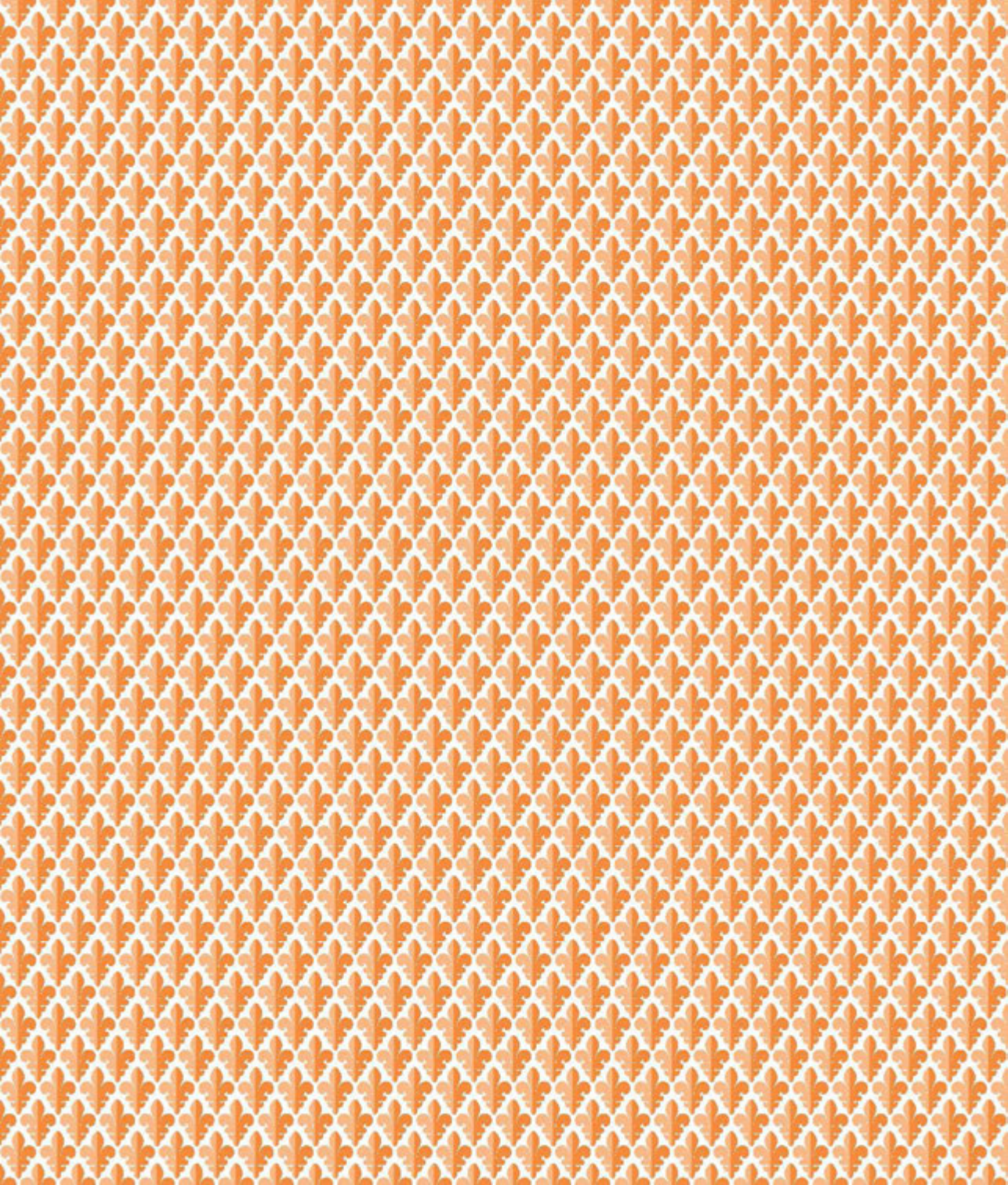


# Bindend, boeiend, wervend!

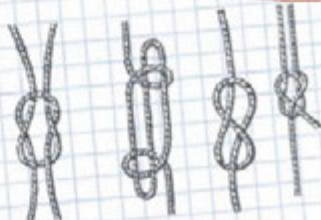
WERVING KADERLEDEN



STEUNPUNT SCOUTING LIMBURG



DE HAAR DE  
VERBODINGEN DE



## WERVING KADERLEDEN

Hoe strik je kaderleden? Veters strikken doe je bij de bevers, knopen leggen bij de welpen. Dit boekje wil een hulpmiddel zijn als opstap naar het knopen leggen. Ofwel vrijwilligers vinden die bereid zijn zich te verbinden aan de geweldige Scoutingorganisatie die jullie zijn.

*Bambusa peruviana*

*De schors en twijgen vormen goed aanmaakmateriaal.  
Berkenhout brandt snel en helder.  
Ideeal voor een snel vuur.*



One midabel / two midabel / three midabel > formidabel!



Allewiejo Allewaajo  
Allewiejo waajo woef Wie de lof,  
wie de bof, wie de boeda,  
wie de pest, wie de dan,  
wie de mark, wie de lof-bof-bof  
lewiejo, alewaajo,  
alewiejo waajo woef!

*Tlaxcala*



BE PREPARED!



## INHOUDSOPGAVE

INLEIDING	→ 5
DIRECT BEHOEFTE AAN NIEUWE MENSEN	→ 6
STRUCTURELE OPLOSSINGEN	→ 9
SAMENVATTING VAN HET WERVINGSPROCES	→ 25
BIJLAGE 1	→ 26
DE GROEPSSFEER / SAMENWERKINGSKLIMAAT	→ 26
BIJLAGE 2	→ 27
ABC OUDERBETROKKENHEID	→ 27
LAAT JE UITDAGEN!	→ 29



IK KAN ECHT HÉÉL VÉÉL...

delegeren ben ik echt heel goed in!

eijsje bakken

spelletjes spelen

sterren spotten!

touwtje springen

hutten bouwen



## INLEIDING

Werving start met het (ver-)binden van en met de huidige kaderleden. Wanneer kaderleden trots zijn op hun groep of regio, dan dragen ze dit uit. Hoe leuker en gezelliger de groep of regio door de huidige kaderleden ervaren wordt, hoe gemakkelijker nieuwe leden te vinden zijn (en hoe minder vacatures er ontstaan.) Familie, vrienden en bekenden worden dan getipt op actuele vacatures. Voor je vereniging of stichting is het belangrijk een goed beeld te hebben wat de vacature aantrekkelijk maakt. Waarom zou je bij ons vrijwillig komen werken?

Voor je vereniging of stichting is het belangrijk een goed beeld te hebben wat de vacature aantrekkelijk maakt. Waarom zou je bij ons komen werken?

### Werving hoort bij de taken van een organisatie

Scoutingorganisaties bestaan uit vrijwilligers die komen, werk verzetten en vertrekken. Vrijwilligers komen en vrijwilligers gaan. Hierdoor veranderen de samenstellingen van teams continu. Het is een doorlopend proces waar je als groep en regio geregeld bij stil moet staan. Het is een taak van het bestuur en met name van de groepsbegeleider om hier zicht op te hebben en in te sturen. Zorgen dat er nieuwe vrijwilligers bij komen en zorgen dat vrijwilligers zo lang mogelijk blijven is belangrijk voor het voortbestaan van iedere Scoutingorganisatie.

Dit is voor Scouting niet anders dan voor een arbeidsorganisatie. Het enige verschil is dat er een arbeidsovereenkomst gesloten wordt en loon betaalt wordt.

Zelfs als je loon betaalt voor het werken, dan nog dien je als organisatie na te denken over de vragen zoals:

- > Hoe zorg ik ervoor dat ik een aantrekkelijk imago heb op de arbeidsmarkt?
- > Hoe zorg ik ervoor dat mensen zich verbinden met mijn organisatie?
- > Wat heb ik nog meer te bieden als loon?



## Binden en boeien levert werving op

Er zijn groepen waar weinig tijd aan werving wordt besteed. Deze groepen hebben er voor gezorgd dat de aantrekkelijkheid van de groep op orde is en dat het verenigen centraal staan. Instroom van nieuwe kaderleden in de organisatie worden gevoed wanneer kaderleden hun trots uitdragen buiten de Scoutingvereniging.

Doorstroom wanneer kaderleden aangeven uitgedaagd te willen blijven. Het vrijwilligersbeleid dat het binden en boeien beschrijft is het middel dat dit in de groep borgt. Het uitvoeren hiervan is van groot belang voor het voortbestaan van een groep. Wanneer je weet wat je groep aantrekkelijk maakt weet je ook wie en waarom je werft en waar je op selecteert.



