



Uit je Stulp met wat Hulp

Een andere manier van vrijwilligers werven



Inhoudsopgave

Inleiding	3
Korte beschrijving op hoofdlijnen	4
Netwerken	5
Uitgebreide beschrijving in detail	9
Doelstelling	11
Uitgangspunten van de methodiek	11
De ambassadeur	12
De netwerken	13
Een kandidaat wordt aangeboden	15
Coördinatie ambassadeur	16
Rol van de vrijwilligerscentrale	16
Ter afsluiting	16
Bijlagen	17
Bijlage A: Schematische weergave werkzaamheden ambassadeur	19
Bijlage B: Opleiding ambassadeur	20
Bijlage C: Voorbeeldlijst van netwerken	32
Bijlage D: voorbeeld presentatie voor netwerkbijeenkomst	33

Inleiding

Deze handleiding is een resultaat van het project dat GIPS Spelen & Leren (GIPS S&L) heeft gedaan in haar zoektocht naar nieuwe vrijwilligers. Een problematiek waar veel organisaties mee van doen hebben.

Het vinden van geschikte vrijwilligers vereist meer inspanning dan voorheen en vraagt ook een andere aanpak. Deze handleiding beschrijft deze nieuwe aanpak en is er voor bedoeld dat u deze aanpak kunt vertalen naar uw eigen situatie.

Dit document is als volgt opgebouwd:

- Korte beschrijving op hoofdlijnen;
- Uitgebreide beschrijving in detail;
- Bijlagen met gebruikte documenten, trainingsmaterialen, presentaties.

Leeswijzer: om een duidelijk beeld te krijgen van de filosofie van de methodiek is het goed eerst de korte beschrijving op hoofdlijnen te lezen. Wilt u inhoudelijk meer verdieping dan vindt u dit terug bij de uitgebreide beschrijving. Hierin staan tevens allerhande tips en suggesties hoe deze methodiek voor uw organisatie in te zetten is. De voorbeelden zijn ter illustratie en inspiratie bedoeld en niet voor alle organisaties één op één van toepassing. In de bijlagen zijn ondersteunende materialen opgenomen zoals: trainingsboek voor de ambassadeurs, presentatie t.b.v. netwerken etc. Ook deze voorbeelden dienen ter inspiratie om ze voor uw organisatie naar believen aan te passen.

Het staat u vrij alle materialen te gebruiken, te kopiëren, te bewerken voor uw eigen situatie.

Wij wensen u veel succes en veel nieuwe vrijwilligers toe.

Projectteam "Uit je Stulp met wat Hulp"



Hoofdpijnen

Beschrijving in detail

Bijlagen

Korte beschrijving op hoofdpijnen



Korte beschrijving op hoofdlijnen

Het vinden van vrijwilligers is steeds lastiger. Dat noopt organisaties om verder te kijken dan de, vaak beperkte, kring van bekenden in de directe omgeving. Daarbij is er ook nog steeds een grote groep mensen die niet in de maatschappij participeren en waarvoor vrijwilligerswerk mogelijk een goede optie is. Deze groep, waar mogelijk veel potentieel zit, is vaak lastig te bereiken. Het is met name bij deze groep belangrijk om op een laagdrempelige manier een ingang te creëren om in gesprek te komen.

Het vinden van vrijwilligers voor uw organisatie, volgens de methodiek van "Uit je Stulp met wat Hulp", is gebaseerd op twee uitgangspunten:

1. Via netwerken in contact met kandidaat vrijwilligers komen;
2. Het inzetten van ambassadeurs van uw organisatie die een gelijkwaardige gesprekspartner zijn voor de kandidaat vrijwilliger.

Netwerken

Netwerken definiëren we in deze als bedrijven, organisaties, verenigingen, stichtingen, wijkcentra, welzijnsorganisaties, zorginstellingen, scholen, etc. Met andere woorden plekken waar meerdere mensen samen komen. Deze netwerken worden gebruikt om in contact te komen met kandidaat vrijwilligers voor uw organisatie. Dus via de mensen in het netwerk een warme introductie krijgen bij de kandidaat vrijwilliger om zo in gesprek met elkaar te komen. Het netwerk is van belang om een groter bereik te krijgen bij de werving van vrijwilligers.

De ambassadeur

De ambassadeur is de persoon die namens uw organisatie in gesprek gaat met de kandidaat vrijwilliger. Dit is niet zo maar een willekeurig persoon. Bij de "Uit je Stulp met wat Hulp" methodiek worden extra eisen gesteld aan de ambassadeur.

De volgende redenering ligt hier aan ten grondslag. De kans op succes het grootst is als er een gesprek plaatsvindt op basis van wederzijds vertrouwen en respect. Bij het zoeken naar een vrijwilliger in de 'kring van bekenden' is dit van nature eigenlijk al aanwezig. Als iemand door een 'vreemde' benaderd wordt, is dit geen vanzelfsprekendheid.

Het profiel van de ambassadeur spitst zich er op toe dat het iemand is die vanuit eigen ervaring de meerwaarde van vrijwilligerswerk kan uitdragen naar kandidaten. Dat kan in een aantal situaties iets extra's vragen dan alleen bevlogen lid van uw vereniging of stichting te zijn. Als u bijvoorbeeld eenzame ouderen wilt bereiken voor vrijwilligerswerk dan zou uw ambassadeur een meerwaarde hebben in het gesprek, als hij zelf ook een eenzame oudere was. Dat hij uit eigen ervaring kan aangeven wat de meerwaarde is van vrijwilligerswerk maar anderzijds ook uit eigen ervaring, in kan voelen wat de bezwaren van een kandidaat zijn. Dit is van toepassing op vele groepen in de maatschappij: mensen in de bijstand, mensen met een beperking, werklozen, allochtonen, alleenstaande senioren, etc.

Samenwerking met netwerken

De insteek bij het benaderen van netwerken is dat er een soort van duurzame samenwerking ontstaat. Daartoe vraagt u het podium bij uw netwerk om uw organisatie voor te stellen en de vraag gebruik te mogen maken van de contacten in het betreffende netwerk. Uw ambassadeur is diegene die de presentatie, eventueel met andere leden van uw organisatie, verzorgt. De ambassadeur is ook de contactpersoon tussen uw organisatie en het netwerk. De ambassadeur zorgt er ook voor om regelma-

tig met het netwerk contact te onderhouden zodat uw vraag actueel blijft.



