

QuickScan

Vinden en Binden

QuickScan Vinden en Binden

Een instrument voor
vrijwilligersmanagement in de praktijk

EEN INSTRUMENT VOOR VRIJWILLIGERSMANAGEMENT IN DE PRAKTIJK



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 3 een instructie voor het invullen van de QuickScan.
- > Bij elke vraag vindt u op de smalle tussenstrook 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.

Eindredactie Ina Wilbrink en afdeling Communicatie CIVIQ

Ontwerp en opmaak iNDEX, Utrecht

Fotografie Isis Torensma, Mammarazzi Fotografie, Utrecht

Drukwerk PlantijnCasparie, IJsselstein

© CIVIQ, Utrecht, mei 2006

Overname van informatie uit deze brochure is toegestaan onder voorwaarde van de volgende bronvermelding: CIVIQ, Utrecht, 2006.



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

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

- Hoeveel vrijwilligers zijn actief in uw organisatie? (eventueel: hoeveel 'echte' activeringingen? 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?

_____ actieve leden (_____ slapende leden)

_____ uur per week

Vinden en binden

- 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?

_____ nieuwe vrijwilligers per jaar

ja nee

ja nee

_____ vertrekkende vrijwilligers per jaar

nieuwelingen oudgedienden

Optie1

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.

Optie2

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.



Na het invullen van deze vragenlijst kunt u op de smalle tussenstrook hiernaast nalezen of het voor uw organisatie zinvol is deze QuickScan (volledig of deels) in te vullen.

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 CIVIQ workshops (op maat) voor het optimaal benutten van deze QuickScan Vinden en Binden.

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.

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.

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.

De QuickScan bestaat uit twee rondes.

1. De *eerste ronde* is een soort 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 *tweede ronde* 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? *De antwoorden vult u in de laatste drie kolommen in.*

Eerste ronde

Tweede ronde

| 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 <i>wat</i> 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.



| ONDERWERPEN | ACTIE-PUNT? | WAT IS HET DOEL? | WAT VERBETEREN EN HOE? | WANNEER? | WIE? | UITLEG EN TIPS |
|---|-------------|------------------|------------------------|----------|------|--|
| <p>1. CULTUUR EN SFEER</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wat is typerend voor de cultuur/sfeer binnen de organisatie? <p>----- ----- ----- ----- -----</p> | | | | | | <p>1. CULTUUR EN SFEER</p> <p>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</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? <p>-----</p> | | | | | | <p>2. OPENHEID</p> <p>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</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? <p>----- ----- ----- -----</p> | | | | | | <p>3. RUIMTE VOOR NIEUWE IDEEËN</p> <p>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</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hoe is de onderlinge verhouding tussen de verschillende groepen in de organisatie? <p>----- ----- ----- ----- ----- ----- ----- -----</p> | | | | | | <p>4. VERHOUDING TUSSEN GROEPEN</p> <p>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> |

UITLEG EN TIPS

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.

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.

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.

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.

ONDERWERPEN

ACTIE-
PUNT?

WAT IS HET DOEL?

WAT VERBETEREN EN HOE?

WANNEER?

WIE?

5. NAKOMEN VAN AFSPRAKEN

- Worden onderlinge afspraken nagekomen?
 ja nee

6. VERANTWOORDELIJKHEDEN SERIEUS NEMEN

- Neemt iedereen zijn verantwoordelijkheden serieus?
 ja nee

7. HELDERE TAAKVERDELING

- Maakt u een heldere taakverdeling (met deadline) voor dingen die moeten gebeuren?
 ja nee

8. PLAN VAN AANPAK

- Maakt u een plan van aanpak voor dingen die moeten gebeuren?
 ja nee

| ONDERWERPEN | ACTIE-PUNT? | WAT IS HET DOEL? | WAT VERBETEREN EN HOE? | WANNEER? | WIE? | UITLEG EN TIPS |
|---|-------------|------------------|------------------------|----------|------|--|
| <p>9. EVALUEREN</p> <ul style="list-style-type: none"> Evalueert u activiteiten en/of gemaakte plannen? <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nee | | | | | | <p>9. EVALUEREN</p> <p>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</p> <ul style="list-style-type: none"> Hoe blijft iedereen op de hoogte van wat er in de organisatie speelt? <p>-----</p> <p>-----</p> <p>-----</p> <p>-----</p> <p>-----</p> <p>-----</p> <p>-----</p> <p>-----</p> | | | | | | <p>10. INTERNE COMMUNICATIE</p> <p>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</p> <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 communicatieplan gemaakt en uitgevoerd? <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nee | | | | | | <p>11. EXTERNE COMMUNICATIE</p> <p>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> |

UITLEG EN TIPS

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.

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.

