeres aktivitetsfrivillige, hvis I har sådanne. Inviter fx til bestyrelsesmøder, så de får en fornemmelse af, hvad det handler om, og så I lærer hinanden at kende.

Det er en god ide at tage udgangspunkt i tilknytning og kendskab til foreningen, når I vil rekruttere. Se figuren ovenfor. Dvs. deltagere (fx på Hjertemotion eller et kursus) og medlemmer lettere kan rekrutteres til opgaver, der løses som tilkaldefrivillig. Som tilkaldefrivillig motiveres man lettere til at løse opgaver som fast tilknyttet aktivitetsfrivillig, og som aktivitetsfrivillig kan man lettere motiveres til at løse bestyrelsesopgaver.

OBS: Læs mere om frivillig-roller i ringbind: Frivillig koordinering: Organisering af mange typer frivillige.

Dialog

Rekrutteringsmåder og steder

Tidsforbrug: 20 min.

1. Fælles drøftelse – 10 min.:

- ♥ Brainstorm på nye måder at nå en bestemt målgruppe på, hvis I ikke allerede nu har kontakten.
- ♥ Hvor finder I dem?

2. Fælles drøftelse - 10 min.:

- ♥ Er der frivillige i jeres forening, som I med fordel kan knytte tættere til bestyrelsen med henblik på rekruttering til bestyrelsen?
- ♥ Hvordan kan I gribe det an?

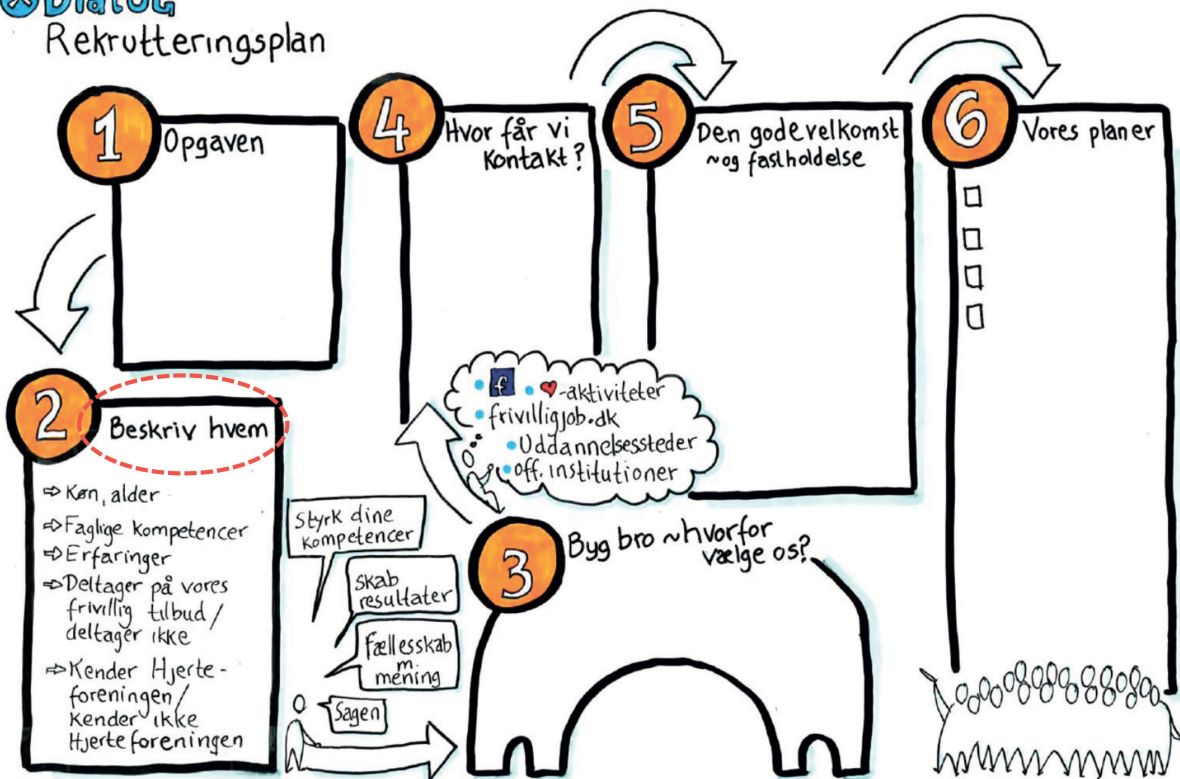
Målgruppeanalyse

Spørgsmålet er, hvilke frivillige der matcher jeres behov, og hvad der kendetegner disse personer. Her kan en målgruppeanalyse hjælpe til at efterspørge bestemte persontyper og kvalifikationer, som øger chancen for succes med rekrutteringen.

