

## Vrijwilligers werven met pakkende vacatures

### Inleiding:

Veel verenigingen, stichtingen en clubs zijn op zoek naar vrijwilligers voor het mooie en belangrijke werk dat ze doen. Nederland kent een bijzonder hoog percentage mensen die zich vrijwillig inzetten, we zijn koploper in Europa. Toch kan het veel moeite kosten voldoende en geschikte mensen voor jouw club aan te trekken. Mensen hebben geen tijd meer, wordt vaak gedacht. En 'jonge mensen' zouden niet meer te porren zijn om iets voor een ander te doen.

Onderzoek toont aan dat beide aannames niet kloppen:

- Het aantal mensen dat vrijwilligerswerk doet blijft al jarenlang redelijk constant: er vallen mensen af, maar er komen ook steeds nieuwe vrijwilligers bij.
- Sinds 2010 zijn er in de gemeente 's-Hertogenbosch 175 nieuwe organisaties opgericht die met vrijwilligers werken. Als de vrijwilligersvijver leeg zou zijn, was dit niet gelukt.
- Van de 18 tot 39-jarigen doet zo'n 35% vrijwilligerswerk. Ook onder jongere mensen is er dus animo. Zij werken wel graag flexibel en minder vaak jarenlang bij dezelfde organisatie.

Conclusie: vrijwilligers zijn gelukkig 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.

Binnen nu en 10 jaar zal een grote groep vrijwilligers (de babyboomgeneratie) stoppen met hun werk. Investeer tijdig in het aantrekken van nieuwe krachten.

### Stap 1: Blik op de toekomst

Het soepel laten draaien van je organisatie en het uitvoeren van je kernactiviteiten vragen veel aandacht en tijd. Toch is het slim om ook regelmatig stil te staan bij de toekomst: bedenk hoe je organisatie er over 2 jaar uit moet zien en wie je daarvoor nodig hebt.

- Gaat je organisatie groeien of krimpen?  
Misschien is er grote vraag naar je activiteit/dienst of wil je nieuwe activiteiten/diensten gaan aanbieden. Of wil je juist meer focus op een beperkt aantal activiteiten/diensten.
- Blijven de huidige vrijwilligers komende jaren actief?
  - Hoe ziet je vrijwilligersbestand eruit qua leeftijdssamenstelling?
  - Zijn vrijwilligers tevreden met hun werk?
  - Kunnen vrijwilligers zich ontwikkelen binnen de organisatie?

Door vooruit te denken kun je tijdig reageren op veranderingen en heb je meer ruimte om op zoek te gaan naar de juiste mensen. Daarnaast is het essentieel om met je huidige vrijwilligers stil te staan 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.**

## Stap 2: Investeer in zichtbaarheid

Naast nadenken over je toekomst, is het ook belangrijk te investeren in zichtbaarheid. Immers, hoe gaan nieuwe vrijwilligers de weg naar jouw club vinden, als ze niet weten dat je bestaat?

Zorg dat mensen een goed gevoel krijgen bij wat jullie doen: laat zien wat je bereikt en welke voldoening de vrijwilligers halen uit hun werk.

- Hou je website up to date en breng regelmatig nieuws
- Gebruik sociale media voor nieuwtjes, verhalen, foto's en filmpjes
- Nodig lokale media en/of wijkkranten uit
- Hou een open dag of organiseer een activiteit
- Je vrijwilligers zijn je ambassadeurs

**Maak gebruik van de communicatie workshops die de VrijwilligersAcademie073 aanbiedt of vraag Galant om advies op maat.**

## Stap 3: 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. In plaats van heel lang te zoeken naar die perfecte duizendpoot, vind je misschien wel 3 nieuwe vrijwilligers die elk graag een deeltaak uitvoeren. Werk dat één vrijwilliger eerst 15 uur per week kostte, wordt dan ook aantrekkelijk voor mensen die minder tijd hebben. Hiermee boor je nieuw potentieel aan.

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.

## Stap 4: 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.

- 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.

Bij het schrijven van vacatures zit hierin dan het verschil:

“Schuilt er in jou nog dat kind dat geniet van fikkie stoken, hutten bouwen en speurtochten? Kun jij de jonkies hier nog wat over leren? Kom dan eens op de koffie bij Scouting West, we zijn benieuwd naar jouw ideeën.”

Deze tekst spreekt mensen aan op dingen waar ze zelf van genieten, op ervaring die ze over kunnen brengen. Ze hadden ook kunnen schrijven:

“Scouting West zoekt begeleiders die het wekelijkse activiteitsaanbod voor de Bevergroep willen organiseren en uitvoeren.”

De tekst klinkt meteen veel zakelijker en focust meer op het werk dan op het plezier van de vrijwilliger. Bovendien bied je met de 2<sup>e</sup> tekst een vastomlijnde functie aan, terwijl de 1<sup>e</sup> tekst meer ruimte laat voor wat de vrijwilliger wil en kan bieden. De 2<sup>e</sup> tekst zal mensen aanspreken die eigenlijk al weten dat ze graag bij een scoutinggroep willen werken. De 1<sup>e</sup> tekst prikkelt ook mensen die nog nooit over dit werk hebben nagedacht!

Deze benadering is niet alleen te gebruiken voor “leuk” werk:

“Als je weet dat het einde nadert, waar wil je dan zijn? Thuis, in je eigen bed, omringt door de mensen van wie je houdt. Het proces van afscheid nemen is ontzettend waardevol, maar ook zwaar voor de naasten. Er even uit kunnen voor een boodschap of kopje koffie met een vriend(in) is nodig om het vol te houden. De familie even op adem laten komen, terwijl de zieke in goede handen is: dat is wat jij kunt betekenen bij de Vrijwillige Terminale Zorg.”