## DIRECT BEHOEFTE AAN NIEUWE MENSEN

**Door verschillende redenen kunnen er acute vragen ontstaan ter vervanging of aanvulling van het team, de groep, de regio. Iemand heeft de groep verlaten. Er zijn meer jeugdleden bij de groep/speltak gekomen. Een nieuwe speltak wordt opgericht. Een nieuwe functie is ontstaan. De zittingstermijn is afgelopen.**

Scoutingorganisaties werven een groot deel van haar vrijwilligers uit de eigen groep(en). Het ligt dan ook voor de hand om van binnenuit te zoeken naar vrijwilligers voor functies. Meestal werkt werving als volgt. Er is een functie vacant; zitten er onder de jeugdleden potentiële leden voor deze functie? Hebben we de vrienden- en kennissenkring van huidige kaderleden aangesproken? Zijn er plusscouts die taken kunnen oppakken of kennen we betrokken ouders met liefst Scoutingervaring/affiniteit? Of vragen we het ondersteunende team? Deze aanpak is een veel gebruikte. Van binnen naar buiten werven. Eerst binnen de groep zoeken, naar extern werven. Het is een beproefde en geen onbekende aanpak binnen Scouting, ook omdat interne doorstroom

makkelijker te realiseren is dan externe instroom. En er gaat minder tijd verloren en de eigen mensen wordt het perspectief op ontwikkeling en door-groei geboden. Oud-jeugdleden en oud-kaderleden worden vaker vergeten hierin te betrekken. Het voordeel van de laatste twee groepen is dat de organisatie bekend is met hen en omgekeerd. Zij kennen de groep en weten vaak wat er gevraagd wordt. Soms wordt er niet geworven, maar worden functies, rollen of taken herverdeeld: hebben we iemand met de benodigde kennis in huis? Vinden we de verdeling van taken nog up to date? Kunnen we taken herverdelen zodat we flexibeler kunnen opereren met dezelfde mensen?



We hebben een L... we hebben een A...LA LA LA laala...



Of kunnen we de vacature verdelen in kleinere taken? Kan het werk door meerdere personen worden uitgevoerd? Zijn er mensen in de groep die dit kunnen overnemen voor een andere vacature die gemakkelijker in te vullen?

Toch zijn er redenen te benoemen waarom gekozen wordt voor een andere strategie. De huidige organisatie en het netwerk heeft niets opgeleverd. De gezochte kwaliteit is niet voor handen in het directe netwerk van de groep. Sommigen hebben zoveel taken gekregen dat de lol eraf gaat. Heeft de groep aan vernieuwingskracht verloren.

## De aantrekkelijkheid van vrijwilligerswerk

Wanneer men aan werving van externe krachten begint is het handig te weten wat mensen beweegt om vrijwillig werk te leveren. Je vraagt namelijk mensen vrijwillig te werken zonder financiële beloning. (Vaak moet men zelfs contributie betalen om dit werk te kunnen doen.) Je maakt hiermee een grote stap in je wervingsverhaal. Vrijwilligerswerk levert namelijk heel veel op. Scouting biedt dit! Wanneer we kijken naar de motieven dan zijn er drie kenmerken die belangrijk zijn.

### **Mensen willen betekenis geven aan hun leven:**

- Door ervaringen te willen meemaken
- Zichzelf te ontwikkelen
- Een bijdrage te leveren aan de wereld

De antwoorden op deze vragen leveren tevens de basis voor je vrijwilligersbeleid.

## Mensen willen ervaringen opdoen

Voor de ene is dit een keer bungiejumpen, een ander wil een tocht door een jungle maken. Iedereen heeft Velen hebben dromen waar hij in uitgedaagd wordt. Een natuurlijke behoefte om het onbekende te willen ervaren. Wanneer je iets doet wat je nog niet eerder hebt gedaan, dan levert dat een prettige spanning op. Wanneer je iets doet dat buiten het bekende valt dan krijg je daar plezier van.

Het is de kunst de juiste uitdagingen aan te bieden aan de persoon. Dus niet te gemakkelijk en niet te moeilijk.

### **Scouting biedt vele mogelijkheden om bijzondere ervaringen op te doen:**

- > Zo kan het heerlijk zijn voor een accountant om, bruin van het stof en ruikend naar verbrand hout, thuis te komen.
- > Een secretaresse kan het geweldig vinden wanneer ze de aandacht weet te vangen van een groep overenthousiaste kinderen. Je kunt jezelf weer kind voelen, jezelf zijn.
- > Het is leuk om te organiseren, om zaken te regelen, spellen te bedenken, uit te voeren en om actief te zijn omdat er een uitdaging in zit.



- > Bovendien krijg je er energie en waardering voor terug van de kinderen waar je het voor doet, van ouders, van je mede kaderleden.
- > Deel uitmaken van een groep creëert verbondenheid. Je maakt onderdeel uit van een groter geheel. De sociale kant van vrijwilligerswerk in Scouting heeft zijn meerwaarde. Toetreden tot een Scoutinggroep betekent dat je er opeens heel wat vrienden bij krijgt.
- > Leidinggevend en geven aan dat het plezier dat ze met elkaar hebben het belangrijkste is.
- > Een jaarlijks uitstapje, een afsluitende barbecue, een kerstcadeau zijn vormen van waardering.

## Mensen willen zich ontwikkelen

Mensen willen leren door iets nieuws te verkennen. Scouting geeft je de mogelijkheid je nieuwe kennis, kunde en vaardigheden eigen te maken. Je professionele competenties breiden ermee uit. Door samen te werken leer je te onderhandelen wat belangrijk is voor jou en wat voor de groep. Je leert het door het doen, van je teamleden, door reflectie, met evaluaties.

Scouting heeft een breed scala van activiteiten waarin je deskundiger kan worden. Het biedt mogelijkheden voor iedereen op elk niveau.

De Scouting Academy ondersteunt op professioneel niveau deze ontwikkeling.

De ontwikkelde vaardigheden en opgedane ervaring bij Scouting tellen nadrukkelijk mee bij sollicitaties. Competenties die men kan ontwikkelen bij Scouting en de Academie die relevant zijn voor de arbeidsmarkt zijn bijvoorbeeld:

- > De methode van jeugd- en jongerenwerk in Scouting;
- > Hoe geef ik leiding, begeleiding of advies;
- > Ervaringen in organiseren, planning, samenwerken, besturen

## Scouting is een lerende organisatie.



## Mensen willen een bijdrage leveren aan de wereld

Veel mensen willen "verschil" maken in hun leven door echt iets te betekenen voor anderen. Scouting biedt niet alleen een zeer aangename vorm van vrijetijdsbesteding. Het biedt ook een kader waarin jongeren zicht ontwikkelen tot verantwoordelijkheid nemende wereldburger.

Een vrijetijdsbesteding waar je anderen plezier mee doet. Hulp verlenen, je dienstbaar inzetten, bijdragen aan het welzijn en vorming van kinderen en jongeren. Overdragen van kennis, vaardigheden en houding aan anderen. Je maakt werk van participatie, maatschappelijke betrokkenheid, cohesie in buurt, wijk, dorp of stad. Je doet iets terug voor je groep, voor de natuur, het milieu, voor ouderen, enz.

## STRUCTURELE OPLOSSINGEN

Ben je op zoek naar structurele oplossingen, dan is het nuttig om een plan te maken.

- 1 > Het vormen van een werkgroep werving & ontwikkeling
- 2 > Inventariseer de behoeften voor de toekomst
- 3 > Beschrijf het functieprofiel en persoonskenmerken zoek je?
- 4 > Welke uitdagingen heeft de groep waar je de vrijwilligers voor nodig hebt?
- 5 > Verken het netwerk
- 6 > Hoe ga je werven en wat heb je nodig?
- 7 > Selecteren
- 8 > Check gegevens van de gevonden persoon
- 9 > Geef ruimte aan de nieuwe vrijwilliger

Old Mac Donald had a farm, hi-a-hi-a-hoo  
And on his farm he had some bees, hi-a-hi-a-hoo  
With a bzzz-bzzz here and a bzzz-bzzz there  
Here a bzzz, there a bzzz, everywhere a bzzz-bzzz  
Old Mac Donald had a farm, hi-a-hi-a-hoo



*Een dikke boom begint als een ter twijgje  
Een bergbeklimming begint met een steegje  
- Leo La -*

## Tips en trucs

Niet elke tip of truc is bruikbaar voor jouw Scoutingvereniging: Haal eruit wat in je vereniging past. Wat past bij de maatstaven, normen, identiteit en cultuur van jouw vereniging. Een goede werkwijze is vooraf na te gaan welke tips en trucs voor jullie vereniging zinvol zijn. Maak je eigen lijstje en werk dat vervolgens af.

## Vooraf

\* Zorg voor een goede sfeer en dat leidinggevenden open staan voor nieuwe leiding of bestuursleden. Niemand wil zich aansluiten bij een club waarvan de mensen geen zin hebben in een goede communicatie of samenwerking.

