

Ledenwerving Bevers en Welpen

Scouting is niets zonder kinderen, want daar doen we het allemaal voor. Ledenwerven is soms echter makkelijker gezegd dan gedaan. Jonge kinderen zoals Bevers en Welpen werf je anders dan oudere kinderen omdat het altijd de ouders of verzorgers zijn die de keus voor lidmaatschap maken.

Randvoorwaarden voor succesvolle werving

- Een schoon en opgeruimd clubhuis met een representatieve uitstraling
- Leiding die open staat voor een gesprek met ouders
- Leiding die mee doet met de activiteiten voor kinderen
- Rust en ruimte voor een goede kop thee of koffie
- Voldoende promotiemateriaal. Denk er aan: twee extra leden voor één jaar brengt vaak al voldoende contributie in om degelijk promomateriaal te kunnen aanschaffen!
- Voldoende leiding en ruimte voor de speltak: ga geen kinderen werven als je een tekort aan vrijwilligers hebt. Je kan nieuwe leden dan niet lang vasthouden.
- Zorg ervoor dat de speltak niet daalt onder de 10 leden. Onder 10 leden is het heel moeilijk om nog effectief te werven.

Actieve ledenwerving

In veel gevallen is Scouting weinig zichtbaar. Om te werven moet bekend zijn wie je bent en waar je zit. Zorg dus eerst voor naamsbekendheid. Je zult wat kosten kwijt zijn aan een website, wat folders en promotiemateriaal. Werving kan je opdelen in twee methoden: passieve werving en actieve werving.

Passieve werving is weinig meer dan aangeven dát je werft. Een vacature op een website, een brief meegeven aan ouders, een bord aan de weg, een informatiekraam, flyer en posters ophangen valt allemaal onder passieve werving. Feitelijk komt dit neer op afwachten totdat iemand reageert.

Actieve werving is mensen direct benaderen. Dit doe je door in een gesprek rechtstreeks mensen te bevragen. Doe dit nooit vanuit het niks. Veel effectiever en ook veel leuker is om een gesprek met iemand aan te knopen in een ongedwongen situatie. De ouders die staan te kijken bij het broodjes bakken, de vader die na de opkomst zijn dochter ophaalt, een bezoeker van een activiteit op het dorpsplein, degene die in de supermarkt achter je in de rij staat. Mensen spreek je het makkelijkst aan via een activiteit.

Powered by



Verreweg de meeste mensen worden lid omdat er een relatie is of wordt opgebouwd met Scouting. Gedeelde interesses, belangen of een onderlinge “klik” vormen de basis waarop deze relatie tot stand komt. Persoonlijke werving is het meest effectief.

Vertellen over Scouting

Vermijd in je boodschap Scoutingtermen. Vertel wel kort wat Scouting is. Scouting is best uniek. Denk eens aan de volgende *unique selling points*:

- Leren omgaan met risico's (vuur, zakmes, EHBO)
- Teamwork, groepsgevoel en normen en waarden leren
- Afwisselend programma waarbij plezier voorop staat, maar zeker toch ook geleerd wordt
- Het initiatief, karakter en verantwoordelijkheidsgevoel van kinderen en jonge mensen wordt ontwikkeld
- Kamperen, kampvuur, vlotvaren, boomhutten bouwen, enz.

Tip: **termen die buitenstaanders niet kennen**

Opkomst (bijeenkomst), overvliegen (overgaan), installatie (welkomstceremonie), speltak (leeftijdsgroep), patrouille, nest (subgroep, team, ploeg), blokhut (clubgebouw), alle speltaknamen: Bevers (jongste groep) tot en met Stam (oudste leeftijdsgroep, jongeren).

Activiteiten

De belronde

Print een lijst met alle contactgegevens van ouders uit je speltak of groep via Scouts Online. Verdeel de namen onder de leiders zodat je niet 80 ouders hoeft te bellen in je eentje. Heb wat informatie bij de hand, want de ervaring leert dat als je ouders belt voor één dingetje, ze graag aan de klets gaan en meer vragen hebben. Wees daarom voorbereid. Ouders stellen een belletje altijd zeer op prijs, het gaat immers ook om betrokkenheid met de groep.

Powered by



Tip: **callcenters hebben het meeste succes op dinsdagavond**. Kies dus zo mogelijk een dinsdag voor een belronde. Een beginnetje:

“Goedenavond met Thomas van Scoutinggroep Hopman, bel ik gelegen?”

“Hoi Thomas, ja geen probleem”

“Op dit moment hebben wij nog ruimte voor extra kinderen bij de welpen. Door middel van deze belronde willen we de ouders graag vragen of ze nog kinderen weten die lid zouden willen worden. Zou u eens willen rondvragen bij andere ouders?”

.....enz.

De vader-zoon of moeder-dochter opkomst

Vaak een groot succes: splits je speltak in jongens en/of meiden en organiseer een activiteit voor alleen mannen of alleen vrouwen. Vaders gaan met hun zoon stoere dingen doen, moeders en dochters gaan echte vrouwendingen doen. Heb je te weinig meiden of jongens? Werk dan samen met een andere speltak of andere Scoutinggroep. Elk koppel (kind- ouder) vraag je een ander koppel mee te nemen die niet op scouting zit.

Spreekbeurt

Moedig jonge leden aan een spreekbeurt te geven op school. Bij de Scoutshop zijn spreekbeurtpakketten verkrijgbaar. Geef een stapeltje folders mee om uit te delen in de klas.