Nedenstående figur viser, hvordan der er en sammenhæng mellem dem, I vil rekruttere og jeres valg af kontaktpunkter og budskaber. Ved at lave en målgruppeanalyse er det lettere at træffe gode valg i forhold til, hvordan I kan bygge bro til de nye frivillige, som I ønsker at tiltrække.

Dialog

Rekrutteringsplan



Dialog

Hvem matcher vores behov?

Tidsforbrug: Afhængigt af hvor mange frivillige jobs, I vil rekruttere til.

Fælles drøftelse:

- ♥ Hvem kan som udgangspunkt have interesse for hjertesagen? Fx hjertepatienter og pårørende, sygeplejerskestuderende, personer der studerer eller arbejder med ernæring.
- ♥ Kan alle frivillige løse jeres opgaver, eller har I brug for frivillige med særlige kompetencer?
- ♥ Er der en særlig målgruppe, I vil fokusere på at rekruttere?
 - ♥ Hvorfor?
Fx fordi de spejler en ny slags deltagere, har særlige faglige kvalifikationer, gør at sammensætningen af frivillige kommer til at ligne befolkningssammensætningen, med videre.
- ♥ Hvad kendetegner målgruppen?

Hvad kan vi tilbyde nye frivillige?

Vi kan let komme til at fokusere på, hvad vores behov er for nye frivillige. Men vi skal også tale til et behov hos dem. De skal føle, at det giver mening at engagere sig lige netop i Hjerteforeningen. Derfor er et led i at tiltrække nye frivillige at sætte sig ind i deres behov og motivation. Spørgsmålet er, hvordan vi som forening bliver tiltrækkende for nye frivillige.

Det kan være i form af en spændende aktivitet, anerkendelse, få noget på CV'et, et socialt fællesskab, gratis kurser, med mere. Her er det vigtigt, at I overvejer, hvad I kan tilbyde, og signalerer det, når I søger efter frivillige og i forbindelse med velkomst og forventningsafstemning.

Ved at blive skarpere på, hvad I kan tilbyde, og hvilke motiver I regner med nye frivillige måtte have, kan I bedre lave en rekrutteringsplan, der er fokuseret i forhold til:

- Hvordan I skal beskrive arbejdsopgaverne.
- En beskrivelse af hvad den frivillige får ud af at være frivillig netop hos jer.
- Hvordan I bygger bro til nye frivillige, som måske ikke kender Hjerteforeningen og hjertesagen i forvejen. Hvad får de fx ud af at være frivillige hos jer?
- Hvordan I skaber konkrete billeder, så andre forstår, hvad det vil sige at være frivillig hos jer.
- Hvor I kan komme i kontakt med nye frivillige.

OBS: Se mere om motivation i ringbindet: Frivillig ledelse: Kommunikation, Motivation og Samarbejde.

Dialog

Hvad kan vi tilbyde?

Tidsforbrug: 45 min.

1. To og to – 15 min.:

- ♥ Hvilken motivation har nye frivillige for at engagere sig i den frivillige indsats hos os?

Tænk gerne målgruppespecifikt:
Fx unge, ældre, berørte af hjertesagen, personer der ikke er berørte, etniske minoriteter, faglige frivillige (dvs. personer som benytter en særlig faglighed i den frivillige indsats).

- ♥ Hvad kan vi tilbyde nye frivillige?

Overvej det i forhold til:
Sagen: Fx fortællingen om Hjertesagen, dens betydning, og hvad jeres aktiviteter gør af forskel.

Opgaven: Er der læring at hente?
Udnyttelse af egne faglige erfaringer?

Udbyttet: Fx netværk, læring, noget på CV'et, et værdifællesskab mv.

2. Fælles drøftelse – 30 min.:

- ♥ Hvilke budskaber skal vi slå på i forhold til, hvad vi kan tilbyde?
- ♥ Hvad er vigtigt at fremhæve ved opgaven for at motivere til at blive frivillig hos os?

Rekrutteringsplan: Nye frivillige hos os, sådan!

Tidsforbrug: Afhænger af omfanget af frivilligjobs, der skal rekrutteres til.

På baggrund af de drøftelser I har haft på de foregående sider, kan I nu lave en rekrutteringsplan. Anvend fx et skema som nedenfor. Skemaet er fyldt ud med eksempler til inspiration.