Hoofdlijnen

Uitgebreide beschrijving in detail

Beschrijving in detail

Bijlagen



Uitgebreide beschrijving van de methodiek

Doelstelling

Het werven van vrijwilligers door enerzijds specifiek gekozen netwerken actief te benaderen en te blijven activeren en anderzijds gebruik te maken van ervaringsdeskundigen als ambassadeur voor vrijwilligerswerk bij uw organisatie. Door deze werkwijze ook die mensen bereiken voor wie vrijwilligerswerk niet direct voor de hand ligt.

Uitgangspunten van de methodiek

Hoofdrolspeler: de ambassadeur

De vraag die wij ons gesteld hebben is: "Wie kan het beste potentiële nieuwe vrijwilligers over de streep trekken?" Het antwoord daarop is:

"Mensen die in een soortgelijke situatie zitten." Bij GIPS S&L hebben we het dan over mensen met een beperking maar dit is ook op andere groepen van toepassing.

Waarom is dat belangrijk? Het is gebleken dat lotgenoten, mensen in een vergelijkbare situatie, gelijkgestemden, mensen met een zelfde interesse, al snel op dezelfde golflengte zitten. Een half woord is voldoende om elkaar te begrijpen. Dat zorgt voor een vertrouwensband en een gesprek zal evenwichtiger verlopen. Deze ambassadeur, die deze hoofdrol speelt, is dus méér dan alleen een betrokken of bevoegen lid van uw organisatie.

Voorbeeld: Mijnheer Jansen (niet gehandicapt) wilt een blinde mevrouw er van overtuigen dat vrijwilligerswerk een goede optie is. Reactie van de blinde mevrouw: "Mijnheer u bent niet blind en dus weet u helemaal niet dat vrijwilligerswerk niet haalbaar is voor mij." Hoe anders, denkt u, zou dit gesprek verlopen als mijnheer Jansen blind was en zelf vrijwilligerswerk doet. Doordat dhr. Jansen ervaringsdeskundig is, maakt dat de weg vrij om naar mogelijkheden in plaats van onmogelijkheden te kijken.

Welk speelveld: niet de geijkte netwerken?

Het tweede uitgangspunt voor deze methodiek is te zoeken naar netwerken, die misschien niet eens zo voor de hand liggen, maar die kunnen helpen bij het in contact komen met potentiële kandidaten. Daarbij is de rol van deze netwerken dat zij een 'warme entree' kunnen verzor-

gen voor de ambassadeur bij de kandidaat. Deze warme entree krijgt u alleen als de netwerkpartner (lees: de mensen in dit netwerk) op basis van een zekere vertrouwensband uw ambassadeur kunnen introduceren.

Voorbeeld: een wildvreemde (misschien wel de zoveelste) belt bij u aan en wilt u een nieuwe verzekeringspolis van maatschappij X verkopen. Hoe open staat u daar voor? Stel uw goede vriend of vriendin tipt u dat het oversluiten van de verzekering naar maatschappij X nu een goede zet is. Daar moet u beslist eens induiken in het advies. Op basis van welke persoon bent u het eerste geneigd om u hierin te verdiepen?

De rol van het netwerk dat u benadert is van cruciaal belang. Dat betekent dat u goed moet nadenken welke netwerken bij u kunnen passen. Het gaat niet om de kernactiviteit van uw netwerkpartner, maar om welke mensen u aantreft bij deze netwerkpartner en of deze u verder kunnen helpen bij het vinden van geschikte kandidaten.

Voorbeeld vanuit GIPS S&L.

GIPS S&L zoekt mensen met een beperking. Wie komen er bij deze mensen over de vloer? Naast familie, vrienden en burens zijn dat vaak ook zorgverleners of mensen van de gemeente (WMO). Welke netwerken kunnen interessant zijn:

- Vrouwenverenigingen (bijv. LKV)
- Ouderenverenigingen (bijv. KBO)
- Thuiszorgorganisaties
- Consulents van gemeenten afd. WMO
- Wijkteams
- Wooncoaches van woningverenigingen

De ambassadeur

Wat zijn de eisen die u aan de ambassadeur stelt, hoe geeft u hem/haar de juiste bagage mee en welke rol speelt de ambassadeur bij het werven van mensen.

Taken en verantwoordelijkheden

De ambassadeur heeft de volgende taken en verantwoordelijkheden:

- De ambassadeur benadert netwerken om tot samenwerking te komen.
- Vervolgens bezoekt hij het netwerk om de beoogde samenwerking breed onder de aandacht te brengen.
- De ambassadeur is en blijft de contactpersoon voor dit netwerk. Hij kan direct benaderd worden, maar het is ook belangrijk dat de ambassadeur een actieve rol op zich neemt en zelf de netwerken blijft contacteren. Vraag dan niet alleen of er al resultaten uit het netwerk komen, maar vertel ook over ontwikkelingen, nieuwtjes, behaalde resultaten etc. vanuit uw eigen netwerk. Dat helpt om de band hecht te maken en weer even de attentie op uw organisatie te vestigen.
- De ambassadeur neemt contact op met kandidaten en regelt een persoonlijk gesprek, al dan niet samen met de "aanbrenger" van de kandidaat.
- Tijdens het gesprek worden interesses geïnventariseerd en mogelijkheden van de kandidaat besproken. De ambassadeur zoekt passend vrijwilligerswerk binnen uw organisatie. Indien dit niet voorhanden is, dan eventueel buiten uw organisatie.
- Binnen uw organisatie: De ambassadeur verzorgt de introductie in uw organisatie.

Hij neemt de rol van maatje/coach op zich om een warme overdracht te garanderen.

De ambassadeur is verantwoordelijk voor het onderhouden van de contacten met netwerken en kandidaat- en aspirant vrijwilligers. Plan de contactmomenten in de agenda om het overzicht te behouden.

In bijlage A is een schematisch weergegeven wat de werkzaamheden van de ambassadeur zijn.

Opmerking 1: Indien er geen passende vacature is binnen uw organisatie, kijkt de ambassadeur – bijvoorbeeld met de lokale vrijwilligerscentrale – naar alternatieven. Ook in dat geval zorgt de ambassadeur voor een warme overdracht.

Opmerking 2: Afhankelijk van wat de ambassadeur met de kandidaat afspreekt kan de ambassadeur nog een periode de kandidaat volgen via regelmatige contacten.

Opmerking 3: afhankelijk van met welke kandidaat wordt gesproken, kan het zijn dat de ambassadeur signaleert, dat vrijwilligerswerk niet aan de orde is, maar dat er een dieperliggende hulpvraag ligt. Bijvoorbeeld bij mensen met psychische problemen. Ga in dat geval niet op de stoel van de hulpverlener zitten. Er rest niets anders dan de tip te geven met een professionele hulpverlener contact op te nemen.

