

1. Algemeen beleid

Missie een bruisende speeltuin als middelpunt in de wijk waar kinderen altijd veilig kunnen spelen.

Visie op vrijwilligers beleid LBS

De LBS hecht grote waarde aan vrijwilligerswerk, want zonder de inzet van de vrijwilligers zouden de speeltuinen niet veel kunnen betekenen.

Als speeltuinvereniging is het van essentieel belang om na te denken én vast te leggen, wat de organisatie vraagt van vrijwilligers en wat ze daar tegenover stelt. Op die manier is het mogelijk om de motieven van vrijwilligers en de wensen van de speeltuin bij elkaar te brengen.

Vrijwilligersbeleid is het geheel aan voorwaarden dat nodig is om vrijwilligers binnen een organisatie tot hun recht te laten komen en hun eigen doelen na te laten streven op een zodanige wijze dat ook de doelstellingen van de organisatie daarmee gediend worden.

Het LBS vrijwilligersbeleid is geïnspireerd door de 5 b's (binnenhalen, begeleiden, belonen, behouden, beëindigen), een visie (de stip op de horizon) op vrijwilligers(werk), een beeld van huidige en van de gewenste situatie.

Hoe ziet het proces eruit van een idee naar vrijwilligersbeleid?

Het begint met het vormen van visie: wat is mijn stip op de horizon als het vrijwilligers in onze speeltuin betreft? Zie ik vrijwilligers als goedkope arbeidskrachten of als de mensen die de vereniging dragen? Vervolgens moet je doelen formuleren: wanneer wil ik, wat hebben bereikt als het gaat om de vrijwilligers in de SV? Welke taken moeten er worden uitgevoerd en wat vraagt dat in aantal en deskundigheid van vrijwilligers? Altijd handig is voor dat u aan de slag gaat met een vrijwilliger om een VOG aan te vragen bij de gemeente. Vrijwilligers die werken met kinderen kunnen vanaf 2015 een gratis Verklaring Omtrent Gedrag (VOG) aanvragen. In 2014 kunnen organisaties het vergoed krijgen via steunpunt KinderVakanties.

Vervolgens maakt u een analyse van de huidige situaties: hoeveel vrijwilligers heb ik, wat kunnen ze, wat vinden ze leuk om te doen, hoelang zijn ze al actief? Waar kan ik eventueel nieuwe vrijwilligers vinden? Kortom wat zijn de kansen en bedreigingen.

Ten slotte bedenkt u hoe u de weg wil gaan bewandelen om uw doelen te bereiken, inclusief een tijdschema. Dit schrijft u kort en krachtig op (actieplan), met aandacht voor de 5 B's:

Binnenhalen

Begeleiden

Belonen

Behouden

Beëindigen

Meerwaarde van vrijwilligersbeleid voor speeltuinen.

Voor een speeltuin heeft het formuleren van vrijwilligersbeleid meerwaarde omdat het alle betrokkenen binnen de speeltuin dwingt om na te denken over de rol, positie en bijdrage die vrijwilligers leveren.

Vrijwilligersbeleid dient als visitekaartje

Vrijwilligers komen een organisatie binnen met hun eigen wensen en verlangens. Om te kunnen inschatten of deze binnen de speeltuin vervuld kunnen worden, is het vrijwilligersbeleid een leidraad en hulpmiddel. Daarom zal elke nieuwe vrijwilliger voor de start van zijn werkzaamheden een verkorte versie van het vrijwilligersbeleid in de vorm van "actieplan voor vrijwilligers" van de speeltuin moeten ontvangen.

2. De vijf B's

Binnenhalen

De juiste persoon op de juiste plaats

Werving gaat om het aantrekken van vrijwilligers die passen bij de organisatie en bij de taken die ze gaan uitvoeren. Daarom is het belangrijk om in je werving de nadruk te leggen op de opbrengsten voor de vrijwilligers. Probeer je in te leven in de doelgroep die je voor ogen hebt: wat zijn mogelijke motieven van potentiële vrijwilligers uit deze doelgroep om bij een speeltuin te gaan werken? Wat spreekt hen aan? Wat vinden zij interessant? Wat zien zij als een uitdaging? Wat levert het hen op?

Wervingsmethode: de wervingscirkel



Begeleiden

Vrijwilligers begeleiden betekent dat je ze leert kennen, inwerkt en contact met ze onderhoudt. Als dat goed gaat kun je altijd inspelen op wensen en mogelijkheden.

