

## Vrijwilligers werven met pakkende vacatures

Veel verenigingen, stichtingen en clubs zijn op zoek naar vrijwilligers voor het mooie en belangrijke werk dat ze doen. En gelukkig zijn vrijwilligers nog steeds te vinden.

Wel is het essentieel dat je als organisatie continue een focus houdt op je vrijwilligersbestand en de toekomst van je organisatie. Investeer tijd in het aantrekken van nieuwe krachten.

Sta met je huidige vrijwilligers stil bij hun rol in de organisatie, zodat zij tevreden blijven en kunnen groeien.

Galant kan je helpen om kansen, risico's en ambities voor je organisatie in kaart te brengen. Of om een goed vrijwilligersbeleid op te stellen, waardoor je vrijwilligers tevreden en betrokken blijven.

### Maak het werk flexibel(er)

Veel organisaties hebben hun werkzaamheden verdeeld over functies voor de verschillende vrijwilligers. Dat is handig op het moment dat je vrijwilligers hebt die tevreden en bedreven zijn in het takenpakket dat ze uitvoeren. Als je op zoek gaat naar nieuwe mensen, is het echter niet vanzelfsprekend dat die al het werk behorend bij een bepaalde functie kunnen of willen uitvoeren.

Door te focussen op welke taken uitgevoerd moeten worden en welke talenten daarbij passen, krijg je zicht op de afzonderlijke werkzaamheden en ontstaan nieuwe combinaties.

Vraag je dus het volgende af voordat je vrijwilligers gaat werven:

- Welke concrete taken hebben wij?
- Welke talenten of eigenschappen hebben vrijwilligers daarvoor nodig?
- Welke combinaties kunnen we maken? Verdeel het werk het liefst in hapklare brokken die ook mensen met minder tijd kunnen doen.

### Creëer betrokkenheid

De meeste mensen doen vrijwilligerswerk omdat het hen een fijn gevoel geeft. Omdat ze zien dat anderen geholpen zijn of omdat ze iets kunnen bijdragen aan een betere wereld. Deze betrokkenheid is een eerste aanzet tot inzet.

Betrokkenheid of verbinding is een GEVOEL. Je zet je ergens voor in, omdat iets je bijvoorbeeld blij, bang of boos maakt. Angst voor klimaatverandering kan er toe aanzetten om actief te worden in een milieubeweging. Als je zelf veel plezier beleeft aan sporten, kun je dit als buddy delen met iemand met een beperking.

## Vrijwilligers werven met pakkende vacatures

- Vanuit welke betrokkenheid zou iemand vrijwilligerswerk bij jullie organisatie willen doen?
- Aan welke drijfveren kan het vrijwilligerswerk invulling geven?
- Welke ervaring(en) biedt het werken bij jouw organisatie de vrijwilliger?

Jouw vacature is het eerste “contact” met een potentiële vrijwilliger. Hoe stimuleer je daarin die betrokkenheid?

- Benoem concreet hoe de vrijwilligers “verschil maken”
- Persoonlijke verhalen zorgen voor identificatie. Het werkt beter om het verhaal van één client goed uit te werken, dan om alleen te vertellen dat je 600 cliënten helpt.
- Met welke idealen of waarden kan de vrijwilliger aan de slag?
- Welke ervaringen doen vrijwilligers op tijdens het werk?

Een voorwaarde voor betrokkenheid is dat je ook daadwerkelijk betrokken wordt. Een enorme open deur, maar in de praktijk zien we nog vaak dat de organisatiestructuur leidend is en de vrijwilligers vooral “uitvoeren”.

Maak je organisatie aantrekkelijker en je vrijwilligerspotentieel groter door mensen mee te laten denken over hun inbreng.

## Vacature opstellen

Het is tijd om je hengel(s) uit te werpen in de vrijwilligersvijver:

### *Toon:*

Bepaal de toon van je vacature en zorg er voor dat die de sfeer bij je organisatie weergeeft. Is het altijd druk en dynamisch, of juist lekker rustig? Gaan jullie formeel of juist heel persoonlijk met elkaar om? De keuze om een potentiële vrijwilliger met “U” of “jij” aan te spreken, is bijvoorbeeld bepalend voor het beeld dat een lezer van je organisatie krijgt.

### *Plaatje:*

Een plaatje trekt meer aandacht dan tekst. Of je je vacature nu op een vacaturebank of in de wijkkrant zet, een goed gekozen afbeelding zorgt er voor dat je opvalt. Gebruik afbeeldingen van een goede kwaliteit, die meteen een sfeer oproepen of de nieuwsgierigheid prikkelen. Een mooie foto spreekt meer aan dan een organisatielogo.

### *Titel:*

Bedenk een goede titel. Je kunt ervoor kiezen de werkzaamheden heel concreet te benoemen (“Verkeersregelaar bij evenement”), dan is meteen duidelijk wat de vrijwilliger kan doen. Of je spreekt de vrijwilliger aan op iets dat hem of haar interesseert (“Wandelt u ook graag?”) om betrokkenheid te creëren.

Gebruik in ieder geval nooit alleen vage termen, die niets zeggen over het werk, zoals “vrijwilliger/coördinator/projectleider gezocht”.

## Vrijwilligers werven met pakkende vacatures

### *Begin niet meteen over jezelf:*

Organisaties zijn vaak geneigd vacatures te beginnen met informatie over wie ze zijn en wat ze doen, in het ergste geval doorspekt met veel vakjargon. Daarmee stel je letterlijk jezelf op de 1<sup>e</sup> plaats en komt de vrijwilliger pas op de 2<sup>e</sup> plek.

Denk vanuit de vrijwilliger: waar wordt hij of zij blij van, in welke behoefte of emotie vervult het werk? Begin je vacaturetekst daarmee!

Informatie over de organisatie geef je liefst pas aan het eind van de vacature. In veel vacaturebanken kun je deze info in een apart kader invullen, dat bij of onder je vacature(s) staat.

### *Wat kan ik doen?*

Geef praktische informatie over de taken en wat je van een vrijwilliger verwacht:

- Welke concrete werkzaamheden kan de vrijwilliger uitvoeren?
- Op welke dag(en), tijd(en) en locatie kan het werk gedaan worden?
- Zijn er speciale vereisten, bijvoorbeeld een rijbewijs, EHBO-diploma of werkkleding?

Stel je zo flexibel mogelijk op in wat vrijwilligers willen doen (zie stap 3) en geef dit ook aan in de vacature. Bijvoorbeeld door te melden dat takenpakket en/of werktijden in overleg bepaald worden.

### *What's in it for me?*

Benoem wat je de vrijwilliger te bieden hebt. Dat kunnen praktische zaken zijn zoals een vrijwilligersvergoeding, training of gratis toegang tot activiteiten. Maar benoem ook zaken als gezelligheid in het team, waardering van deelnemers of persoonlijke groei van de vrijwilliger.

### *Een frisse blik:*

Laat je vacature lezen door iemand van buiten de organisatie, bijvoorbeeld een kennis of familielid. Welk beeld krijgt een "buitenstaander" van het werk en jullie organisatie?

Je kunt je vacatures altijd laten nakijken door Galant en persoonlijke tips ontvangen. Mail je vacature naar [info@galant.nl](mailto:info@galant.nl).