Profiel van de ambassadeur

De ambassadeur treedt namens uw organisatie op. Hij is het visitekaartje van uw organisatie. Hij kent uw organisatie van binnen en van buiten.

Bij het kiezen van een ambassadeur let u op de volgende eigenschappen:

- Ambassadeur betrouwbaar en benaderbaar;
- Empathisch en communicatief;
- Netwerker, zowel intern als extern;
- Legt verbanden tussen behoeften van mensen en uw organisatie en/of andere organisaties.

Opleiden van de ambassadeur

Het is van belang dat de ambassadeur de juiste bagage meekrijgt voordat hij de gesprekken aan gaat. Voorbereiding in de vorm van een training is gewenst. De ambassadeur krijgt handvatten aangereikt op het gebied van gesprekstechniek, presenteren en signaleren van hulpvragen en hoe hiermee om te gaan. In bijlage B is het door GIPS S&L ontwikkelde cursusmateriaal opgenomen.

Deze opleiding kan ook door GIPS S&L verzorgd worden.

Als uw organisatie met meerderen ambassadeur's werkt is het raadzaam om op gezette tijden met elkaar van gedachten te wisselen en zo van en met elkaar te leren.

De netwerken

Het slagen van deze methodiek is sterk afhankelijk van de netwerken die men vindt en de bereidheid van deze netwerken om mee te werken. Er zijn vele netwerken te bedenken die van belang kunnen zijn. Het is de kunst om andere netwerken te bedenken, die misschien minder voor de hand liggen, maar waar wel kandidaten uit kunnen komen. Daarvoor is het

van belang goed te realiseren waar de mensen zitten die u zoekt EN waar mensen zitten die uw kandidaten kennen die u zoekt. Dat tweede is misschien nog wel belangrijker want zij worden de warme entree naar de kandidaat vrijwilliger.

Voorbeeld vanuit GIPS S&L.

GIPS S&L zoekt mensen met een beperking. Logisch netwerk is een zorgorganisatie die dagbesteding verzorgt voor gehandicapten. Echter als men zich bedenkt dat 15% van de bevolking een beperking heeft en mensen met een beperking gewoon in de samenleving meedoen (slechts 1% woont in zorg- en verpleeghuizen) bieden andere netwerken ook mogelijkheden. De lokale vrouwenvereniging bestaat uit leden die actief zijn in de samenleving en mogelijk mensen kennen met een beperking. Statistisch kent 6 op de 10 mensen iemand met een beperking. Dus bij 30 leden zijn dat 18 potentiële warme entrees.

Het bedenken van welke netwerken effectief kunnen zijn vereist dat buiten de platgetreden paden gedacht wordt. In bijlage C is een lijst van netwerken opgenomen die mogelijk ook voor U interessant kan zijn. Maar er zijn er natuurlijk nog veel meer netwerken te bedenken.

Benaderen van netwerken

Het beste is als iemand van uw organisatie al een ingang heeft. Kent u de netwerken van de mensen in uw netwerk? Maak daar gebruik van. Organisaties staan over het algemeen open om u te ontvangen. Zeker wanneer u iets in de aanbieding heeft. Kom niet alleen iets halen maar maak van de gelegenheid gebruik ook iets te brengen. U heeft vast een interessant verhaal, voordracht, toneelstuk, activiteit, etc., etc. waar u uw nieuwe netwerkpartner mee kunt verrassen. Bied een programma aan waar-

bij u een leuke, interessante, nuttige invulling heeft. Koppel aan dit verhaal uw vraag. Geef van tevoren aan dat u deze werkwijze hanteert: we komen iets brengen maar ook iets halen.

Voorbeeld vanuit GIPS S&L.

GIPS S&L verzorgt een avond waarin: verteld wordt wat GIPS S&L doet (korte film), een van onze medewerkers een inspirerend levensverhaal vertelt en een voorlichting over de beperking autisme wordt gegeven. Aansluitend leggen wij onze vraag voor: help ons in contact te komen met kandidaat vrijwilligers, en vertellen we hoe de samenwerking verder gaat.

Inhoud van de presentatie

De specifieke inbreng van uw organisatie kunt u zelf bedenken. Als het gaat om de samenwerking m.b.t. het werven van vrijwilligers komen de volgende punten aan bod:

- Uitleg van de methode;
- Wat is de vraag aan de aanwezigen en de organisatie waar u te gast bent;
- Hoe krijgt u een warme entree;
- Hoe gaat de samenwerking een vervolg krijgen.

In bijlage D is een voorbeeld voor de presentatie bijgevoegd.

De vraag aan uw netwerk

De medewerking die u van uw netwerk vraagt is het volgende: Breng ons in contact met mensen waarvan u denkt dat wij een meerwaarde zijn en die als vrijwilliger bij ons willen meedoen. Concreet vraagt u:

- een warme entree bij mensen die men kent;
- de toestemming dat de ambassadeur contact mag opnemen;

- de mogelijkheid een afspraak te maken met de ambassadeur evt. samen met de ‘aanbrenger’.
 - Wat u expliciet niet vraagt moet u wel even benoemen:
 - het overtuigen dat vrijwilligerswerk goed is voor hem of haar;
 - het aanprijzen van uw organisatie;
 - het aanspreken van mensen die men niet kent.
- Deze valkuilen kunnen het initiatief in de kiem smoren en dat zou jammer zijn.

Onderhouden van netwerken/follow up

Het is van belang goede en heldere afspraken over het vervolg te maken, dus:

- Wie is de contactpersoon bij uw netwerk voor het vervolgtraject;
- Als er een kandidaat gevonden is, aan wie wordt dit doorgegeven en hoe gebeurt dat (telefonisch, mail, whats app, etc);
- De ambassadeur koppelt resultaten terug en neemt op gezette tijden een keer contact op.

Zorg dat deze afspraken en werkwijze op één A4 bij elkaar staan (zie bijlage E).

Maak deze afspraken tijdens de netwerkbijeenkomst. Maak van de contactmomenten gebruik om even wat nieuwigheden uit te wisselen. Als er kandidaten worden aangeboden laat altijd even weten hoe het is verlopen. Ook als het resultaat negatief is.

Tip: heeft u een nieuwsbrief, stuur deze dan ook naar het nieuwe netwerk. Het helpt om onder de aandacht te blijven.

Een kandidaat wordt aangeboden

De ambassadeur krijgt de informatie over een potentiële kandidaat voor vrijwilligerswerk. De ambassadeur neemt contact op en maakt een afspraak (al dan niet met de ‘aanbrenger’).