\* Kijk eens kritisch naar het imago van je groep. Misschien goed om daar eens wat onderzoek naar te doen. Vraag jonge buitenstaanders eens naar hun indrukken van je groep en vraag wat er zou moeten veranderen voor ze leiding zouden willen geven.

\* Maak werving tot een jaarlijkse of tweejaarlijkse actie.

\* Hoe uitnodigend is jullie accommodatie? Hoe komt dit op nieuwe vrijwilligers over?

\* Hebben jullie afspraken gemaakt over doorstroming of wisseling van functie?

\* Start om eigen kweek aan kaderleden te creëren.



## Het vormen van een werkgroep werving & ontwikkeling

**De werkgroep gaat aan de slag met onderzoek naar de huidige stand van zaken. Wat is er afgesproken ten aanzien van het vrijwilligersbeleid. Wat loopt zoals afgesproken, wat nog niet.**

\* Is er een vrijwilligersbeleid? Heb je geregeld dat de motivatie op orde is en blijft? Ken je de huidige stand van motivatie van je vrijwilligers? Wat is er nodig om het leuk te houden? Is het vrijwilligersbeleid nog up to date? Herijk je vrijwilligersbeleid. Bekijk met de groep of dit nog altijd de eisen zijn die je stelt of dat er veranderingen/aanpassingen zijn die verwerkt gaan worden.

\* Heb je een of meer groepsbegeleiders? Zij hebben de verantwoordelijkheid voor werving. De groepsbegeleider (personeelsfunctionaris, HRM-er) is lid van het bestuur en in jouw organisatie is hij de eerst verantwoordelijke hier zicht op te hebben. Hij is de schakel in de organisatie tussen het bestuur en de leidinggevenden. Hij ziet toe op het functioneren van het team, de groep of de regio. Hij weet waar functies vacant komen, waar wensen leven om door te stromen naar een andere functie. Hij bewaakt het vrijwilligersbeleid en geeft er sturing aan. Hij kent de processen die zich in de groep afspelen. Is er voldoende uitdaging in de functies, in de teams, in de groep, de regio?



De praktijkbegeleider is géén bestuursfunctie maar ziet toe op de kwaliteiten van alle kaderleden. Hij is hiermee een waardevolle partner van de groepsbegeleider in de groep. (HRM-er en praktijkcoach). Hij kent de persoonlijke kwaliteiten van de groep en de behoeften en wensen van eenieder zich te ontwikkelen, te leren, te groeien. Gezamenlijk waken ze over aanbod, uitdaging en kwaliteit van alle kaderleden en zorgen zo voor boeien en binden.

- \* Heb je geen groepsbegeleider? Zorg dan voor een contactpersoon. Zoek de vrijwilliger in je organisatie die verenigen, verbinden en netwerken in zijn bloed heeft. Je hebt als werkgroep iemand nodig die kandidaten gaat benaderen of benaderd kan worden. Wie is die ritselaar, regelaar, vlotte babbelaar, tacticus, onderhandelaar? Het kan ook een ander lid uit het bestuur zijn.
- \* Maak afspraken wie mensen benadert. Doen alle kaderleden dit of verzamelen zij slechts namen en gaat de groepsbegeleider spreken met de kandidaten?
- \* Oefen met elkaar het verhaal dat je wilt vertellen. Dat blijkt namelijk nog best lastig! Oefen met wat je vraagt. Maar oefen ook met wat deze vrijwilligersfunctie te bieden heeft. Welke ervaringen, welke ontwikkelingsmogelijkheden en welke bijdrage aan de wereld heb je te bieden voor dit vrijwillig werken.
- \* Vind je het moeilijk mensen te vragen? Oefen erin. Hoe wil jij zelf benaderd worden? Welke vragen zijn goede vragen. Welke werken niet voor jou?

- \* Begin de groepsraad met een rondje en vraag alle aanwezigen waarom ze zich inzetten voor de groep of Scouting. Wat het ze oplevert en wat er zou moeten gebeuren om het met meer plezier te doen.

### Inventariseer de behoeften voor de toekomst

**Ken de tekorten, stel je wervingsdoelen vast en geef aan wat er aantrekkelijk is aan deze functie. Gaat het om een functie met veel of weinig taken? Is het één functie of zijn het meerdere. Zijn er taken die (her)verdeeld kunnen worden? Welke taken blijven er dan over? Zoeken jullie nieuwe krachten om de taken uit te voeren? Wat moet er (nog) geregeld en afgesproken worden? Beschrijf de aantrekkelijkheid van de functie en draag deze uit. In je wervingsacties zul je antwoord moeten geven op de vraag wat er aantrekkelijk is om bijvoorbeeld penningmeester te zijn van een Scoutinggroep.**

- \* Inventariseer vooraf: voor welke activiteiten heb je het komend jaar vrijwilligers nodig? Welke taken kunnen er in deelprojecten worden uitgevoerd?
- \* Inventariseer de motivatie van de huidige vrijwilligers en speel eerst hierop in. Weet wat iedereen na het zomerkamp in de groep wil doen? Welke vrijwilligers willen iets anders? Hoe staat het met de onderlinge samenwerking? Het staat het met het groepsgevoel? Wie ziet hierop toe?



- \* Zorg dat het aantal dubbele petten omlaag gaat. Welke vacatures levert dit op?
- \* Weet dat vrijwilligers tegenwoordig liever parttime bijdragen, bedenk hoe je daarmee omgaat als groep. Als je dat weet kan je het parttime beleid expliciet noemen.
- \* Weet hoe de groep er over drie jaar uitziet. Ken de plannen voor nieuwe speltakken, het gebouw, enz. En weet wat er gebeurt buiten de groep. Een nieuwe woonwijk, vergrijzing of veranderingen in het gemeentelijk beleid.
- \* Probeer te formuleren waarin jouw groep uniek is. Waar zit jullie kracht? Gaat het om de programma's die jullie bieden? Is het de onderlinge samenwerking? Is het jullie cultuur? Zijn het de contacten met de buurt? Zijn er in de gemeente alleen maar landgroepen? Dan heeft een watergroep iets unieks te bieden. Is er in je buurt nog geen beverspeltak of BE-groep (scouts met een beperking)? Jouw groep heeft een streepje voor als je een dergelijke speltak opricht. Het onderscheidend vermogen heeft een promotionele en wervingswaarde. Denk daarbij dat je mensen dient te "WERVEN".!
- \* In een wervingsplan staan je wervingsdoelen. Wanneer je tevreden bent met de resultaten van de gestelde doelen. Verder wie, hoe, waar en wanneer men werft en welke acties en middelen nodig zijn.
- \* Stel een concreet, uitdagend doel vast. Bijvoorbeeld: we willen voor het begin van het nieuwe seizoen een beverleidinggevende en een groepsbegeleider gevonden hebben.
- \* Presenteer je plannen in de groepsraad. Gebruik de feedback om de puntjes op de i te zetten.
- \* Zorg voor goede opvang en begeleiding om te voorkomen dat de nieuw geworven leiding zo weer weg is. Stel een vaste begeleider voor de proefperiode en eventueel verder vast. Je zorgt er hiermee voor dat de nieuwe vrijwilliger ook succesvol wordt.



## Beschrijf het functieprofiel en de persoonskenmerken

Maak een profiel op voor de functie en maak de taken en de bijbehorende verantwoordelijkheden en bevoegdheden duidelijk. Welke competenties zoek je? Wat heb je te bieden aan de nieuwe vrijwilliger?

Wat zijn je verwachtingen naar de nieuwe vrijwilliger? Waarmee helpt de nieuwe vrijwilliger jouw groep?

- \* Stel een profiel op van de leid(st)er, het bestuurslid of ondersteunend kaderlid die je zoekt. Je wilt toch niet zomaar iedereen hebben? Voor een aantal functies zijn er op de website van Scouting Nederland zogenaamde functieprofielen beschikbaar die je als voorbeeld en als inspiratie kunt gebruiken.
- \* Verder helpen de verschillende kwalificatiekaarten je goed op weg. Vraag je praktijkbegeleider ernaar. Hij weet waar hiaten zitten in taken, competenties, kennis, vaardigheden en houding.
- \* Als het gaat om een specifieke rol, taak of functie is doelgroepgericht werven een effectieve methode. Je probeert dan met de wervingsboodschap in te spelen op iemands specifieke kwaliteiten. Als de organisatie 'gewoon' meer mankracht nodig heeft, kun je onder een veel breder publiek werven. In de wervingsboodschap geef je dan vooral aan wat je als organisatie te bieden hebt.
- \* Wees eerlijk en transparant in de verwachtingen (taken, functie-eisen en tijdsinvestering) naar de nieuwe vrijwilliger. Schep geen valse verwachtingen.
- \* Wees ook eerlijk over de kosten. Lidmaatschap bij Scouting Nederland kost geld. Er kan ook door het bestuur worden gekozen om dit te laten betalen door de groep. Zo wordt het nog aantrekkelijker.
- \* Hoe specifieker je weet wie je zoekt hoe beter. Is leeftijd, geslacht, kennis, motivatie, scouting-ervaring of opleidingsniveau van belang?
- \* Welke nieuwe mensen zoeken jullie? Gaat het om verjonging, speciale deskundigheid of wil je gewoon voldoende leidinggevenden voor alle speltakken?
- \* Gebruik de redenen om vrijwilliger te worden. Verken in een groepsraad nog meer motieven voor vrijwilligerswerk. Wat is er allemaal leuk/spannend/uitdagend? Wat levert het allemaal op aan ervaringen? Wat heb je allemaal geleerd, wat kun je beter, wat heb je ontwikkeld? Welke bijdrage aan de maatschappij heb ik geleverd?
- \* Welke identiteit kenmerkt je groep? Welke cultuur heerst er? Welke normen en waarden hanteer je?