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!

| ONDERWERPEN | ACTIE-PUNT? | WAT IS HET DOEL? | WAT VERBETEREN EN HOE? | WANNEER? | WIE? |
|--|-------------|------------------|------------------------|----------|------|
| <p>12. VRIJWILLIGERSBELEID</p> <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 | | | | | |
| <p>13. TEVREDENHEID MET WERKWIJZE</p> <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 | | | | | |

Vinden en Binden stap 1: Werving

| ONDERWERPEN | ACTIE- PUNT? | WAT IS HET DOEL? | WAT VERBETEREN EN HOE? | WANNEER? | WIE? |
|---|-----------------|------------------|------------------------|----------|------|
| <p>1. REDENEN OM TE WERVEN</p> <ul style="list-style-type: none">• Wat is de belangrijkste reden om te gaan werven? <p>-----</p> <p>-----</p> <p>-----</p> <p>-----</p> <p>-----</p> <p>-----</p> <p>-----</p> <p>-----</p> <p>-----</p> | | | | | |
| <p>2. LEUK VINDEN OM TE WERVEN</p> <ul style="list-style-type: none">• Vindt u het leuk om te gaan werven? <p><input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nee</p> | | | | | |
| <p>3. MAKEN VAN EEN WERVINGSPLAN</p> <ul style="list-style-type: none">• Maakt u een wervingsplan voordat u gaat werven? <p><input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nee</p> | | | | | |

| ONDERWERPEN | ACTIE-PUNT? | WAT IS HET DOEL? | WAT VERBETEREN EN HOE? | WANNEER? | WIE? |
|---|-------------|------------------|------------------------|----------|------|
| <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 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 | | | | | |

Vinden en Binden stap 1: Werving

| ONDERWERPEN | ACTIE-PUNT? | WAT IS HET DOEL? | WAT VERBETEREN EN HOE? | WANNEER? | WIE? | UITLEG EN TIPS |
|---|-------------|------------------|------------------------|----------|------|----------------|
| <p>7. WERVINGSBOODSCHAP</p> <ul style="list-style-type: none">• Wat is de toon van uw wervingsboodschap? Waarmee probeert u mensen enthousiast te maken voor uw organisatie? <p>.....</p> | | | | | | |
| <p>8. WERVINGSKANALEN</p> <ul style="list-style-type: none">• Welke kanalen gebruikt u om te werven? (folder, advertentie, via een stand e.d.) <p>.....</p> <ul style="list-style-type: none">• Heeft u een wervingsfolder? <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nee• Heeft u een eigen website? <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nee | | | | | | |

| ONDERWERPEN | ACTIE-PUNT? | WAT IS HET DOEL? | WAT VERBETEREN EN HOE? | WANNEER? | WIE? |
|---|-------------|------------------|------------------------|----------|------|
| <p>9. EFFECTIVITEIT WERVINGSKANALEN</p> <ul style="list-style-type: none"> Welke van deze kanalen is het meest succesvol voor het werven van nieuwe vrijwilligers? <p>-----</p> <p>-----</p> <p>-----</p> <p>-----</p> <p>-----</p> <p>-----</p> | | | | | |
| <p>10. VOORBEREIDEN VAN DE OPVANG</p> <ul style="list-style-type: none"> Denkt u tijdens het werven al na over de opvang van nieuwe vrijwilligers? <p><input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nee</p> | | | | | |
| <p>11. TEVREDENHEID MET WERVING</p> <ul style="list-style-type: none"> Bent u tevreden met de manier waarop u vrijwilligers werft? <p><input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nee</p> <ul style="list-style-type: none"> Zo nee, waarom niet? <p>-----</p> <p>-----</p> <p>-----</p> <p>-----</p> <p>-----</p> <p>-----</p> <p>-----</p> <p>-----</p> <p>-----</p> <p>-----</p> | | | | | |

| ONDERWERPEN | ACTIE-PUNT? | WAT IS HET DOEL? | WAT VERBETEREN EN HOE? | WANNEER? | WIE? | UITLEGGING EN TIPS |
|--|-------------|------------------|------------------------|----------|------|--|
| <p>1. FUNCTIEPROFIEL EN SELECTIECRITERIA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Heeft u functieprofielen voor de functies van vrijwilligers? <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nee • Hanteert u selectiecriteria voor nieuwe vrijwilligers? <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nee | | | | | | <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 SELECTIEGESPREEK</p> <ul style="list-style-type: none"> • Voert u intake-, selectie- of kennismakingsgesprekken met nieuwe vrijwilligers? <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nee | | | | | | <p>2. INTAKE- EN SELECTIEGESPREEK</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> <ul style="list-style-type: none"> • Kent u de motieven van nieuwe vrijwilligers om actief te worden bij uw organisatie? <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nee • Vraagt u daar expliciet naar? <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nee • Zo ja, welke? <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</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> |

UITLEG EN TIPS

4. INZET VAN KWALITEITEN EN KENNIS

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.