Neem wat informatie mee naar het gesprek over uw organisatie zodat u ook iets kunt achterlaten. Hou de informatie over uw eigen organisatie in het begin kort. Tijdens het gesprek is het in eerste instantie van belang aandacht te hebben voor de behoefte van de kandidaat. Daar dient het gesprek over te gaan. Inventariseer en controleer of de informatie goed is begrepen. Kijk ook of er bezwaren leven en wat deze precies inhouden (doorvragen). Bespreek deze op een realistische manier waarbij de ambassadeur zijn eigen ervaring in kan brengen. Als het er op lijkt dat er een match is, maak dan afspraken over het vervolgtraject. Spreek af:

- Wanneer kan de kandidaat komen kijken;
- Is er behoefte aan begeleiding bij de eerste kennismaking;
- Etc.

Opmerking 1: Wacht met het doen van toezeggingen over vrijwilligerswerk tot duidelijk is waar en wanneer iemand geplaatst kan worden.

Opmerking 2: Spreek ook een periode af waarbinnen partijen zich nog kunnen bedenken (van beide zijde). Als het geen succes wordt help iemand dan aan anders en wel passend vrijwilligerswerk.

Opmerking 3: Informeer vooraf ook de vrijwilligers waar de kandidaat voorgesteld wordt.

Coördinatie ambassadeur

Als er met een groep van ambassadeur gewerkt wordt (bijvoorbeeld in iedere regio een ambassadeur) dan is het zinvol om op regelmatige basis deze mensen bij elkaar te laten komen om ervaringen uit te wisselen. Afhankelijk van uw situatie kan het handig zijn een coördinator te benoemen (evt. een ambassadeur) die dit soort activiteiten coördineert. Maak de coördinator ook verantwoordelijk voor de follow up binnen uw organisatie. Kijk dan naar de volgende aspecten:

- Is door de ambassadeurs het contact onderhouden,
- wat is er uit gekomen,
- moet bijgestuurd worden is er ondersteuning van de ambassadeur nodig.

Rol van de vrijwilligerscentrale

Het project dat door GIPS S&L is uitgevoerd is in samenwerking met POVl (Provinciale Ondersteuning Vrijwilligerswerk Limburg) gedaan. Zij zijn de link naar de vrijwilligerscentrales die natuurlijk een belangrijke rol hebben in deze. Als voor kandidaten een plek buiten uw organisatie gezocht moet worden, zijn de vrijwilligerscentrales een belangrijke partner. De ambassadeur onderhoudt dan ook de contacten met de vrijwilligerscentrale.

Ter afsluiting

Deze methodiek is ontwikkeld met financiële steun van de Provincie Limburg. De hierboven beschreven werkwijze is ingebed in de organisatie van GIPS S&L. Wij hebben goede ervaringen hiermee. Wij hopen dat het voor uw organisatie ook een succes kan zijn. Uiteraard kunnen we leren van ervaringen die andere organisaties op basis van deze handleiding opdoen. Dus aanbevelingen, opmerkingen, kritiek, etc. zijn van harte welkom. Stuur deze naar: info@gips-sl.nl. Voor vragen kunt u ons altijd benaderen.

GIPS Spelen & Leren

Internet: www.gips-sl.nl

Mail: info@gips-sl.nl

Telefoon: 045-5312058



POVL

internet: www.povl.nl

mail: tvalckx@povl.nl

telefoon: 077-3077350



provincie limburg
gesubsidieerd door de Provincie Limburg



Hoofdlijnen

Beschrijving in detail

Bijlagen

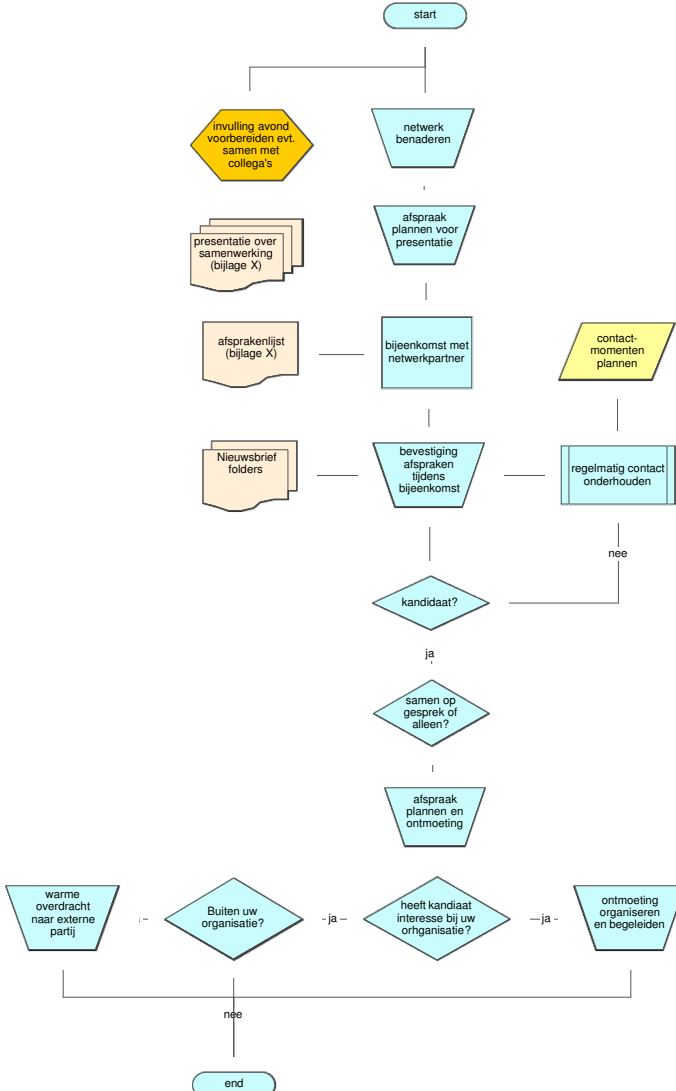
Bijlagen





Bijlagen

Bijlage A: Schematische weergave werkzaamheden ambassadeur



Bijlage B: Opleiding ambassadeur

In deze bijlage treft u het cursusmateriaal aan dat voor de opleiding van de ambassadeurs door GIPS S&L is ontwikkeld.

U bent vrij dit materiaal te gebruiken.