*Au clair de la lune,  
Mon ami Pierrot,  
Pâte moi la plume*



## Welke uitdagingen heeft de groep waar je de vrijwilligers voor nodig hebt?

- \* Stel je vragen als; welke behoeften van de groep vult deze nieuwe vrijwilliger in. De groep wil graag een aanbod hebben voor 5 tot 7-jarigen. Daar zijn leidinggevend en voor nodig. Of, de groep wil graag een nieuwe voorzitter hebben. Zonder hem missen we 'het stuur' van onze groep.
- \* Welke rollen missen jullie in het team / groep? Is dat de denker, doener, creatieveling? Zoeken jullie de organisator, de sociale, de doorzetter, de lolbroek, de volger, de leider?
- \* Iemand die extravert of introvert is. Vriendelijk, zorgvuldig, stabiel of autonoom is? Iemand die energiek, serieus, plichtsgetrouw, gevoelig, mild, enthousiast, communicatief of nieuwsgierig is?
- \* Ons materiaalhoek is overvol; wie helpt ons mee dit te ordenen en te beheren?

## Verken het netwerk

Kijk welke doelgroepen je organisatie wil benaderen. Zijn deze aanwezig in het eigen netwerk of moet dit vergroot worden?

- \* Ken je netwerk, gebruik het en hou deze contacten warm.

\* Zorg dat kaderleden wensen, talenten en ambities bekend kunnen maken bij de contactpersoon werving, groepsbegeleider, praktijkbegeleider of bestuursleden.

\* 'Netwerken' blijkt nog steeds de meest succesvolle methode van werving te zijn. Overweeg dus of je heel veel energie wil stoppen in het werven op andere manieren. Maak niet alleen gebruik van je eigen netwerk maar van alle betrokkenen in je groep / regio.

\* Niet alleen de huidige jeugd- en kaderleden inclusief plusscouts, maar tevens ouders/ verzorgers, oud-leden, oud-kaderleden en grootouders maken deel uit van jouw netwerk.

\* Vraag zoveel mogelijk mensen uit je eigen netwerk om drie namen te leveren uit hun netwerk die benaderd kunnen worden voor specifieke taken of functies. Doe dit onder de leidinggevend, bestuursleden, ondersteunende leden, je plusscoutsgroep, oud-jeugdleden, oud-kaderleden, ouders, verzorgers, grootouders en oppassers.

## Jeugdleden

Zoals eerder is aangegeven is interne werving het gemakkelijkste te realiseren. Dit start met het gericht begeleiden van jeugdleden. Deze aanpak past ook prima in de uitgangspunten van Scouting waarin de persoonlijke ontwikkeling centraal staat.







\* Zorg voor een vanzelfsprekendheid dat jeugdleden doorstromen naar de functie leidinggevende.

\* Zorg dat jeugdleden op jonge leeftijd al vertrouwd raken met verantwoordelijkheid.

\* Vraag oudere speltakken regelmatig te assisteren bij activiteiten van jongere speltakken. Op die manier kunnen ze vast wennen aan leidinggeven (let op dat ze ook hun eigen spel kunnen blijven spelen, anders haken ze misschien snel af).

\* Biedt jongeren ruimte om zelf te organiseren en geef opdrachten waarbij ze leiding kunnen geven.

\* Leiden oudere scouts de jongere scouts op? Verantwoordelijkheid maakt dat het leuk blijft voor oudere scouts.

\* Werk met subgroepen, ploegleiders en assistent ploegleiders.

\* Gebruik het programma jongerenparticipatie. Speel het spel 'RPG, doe je mee' van Steunpunt Scouting Limburg met explorers en roverscouts. Ze leren er spelenderwijs de Scoutingorganisatie mee kennen, vormen van leiderschap, hoe besluiten tot stand komen.

\* Vraag de jongste kinderen of ze hun oppas eens willen vragen een middag mee te doen met Scouting. Dat moeten mensen zijn die graag met kinderen omgaan.

## Leidinggevenden

\* Vraag aan de bestaande leiding om ideeën, waarom zijn zij eigenlijk leiding? Deze punten kun je gebruiken tijdens de wervingsacties.

\* Werk nieuwe leden als een eenheid. Verdeeldheid in de groep is funest voor werving.

## Bestuursleden

\* Hebben jullie een groepsbegeleider die verantwoordelijk is voor het maken en uitvoeren van een plan; op het vinden, binden, boeien en groeien van vrijwilligers?

\* Geef als bestuur het goede voorbeeld en zorg hiermee dat de leiding open staat voor nieuwe leiding. Het hebben van een volwaardig bezet, goed samenwerkend en functionerend bestuur is tevens aantoonbaar van meerwaarde voor behoud van de kaderleden.

\* Schrijf je Scoutinggroep in bij een vrijwilligersvacaturesite.

\* Scholieren kunnen nu nog op de middelbare school een maatschappelijke stage lopen, dit kan ook bij Scouting. Informeer over de voorwaarden e.d. bij de plaatselijke scholen en denk na over hoe je ze vast kunt houden als ze goed bevallen!

\* De maatschappelijke stage (MAS) levert vaker dan bekend leden op. Een derde blijft langer dan voor de stage afgesproken tijd 'hangen'!

MAS levert tevens een ingang bij middelbare scholen.

- \* Al eens aan senioren gedacht voor in je bestuur? Daar zijn vaak mensen bij met heel veel bestuurlijke ervaring. Zorg voor een goede mix van leeftijden in je bestuur.

### Ondersteunende leden

- \* Hebben jullie een praktijkbegeleider in de groep? Hij peilt ieders behoefte zich te ontwikkelen en zet, in overleg, allerlei middelen hier voor in. Hij kent de kwalificatiekaarten, weet wat er gevraagd wordt aan competenties en weet waar die zitten. Maak gebruik van zijn kennis.
- \* Vraag ondersteunende leden ieder drie namen te leveren
- \* Denk bij werving van ondersteunende vacatures aan een senior (iemand die met pensioen is, maar wel tijd en ervaring heeft).

### Plusscouts

- \* Maak werk van een Plusscoutsgroep. Zorg dat je een Plusscoutgroep in leven houdt of krijgt.
- \* Zorg voor een goede binding met de Plusscouts door ze op te nemen in de groepraad en te blijven informeren over ontwikkelingen in de groep.
- \* Plusscouts zijn waardevol vanwege hun ervaring. Maak er gebruik van.

- \* Vraag Plusscouts voor tijdelijke taken, rollen of functies waarbij je duidelijk bent wanneer dit afloopt.

### Oud jeugd- en kaderleden

- \* Gebruik je historische (oud-)ledenlijst in SOL: onderhoud de contacten. Dit kan ook met behulp van social media als facebook, linkedIn e.d. Zorg dat je oud-jeugdledenlijst en oud-kaderledenlijst op orde is en blijft.
- \* Stuur jullie oud-(kader)leden van tijd tot tijd een 'teken van leven'. Je kunt ze uitnodigen voor een reünie, je kunt ze vragen om een keer assistentie te verlenen bij een programma. Misschien krijgen ze hierdoor de smaak weer te pakken.
- \* Nodig oud-(kader)leden uit om gebruik te maken van hun netwerk.

### Ouders / verzorgers / grootouders

- \* Ken je opvoeders die ideeën hebben geopperd hoe Scouting zou kunnen groeien; nodig ze uit voor een gesprek. Dat moeten betrokken mensen zijn.