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.

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.

4. INZET VAN KWALITEITEN EN KENNIS

- Kijkt u hoe de kwaliteit/kennis van een nieuwe vrijwilliger kan worden ingezet?
 ja nee

5. VRIJWILLIGERSCONTRACT

- Heeft u een vrijwilligerscontract voor nieuwe vrijwilligers?
 ja nee

6. GESTRUCTUREERDE OPVANG

- Hoe worden nieuwe vrijwilligers opgevangen?
 - Is er een proefperiode?
 ja nee
 - Is er een inwerkperiode?
 ja nee
 - Krijgen nieuwe vrijwilligers een vast contactpersoon?
 ja nee

ACTIE-
PUNT?

WAT IS HET DOEL?

WAT VERBETEREN EN HOE?

WANNEER?

WIE?

Vinden en Binden stap 2: Opvang van nieuwe vrijwilligers

Vinden en Binden stap 2: Opvang van nieuwe vrijwilligers

| ONDERWERPEN | ACTIE- PUNT? | WAT IS HET DOEL? | WAT VERBETEREN EN HOE? | WANNEER? | WIE? | UITLEG EN TIPS |
|---|-----------------|------------------|------------------------|----------|------|---|
| <p>7. MANIER VAN INWERKEN</p> <ul style="list-style-type: none"> Hoe worden nieuwe vrijwilligers ingewerkt? <p>----- ----- ----- -----</p> <ul style="list-style-type: none"> Is dit taakafhankelijk? <p><input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nee</p> | | | | | | <p>7. MANIER VAN INWERKEN</p> <p>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</p> <ul style="list-style-type: none"> Wordt er met nieuwe vrijwilligers na enige tijd een voortgangs- en/of evaluatiegesprek gevoerd? <p><input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nee</p> | | | | | | <p>8. VOORTGANGS- EN/OF EVALUATIEGESPREK</p> <p>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</p> <ul style="list-style-type: none"> Bent u tevreden met de manier waarop u nieuwe vrijwilligers opvangt in uw organisatie? <p><input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nee</p> <ul style="list-style-type: none"> Zo nee, waarom niet? <p>----- ----- ----- ----- ----- ----- ----- -----</p> | | | | | | <p>9. TEVREDENHEID MET OPVANG</p> <p>Bespreek met elkaar of u tevreden bent met de manier waarop nieuwe vrijwilligers worden opvangen.</p> |

Vinden en Binden stap 3: Behoud van vrijwilligers

UITLEG EN TIPS

| ONDERWERPEN | ACTIE-PUNT? | WAT IS HET DOEL? | WAT VERBETEREN EN HOE? | WANNEER? | WIE? |
|--|-------------|------------------|------------------------|----------|------|
| <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 | | | | | |

Vinden en Binden stap 3: Behoud van vrijwilligers

| ONDERWERPEN | ACTIE- PUNT? | WAT IS HET DOEL? | WAT VERBETEREN EN HOE? | WANNEER? | WIE? |
|--|-----------------|------------------|------------------------|----------|------|
| <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. UITSPREKEN 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? | | | | | |
| <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 | | | | | |
| <p>7. SUCCESSEN VIERN</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 | | | | | |

UITLEG EN TIPS

Vinden en Binden stap 3: Behoud van vrijwilligers

UITLEG EN TIPS

| ONDERWERPEN | ACTIE-PUNT? | WAT IS HET DOEL? | WAT VERBETEREN EN HOE? | WANNEER? | WIE? |
|---|-------------|------------------|------------------------|----------|------|
| <p>8. TAAKROULATIE</p> <ul style="list-style-type: none"> Kunnen vrijwilligers binnen de organisatie wisselen van taken en activiteiten (taakroulatie)? <p><input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nee</p> | | | | | |
| <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? <p><input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nee</p> | | | | | |
| <p>10. INZICHT IN 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? <p>-----</p> <p>-----</p> <p>-----</p> <p>-----</p> | | | | | |
| <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? <p>-----</p> <p>-----</p> <p>-----</p> | | | | | |
| <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? <p>-----</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? CIVIQ 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 portal 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 CIVIQ workshops, advies en begeleiding op maat. Kijk voor meer informatie op www.civiq.nl of bel 030 750 90 00.



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.



civiq

instituut vrijwillige inzet

Plompetorengracht 17
3512 CB Utrecht
Postbus 12080
3501 AB Utrecht
T 030 750 90 00
F 030 750 90 01
E algemeen@civiq.nl
www.civiq.nl