In deze bijlage treft u de volgende documenten aan:

- samenvatting cursus ambassadeur
- inhoud per cursusdag
- cursusmap
- beschrijving taken ambassadeur

Wenst u hulp of wilt u deze training door GIPS S&L laten geven, neem dan contact op met ons: info@gips-sl.nl. Deze dienstverlening zal tegen geringe kosten verleend worden.

Samenvatting cursus ambassadeur

1. kennismaking met het de methodiek “Uit Je Stulp Met Wat Hulp”

- korte samenvatting, zowel mondeling als op papier.

2. voorstellingsronde

- Accenten: over jezelf in een andere context. Een uitgebreide levensbeschrijving is hier

niet nodig, wél hoe de pc zijn rol ziet vanuit zijn eigen mogelijkheden.

3. de taken van de ambassadeur

- afspraak maken met de kandidaat-vrijwilliger
- bespreken van de visie van [organisatie]
- voorstellen kennismakingsbezoek aan een school tijdens het werk van een team
- evalueren van interesse en bereidheid van de kandidaat-vrijwilliger om met [organisatie] in zee te gaan
- enkele administratieve zaken voorbereiden
- volgen van de kandidaat-vrijwilliger: live - telefonisch - per mail. Hoe gaat 't? Waar heb je hulp bij nodig?

4. voorbeeld-interview

Een medewerker van [organisatie] interviewt een zgn. kandidaat-vrijwilliger. Hij laat hierbij het goede voorbeeld zien. In de nabespreking kunnen valkuilen aan bod komen (eerste verkenning).

5. oefenen gesprek kandidaat-vrijwilliger / ambassadeur

- in tweetallen + feedback
- variant: 1 voor de hele groep + feedback
- samenvatten resultaten

6. gespreksopbouw

- hoe start je?
- hoe en wanneer vat je samen?
- welke vragen stel je?
- hoe beëindig je het gesprek?

Nb. Hoe en wat vertel je over jezelf?!

7. eenzaamheid

- is dat wel of geen thema?
- dit thema dient zeker in de groep te worden besproken!
- niet psychologiseren!

8. bij wie kun je terecht?

Als er vragen zijn, of oplossingen, kun je die bespreken. Bij voorkeur in de groep ambassadeurs. Ook projectleiders en docenten zijn benaderbaar.

9. integriteit

Belangrijk thema is de integriteit van zowel de ambassadeur als de kandidaat-vrijwilliger. Alles is bespreekbaar, maar de grenzen van vertrouwelijkheid worden door jou zelf bepaald. Wat wordt besproken blijft binnenskamers. Ieder gaat behoedzaam om met privacygevoelige informatie.

10. do's and dont's

Vooraf bedenken de cursusleiders wat wel en wat niet gevraagd of gezegd wordt om gesprekken tot een succes te maken. Dit is slechts het kader.

Maar vooral de ambassadeurs zijn – vooraf en in hun feedback / evaluatie – actief betrokken bij het opstellen van deze lijst.

11. vervolgspraken

- voor de volgende cursusbijeenkomst
- voor terugkomdagen
- voor vragen

Let bij de voorbereiding op:

1. Naar schatting zijn 2 of 3 bijeenkomsten van max. 2 uur nodig.
2. Denk aan praktische afspraken. Lokaal, beamer, etc.
3. Maak afspraken over mogelijke declaraties.

1e bijeenkomst d.d.

INHOUD	DOEL	MIDDELEN	WIE	TIJD
Voorstellen docent(en): ideale manier + manier met irrelevante informatie	Kennismaking en voorbeeld	Gesprek		2x5 min
Werkmap uitdelen	Overzicht geven, groeidocument	Map *		5 min
Projectgeschiedenis en -inhoud	Kort overzicht geven	Gesprek		10 min
Taken ambassadeurs	Summiere taakomschrijving, komt later uitgebreider aan bod. Ook de rol bij werving van vrijwilligers!	Overzicht schriftelijk *		5 min
Integriteit ambassadeurs onder elkaar	Vertrouwen kweken, sfeer bepalen, gebruik privégegevens onderling	Gesprek		5 min
Ambassadeurs stellen zich voor	Zie: Integriteit	Gesprek	Pc's	4(5)x5 min
Thema: Eenzaamheid – ben je wel eens eenzaam – heb je het er wel eens over, met wie – met wie kun je over je gevoelens praten	Vorbereiden op mogelijke insteek bij kandidaat-vrijwilligers	Gesprek		15 min
Afsluiting	Feedback Formuleren van wensen en verwachtingen	Gesprek Notitieblad *		15 min

2e bijeenkomst d.d.

INHOUD	DOEL	MIDDELEN	WIE	TIJD
Vooruitblik Vragen n.a.v. 1e bijeenkomst	Wat doen we vandaag? Door oefenen vaardigheden ontwikkelen	Gesprek		5 min
Interview trainer – vrijwilliger	Voorbeeld geven, hoe het kan	Gesprek		10 min
Nabespreking: wat zag – hoorde je?	Inzicht krijgen in het houden van een interview	Individueel: formuliertje * Plenair		10 min 10 min
Oefenen interview in 2-tallen	Oefening, leren van elkaar, leren gespreksopbouw	Overzicht ge- spreksopbouw* Feedback	Allen	2 (3)x10 min 10 min
Optioneel: interview met enkele “valkuilen”	Luchtig “verkeerd” voorbeeld geven, kritisch observeren	Sketch-achtig gesprek Notitieblad *		5 min
Terugblik	Afsluiting	Gesprek		15 min

3e bijeenkomst d.d.

INHOUD	DOEL	MIDDELEN	TIJD
Terugblik	Wat was de opbrengst van de vorige bijeenkomst? Zijn er vragen?	Gesprek	10 min
Praktische zaken	Aandacht voor: – contactgegevens: bij wie kun je terecht? – declaratieformulier onkosten 1e jaar – gespreksverslagen PC's – vrijwilligers – werving kandidaat-vrijwilligers en/of kandidaten om gesprekken mee te voeren	Gesprek Formulier * Format * Gesprek	Totaal 20 min
Integriteit: verdieping	Integriteit onderling en t.o.v. kandidaat-vrijwilligers: hoe waarborgen?	Gesprek	10 min
Taken van de ambassadeur	A.h.v. Flow-chart intake vrijwilligers komen de taken van PC's nog eens voorbij.	Flow chart gesprek	10 min 10 min
Gesprekstechniek: do's en dont's	Wat doe je wel, vraag je wel, en wat niet? Naast praktische aanwijzingen (techniek) ook menselijke waarden en normen in acht nemen. Beetje "psycholoog" zijn.	Gesprek Voorbeelden: zowel positief als negatief (werkmap)*	30 min
Algehele terugblik	Zijn je wensen / verwachtingen beantwoord?	N.a.v. eerder genoteerde wensen / verwachtingen	15 min
	Wat ging goed? Wat verdient aandacht?	Gesprek + samenvatting *	15 min
Wensen we een terugkomdag?	Vinden we dit nodig/zinvol/overbodig/...? Eventueel bepalen van een datum.	Gesprek	5 min

Gesprekstechniek

De manier waarop een gesprek verloopt of waarop je een gesprek plant, hangt af van het doel. Over koetjes en kalfjes praten vergt nauwelijks voorbereiding, loonsverhoging vragen wel. Veel techniek is te leren door te oefenen. Je kunt je ook al voorbereiden met wat achtergrondinformatie. Die staat hieronder.