- \* Vraag ouders van tijd tot tijd te assisteren bij opkomsten van hun kinderen. Het zal niet de eerste leider of leidster zijn die uit dit bestand komt. Laten meegaan op kamp of weekend als lid van de kookstaf helpt ook. Zorg wel dat je leiding openstaat voor ouders in het team.
- \* Spreek met alle ouders af dat iedereen zich per jaar 12 uur wil inzetten voor de groep. De kans is groot dat je sommigen gemakkelijk te verleiden zijn naar meer uren, omdat ze het zo leuk vinden!
- \* Opkomsten, overvliegen, kampbesprekingen, installaties en andere tradities waar ouders uitgenodigd of aanwezig zijn kunnen momenten zijn om werving onder de aandacht van ouders te brengen. Maak er gebruik van.
- \* Organiseer een groepsdag en nodig de ouders/verzorgers, sponsors en bekenden uit om een activiteit te doen en te komen barbecueën. Vraag dan tijdens een toespraak of er ouders interesse hebben om leiding te worden.
- \* Aan ouders kun je de vraag stellen een lijstje met drie namen te leveren. Het benaderen van deze personen hoeven ze niet te doen. Dat neemt de wervingsgroep voor haar rekening.
- \* Ken je de ouders goed? Weet je wie bereid is zich voor de groep in te zetten? Vraag ouders gericht voor het vervullen van een taak. Het ouder ABC (bijlage 2) kan dan een hulpmiddel zijn.
- \* Als je ouders spreekt die hun kind aanmelden, moet je ze soms vertellen dat hun kind nog geruime tijd op de wachtlijst moet staan. 'Of ze moeten een vader of moeder meebrengen, dan zijn ze eerder aan de beurt'. Voor sommige ouders kan dit een aanleiding zijn leider of leidster te worden.
- \* Bekijk zorgvuldig of die leidinggevende juist wel of juist niet bij de speltak van het eigen kind moet functioneren.
- \* Hebben jullie ouder-kind weekenden? Een ideale gelegenheid om kennismaking tot stand te brengen.
- \* Zorg ervoor dat ouders/verzorgers/grootouders de jeugdleden in het gebouw ophalen. Dat maakt de kans op een praatje en betrokkenheid meteen groter.
- \* De kans dat grootouders Scoutingervaring hebben is groot. Vroeger waren er immers minder keuzemogelijkheden voor kinderen. Hedendaagse grootouders zijn vaak actieve betrokken grootouders.

## Je externe netwerk

- \* Gebruiken jullie de regioraad voor ideeën over werving van kaderleden? Wat is er bij andere groepen bedacht? Wat werkte daar wel en wat niet? (Wat voor de ene groep niet werkt kan in de andere heel goed werken).

If you're happy and you know it, clap your hands. (KLAP, KLAP)  
If you're happy and you know it, then you starty ought to show it.  
If you're happy and you know it, shout hooray!



- \* Gebruik je de regio om vacatures te melden?
  - \* Draagt je regio eraan bij dat kaderleden gezocht en gevonden worden? Onderzoek wat hier mogelijk is.
  - \* Een krantenartikel/advertentie met meerdere groepen samen bespaart op de kosten.
  - \* Knoop een gesprek aan met het bestuur van de Scoutinggroep in je buurt waar men geen tekort aan leidinggevendend heeft. Hoe spelen ze dat klaar? Benader deze als een collega. Kijk op welke gebieden er samenwerking mogelijk is. Dat hoeft helemaal niet te betekenen dat je jouw groeps cultuur gaat verliezen. Het moet mogelijk zijn samen te werken met behoud van het groeps eigene waar je zo trots op bent.
  - \* Daarnaast zijn sponsors, donateurs, bedrijven en organisaties waar jullie contacten mee hebben deel van jullie netwerk. De gemeente waar jullie gevestigd zijn mag niet ontbreken. Maar ook naast buurgroepen en regio's, scholen, natuurverenigingen, wandelclubs, buurt- of wijkraden, enz. maken of kunnen er deel van uit maken.
- ### Vergroot je netwerk door nieuwe relaties aan te gaan.
- \* Scholen worden door allerlei instanties en organisaties benaderd om informatie te verspreiden. Kijk eens eerst wat je de school kan bieden (activiteiten, programma's, kennis, menskracht, materialen).
  - \* Stel het Scoutinggebouw en terrein open voor activiteiten van anderen. Denk bijvoorbeeld aan basisscholen, vergaderingen van wijk-raden, enz.
  - \* Kijk of er combinaties te maken zijn met andere clubs (andere Scoutinggroepen maar wellicht ook buiten Scouting) Je kunt gezamenlijke activiteiten organiseren of uitwisselen van leden, leiding, bestuur.
  - \* Werk samen met een ander soort vereniging, er kan een leuk programma samen worden gemaakt (bijvoorbeeld natuur- of volleybalvereniging), daardoor zou je werk kunnen verdelen en je kunt mensen warm maken voor je eigen vereniging.
  - \* Organiseer een Scout it out-dag. Dat is niet alleen leuk voor het werven van nieuwe jeugdleden maar ook voor het werven van vrijwilligers; je weet pas écht wat Scouting is, als je het beleeft! Zie [www.scouting.nl/laatjeuitdagen](http://www.scouting.nl/laatjeuitdagen).
  - \* Zijn er HBO- of MBO-scholen in je buurt met opleidingen op het gebied van opvoeding, hulpverlening, welzijnswerk? Neem contact op met de stagebegeleider en onderzoek welke mogelijkheden er zijn om bij jouw Scoutinggroep studiepunten te halen.

- \* Organiseer een spectaculaire activiteit voor Pabo-studenten. Denk aan nachthike, drop-ping, survivaltocht of abseilen. Natuurlijk let je op de veiligheid en vertel je er eerlijk bij dat je zo'n programma niet elke week doet.
- \* Vraag bij bedrijven in je omgeving of je voor de leden van de personeelsvereniging een spannend uitstapje mag organiseren. De jaarlijkse personeelsdag staat dan in het teken van 'overleven'. Met al je kennis op dit terrein weet je er voor iedereen een leuke dag van te maken. Stem vooraf met het bestuur van deze vereniging af dat je de tocht voor iedereen haalbaar maakt. Ook mensen die minder goed te been zijn, moeten de dag positief kunnen waarderen. Uiteraard geef je de deelnemers aan het eind van de dag documentatie over je groep mee. Of je ziet zelfs kans bij de afsluiting een mooie videofilm van je zomerkamp te laten zien of de foto's van je laatste survivaltocht.
- \* Organiseer publiekgerichte activiteiten met je groep. Denk daarbij aan fietsenrally, open dag met spectaculaire activiteiten, zeskamp, rommelmarkt, braderie. Dat draagt bij aan de naamsbekendheid van je groep. Mensen willen eerder lid worden van een groep die ze kennen dan van een onbekende organisatie.
- \* Organiseer een tentoonstelling in de hal van het gemeentehuis of in een ander openbaar gebouw waar veel leden van je doelgroep langskomen. Probeer deze tentoonstelling te bemannen en laat die bemanning actief op passanten afstappen.

- \* Op een beursvloer worden samenwerkingsverbanden gesmeed tussen bedrijven en ideële organisaties. Bedrijven werken eraan mee om hun maatschappelijk ondernemerschap te bevestigen. Tref je hier bijvoorbeeld die gezochte penningmeester? Doe eraan mee.

## Externe zichtbaarheid

- \* Zorg dat je in beeld blijft op gemeentelijk niveau. Zorg dat burgemeester, wethouders, raadsleden en ambtenaren jullie serieus nemen en houdt deze contacten warm. Zorg dat je betrokken raakt bij jeugd- en jongerenbeleid in jouw gemeente.
- \* Is de groep vertegenwoordigd op gemeentelijke nieuwjaarsrecepties door bestuursleden? Een jaarlijkse gelegenheid om contacten te leggen.
- \* Is Scouting te vinden op de gemeentelijke website? Maak er werk van.
- \* Samenwerking aangaan of onderhouden met buurt-, wijk- of dorpsraden. Zit daar die gezochte netwerker?
- \* Zorg dat je regelmatig in de media bent met leuke en positieve berichten over de groep.
- \* Werk samen met organisaties die een relatie hebben met de eigen doelstellingen. Denk aan natuur en milieu, aan jeugd- en jongerenwerk, aan scholen, opleidingen, cursussen en trainingen.



Denk aan veiligheid, EHBO, brandweer en politie. Denk aan de relaties met de 8 activiteiten-gebieden.

- \* Vraag of je spreekbeurten of lezingen mag houden bij serviceclubs zoals de Rotary, gezelligheidsverenigingen of personeelsverenigingen. Natuurlijk is je lezing geen saaie voordracht maar zie je kans het publiek met een of meer opdrachten actief te krijgen. Je geeft dus een kleine demonstratie van wat Scouting is. Natuurlijk deel je op een dergelijke bijeenkomst een prima folder uit en vindt de lezer in die folder een mogelijkheid om te reageren.