Vriendjes- en vriendinnetjes opkomst

De naam zegt het al: vraag de kinderen om vriendjes en vriendinnetjes mee te nemen. Zorg voor een aantrekkelijk programma. Met wat geluk blijven er een paar hangen!

De buurt in

Wees zichtbaar en organiseer een opkomst tijdens een ander evenement (waar anderen uit je groep bijvoorbeeld al meehelpten als vrijwilliger) of in een wijk in de buurt. Wees als scouting herkenbaar (draag je uniform, neem vlaggen en banners mee). Zorg dat er vrijwilligers zijn die niet op de kinderen hoeven te letten en die een praatje kunnen maken met omstanders.

Kies vooral een locatie waar vaak al veel kinderen buitenspelen (speelplaats, groene wijkrand, schoolplein, pleintjes, trapveldje). Kondig jullie komst een week of twee vantevoren al aan in de lokale huis-aan-huis-krant en met een folder door de brievenbus van omliggende kinderrijke straten. Denk er aan dat je voor folderen en evenementen een vergunning nodig kan hebben.

Powered by

**PADVINDER
WINKEL**



Tip: marktonderzoek

Via de website van het Centraal Bureau voor de Statistiek kun je met de toepassing Statline uitzoeken welke buurten kinderrijk zijn. Vraag een student, bestuurslid of een ouder die vaker met CBS-data werkt om hiermee te helpen.

Introductieworkshops

Veel scholen staan open voor low-budget workshops van externe organisaties. Via via kan je vast eens een (woensdag)middag of in de namiddag een (buitenschoolse)activiteit organiseren om de kinderen kennis te laten maken met Scouting. Dit valt vaak onder werktijd of zit daar tegenaan, dus regel goed dat er vrijwilligers zijn. Een andere optie is om voor een BSO of kinderopvang een dergelijke workshop te regelen. Zorg altijd dat er medewerkers van school of BSO bij zijn en praat vantevoren de activiteit door.

Gemeenteprogramma's

Check of je gemeente beleid voert om sporten en bewegen te stimuleren onder de jeugd. Zorg dat je Scoutinggroep hieraan mee kan doen en dat je als Scoutinggroep genoemd wordt in de gemeente informatie, zoals in brochures over jeugdbeleid en op gemeentelijke (project)websites.

Tegoedbonnen

Nederlanders zijn gek op gratis tegoedbonnen, reclamefolders staan er bol van. Maak de aanbieding spannend, ook al heb je volop plek: "nu gratis driemaal kijken bij Scouting. Vol = vol". Plaats de bonnen in de krant of deel ze uit bij de supermarkt. Vraag aan de supermarkt medewerking. Kondig de actie bij voorkeur vantevoren aan in de krant: "nog enkele plekken beschikbaar, houdt de volgende editie in de gaten voor een tegoedbon". Voer de actie actief door mensen aan te spreken bij de uitgang.

Powered by



Tip: wervende mensen

Niet iedereen stapt direct op vreemden aan of is vlot in de babbel. Vraag dus mensen die goede people-managers zijn en die goed kunnen netwerken of verkopen. Enthousiasme is vaak al genoeg! Hoe stereotyp het ook is: vlot overkomen helpt vaak erg mee. Draag je uniform dus niet te stijf, je werft via jonge ouders, niet de vrienden van BP!

Folders

Werving via folders is een passieve methode. Toch is het handig om folders te hebben, maar dan om deze mee te geven aan het eind van een leuk gesprek met ouders. Zwart-witfoto's kunnen eigenlijk niet meer, dus mocht je niet aan kleurenfolders kunnen komen zorg dan voor een logo en de basisinformatie. Dit is al prima.

Checklist voor folders:

- Groepsnaam
- Naam en adres van het clubhuis
- Routebeschrijving indien nodig
- Internetadres
- Contactgegevens per telefoon en email, eventueel per leeftijdsgroep
- Vermijd Scoutingjargon
- Per speltak: doelgroep, opkomsttijd en dag, hoe vaak de opkomsten zijn, samenstelling jongens/ meisjes, gemiddelde grootte van de speltak
- Indien kleur: leuke foto's. Informeer bij Scouting Nederland naar goede voorbeelden van foto's die voor marketingdoeleinden geschikt zijn.

Drempels om lid te worden

Niet iedereen word lid van Scouting. Gelukkig maar. Wel zijn er een aantal drempels om rekening mee te houden. Houdt in je achterhoofd dat ze wel bestaan, maar in werkelijk niet heel groot zijn. De grootste struikelblokken zijn het uniform en een ouderwets imago. Dat mag dan zo zijn, maar onderzoek heeft aangetoond dat 50% van de groepen een wachtlijst heeft, er is dus bepaald geen sprake van een *imago*probleem.

Powered by



Lidmaatschapsmotieven

Redenen om lid te worden van Scouting, in percentages

	Jeugdleden	Ouders	Kaderleden
Plezier	56	24	24
Verschillende activiteiten	40	60	9
Vrienden/kenissen zitten bij Scouting	21	27	8
Nieuwsgierigheid	20	7	1
Familie/ partner bekend bij Scouting	19	9	28
Met elkaar zijn/ saamhorigheid	10	38	8
Het buiten zijn	8	27	4
Groeien in mijn ontwikkeling	8	29	9
Jeuglid geweest bij Scouting	1	6	19
Gevraagd voor kaderlid			23

Bron: Scouting Nederland, 2009

Meer weten? Check dan de andere downloads over ledenwerving.

Met dank aan vele Scoutinggroepen, Scouts & Gidsen Vlaanderen en de Scouts Association UK.

Powered by

**PADVINDER
WINKEL**