Communicatie kent (bijna altijd) 4 aspecten:

1. het inhoudelijk aspect: de zakelijke, feitelijke informatie
2. het expressieve aspect: bepaald door kleding, lichaamstaal, manier van spreken
3. het relationele aspect: hoe kijk je naar elkaar, wat is ieders rol
4. het appellerende aspect: je doet (vaak onbewust) een beroep op de ander

De aspecten komen onderstaand aan bod. Je kunt ze onderscheiden, in de praktijk lopen ze een beetje door elkaar. We zullen dat nog in voorbeelden laten zien.

Algemeen

Elk gesprek kent – als het goed is – een opbouw: je begint (contact maken), je hebt het over aanleiding en doel, je sluit af.

Elke fase kent zijn eigen “regels”. Het begin is vooral bedoeld om de ander op zijn gemak te stellen. Deze eerste zinnen zijn – zeker als ambassadeur – van groot belang. Geef de ander de kans “er in te komen”, val niet meteen met de deur in huis.

Als je bij de kern van het gesprek aankomt, is het handig een aantal soorten vragen te kennen en te hanteren. Nog veel belangrijker is: LUISTEREN. Wat zegt de ander? Hoe weet jij precies wat hij bedoelt? Heb jij hem goed begrepen?

Als het gesprek is beëindigd, vat je kort samen, of herhaal je afspraken die je hebt gemaakt. Vraag de ander hoe hij het vond, en geef ook zelf aan wat jouw positief gevoel bij het gesprek was.

De start van het gesprek

Misschien weet je al iets van je gesprekspartner: wat hij doet, wat zijn hobby is, familieomstandigheden, of iets dergelijks. Als je dat niet weet, kun je ruimte geven (vragen!) om daar iets van te vertellen. Is dat voor de ander moeilijk, begin dan over jezelf iets te vertellen. Maar let op: zo kort mogelijk! Vraag daarna of de ander ook iets wil vertellen. Ook hier al is het belangrijk het effect van sommige typen vragen te kennen! (zie hieronder)

De “hoofdmoot”

Het allerbelangrijkste is: goede vragen stellen. In hoofdzaak onderscheiden we:

- gesloten vragen: het antwoord is kortweg “goed”, of: “ja”. Vaak begint zo’n vraag met een werkwoord. Je kunt dit soort vragen goed gebruiken ter inleiding, het bakent het gesprek in deze fase wat af
- open vragen: dergelijke vragen beginnen vaak met vraagwoorden (wie – wat – waar – wanneer – waarom). Ze geven de ruimte aan de ander, nodigen uit om meer te vertellen. Een risico bij doorvragen kan zijn, dat de ander zich in het nauw gedreven voelt.

Ook parafraseren en reflecteren zijn veelgebruikte technieken voor een goed wederzijds begrip. Parafraseren is het herhalen van gespreksinhoud met eigen woorden, een soort tussentijdse samenvatting. Reflecteren is ook herhalen, maar dan met de nadruk op de gevoelswaarde.

Er zijn nog andere soorten vragen. Een korte opsomming:

- gesloten vragen (zie ook boven). Het antwoord is kort. Voorbeeld: Begrijp je dat?
- Open vragen. Antwoord is uitgebreider. Voorbeeld: Wat gebeurde er?
- Suggestieve vragen. Het antwoord zit al een beetje in de vraag. Voorbeeld: Vind je ook niet, dat ...?
- verkapte mededeling. Het antwoord zal min of meer gewenst zijn. Voorbeeld: Ik hoop dat je van Chinees houdt?
- Keuzevragen. Het antwoord is een andere vraag. Voorbeeld: Waarom vraagt u dat?
- Controlevragen. Het antwoord is open, de vraag is bedoeld om te kijken of we elkaar

hebben begrepen. Voorbeeld: Klopt dat?
Valkuil: de suggestieve vraag ligt op de loer!
Voorbeeld: Dus u bent het met me eens, dat ...?

Minstens zo belangrijk als vragen stellen en praten is luisteren. Actief luisteren levert – naast duidelijkheid – veel extra informatie op. Let bij actief luisteren op:

- lichaamstaal: van jezelf en van de ander. Een geïnteresseerde houding kun je laten zien!
- Korte tussentijdse samenvattingen, verhelderingsvragen
- feedback (terug geven): “Dus, als ik het goed begrijp, ...”
- je eigen verhaal: niet te nadrukkelijk, stel uit!
- Reageren: doe dit bij voorkeur pas aan het eind van het gesprek.

Belangrijke kanttekeningen

Bedenk van tevoren wat je van jezelf vertelt. Komt eenzaamheid ter sprake? Laat je ook je “onderbuik” spreken? Laat je mensen uitspreken? Tijdens de cursus kun je ook je eigen aandachtspunten kwijt. Noteer ze, deel ze met je collega’s.

De volgende tips en aanwijzingen (bron: <http://mens-en-samenleving.infonu.nl/communicatie>) helpen je om een goed gesprek te voeren.

Communicatie: De vier aspecten van een boodschap

Communiceren is: het met elkaar uitwisselen en delen van **(1) informatie, (2) kennis, (3) ervaringen** en **(4) emoties**. Het uitgangspunt is dat mensen elkaar deelgenoot willen maken van hun waarnemingen, ervaringen en hun belewingswereld. Door het totale proces van communiceren uit te splitsen in kleinere gebieden

gaan we het beter begrijpen. Dat is noodzakelijk voor iedereen die zijn gesprekstechnieken wil verbeteren. Onderstaand komen vier verschillende aspecten van communicatie aan de orde.