OBS: Download dette skema og find flere værktøjer til rekrutteringsindsatsen på Frivillignet.dk

Beskrivelse af opgaven	Målgruppebeskrivelse (køn, alder, kompetencer, erfaringer mv.)	Byg bro – målrettet budskab	Hvor får vi kontakt? (Rekrutteringssteder)	Den gode velkomst	Vores plan er
Kaffebryggere til Hjertecafé	Deltagere på hjertecaféen	"Hjælp os med at gøre det til en hyggelig dag" Kammeratskab og socialt netværk	Hjertecafé	Fast frivillig byder velkommen og er fast kontaktperson	'Prikke' deltagere til at hjælpe med kaffe på lørdag?
Nyt bestyrelsesmedlem til kasserer-posten	Erfaring med økonomi/har tidligere været kasserer	"Brug din økonomiske sans i meningsfuld sammenhæng" Mulighed for mere indflydelse	I aktivitetsgrupperne tilknyttet lokalforeningen	Læres op af andet bestyrelsesmedlem, som også er obs på det sociale Forventningsafstemning	'Prikke', og tage personlig snak med vedkommende, hvis bestemt person Invitere tovholdere fra aktivitetsgrupper til bestyrelsesmøde for at få kendskab til det
Koordinator til landsindsamlingen	Sans for organisering og overblik Gerne unge, der studerer på en sundhedsfaglig uddannelse	"Få udviklet dine koordineringskompetencer og sæt dem på CV'et" Personlig udvikling og netværk	Social- og sundhedsuddannelse Facebook Frivilligjob.dk	Opstartsmøde m. forventningsafstemning om roller og ansvar og behov for støtte Inviteres også med til sociale arrangementer	Announce på frivilligjob.dk Opslag på Facebook Ansigt til ansigt dialog på uddannelsesstedets næste karrieredag

Mobiliseringsstrategier – fokus på velkomst og fastholdelse

En ting er at rekruttere nye frivillige til foreningen, en anden er at få skabt engagement og lyst til at udføre en frivillig indsats – og blive ved med det. Det handler i bund og grund om at skabe det rette match mellem jeres behov og den nye frivilliges interesser og motivation. Det skal give mening for alle parter.

Det handler om fastholdelse af motivationen og gejsten for at være frivillig netop hos jer.

Opmærksomhedspunkter

- Forventningsafstemning. Det er ikke nok kun at gøre det ved opstarten. Det skal gøres løbende.
- God introduktion – og hurtigt efter start.
- Fokus på løbende at fortælle nye frivillige, at de gør en forskel ved at være hos jer.
- Der er mulighed for medbestemmelse/selvbestemmelse i forhold til opgaveløsningen.
- Fokus på den sociale dimension, og hvordan nye frivillige kommer til at føle sig som en del af gruppen.

Dialog

Velkomst og fastholdelse hos os

Tidsforbrug: ca. 35 min.

1. Personlige tanker – 2 min.:

- ♥ Hvad får mig til at føle mig velkommen et nyt sted?

2. To og to – 15 min.:

- ♥ Hvad gør vi for, at nye frivillige føler sig velkomne?
 - ♥ Hvad virker godt? Hvad kan vi gøre mere af eller gøre nyt?
- ♥ Hvordan sikrer vi, at nye frivillige blive sat ind i opgaven og vores arbejds gange?
- ♥ Hvordan sikrer vi et fokus på introduktion til det sociale fællesskab?
 - ♥ Hvad virker godt? Hvad kan vi gøre mere af eller gøre nyt?
- ♥ Hvem følger op på trivslen hos nye frivillige?
 - ♥ Hvordan?