- \* Laat je zien als groep in je wijk, buurt, dorp of stad. Wees trots op de organisatie en ook bij financiële acties dragen jullie zichtbaar minimaal de Scoutingdas.

### Hoe ga je werven en wat heb je nodig?

#### Benaderen van kandidaten

- \* Onthoud en draag uit: iedereen is een potentieel vrijwilliger.
- \* Ieder lid van het netwerk van de groep is ambassadeur van jouw groep.
- \* Vraag mensen persoonlijk, dan voelen ze zich vaak specialer en zullen ze eerder de stap nemen om het te proberen. Onthoud dat persoonlijk contact de beste vorm van communicatie is. Aan een poster kan iemand gemakkelijk voorbijlopen, een folder kan ongelezen bij het oud papier gegooid worden, een webartikel ongezien blijven.
- \* Vraag je iemand heel gericht op basis van zijn kwaliteiten. Benadruk het aspect 'kwaliteit' als je mensen vraagt te gaan leidinggeven in je Scoutinggroep. Je zoekt niet zomaar iemand, je wilt graag iemand hebben met de juiste kwaliteiten. Op die manier krijgt de persoon die je aanspreekt het gevoel dat je groep niet zomaar een toevallige verzameling van mensen is.
- \* Scouting is een lerende organisatie: missers maken mag! Door ervaringen leren zowel jeugd- als kaderleden.
- \* Als je in gesprek raakt met een kandidaat, geef dan eerlijke informatie over de tijdsinvestering. Doe dat niet af met 'twee uurtjes per week' terwijl je weet dat dit bijvoorbeeld twee dagdelen zijn. Vraag de huidige functionaris hierover, vraag een andere groepsfunctionaris of schat zelf in.
- \* Een open dag, spelletjesdag of andere jeugdledenwerfactie kan tevens kaderleden werven.
- \* Begin een uitzendbureau voor de groep, waarin je alle Plusscouts, ouders, oud-leden en andere geïnteresseerden vraagt zich in te schrijven. Alle voorkomende werkzaamheden kun je hier aanmelden.
- \* Maak in het clubhuis een vacaturebord, zodat bijvoorbeeld langslappende ouders of mensen zien dat jullie vrijwilligers zoeken.

- \* Organiseren jullie zelf of nemen jullie deel aan een braderie of de markt op Koningdag? Prachtig. Natuurlijk zorg je voor uitdagende activiteiten en natuurlijk probeer je met potentiële kandidaten tot een afspraak te komen.
- \* Bied koffie of soep aan; dan blijven ze even 'hangen' en kan je hen makkelijker een mooi verhaal over Scouting vertellen.
- \* Ga voor de marktkraam staan i.p.v. erachter. Je hebt beter contact met bezoekers. Je kunt ze beter aanspreken. De barrière van een tafel is weg.
- \* Je kunt ook kiezen voor een drankje in een stenen (Scouting)beker. Dat laat zien dat jullie groep zorg heeft voor het milieu. Weglopen met een dergelijke stenen beker of glas zullen de mensen ook niet gauw doen. Natuurlijk zijn de bекers en glazen brandschoon!
- \* Sta je met een kraam op een braderie of vrijetijdsmarkt, schenk dan hete koffie. Mensen vinden het onbeleefd om met die hete koffie weg te lopen. Die tijd is voor jou net genoeg om een praatje aan te knopen.

- \* Houd je een actie? Geef iedere koper van een oliebol, wc-papier, geranium, zakje tuingrond of wat dan ook, een klein kaartje mee: 'Bedankt voor uw aankoop. Hiermee steunt u onze groep financieel. Wilt u onze groep ook op een andere manier steunen? Dat treft! Wij zijn op zoek naar personen die sterk gemotiveerd zijn om kinderen te begeleiden op hun weg naar zelfstandigheid. Daarvoor gebruiken we bij onze groep het Scoutingprogramma. Bent u of kent u zo'n gemotiveerd persoon? Dan komen wij graag met u in gesprek. Bel (gevolgd naam en telefoonnummer)'.
- \* Gebruik je eigen informatiekanalen. Je eigen (digitale) verenigingsblad of nieuwsbulletin gebruik je hier vanzelfsprekend voor.

## Folder, flyer en poster

- \* Ontwikkel een folder over je eigen groep of maak gebruik van de Laat je uitdagen! posters, -folder en een -flyer, gericht op vrijwilligerswerving. Kant-en-klaar, maar ook zelf aan te passen. Zie [www.scouting.nl/laatjeuitdagen](http://www.scouting.nl/laatjeuitdagen). Pas ze aan op je eigen situatie. Je geeft deze folder pas aan iemand als je merkt dat er serieuze belangstelling is. In dat geval noteer je ook naam en adres en zorg je voor een vervolg.
- \* Maak in je werving melding van de degelijke begeleiding die leidinggevendenden krijgen en de opleidings- en ontplooiingskansen. Dat doe je uiteraard alleen maar, als je dat ook kunt waar maken.



LE COÛ EST MORT, LE COÛ EST MORT  
 Il me dira plus cocodi, cocodé,  
 Il me dira plus cocodi, cocodé,  
 cococodi cocodi cocoda

- \* Deel de flyers en folders uit op markten of braderieën.
- \* Hang je wervingposter (voorzien van een reactie mail-adres) op in de wachtkamer van de dokter, op het postkantoor en/of op prik-borden van universiteiten, HBO- en MBO-scholen.
- \* Hang je wervingposter op in het 'arbeids-bureau'. Controleer van tijd tot tijd of de poster er nog hangt. Ververs op tijd en houd in ieder geval in de gaten of er geen verouderde adressen op staan.
- \* Vraag of je een wervingfolder mag toevoegen aan het welkomstpakket voor nieuwe inwoners van de gemeente.
- \* Folders en posters zijn uiteraard zichtbaar in je HK, clubhuis of wachtschip.
- \* Vraag aan ouders of ze je willen helpen je poster te verspreiden.

### Artikelen, advertenties

- \* Vraag of je een artikel over jouw Scouting-groep mag plaatsen in schoolbladen van MBO- en HBO-opleidingen en bladen van bedrijven in de buurt.
- \* Nodig de lokale pers uit voor een evenement en vraag of zij een oproep willen doen.
- \* Ontwikkel een 'stopper'. Dit is een kleine afbeelding met korte wervende tekst die je naar de redacties van elke media in je omgeving

opstuurt. Daarbij voeg je het verzoek of men deze stopper gratis wil plaatsen als er toevallig ruimte overblijft in het blad.

- \* Een advertorial is iets anders dan een advertentie. Gebruik dit goedkopere en vaak gratis reclamemedium voor je groep of regio ter promotie en werving.
- \* Behalve met stoppers en persberichten kun je natuurlijk ook betaald adverteren in de plaatselijke media. Dat is duurder, maar je bent wel verzekerd van plaatsing in de vorm die jij kiest.
- \* In iedere supermarkt hangen borden waarop je gratis advertenties kunt plaatsen. Ontwerp een kaartje in het juiste formaat en plaats een aantal kaartjes op zo'n bord. Houd deze actie een tijdje vol, want de kaartjes worden op gezette tijden verwijderd.

### Social Media: website, facebook, twitter, app, e.d.

- \* Zet de vacature(s) op de website van je Scoutinggroep. Gebruik je website, facebook, eigenlijk alle sociale media als wervingsinstrument.
- \* Gebruik en onderhoud contacten met vrijwilligersvacaturebanken. Schrijf je Scouting-groep in bij de vrijwilligersvacaturebank in je gemeente.





\* Maak een Facebook-pagina voor je Scouting-groep en zet hier activiteiten op die de groep doet. Via een dergelijke pagina kan je ook een oproep plaatsen voor nieuwe leiding.

\* Maak een oproep en zet hem op Twitter. Je kunt vragen of de gemeente of een organisatie met veel volgers zo'n tweet wil retweeten, zo bereik je meer mensen.

\* Maak een wervingsfilmpje over de groep, plaats hier een oproep bij en zet hem bijvoorbeeld op YouTube. Laat het liken en doorsturen!

\* Maak gebruik van het wervingsfilmpje 'Laat je uitdagen!' voor het werven van vrijwilligers dat Scouting Nederland heeft gemaakt. Deel 'm op je groepsite, de site van de gemeente en via social media: [www.scouting.nl/laatjeuitdagen](http://www.scouting.nl/laatjeuitdagen).

\* Wordt lid van facebook van andere Scouting-organisaties en / of LinkedIn Scouting Nederland.

## Welke andere middelen zijn er nodig?

\* Financiën. Met welk budget kun je werken? Neem het op in je begroting voor de groep.

\* Heb je geld voor het plaatsen van een advertentie geregeld?

\* En voor printwerk van posters, flyers en boekjes.

\* Heb je een websitebeheerder, een graficus, een ontwerper, een DTP-er in je netwerk?