Het inhoudelijke aspect

Allereerst bevat elke boodschap zakelijke informatie, een beschrijving van feiten. Dit noemen we het zakelijke of inhoudelijke aspect. Het onderwerp van een gesprek kun je vinden door je af te vragen wat de steekwoorden van het gesprek zijn. De oorzaak van onenigheid over de inhoud van het gesprek wordt meestal veroorzaakt door onduidelijkheid over één van de andere aspecten.

Het expressieve aspect

De zender van de boodschap, oftewel degene die aan het woord is, laat ook iets van zichzelf zien, hij brengt iets over zijn persoonlijkheid naar buiten. Het expressieve aspect heeft veel te maken met hoe we willen overkomen op de ander. Bij het expressieve aspect gaat het om de wens het innerlijke naar buiten te brengen.

Het relationele aspect

Communicatie heeft ook een relationeel aspect. Dit aspect wordt ook wel betrekkingaspect genoemd. Het betreft een impliciete mededeling over hoe je de ander ziet. Door houding en woordkeus laat je weten hoe je de relatie met de ander inschat.

Het appellerende aspect

Als we communiceren, doen we elkaar onbewust voorstellen over de manier van op elkaar reageren. Dit noemen we het appellerende aspect. Het appellerende aspect heeft te maken met macht. Het heeft de bedoeling iets bij een ander te bewerkstelligen, door de ander ver-

baal en non-verbaal in een bepaalde positie te manoeuvreren. Hierbij valt op dat het relationele aspect en het appellerende aspect niet scherp te onderscheiden zijn, ze overlappen elkaar gedeeltelijk en zijn sterk met elkaar verweven.

Gesprekstechniek

Er bestaan veel verschillende soorten vragen. Open vragen en gesloten vragen, bijvoorbeeld, maar ook daarbinnen zijn veel verschillen. Wat voor vraag je stelt is afhankelijk van je doel. Denk van te voren na over wat je wilt bereiken met een vraag, en bedenk welke mogelijke reacties je kunt krijgen. Vergelijk verschillende strategieën en kies de vragen waarmee je de grootste kans hebt om je doel te bereiken. Voor de leesbaarheid zijn de nu volgende soorten vragen samengevat in een voorbeeld. Voor meer informatie verwijzen we u naar de website.

Soorten vragen

Gesloten vragen: beginnen met een werkwoord. Voorbeeld: Ben je het met me eens?

Open vragen: beginnen met vraagwoorden (wie/wat/waar/...). Voorbeeld: Waar zullen we mee beginnen?

Suggestieve vragen: deel van het antwoord wordt al als suggestie meegegeven. Voorbeeld: Denk je niet, dat dit de beste manier is?

Verkapte mededeling: Voorbeeld: Ik hoop dat je van Chinees houdt?

Keuzevragen: Voorbeeld: Koffie of thee?

Tegenvragen: Voorbeeld: Waarom vraag je dat?

Controlevragen: Voorbeeld: Klopt dat?

LSD?

Niet alleen de juiste vragen stellen bepaalt het succes van een gesprek, maar ook LSD: **Luisteren – Samenvatten – Doorvragen.** Of

je goed hebt geluisterd naar je gesprekspartner controleer je door samen te vatten en als dat nodig is door te vragen. "Tot nu toe heb ik begrepen, dat je Klopt dat? Vertel eens iets meer over..."

Interview

De docent houdt een interview met een kandidaat-vrijwilliger. Daarbij gebeurt van alles. Het schema hieronder helpt je een goede observatie te doen en daarmee je aanstaande werk als ambassadeur een boost te geven.

Beknopte theorie

Communicatie vindt altijd plaats met de volgende elementen:

zender **boodschap** **ontvanger**

De zender is degene, die iets zegt of doet. Dat "iets" is de boodschap. De ontvanger sluit de rij.

Voorbeeld:

Mark Rutte geeft een persconferentie:

- Mark Rutte: zender
- inhoud persconferentie: boodschap
- journaal: ontvanger

NB. Zender en ontvanger wisselen ook gedurende de communicatie: journalist vraagt aan Rutte...

Het schema, hieruit afgeleid, kan je helpen heel gericht te kijken en te luisteren. Bedenk vooraf, dat je in deze fase niets "fout" of "goed" vindt.

Ik zie/hoor interviewer zeggen/vragen:	Feitelijke boodschap is volgens mij:	Ik zie/hoor de vrijwilliger zeggen/vragen:

Wensen en verwachtingen

Als je ergens aan begint, heb je vooraf een idee wat dit moet opleveren. Voor jou, maar ook voor degene die een cursus geeft, krijgt zo'n cursus daardoor betekenis. Dat mag je hieronder in kaart brengen.

Wensen/Verwachtingen	Eigen notities van ...
<p>Breng onder woorden (of teken) wat jij zelf graag bereikt met deze cursus. Je weet nog niet precies wat er op je afkomt, maar hebt vast al ideeën over wat JIJ wil.</p> <p>Onderstaande vragen kunnen je misschien helpen:</p> <ul style="list-style-type: none">– Ik wil, dat ik na deze cursus– Ik word helemaal enthousiast van ...– Ik heb een paar vragen, namelijk ...– Na de cursus kan ik veel beter ... <p>Of bedenk je eigen wensen, verwachtingen, "beren op de weg"...</p>	

Overzicht do's & dont's

In een gesprek zitten heel wat aandachtspunten en leermomenten. Tijdens de cursus komen we ze regelmatig tegen. Daar hoort ook een lijstje bij van dingen, woorden, zinnen, die je beter niet kunt gebruiken, of juist wél. Hieronder staan er alvast enkele, de bedoeling is dat we die lijst aanvullen gedurende de cursus.

do's

mensen laten uitpraten
contact vóór contract
goede vragen stellen
goed luisteren
emoties tonen
je gesprekspartner staat centraal



dont's

mensen in de rede vallen
met de deur in huis vallen
veel gesloten vragen stellen,
suggestieve vragen
je eigen verhaal voorop
je emoties met je op de loop laten gaan
jij bent het middelpunt van het gesprek



Wat zijn ambassadeurs?

In het project hebben ambassadeurs, ook wel ervaringsdeskundigen genoemd, een belangrijke rol in het contact met kandidaat-vrijwilligers. Zij zijn de link tussen de kandidaat en het (vrijwilligers)werk dat deze gaat verrichten. Uit deze algemene taakstelling vloeien een aantal taken voort.

Taken van de ambassadeur

Het project Uit je stulp met wat hulp is dynamisch: hoofdlijnen zijn de basis, verbeteringen zijn toegestaan, zo niet wenselijk. Onderstaand overzicht is daarom niet in beton gegoten, de praktijk zal ongetwijfeld wijzigingen opleveren.