Voor het inwerken kun je denken aan

1. Welke oefenruimte bied ik mijn nieuwe vrijwilliger?
2. Voor welke aanpassingen, trainingen en/of deskundigheidsbevordering moet ik zorgen?
3. Bij welk persoon binnen de vereniging kan de nieuwe vrijwilliger terecht?
4. Is er wet- en regelgeving van toepassing?
5. Wat doen we met de ervaringen van de vrijwilliger?
6. Wat is de werkwijze?
7. Is het mogelijk om eerst te oefenen?
8. Hoe gaat de uitvoering?

Het is eveneens mogelijk om elkaar te begeleiden, de zogenaamde intervisie. Hierin bespreek je met elkaar werksituaties. Door elkaar te bevragen maak je situaties inzichtelijker en probeer je met elkaar tot oplossingen en verbeteringen te komen. In deze vorm van begeleiding staat iedereen aan elkaar gelijk.

Begeleiding in de praktijk

Begeleiden van vrijwilligers is mensenwerk. Je houding is hierbij essentieel:

toon respect naar de ander en jezelf

toon inlevingsvermogen

sta open voor de ander

wees jezelf

wees betrokken

Je uitstraling is hierbij ook van belang. Het moet duidelijk zijn dat de begeleiding positief, maar ook gezellig en leuk is (ook al kunnen er zeer serieuze en ook minder leuke zaken besproken worden).

Er zijn een aantal technieken die je toe kunt passen bij de begeleiding:

luisteren

samenvatten

open en gesloten vragen stellen

voorkom het invullen

voorstellen doen

bewaken van voortgang

informatie verstrekken

confronteren

opbouwende kritiek leveren

voorschrijven

spanningen signaleren en benoemen

aanmoedigen

afspraken maken

geven van opbouwende kritiek

Belonen (waarderen)

Vrijwilligerswerk doen mensen voor niks. Toch willen ze er vaak iets voor terug hebben. Het gaat hierbij niet om geld, maar wel om andere vormen van beloning. Soms is de waardering of gezelligheid al voldoende.

Daarbij kunnen de volgende 5 vragen je helpen.

1. Wat wil de vrijwilliger halen uit het vrijwilligerswerk?
2. Wat heb ik te bieden?
3. Wie is verantwoordelijk voor 'belonen'?
4. Hoe zit het met onkosten, reiskosten, verzekering?
5. Wanneer is de vrijwilliger tevreden?

Behouden

Het is van belang dat de vrijwilliger het werk leuk vindt en ook leuk blijft vinden.

Daarom: houd goed contact, bespreek mogelijke nieuw ideeën en overleg over aanblijven of stoppen met het vrijwilligerswerk.

Mogelijke vragen daarbij:

1. Is het werk en de speeltuin nog interessant genoeg voor de vrijwilliger?
2. Past de organisatie zich aan als de omstandigheden van vrijwilligers veranderen?
3. Welke vrijwilligerscarrière en persoonlijke ontwikkelingsmogelijkheden kan ik bieden?
4. Wat mist de vrijwilliger?

5. Heeft de vrijwilliger behoefte aan scholing of ander werk?(Voor een stappenplan om achter de scholingwens te komen van de vrijwilliger zie bijlage 4.)

6. Beëindigen

Als iemand wil stoppen is het de kunst om goed uit elkaar te gaan en te weten waarom iemand stopt. Een 'bedankgesprek' met de stoppende vrijwilliger is noodzakelijk. Dit geeft inzicht in waarom een vrijwilliger stopt en kan voorkomen dat de vrijwilliger slechte verhalen gaat vertellen over uw speeltuin.

Tot slot verwijs ik naar bijlage 6. Hier vindt u nog handige tips van de NUSO als u met vrijwilligersbeleid aan de slag gaat. http://www.vrijwillige-inzet.nl/fileadmin/www.vrijwillige-inzet.nl/Producten/P013_NUSO_Brochure_Vrijwilligers_moet_je_veroveren.pdf

Bijlage 1

planning "pilot" eerste vrijwilligerscursussen.

Dit beleid is tot stand gekomen door een pilot met 4 speeltuinen (zie het programma van de pilot).

Het programma voor de LBS:

Opzet en voorbereiding.