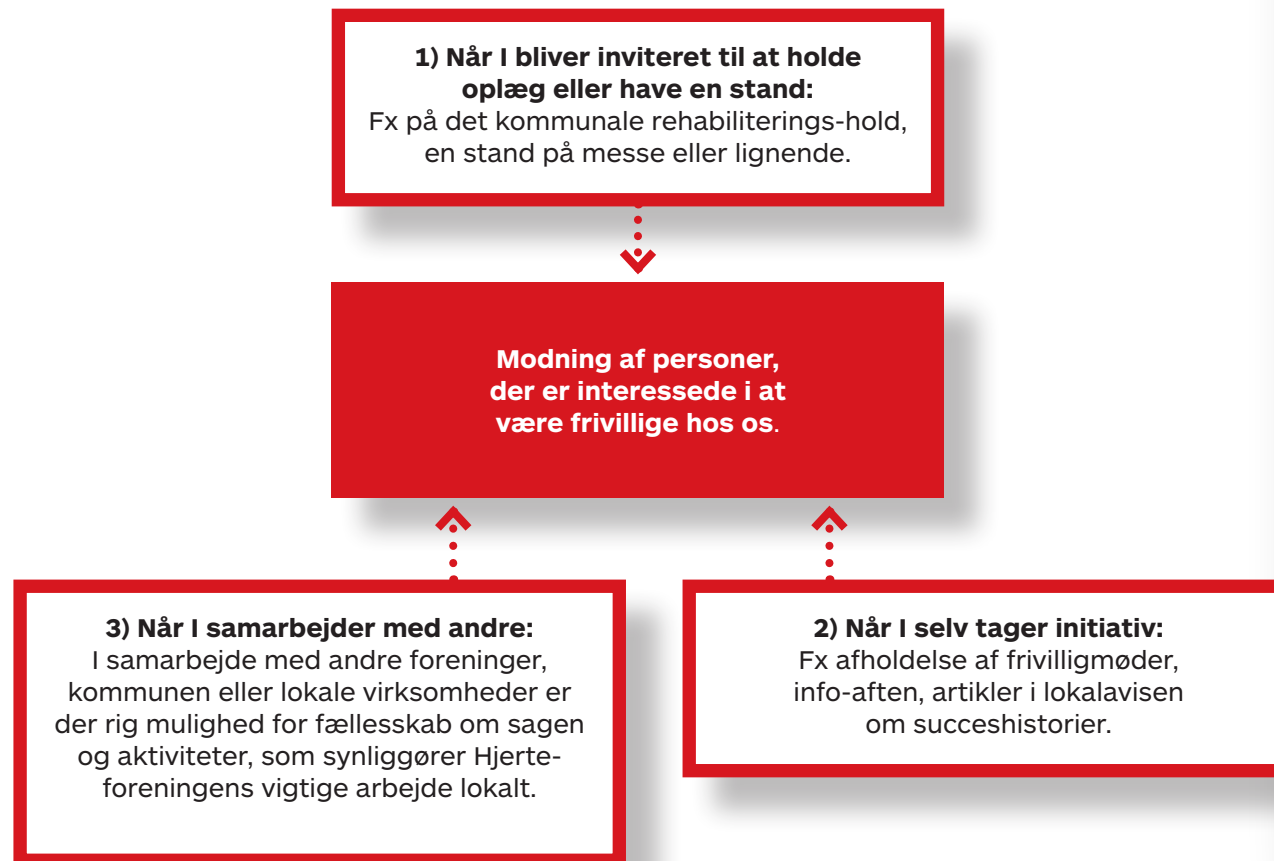
3. Fælles drøftelse – 15 min.:

- ♥ Tag en runde, hvor alle grupper fortæller, hvad der virker godt og kan gøres mere af.
- ♥ Konkluder: Det vil vi gøre!

Løbende synliggørelse som en del af rekruttering

Det er en god ide, at være opmærksom på muligheden for løbende at synliggøre og øge kendskabet til Hjerteforeningen og jer generelt. På den måde gødes jorden for nye frivillige, og det gør rekrutteringsprocessen lettere.

Nedenfor er en model, som viser tre indsatsområder i forhold til synliggørelse:



Dialog

Hvordan holder vi løbende fokus på rekruttering?

Tidsforbrug: en time.

1. Personlige tanker – 5 min.:

Tænk på de aktiviteter, I selv har holdt for at vise jeres aktiviteter og muligheden for at være frivillig hos jer. Og tænk også på de gange, I har udnyttet lokale muligheder for at synliggøre jeres frivillige aktiviteter og engagement.

– Hvad fungerede godt?

2. Fælles drøftelse – 25 min.:

- ♥ Hvad fungerede godt og kan gentages?
- ♥ Har vi andre ideer til, hvordan vi også kunne gøre det?

3. Fælles drøftelse – 30 min.:

Skab et fælles overblik over jeres netværk. Skriv alt ned – firmaer, foreninger, kontakter i kommunen, hospitaler, forretninger mv.

Overvej:

- ♥ Hvordan kan vi aktivt gøre dem til vores ambassadører?
- ♥ Hvordan kan vi bruge dem til at synliggøre muligheden for at være frivillig hos os?
- ♥ Og hvad kan vi gøre for dem til gengæld?