1. contactgesprek

De ambassadeur (in 't vervolg: PC) krijgt via een netwerk de naam + telefoonnummer van een potentiële vrijwilliger. De PC neemt contact op met deze vrijwilliger en maakt een afspraak. Het eerste gesprek heeft een verkennend karakter: is er een klik? Is de kandidaat in staat en/of bereid vrijwilligerswerk te doen? Waar ligt zijn/haar interesse: bij uw organisatie of anderszins?

2. kijkje op de werkplek

Als het contactgesprek leidt tot een uitgesproken interesse voor het werk van uw organisatie, organiseert de PC een kijkje op de werkplek. Als de kandidaat hierover positief is, volgt de:

3. follow up

Een gesprek met vrijwilligerscoördinator wordt gepland. De inschrijfprocedure wordt gestart, en ook wordt de kandidaat ingedeeld in een

team. Administratieve acties worden gestart (planning).

4. inwerken in team regelen

De kandidaat wordt ondersteund bij zijn start in het team. Dat kan de PC zelf doen, hij kan dit ook door het team laten uitvoeren. In elk geval houdt hij overzicht in hetgeen wordt afgesproken.

5. nazorg

De PC volgt enige tijd de vrijwilliger (telefoon-gesprek, bezoek, o.i.d.). Hij zorgt er als het ware voor, dat de nieuwe vrijwilliger zich thuis voelt bij ons.

6. delen van ervaringen

De PC deelt zijn ervaringen met andere PC's. Zo kunnen we van en met elkaar leren.

7. extra: onderhouden netwerken

De PC onderhoudt contacten met netwerken en boort nieuwe kanalen aan.

Bijlage C: voorbeeldlijst van netwerken

Netwerkpartners

Maatschappelijke organisatie
Verenigingen en sportclubs
Gemeenten

Zorginstellingen

Welzijnsorganisatie
Vrijwilligerscentrale
Koepelorganisaties

Service clubs

Onderwijs

maatschappelijke beursvloeren
woningstichtingen en -coöperaties

www.mn-li.nl

afd. sociale zaken
afd. WMO
wijk of buurthuizen
Thuiszorg organisatie
gehandicapten zorg
ouderenzorg
revalidatieklinieken
activiteiten centra

huis voor de sport
huis voor de zorg
huis voor de kunst
Junior Kamer
Kiwanis
Lions
Ronde Tafel
Rotary
Soroptimisten
basisscholen
middelbare scholen
beroepsonderwijs
www.beursvloer.com

website

www.overheid.nl

www.povl.nl
www.huisvoordesportlimburg.nl
www.huisvoordezorg.nl
www.hklimurg.nl
www.jci.nl
www.kiwanis.nl
www.lions.nl
www.roundtable.nl
www.rotary.nl
www.soroptimist.nl

Bijlage D: voorbeeld presentatie voor netwerk bijeenkomst.

Opmerking: de Powerpoint versie is bij GIPS S&L op te vragen via: info@gips-sl.nl

Opmerking: op de plaatsen waar [organisatie] of [org] staat komt de naam van uw organisatie.

Uw logo

Logo partner

[Titel van uw presentatie]

**WAAROM
MOEILIK DOEN
ALS
HET SAMEN KAN**

Loesje

POSTBUS 1045 6801 BA ARNHEM 030325478

Uw logo

Logo partner

Even voorstellen

Namens [organisatie]

- Mevr. X
- Mijnheer Y



Uw
logo

[organisatie]

Logo
partner

- Korte informatie over uw organisatie:
 - Doel
 - kengetallen, (aantal leden, etc.)
 - activiteiten

Uw
logo

[organisatie] zoekt mensen

Logo
partner

- [org] zoekt vrijwilligers m.n. mensen [bijv. die een beperking hebben].
- Mensen die.... [sterk kenmerk: bijv. Actief zijn in de begeleiding van kinderen].
- Uit je Stulp met wat Hulp:
 - Breng ons in contact met potentiële kandidaten.
 - Laat de ambassadeur het gesprek doen.



Uw
logo

Wat biedt [organisatie]...

Logo
partner

- [Zet hier op een rijtje wat u te bieden heeft als organisatie.]

Uw
logo

Samen met jullie...

Logo
partner

- Het gaat om een 'warme entree'.
- Uitsluitend de kandidaat met ons in contact brengen. Ga niet [org] verkopen.
- Onze ambassadeur [naam] gaat het gesprek aan. Daar zijn jullie uiteraard ook welkom bij.
- Als [org] geen optie is, onderzoeken we andere mogelijkheden o.b.v. de interesses.

Uw
logo

Het vervolg...

Logo
partner

- De kandidaat gaat mee met [org] om kennis te maken.

Of

- We zoeken naar een andere organisatie die vrijwilligers nodig heeft en leggen het contact.

Uw
logo

Wij zoeken ...

Logo
partner

mensen voor:

- [geef aan voor welke functies u vrijwilligers zoekt]



Uw
logo

Hoe nu verder...

Logo
partner

- Komen jullie iemand tegen, zorg dan voor de 'warme entree'.
- Neem contact op met [naam]: 06- xxxxxxx of [mailadres] voor een afspraak.
- [naam] houdt jullie op de hoogte (telefoon mail) over de voortgang.



Uw
logo

Dank voor de aandacht...

Logo
partner



Bijlage E: Afspraken en informatie tbv netwerken

Beste,

Ter informatie nog even een aantal zaken op een rij.

Wij vragen uw mensen om ons in contact te brengen met potentiële geïnteresseerden voor vrijwilligerswerk bij onze organisatie.

Mochten er zich mensen melden voor een gesprek met de ambassadeur dan kunt u contact opnemen met:

Naam: [naam ambassadeur]

Mailadres: [mail ambassadeur]

Telefoonnummer: [telefoonnummer ambassadeur]

Het algemene nummer van onze organisatie is: [telefoonnummer]

De ambassadeur zal u op de hoogte houden van de ontwikkelingen en regelmatig contact houden waar nodig. Wij sturen u onze (digitale) nieuwsbrief toe als u dat wenst. Geef in dat geval uw (mail)adres aan de ambassadeur door.

Dank voor de ontvangst en hopende op een vruchtbare samenwerking,
Met vriendelijke groet,

[ambassadeur]



4

Wachmarkt & Punt
Kippen
Gambus
Krabben
Salmon
Zalm
Lammet
Kip
Diverse Desserts

Rest. 't Poort
Tupper
Drieluik
Van
Wild

NIET AAN A...