14 mei in buurt centrum het panerat.

aanw: Sjoerd (trainer), Leon (consulent LBS), een medewerker van iDOE die ook de hele training gaat doen en andere teamleden van iDOE.

inhoud: Hierin wordt gezamenlijk de voorbereiding gedaan voor de rest van het traject en leert dus iedereen over het opzetten van vrijwilligersbeleid en het ondersteunen daarbij. Ook worden de taken voor de volgende bijeenkomsten verdeeld. Naar aanleiding hiervan zal Leon een eerste opzet voor een algemeen vrijwilligersbeleid voor de LBS maken.

Bijeenkomst met LBS.

LBS op de hoogte stellen 23 mei om 20.00 uur.

aanw: Sjoerd, Leon, medewerker iDOE (trainers) , de LBS.

Inhoud: Opzet voor het algemene vrijwilligersbeleid van de LBS wordt besproken en aangevuld door de LBS-leden

2 bijeenkomsten met 4 speeltuinen.

5 juni eerste bijeenkomst inhoud bijeenkomst verdeeld in 2 uur eerste uur wat is beleid gegeven door Leon en Sjoerd tweede uur hoe werf je vrijwilligers Tessa en Anne.

19 juni Twee bijeenkomst gaat over persoonlijke doel en organisatie doel. Ook 2 uur duurt de bijeenkomst.

aanw: Sjoerd, medewerker iDOE, Leon (trainers), 4/5 vertegenwoordigers van 4/5 speeltuinen.

inhoud: Aan de hand van het algemene vrijwilligersbeleid gaan de speeltuinen aan de slag met hun eigen beleid en invulling ervan. Hier komt ook zo praktisch mogelijk de nieuwe ontwikkelingen (nieuwe vrijwilligers/vormen van vrijwillige inzet) aan de orde en de ervaringen van de aanwezige speeltuinen.

Terugkombijeenkomst

17 september informatie avond delen de overige speeltuinen hun ideeën.

Tijdens de informatieavond met speeltuinen leggen de partijen die deel hebben genomen hun bevindingen uit.

Evaluatie

24 september of 30 september

aanw: Sjoerd (trainer), Leon (consulent LBS), de medewerker van iDOE die ook de hele training gedaan heeft en de andere teamleden van iDOE die bij 1) aanwezig zijn geweest.

inhoud: Evaluatie van het traject en de train de trainer.

Bijlage 2

stappenplan Wervingscirkel

Stap 1: Werven met en voor een doel

Werven doe je niet zomaar. Je komt mensen tekort, of je denkt meer mensen te kunnen gebruiken. De mensen die je gaat werven wil je voor bepaalde taken inzetten of je wilt dat ze per week op vaste tijden inzetbaar zijn.

Voordat je van start gaat met willekeurig advertenties te plaatsen of posters op te hangen, is het goed om goed te bedenken waarvoor en hoelang je mensen nodig hebt. Wanneer ben je tevreden? Formuleer eerst het doel van je wervingscampagne. Zo'n doel van een campagne zou bijvoorbeeld als volgt kunnen luiden: "Ik wil minstens vijf mensen vinden met bestuurs- en media-ervaring die bereid zijn minimaal twee dagdelen per maand vrij te maken om het huidige bestuur te versterken".

Checklist voor het maken van een wervingsdoel

- Hoeveel mensen zijn er nodig?
- Welk werk moeten ze gaan doen?
- Welke functie-eisen zijn er? - Wat moeten ze kunnen? - Hoeveel tijd per week moeten ze beschikbaar zijn? - Gaat het om een tijdelijke functie of is het voor langere tijd?

Stap 2: De doelgroep: Wie wil je bereiken?

Voordat je op zoek gaat naar de doelgroep buiten je organisatie, is het goed om eerst te onderzoeken welk type vrijwilliger nu in de organisatie werkt en deze vervolgens te waarderen. Vrijwilligersorganisaties die in nood zitten hebben vaak de neiging om blij te zijn met iedereen die zich als vrijwilliger meldt. Hoe kieskeurig kun je zijn? Toch blijkt vaak dat een beetje kieskeuriger zijn in de werving eerder méér resultaat oplevert dan minder.

Bij het nadenken over je doelgroep moet je jezelf twee vragen stellen. De eerste vraag is: Wat voor vrijwilligers wil ik hebben? Wie is mijn doelgroep? Daarvoor is het goed om eerst een goed profiel te maken van het type vrijwilliger dat je zoekt. De tweede vraag is: waar zitten die mensen? Waar haal je de informatie over je doelgroep vandaan? S

Stap 3: Wat zijn je Unique Selling Points?

Je USP's zijn die zaken waarin jullie organisatie aantrekkelijker is dan je concurrenten (andere organisaties, maar ook indirecte concurrenten zoals voetbal op TV).

