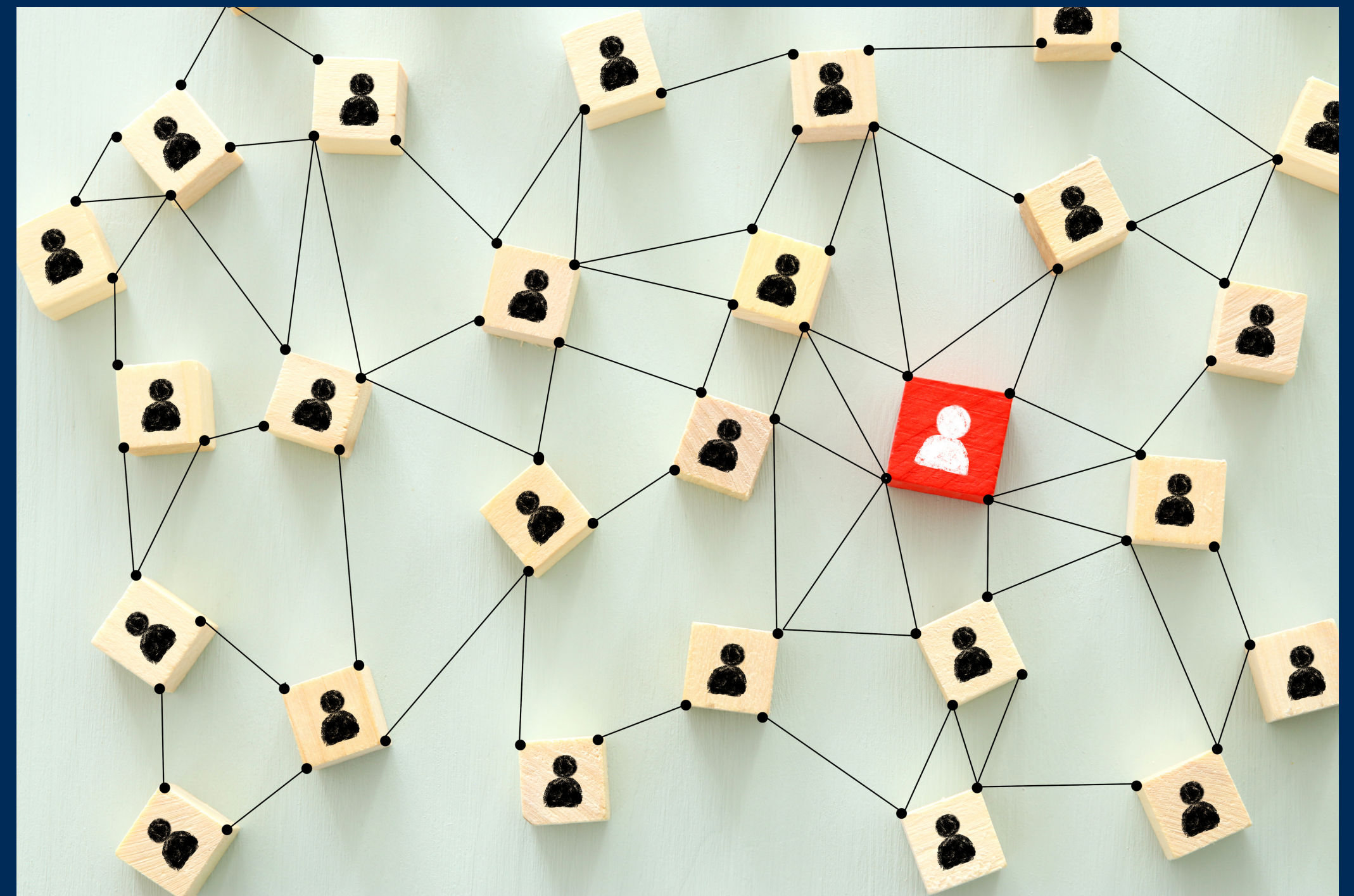


EN GUIDE TIL REKRUTTERING AF FRIVILLIGE



INTRODUKTION

I DENNE GUIDE FÅR DU OG DIN FORENING INSPIRATION
TIL HVORDAN I BEDST ARBEJDER MED AT REKRUTTERE
NYE FRIVILLIGE TIL JERES FORENING.

I GUIDEN VIL VI KOMME OMKRING:

- STRATEGI OG MÅLSÆTNING – HVORDAN KLARLÆGGES INDSATSEN?
- FORENINGENS BEHOV - HVILKE OPGAVER SKAL LØSES?
- KEND OG FORSTÅ MÅLGRUPPEN – HVAD KAN I TILBYDE DEN FRIVILLIGE? HVEM HENVENDER I JER TIL?
- REKRUTTERINGSMETODE - HVORDAN SKAL I KOMMUNIKERE - OG HVOR?
- MODTAGELSE OG FASTHOLDELSE



STRATEGI OG MÅLSÆTNING

FORUD FOR DEN EGENTLIGE REKRUTTERING ER DET VIGTIGT AT VÆRE SKARP PÅ, HVEM I GERNE VIL HAVE KONTAKT MED, HVORDAN I KOMMUNIKERER MED DEM, OG HVILKE RAMMER I ØNSKER AT SKABE OM DE FRIVILLIGE OG DERES ENGAGEMENT I JERES FORENING.