*Wij zoeken een zeldzame, hippe vogel en een coole kikker!*



Iemand die handig met ICT? Of moeten jullie dit uitbesteden?

\* Gebruik de wervingsmiddelen en het promotiemateriaal van het Steunpunt die te huur en te leen zijn. (Banners, vlaggen, enz.)

\* Gebruik de website [www.scouting.nl](http://www.scouting.nl) voor nog meer tips en de wervingsmiddelen 'Laat je uitdagen' van Scouting Nederland. Vraag je groepssecretaris ernaar.

\* Gebruik de bronnen opgenomen in dit boekje.

## Selecteren

\* Gebruik de lijsten van namen die verzameld zijn. Maak een eerste selectie uit op basis van de gestelde criteria. Welke functie is het urgentst, welke het belangrijkste, welke competenties zoeken we, enz.

\* Ga voor kwaliteit. Niet iedereen die zich aanmeldt, hoeft geschikt te zijn voor een functie!

\* Het heeft geen zin om een vrijwilliger in te zetten op een functie die hem niet past.

\* Potentiële kandidaten selecteren zelf. Zij bepalen of hun vrije tijd te kostbaar is tegenover het aanbod van de groep.



## Check gegevens van de gevonden persoon

- \* Informeer naar de 'antecedenten' van een nieuweling, dat kan nare verrassingen voorkomen. Uiteraard doe je dat met medeweten van de persoon in kwestie.
- \* Vraag bij nieuwe mensen bij je gemeente een VOG (Verklaring Omtrent Gedrag) aan, ook dit kan nare verrassingen voorkomen.

## Geef ruimte aan de nieuwe vrijwilliger

- \* Nodig de vrijwilliger uit om een keer te proeven om mee te doen. Geef de vrijwilliger (en de groep) ruimte door het instellen van een proeftijd om op later moment over te gaan tot het definitieve aangaan van het vrijwilligerswerk.
- \* Zorg dat de nieuwe vrijwilliger geïntroduceerd wordt en kennis maakt met iedereen.
- \* Een introductie waarbij aandacht is voor de persoon en de bekende kwaliteiten benoemd worden.

- \* Een warm ontvangst met de uitreiking van het huishoudelijk reglement van je groep
- \* Vermeld jullie waarderingsgebruiken zoals het hebben van gezellige informele activiteiten na de opkomsten voor vrijwilligers.
- \* Laat de nieuwe vrijwilliger eventueel proeven aan verschillende mogelijkheden in de organisatie.

- \* Verstrek informatie over je groep waarin opgenomen:

- 1 > Wie doet wat
- 2 > Jaarlijkse momenten en tradities
- 3 > Afspraken binnen de groep over gedrag, materiaalgebruik, etc.
- 4 > Aanvraag VOG bij nieuwe mensen van buiten de groep
- 5 > Informatie over de regio (activiteiten, bijeenkomsten)
- 6 > Informatie over Scouting Academie Limburg
- 7 > Welke kosten worden vergoed en welke niet

- \* Neem een half jaar of een jaar als inwerktijd voor de nieuwe vrijwilliger en ga over tot veel aandacht besteden aan binden en boeien, zodat je geworven leden ook behoudt.

## SAMENVATTING VAN HET WERVINGSPROCES

### Vooraf aan werving

Werving is een doorlopend proces in een organisatie. Zorg vooraf dat je beleid hebt hoe om te gaan met vrijwilligers. Weet hoe jouw organisatie in elkaar zit en stel eenmaal per jaar het vrijwilligersbeleid bij. Hoe ga je nieuwe vrijwilligers begeleiden in het inwerktraject. Wie is daar verantwoordelijk voor? Weet wat je vraagt aan vrijwilligers en wat je als organisatie hier tegenover kan stellen.

Zorg dat alle kaderleden goed op de hoogte zijn. Stel een vaste datum in als overlegmoment om de 'gaten' te inventariseren onder de huidige kaderleden. Bekijk waar gaten vallen en spreek af welke persoon je hierbij zoekt. Kennis, vaardigheid en houding zijn belangrijke maatstaven, maar ook of de persoon past in jullie groepscultuur. Kwaliteit op beide vlakken is ideaal.

### De werving

Iedereen is geïnformeerd. Iedereen weet waar werk blijft liggen of waar mensen overbelast zijn. Werk van binnen naar buiten. Ken het netwerk. Het eigen netwerk is groter dan je in eerste instantie denkt! Werf face to face met ondersteuning van flyers, posters, website, social media. Wees zichtbaar als groep. Werk van informeel naar formeel. Begin met een informeel gesprek en breidt dit uit naar de vraag om een keer mee te doen.

### Van kandidaat tot lid

Zorg dat de opvang en begeleiding goed verloopt. Er is voldoende tijd uitgetrokken voor de inwerkperiode. Dat de nieuwe vrijwilliger een warm welkom ten deel valt. Dat hij goed geïnformeerd is over de dagelijkse gang van zaken. Dat hij weet wat er van hem verwacht wordt. Dat hij weet wat er tegenover zijn inzet staat. En dat geregeld is dat hij geboeid en verbonden blijft.



## DE GROEPSSFEER / SAMENWERKINGSKLIMAAT

### Algemene sfeer

Hoe is de sfeer in de groep? Is deze positief: ondersteunend, warm, rustig, vrolijk, enthousiast, taakgericht, tolerant? Of juist negatief: onverschillig, vijandig, onrustig, afwerend, intolerant, niet-taakgericht? Ook de wijze waarop nieuwe leden in de groep worden opgenomen zegt veel over de groepsfeer. Als alle nieuwe leden zich moeten 'invechten', is dit geen goed teken. In een positief groepsklimaat overheerst welwillendheid en nieuwsgierigheid naar een nieuw lid.

### Onderlinge relaties

Hoe zijn de relaties tussen de leden? Let hierbij ten eerste op het aantal vriendschappelijke relaties en het aantal leden dat onderlinge conflicten heeft. In een groep met een positief groepsklimaat zijn meer vriendschappen tussen leden onderling dan in groepen met een negatief groepsklimaat.

### Onderlinge communicatie

Hoe verlopen de interacties tussen de leden in de groep? Is er vooral positieve uitwisseling? Of overheersen negatieve uitingen? En is er veel of weinig onderlinge communicatie? Veel communicatie wijst op een positief groepsklimaat.

### Rollen in de groep

In een groep met een positief groepsklimaat zijn er veel verschillende rollen, waardoor elk lid er een plekje kan vinden. Er zijn meestal een of twee gezagsdragers, leden die met initiatieven komen, waar anderen enthousiast van raken, leden die een knoop doorhakken. Er zijn ook altijd sociale leden die anderen behulpzaam zijn, zorgen dat iedereen kan meedoen en anderen troosten. De grapjas, het lid dat zorgt voor plezier in de groep, is ook een bekende rol, die vooral tot bloei kan komen in een positief groepsklimaat. Een negatief groepsklimaat zorgt ervoor dat er maar weinig rollen zijn: er is een machthebber en de rest volgt of trekt zich terug.

### Samenhang in de groep

Wanneer leden elkaar kennen, betrokken zijn bij elkaar, praten over 'wij', en samen aan taken werken, is sprake van samenhang of groepscohesie. Een gebrek aan groepscohesie blijkt als leden elkaar afwijzen, niet bereid zijn om met elkaar te spelen of samen te werken, en er veel leden die zich uitsluitend op het eigen subgroepje richten. Groepscohesie ontstaat gemakkelijker wanneer veel leden in de groep bevriend zijn. Vooral leden die met veel verschillende leden in de groep bevriend zijn, dragen bij aan groepscohesie. Ze verbinden de losse vriendenkoppels.

Een andere bron van groepscohesie is draagvlak voor het doel van de groep. Een groep leden die gezamenlijk werkt aan een ledenwerving, ontwikkelt groepscohesie.

Daarom zet een groepsbegeleider graag een groep samen aan het werk.