Deze tekst spreekt mensen op een emotioneel niveau aan: iedereen krijgt vroeg of laat te maken met het verlies van naasten en hoopt op een waardig einde. De tekst maakt de meerwaarde van dit vrijwilligerswerk heel duidelijk en creëert betrokkenheid bij het onderwerp.

Vrijwilligerswerk is bijna altijd mensenwerk: je werkt met en voor anderen. Maak van je cliënten/deelnemers/bezoekers “echte” mensen in de vacature, zodat vrijwilligers zich met hen kunnen identificeren. Let daarbij natuurlijk op de privacy van je cliënten/deelnemers/bezoekers.

Gelukkig kun je ook, zonder veel persoonsgegevens te delen, iets vertellen waardoor de vrijwilliger een beeld krijgt van degene met wie hij of zij gaat werken.

Voorbeeld vacature vrijwilliger voor uitstapjes met een oudere:

Samen met een rolstoelafhankelijke bewoonster van ons woonzorgcentrum trekt u er met de auto op uit. U maakt samen met een bewoonster een planning in de agenda voor 1x per week een uitstapje met de auto. Tevens dient uw auto groot genoeg te zijn om een opklapbare rolstoel in de kofferbak te plaatsen en u dient een inzittendenverzekering te hebben.

Voor een potentiële vrijwilliger is het vooral belangrijk te weten met wie hij of zij wekelijks een uitstapje gaat maken. Wat voor persoon is dit en heb ik daar een klik mee? Daar komen we met bovenstaande vacature helaas niets over te weten. Bovendien bestaat de vacature uit een opsomming van opdrachten voor de vrijwilliger. Niet erg uitnodigend...

Om je te kunnen identificeren met de bewoonster én geprikkeld te raken om iets voor haar te doen, kun je het ook zo formuleren:

Ria is een levensgenieter, die heel wat kilometers maakt in haar rolstoel. Toch liggen sommige dingen net te ver weg... dat heerlijke taartje bij de bakker op West en het mooie natuurgebied net buiten de stad. Ga jij er ook graag op uit en heb je een auto, waarin een opklapbare rolstoel mee kan? Als je Ria meeneemt heb je plezier voor twee!

### **Stap 5: Vacature opstellen**

Goed, je weet hoeveel vrijwilligers je komende jaren nodig hebt, je zorgt er voor dat mensen je organisatie kennen en je hebt de werkzaamheden in concrete taken beschreven. Ook is duidelijk om welke redenen mensen voor vrijwilligerswerk bij jouw club kiezen, wat hen dat oplevert.

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 organisatie logo.

#### *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".

### *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. Niet doen! Ieder mens is gevoelig voor aandacht: geef de vrijwilliger het gevoel dat het over hem/haar gaat.

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).**

### **Jeukwoorden:**

Het platform NLvoorElkaar analyseerde duizenden vrijwilligersvacatures en geeft het advies onderstaande "jeukwoorden" te vermijden. Zo vermijd je clichés en nietszeggende termen.

**(Functie)eisen.** "Eisen" klinkt nogal tegengesteld aan "vrijwillig". Ook wil ik geen 2e baan naast mijn betaalde werk.

**Enthousiast.** Wie zoekt er een niet-enthousiaste vrijwilliger? Precies. Overbodig woord dus.

**Affiniteit.** Dat je voor werk in een verzorgingshuis interesse moet hebben in ouderen, snap ik ook wel zonder zo'n moeilijk woord...

**Ontlasten.** Ja heel flauw, maar hier krijgen veel mensen toch andere associaties bij.

**Flexibel.** Als je niet wil dat iemand letterlijk in de spagaat gaat liggen, omschrijf dan duidelijk wat je hiermee bedoeld.

### **"Zeg gewoon wat je écht bedoelt en gebruik er geen vage termen voor"**

Bron: NLvoorElkaar

### **Stap 6: Het beste moment om te werven**

Met een langetermijnplanning om vrijwilligers te werven, kun je de beste momenten kiezen om jouw

vacature(s) onder de aandacht te brengen. Onderzoek bij enkele grote matchingsplatforms toont aan dat:

Wellicht verrassend: vrijwilligers blijken met name op kantoortijden te zoeken. **Tussen 09.00 en 15.00 uur** logt 50% van de vrijwilligers in bij vacaturebanken. Rond **11.00 uur** zien we een piek in websitebezoekers.

**Maandag en dinsdag** zijn overduidelijk het meest populair om op zoek te gaan naar vrijwilligerswerk. Het websitebezoek vertoont een piek op deze weekdays. Plaats bij voorkeur je vrijwilligerswerk vacatures niet op zaterdag. Dan zijn er weinig sitebezoekers én weinig actieve vrijwilligers. Fijn, want dan kun je zelf ook lekker weekend houden. Verrassend genoeg is donderdag ook geen topdag.

**Het najaar** blijkt de beste tijd van het jaar om nieuwe vrijwilligers te werven. De piek zit in **oktober**: in deze maand zijn er de meeste websitebezoeken en aanmeldingen. Veel mensen starten in september met hun oriëntatie op vrijwilligerswerk, zorg dat je vacature dan online staat. **Januari** is na het najaar ook een interessante maand voor het werven van vrijwilligers. Niet alleen wordt er georiënteerd, er wordt ook daadwerkelijk ingeschreven. De Nieuwjaars voornemens worden in de praktijk gebracht!