START MED AT BESKRIVE OVERORDNEDE MÅL, DER KAN GIVE JER EN RETNING FOR PROCESSEN.

FORSLAG TIL SPØRGSMÅL, I KAN STILLE JER SELV OG HINANDEN, NÅR DER SKAL LÆGGES EN STRATEGI FOR REKRUTTERING:

- Hvad er målet med at rekruttere frivillige?
- Hvad skal de frivillige lave i foreningen?
- Hvad kan I tilbyde de frivillige?
- Hvordan introducerer I bedst de frivillige til opgaverne i foreningen?
- Hvordan vil I sikre motivation, anerkendelse og pleje af de frivillige?



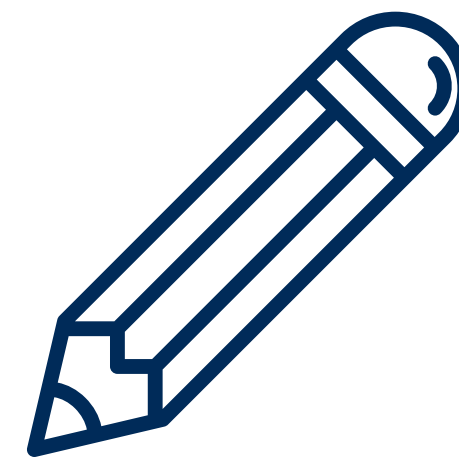
BESKRIV OPGAVEN SÅ PRÆCIST SOM MULIGT

FOR DE FLESTE FRIVILLIGE FANGER DEN KONKRETE OPGAVE. I FØRSTE OMGANG KAN DET VÆRE LETTERE AT REKRUTTERE TIL EN BESTEMT AKTIVITET

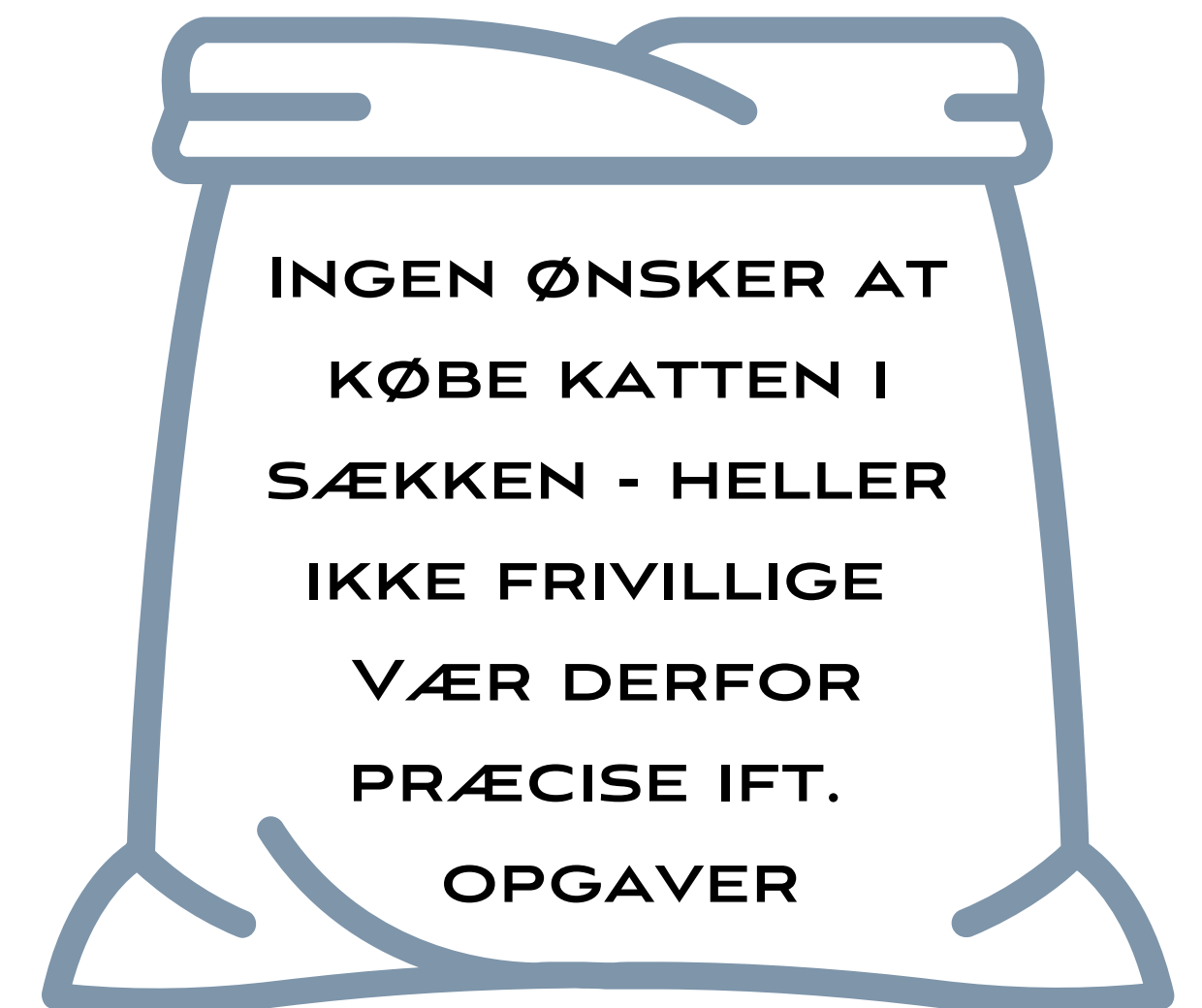
Drøft hvilke opgaver ønsker i at den frivillige løser og hvor meget tid det kræver?