## BIJLAGE 2

### ABC OUDERBETROKKENHEID



**A** Aanhangertje \* Advies \* Auto

**B** BBQ \* Bestuur \* Brandhout \* Bouwtekening \* Burendag \* Buurt

**C** Computer \* Contact \* Contributie

**D** Dak \* Denktank \* Deuren \* Dropping

**E** Elektriciteit \* Email

**F** Facebook \* Feedback \* Financiële acties  
Flyers

**G** Gas \* Gebouw \* Gras maaien \*  
Groot formaat printwerk

**H** Haardvuur \* HK \* Hout \* Handige handen

**I** ICT \* Installeren \* Insignes opnaaien  
Isoleren

**J** Jeugdleden

**K** Kaderleden \* Klusdag \* Kozijnen \* Kopen  
gebouw \* Kookstaf

**L** Lege flessen actie \* Leidinggeven

**M** Materialen \* Meedenken \* Meedoen  
Meewerken

**N** Netwerken \* Nieuwe leiding \* NL Doet  
Natuurwerkdag

**O** Organiseren \* Oudercommissie  
Oudervertegenwoordiging

**P** Poetsen \* Promotie \* Personeelswerk  
Peningmeester \* Poster \* Printwerk  
Plusscout

**Q** Quizvragen

**R** Redactie \* Renoveren

**S** Secretaris \* Statiegeld \* Sponsoring  
Speurtocht

**T** Transformeren \* T-shirts \* Toevertrouwen  
Twitter

**U** Uitdagen \* Uitnodigen  
Uitvoeren van klussen

**V** Vertrouwenspersoon \* Verven \* Verwarming  
Vrijwilliger \* Moer \* Vuilnis

**W** Website \* WC \* Was \* Wandelroute

**X** Xtra hulp met handjes en hoofdjes

**Y** IJverig

**Z** Zoek mee naar leden \* leiding  
bestuurondersteuning \* Zagen



Row, row, row your boat,  
Gently down the stream,  
Merrily, merrily, merrily, merrily,  
Life is but a dream...

## LAAT JE UITDAGEN!

Wanneer men werven als een uitdaging ziet is er energie. De wil is er en men heeft een streven om voor het belang van de groep te gaan. Er is een gemeenschappelijke drijfveer om de voortgang (het bestaan) van de groep te garanderen. Menige groep heeft het programma groepsontwikkeling gevolgd dat in eerste instantie insteekt op kwaliteit en vervolgens kijkt naar groei en werving van zowel kaderleden en jeugdleden. Deelnemende groepen hebben ervaren dat werving van kaderleden een gedeelde verantwoordelijkheid van de gehele groep is. In de groep wordt gekeken; wat hebben we, wat willen we en wat gaan we daar aan doen.



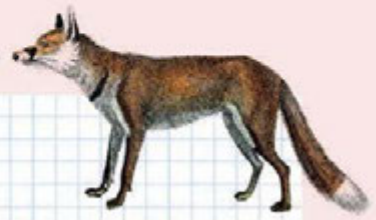
\*\*\* Veel plezier & veel succes!

# POSSIBLE TRANSFORMATIONS OF TELEGRAPHY

LETTER	MORSE SIGNAL	POSSIBLE TRANSLATIONS	LETTER	REDDISCH SIGNAL
A	· - -	E	A	— — — — —
B	· - · - ·	T		— — — — —
C	· - - -	N		— — — — —
D	· - - ·	N N		— — — — —
E	· -	N N N		— — — — —
F	· - · -	N N N N		— — — — —
G	· - - ·	N N N N N		— — — — —
H	· - · - ·	N N N N N N		— — — — —
I	· - · -	N N N N N N N		— — — — —
J	· - - - ·	N N N N N N N N		— — — — —
K	· - · - -	N N N N N N N N N		— — — — —
L	· - - - ·	N N N N N N N N N N		— — — — —
M	· - - - -	N N N N N N N N N N N		— — — — —
N	· - - - -	N N N N N N N N N N N N		— — — — —
O	· - - - -	N N N N N N N N N N N N N		— — — — —
P	· - - - -	N N N N N N N N N N N N N N		— — — — —
Q	· - - - -	N N N N N N N N N N N N N N N		— — — — —
R	· - - - -	N N N N N N N N N N N N N N N N		— — — — —
S	· - - - -	N N N N N N N N N N N N N N N N N		— — — — —
T	· - - - -	N N N N N N N N N N N N N N N N N N		— — — — —



*Allewieja wasjo wasf!*



Hoe was die? Goed!  
Hoe was die? Best!

Hoe was die? **KNAL!**



## COLOFON



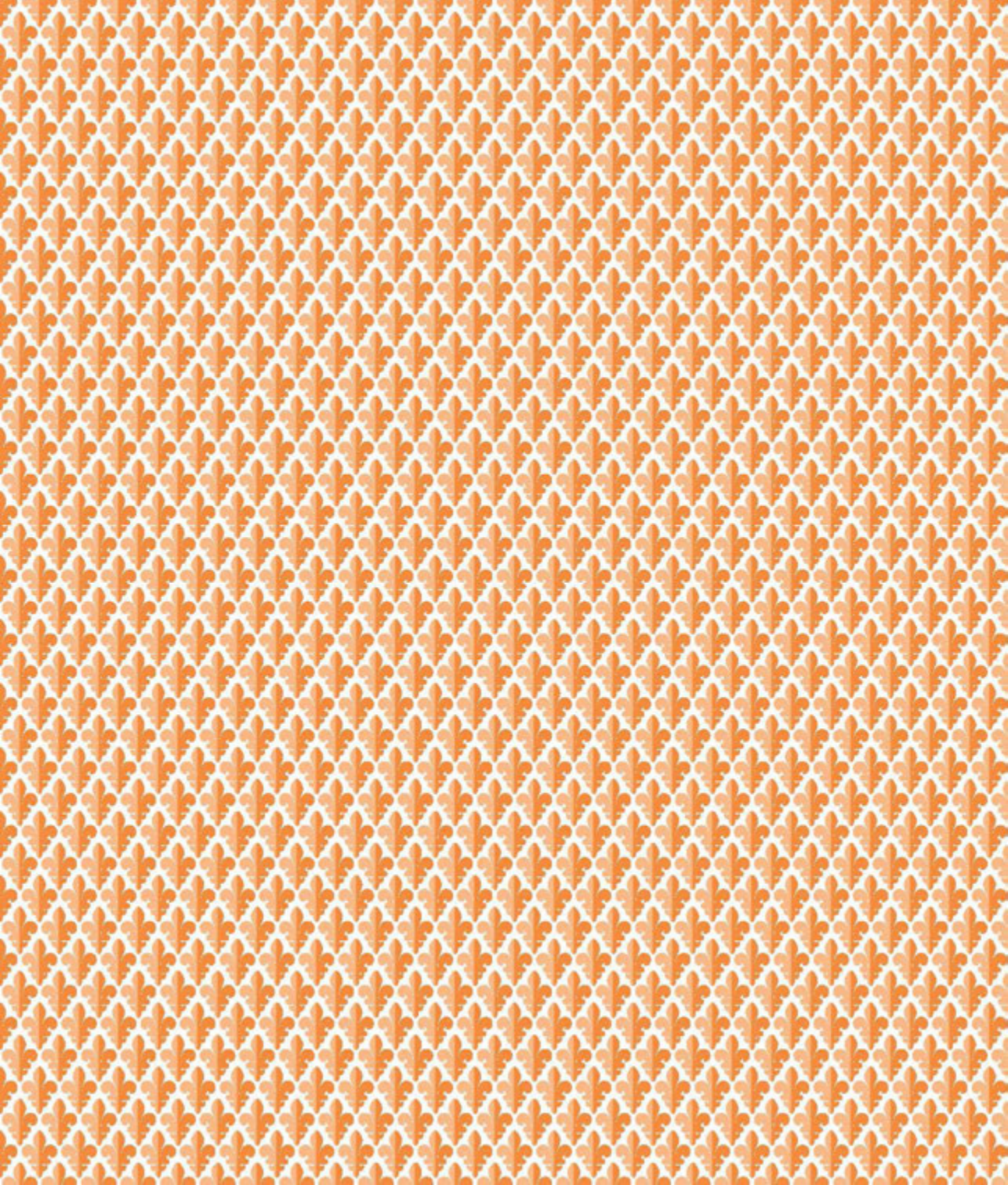
- Redactie // → Patrik Borgere \* Ruud Meteemakere (WATCH-hrm)
- Met dank aan // → Patrik Heunen \* Marieke Wolters \* Paul Weijenberg  
Leon Kuipers
- Concept, ontwerp & illustratie // → Bomkracht \* [www.bomkracht.nl](http://www.bomkracht.nl)
- Drukwerk // → 123 printen \* [www.123printen.com](http://www.123printen.com)

\*\*\* VERDER DANK AAN VELE LIMBURGSE VRIJWILLIGERS BETROKKEN BIJ HET PROGRAMMA GROEPSONTWIKKELING  
IN GROEPEN EN REGIO'S VOOR HUN INBRENG. \*\*\*

Steunpunt Scouting Limburg // Baandert 20 // 6136 ER Sittard  
T (31) 046 - 485 99 09 // [info@scoutinglimburg.nl](mailto:info@scoutinglimburg.nl)



Scouting = Buitengewoon! Buitengeweldig! Buitenaards!





**Steunpunt  
Scouting Limburg**

[www.scoutinglimburg.nl](http://www.scoutinglimburg.nl)

Deze uitgave werd mede  
mogelijk gemaakt door:

provincie limburg 