Beskriv opgaverne så konkret som muligt.

Her et et par spørgsmål i kan bruge som inspiration:



Hvad kræver opgaverne?
Hvad er formålet med opgaven/opgaverne?
Hvordan bidrager arbejdet til at gøre en forskel for andre?
Hvor lang tid tager de og hvor ofte skal opgaverne gennemføres?
Hvilken grad af indflydelse har man selv?
Hvem samarbejder man med?



ØVELSEN GIVER JER ET GODT FUNDAMENT, NÅR I TILRETTELÆGGER DEN VIDERE REKRUTTERINGS PROCES, IKKE BLOT TIL AT FINDE DE RETTE FRIVILLIGE, MEN OGSÅ FOR AT AFKLARE OPGAVERNE INTERNT I JERES FORENING.

HVAD KAN I TILBYDE DEN FRIVILLIGE?

Størstedelen af frivillige forventer at få noget igen, når de engagerer sig i et frivilligt fællesskab. For mange er det at gøre en forskel og hjælpe andre en høj motivationsfaktor.



OVERVEJ OG BESKRIV, HVAD NETOP JERES FORENING KAN GIVE DEN FRIVILLIGE. DET KAN VÆRE:



KONKRETE
FORDELE SÅSOM
RABATTER M.M.

FÆLLESSKAB



PERSONLIG-
ELLER FAGLIG
UDVIKLING



UDTALELSE
TIL CV ELLER
ET DIPLOM



OPLEVELSER

SOCIALE
RELATIONER



FIND UD AF, HVEM I HENVENDER JER TIL - OG HVEM I IKKE GØR



EFTER AT HAVE BESKREVET
DEN/DE OPGAVER, DER SKAL
LØSES,
HAR I SANDSYNLIGVIS ET
BILLEDE AF, HVILKEN FRIVILLIG
I ØNSKER AT REKRUTTERE.



ER DET EN UNG, EN ÆLDRE,
EN MAND ELLER KVINDE? EN
MED PRAKTISKE ELLER BOGLIGE
EVNER?
EN DER ER SOCIALT ANLAGT
ELLER EN DER KAN LIDE AT
ARBEJDE SELVSTÆNDIGT?



LAV EN
BESKRIVELSE AF
HVORDAN JERES
IDEELLE
FRIVILLIGE SER
UD.

NÅR I SKAL TIL AT
REKRUTTERE ER GOD
KOMMUNIKATION ESSENTIELT!
DET HANDLER OM AT SENDE
ET BESTEMT BUDSKAB TIL EN
BESTEMT MODTAGER - HVIS I
KOMMUNIKERER MED ALLE I
STEDET FOR EN BESTEMT
MÅLGRUPPE, ER DER STOR
RISIKO FOR, AT INGEN
REAGERER PÅ JERES
OPSLAG/BUDSKAB



REKRUTTERINGSMETODE

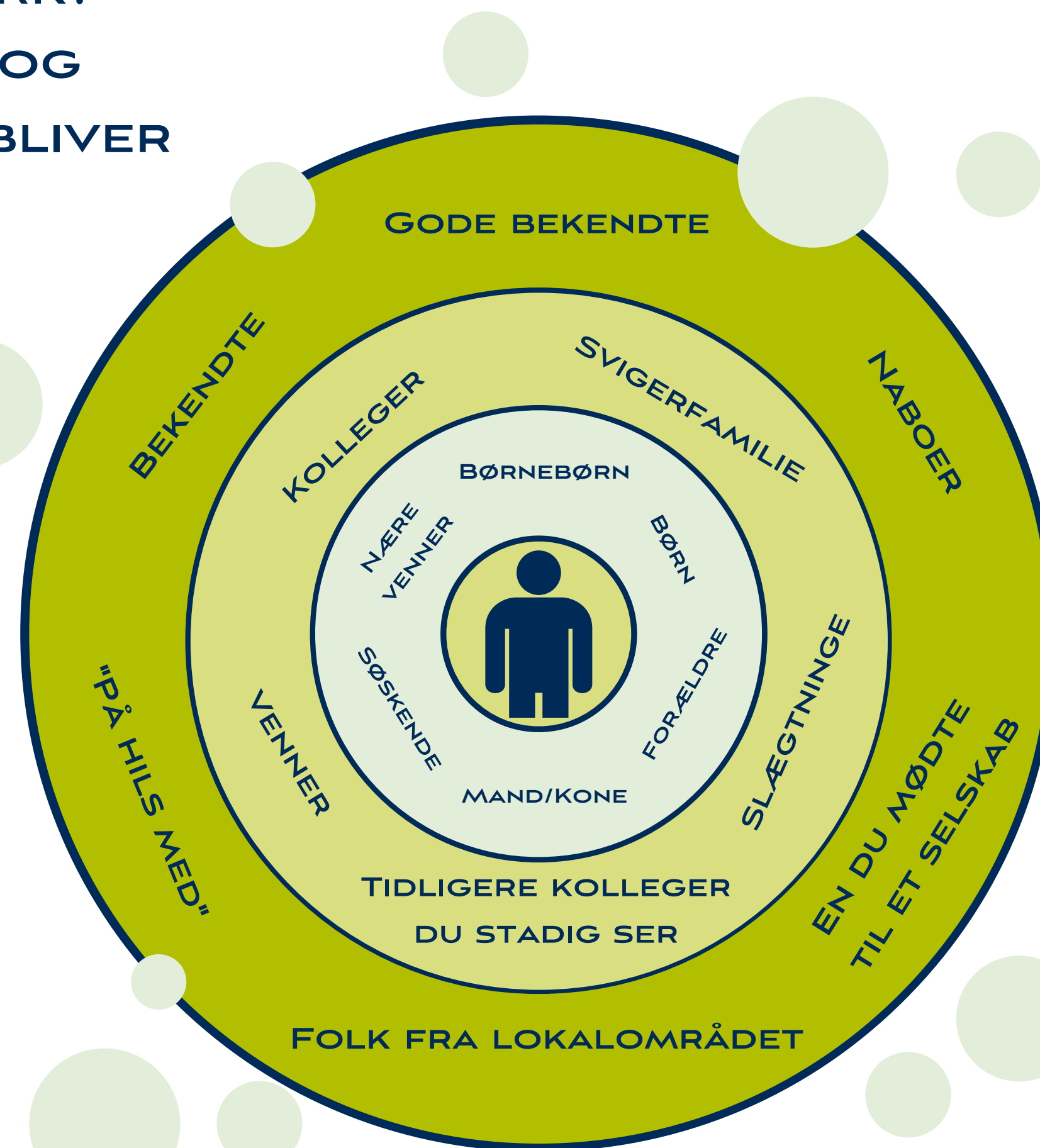
Nu har I både en beskrivelse af, hvilke opgaver I ønsker løst, hvad I kan tilbyde den frivillige, og hvilken målgruppe I vil ramme. I skal nu finde ud af, hvordan I får fat på den person, der passer ind i det billede.

OVERVEJ, OM I KAN REKRUTTERE GENNEM NETVÆRK?
AT BLIVE SPURGT PERSONLIGT HAR STOR EFFEKT OG
EN AF DE HYPPIGSTE ANLEDNINGER TIL, AT FOLK BLIVER
FRIVILLIG ER NETOP EN PERSONLIG OPFORDRING.

Her kan i prøve at bruge netværkismetoden:

Tegn på papir hver især →

1. Inderste cirkel er dine tætte relationer.
2. Næste cirkel er andre relationer, som du er i jævnlig kontakt med.
3. Yderste cirkel er dine bekendte, folk du møder en gang imellem eller en du kendte godt fra år tilbage.
4. Se nu på papiret og vurder, om der er nogen, det er oplagt at spørge. Her kan I også dele historier om andre gange, hvor I har spurgt, og det er lykkedes. Hvordan foregik det? Få styr på, hvornår det virker bedst at spørge.
5. Aftal, hvem der skaber kontakt. Der kan være noget strategisk i, hvem der ringer til hvem. Drøft, hvem der er god til at spørge, og hvem der måske ikke bryder sig om det. Fordel opgaverne så i alle er trygge i rekrutteringsopgaven.



REKRUTTERINGSMETODE

UD OVER NETVÆRKSMETODEN ER DET GODT AT OVERVEJE, HVOR I ELLERS KAN MØDE JERES POTENTIELLE FRIVILLIGE – PÅ DE FYSISKE ELLER DIGITALE MEDIER ELLER I DET OFFENTLIGE RUM. I KAN VÆLGE AT SÆTTE EN ANNONCE I LOKALAVISEN, PÅ FRIVILLIGJOB.DK ELLER JERES FACEBOOK SIDE. I KAN OGSÅ SÆTTE EN PLAKAT OP I DET LOKALE SUPERMARKED , PÅ BIBLIOTEKET ELLER LIGN.

Ram de frivillige, hvor de er. Her skal I kigge på den beskrivelse, I lavede af jeres ideelle frivillige. Hvor er jeres frivillige tilstede?

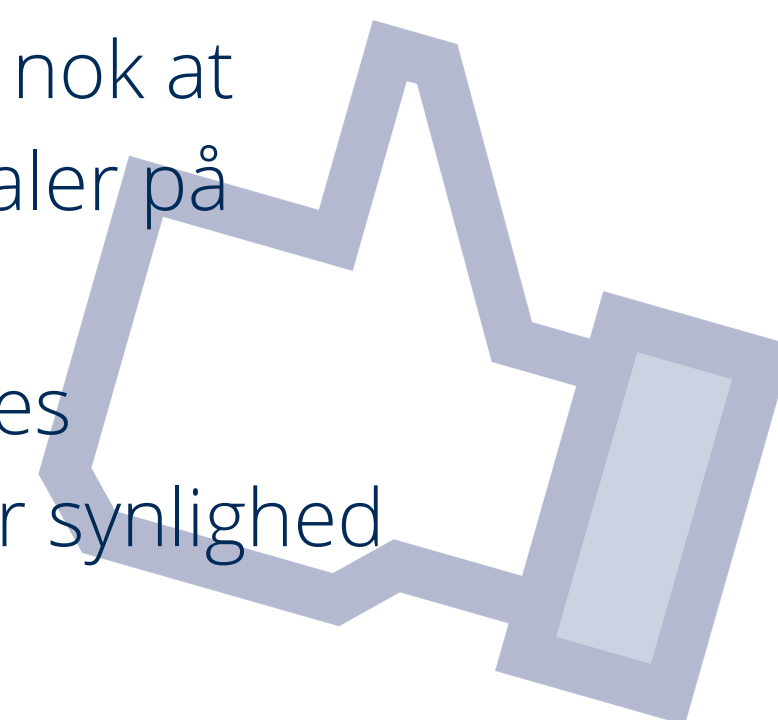
For mange, og især de lidt yngre foregår en stor del af hverdagen og fritiden online.

Det er især på de sociale medier som Facebook, Instagram og Snapchat . Fælles for mange af de populære sociale medier er, at brugerne primært kommunikerer via billeder og videoer. Vælger I at bruge disse kanaler, er det derfor afgørende, at jeres kommunikation er inddragende og inkluderende.

Det er en god idé at bruge billeder og videoer.

Det kræver tid at skabe et netværk og gøre foreningen synlig på de sociale medier. Det er ikke nok at lægge opslag ud en gang imellem. Vis, at I er tilstede. Det kan f.eks. være ved at deltage i samtaler på andres sider eller kommentere på billeder, videoer o. lign.

Det kan virke som en stor mundfuld at skulle i gang med. Derfor kan I med fordel opfordre jeres nuværende frivillige til at dele billeder fra arrangementer og aktiviteter i foreningen. Det skaber synlighed - også udenfor jeres nuværende netværk.

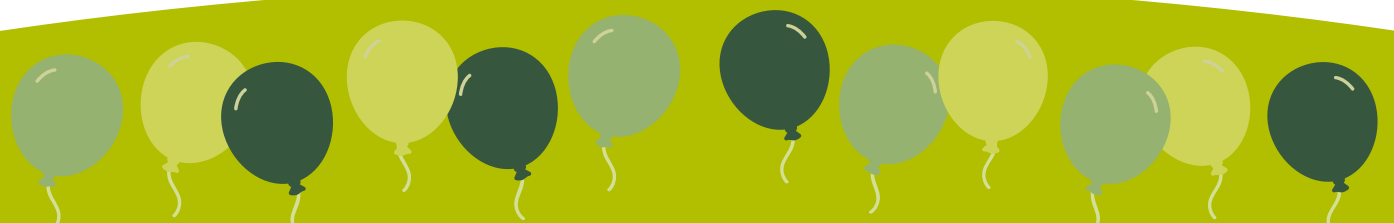
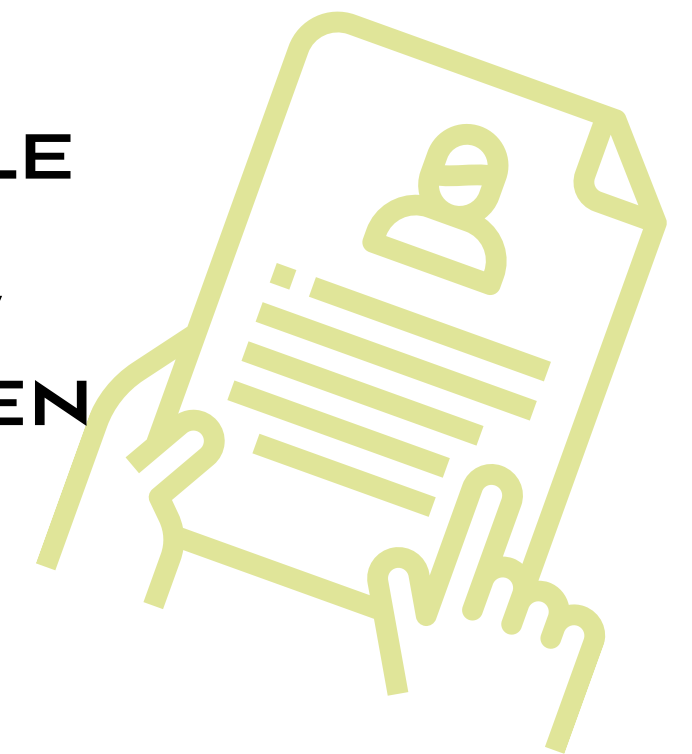


I kan også bringe små portrætter af jeres nuværende frivillige, hvor de fortæller om, hvilke aktiviteter de indgår i, og hvad de personligt får ud af at være frivillig hos jer. I kan bringe portrætterne på de sociale medier, på jeres hjemmeside og lokalavisen vil måske også bringe dem

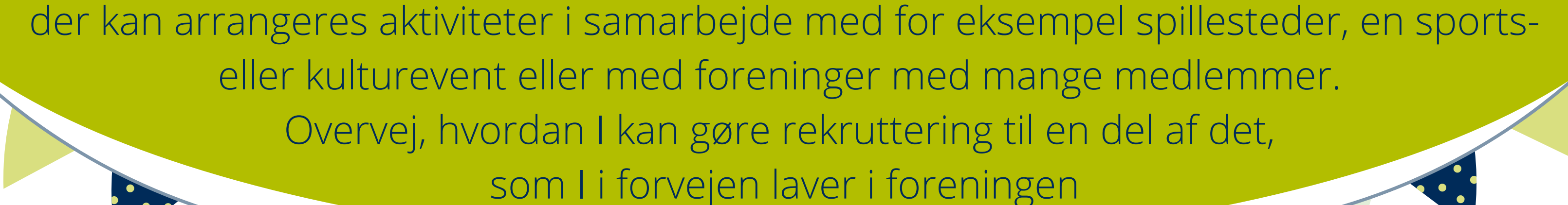
REKRUTTERINGSMETODE

ER JERES FRIVILLIGE IKKE TILSTEDE ONLINE, ELLER ØNSKER I AT KOMMUNIKERE PÅ PAPIRFORM?

I KAN VÆRE SYNLIG MED JERES REKRUTTERINGSMATERIALE VIA DET LOKALE FRIVILLIGCENTER, BIBLIOTEKET, LÆGEHUSET, DET LOKALE IDRÆTSCENTER, SUNDHEDSCENTERET ELLER SVØMMEHALLEN. OVERVEJ, HVOR MÅLGRUPPEN FOR JERES REKRUTTERING KOMMER.

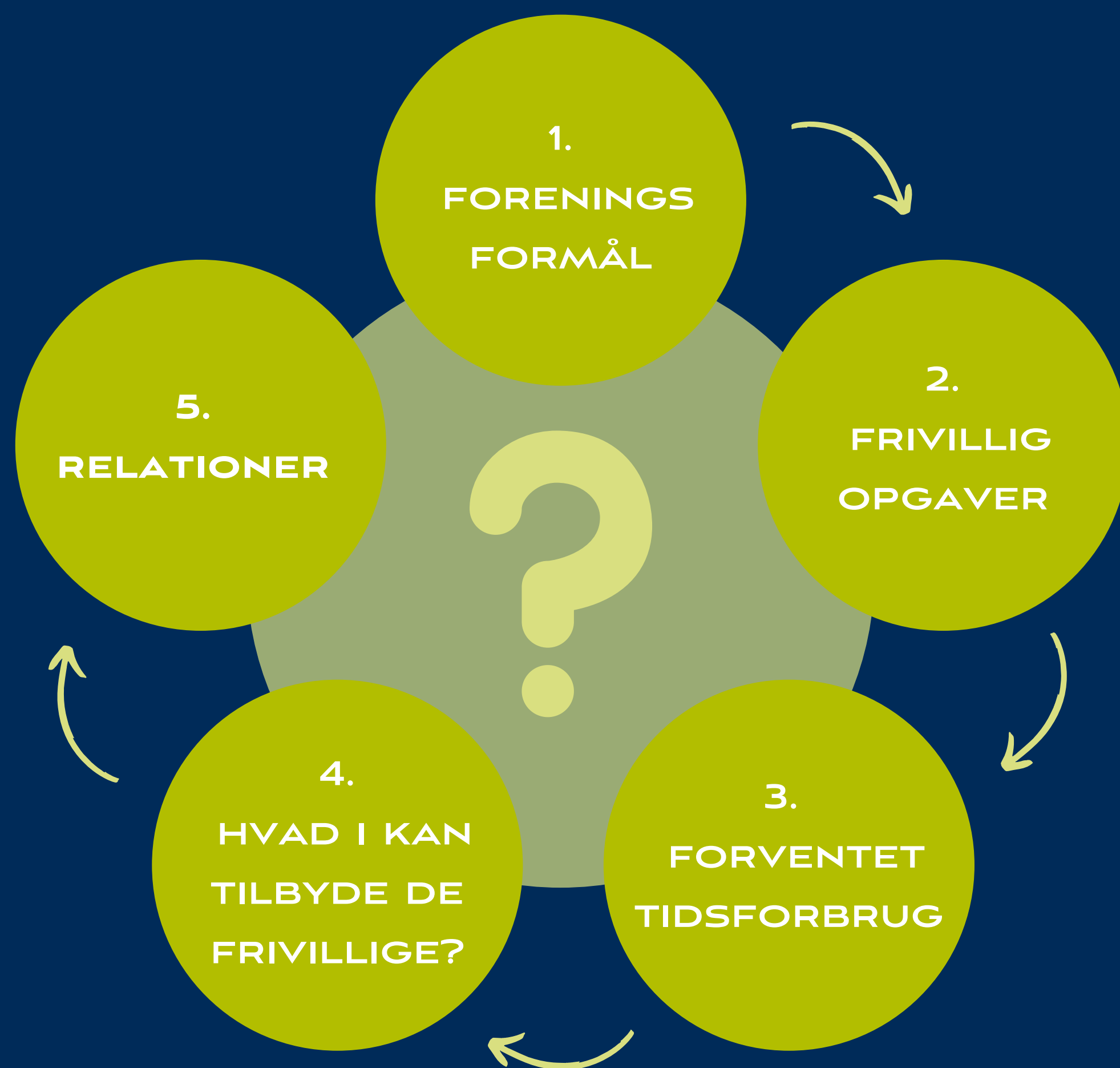


En anden metode I kan bruge til at øge synligheden af jeres forening udenfor jeres netværk er at skabe anledninger, der giver mulighed for at spørge personer, udenfor jeres netværk, direkte, om de vil være frivillige. Det kan være ved større eller mindre arrangementer i jeres forening, ved begivenheder i lokalområdet eller noget helt andet. Det kan også være en god idé at undersøge, om der kan arrangeres aktiviteter i samarbejde med for eksempel spillesteder, en sports- eller kulturevent eller med foreninger med mange medlemmer. Overvej, hvordan I kan gøre rekruttering til en del af det, som I i forvejen laver i foreningen



FRIVILLIGJOB ANALYSEN

FRIVILLIGJOB ANALYSEN KAN I BRUGE SOM ET KONKRET REDSKAB NÅR I SKAL LAVE ET FRIVILLIGJOB OPSLAG. NÅR I LAYER ET OPSLAG ELLER EN PLAKAT ER DET VIGTIGT, AT I LAYER SÅ ENKELT OG PRÆCIST SOM MULIGT



1. FORMÅL

Lav en kort og præcis beskrivelse af formålet med jeres forening, og hvordan frivillige kan bidrage til opfyldelsen af dette.

2. OPGAVER OG AKTIVITETER

Lav en grundig beskrivelse af de opgaver, de frivillige skal udføre hos jer. Beskriv også gerne, i hvilket omfang den frivillige selv kan definere sine opgaver.

3. TIDSFORBRUG

Beskriv, hvor meget tid I forventer, at den frivillige bruger hos jer – det kan både være ugentligt, månedligt eller om året. Her er det vigtigt at huske på målgruppen, så tidsforbruget passer med, hvor travlt den frivillige har til hverdag.

4. HVAD TILBYDES DER?

Beskriv, hvad I som forening kan tilbyde den frivillige? Et eksempel kan være et diplom, udtalelse eller beskrivelse til CV - dette er især relevant hos de unge frivillige, og det kan gøre et frivilligt job langt mere attraktivt.

5. RELATIONER

Lav en beskrivelse af hvordan den frivillige er med til at hjælpe andre - enten ift. foreningens målgruppe eller på anden vis. Beskriv også hvilken relation den frivillige har til andre frivillige m.v. i foreningen.

NB: Husk også at skrive, hvem der er afsender og kontaktperson

WWW.FRIVILLIGJOB.DK

Du kan oprette dit frivilligjobopslag på frivilligjob.dk. Det er gratis, både for dig, der vil være frivillig, og for dig, der søger frivillige til din forening eller organisation (for kommunale eller offentlige organisationer er der dog en mindre brugerbetaling).

Du kan nemt dele dit opslag på sociale medier.

Frivilligjob.dk er Danmarks største jobportal for frivilligt arbejde med mere end 9.000 jobopslag årligt fra frivillige foreninger og andre organisationer, der har frivillige aktiviteter.

På frivilligjob.dk findes også en guide til det gode frivilligjobopslag.



MODTAGELSE OG FASTHOLDELSE

ER I KLAR TIL AT TAGE IMOD DE NYE FRIVILLIGE?

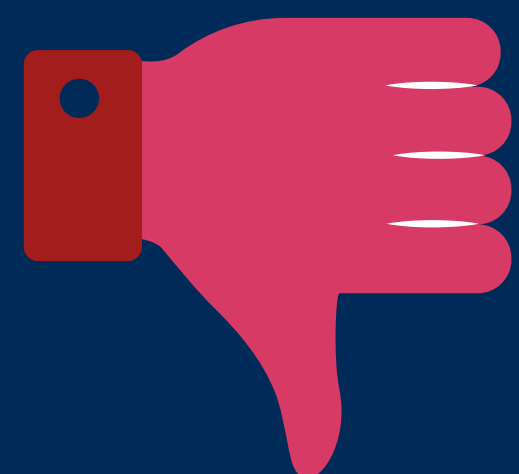
JERES REKRUTTERINGSINDSATS SLUTTER IKKE, NÅR DEN FRIVILLIGE HAR HENVENDT SIG. DET ER VIGTIGT AT SØRGE FOR, AT DEN FRIVILLIGE KOMMER GODT I GANG, SÅ I IKKE RISIKERER, AT DE FORLADER JER IGEN. EN GOD INTRODUKTION HANDLER BÅDE OM, AT DEN FRIVILLIGE BLIVER SAT ORDENLIGT IND I DE OPGAVER, HAN/HUN SKAL LØSE, MEN I SÆRDELESHED OM, AT DE OPLEVER, AT DE HURTIGT BLIVER EN DEL AF DET SOCIALE MILJØ.

DO'S:

- GIV DEN FRIVILLIGE EN MENTOR/KONTAKTPERSON
- SPØRG DEN FRIVILLIGE IND TIL, HVAD HAN/HUN KUNNE TÆNKE DIG ISTEDET FOR KUN AT TILDELE OPGAVER
- GIV EN VARM VELKOMST - FÅ DEN FRIVILLIGE TIL AT FORTÆLLE HVAD DER INTERESSERER OG MOTIVERER HAM/HENDE
- FØLG OP PÅ DEN FRIVILLIGE - TAG LØBENDE SAMTALER OM, HVORDAN DET GÅR, HERUNDER MÆNGDEN AF OPGAVER OG DEN FRIVILLIGES GENERELLE TRIVSEL I FORENINGEN



AND



DONT'S

- GIV DEN FRIVILLIGE FLERE OPGAVER END DET AFTALTE
- GIV DEN FRIVILLIGE DÅRLIG SAMVITTIGHED OVER AT SKULLE SIGE NEJ, EKSEMPELVIS - VED AT FORTÆLLE, HVOR MEGET MERE I ANDRE LAYER
- SÆT DEN FRIVILLIGE TIL AT LØSE OPGAVER, DER ER FOR SVÆRE
- SKAB ET LUKKET MILJØ I FORENINGEN - FX VED AT GIVE UDTRYK FOR, AT I HAR FASTE PLADSER, ELLER, AT DER IKKE HILSES ORDENTLIGT, NÅR DEN NYE TRÆDER IND TIL MØDER ELLER AKTIVITETER

LITTERATUR:

- 'Motivér den frie vilje - en antologi om fastholdelse og rekruttering af frivillige', Center for Frivilligt Socialt Arbejde, 1. udgave 2016, Link: https://frivillighed.dk/sites/frivillighed.dk/files/media/documents/motiver_den_frie_vilje_-_webudgave.pdf
- 'Rekrutteringsmateriale - inspirationsmateriale til rekruttering af flere frivillige' Ældre Sagen, 2022, link: <https://www.aeldresagen.dk/frivilligportalen/organisationsarbejde/rekruttering-og-udvikling-af-frivillige/rekrutteringsmateriale>
-
- Terkelsen, Lene, kommunikationskonsulent: 'Faglig artikel. Find det rette match mellem frivillige og opgaver', Center for Frivilligt Socialt Arbejde, sep. 2021, link: <https://frivillighed.dk/viden-og-fakta/artikler/find-det-rette-match-mellem-frivillige-og-opgaver>
- 'Webguide: Sådan rekrutterer I nye frivillige', Center for frivilligt socialt arbejde, aug. 2018: link: <https://frivillighed.dk/guides/saadan-rekrutterer-i-nye-frivillige>
- 'Webguide: 6 faktorer, der motiverer og fastholder frivillige', Center for frivilligt socialt arbejde, sep. 2019, link: <https://frivillighed.dk/guides/6-faktorer-der-motiverer-og-fastholder-frivillige>
- 'Engagement behøver plads', Center for frivilligt socialt arbejde, 2018, link: https://frivillighed.dk/sites/frivillighed.dk/files/media/documents/publikationer/engagement_behoever_plads_download.pdf
- TEMA: Rekruttering af frivillige, Center for frivilligt socialt arbejde, link: <https://frivillighed.dk/node/3123>