Denk aan kosten, mensen, activiteiten, betrokkenheid, maatschappelijk belang, actualiteit, beleidsdoelstelling.

Wat heeft jullie organisatie je relatie te bieden, welk 'probleem' los je voor hun op?

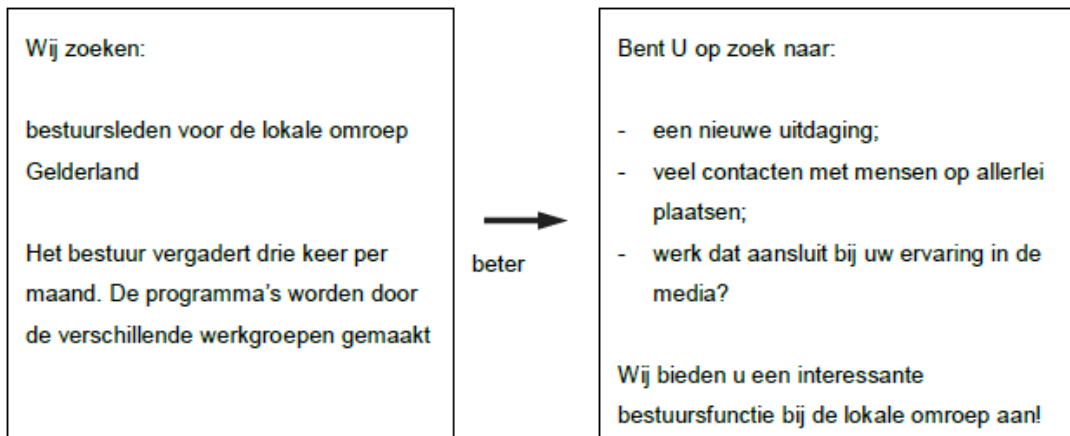
Stap 4: Wat is je boodschap, wat heb je te bieden?

Wat is je wervingsboodschap? De boodschap is de vertaling van je doelstelling, via je Unique Selling Points naar de doelgroep. Essentieel bij elke werving is dat je bij het formuleren van de boodschap als het ware op de stoel van de doelgroep gaat zitten: even de wereld vanuit diens ogen bekijken. Probeer te achterhalen welke woordkeus hen aanspreekt, of welke normen en waarden in je doelgroep heersen. Wanneer zou het voor die persoon bijvoorbeeld interessant zijn actief te worden in een landelijk bestuur?

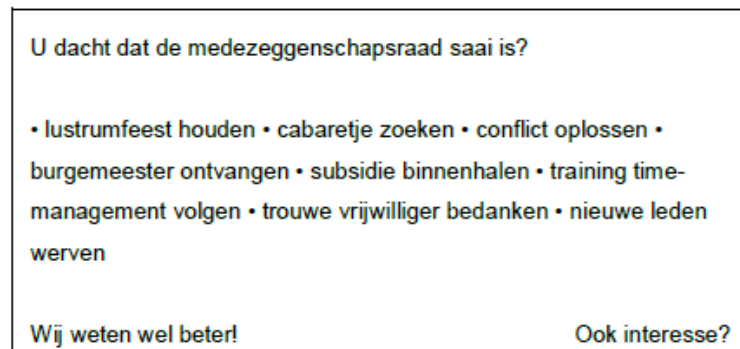
Pas dan kun je de juiste invalshoek en overtuigingskracht vinden om de ontvanger aan te zetten tot actie. Je kijkt dus naar de doelgroep en naar de informatie die de doelgroep zal aanspreken. Een voorbeeld:

In plaats van 'Het bestuur vraagt.....' kan het veel aansprekender zijn om het perspectief van de doelgroep te nemen: 'U zoekt een.....' Dan benadruk je vanzelf al meer de opbrengstenkant.

Een voorbeeld:



Of misschien zelfs zo:



Kortom: het bedenken van een boodschap is een creatief proces waarbij je moet kijken door de ogen van je doelgroep.

Stap 5: Kanalen en middelen

Een boodschap moet ook nog verzonden worden. En op zo'n manier dat het werkelijk binnenkomt bij de doelgroep. Daarvoor heb je een middel nodig en een kanaal. Een middel is dat wat de informatie draagt (bijvoorbeeld een poster, een folder, een sticker, of bijvoorbeeld dat wat je zegt in een gesprek). Een kanaal is de weg waarlangs die informatie gaat. (Die folder kan liggen in een dokterswachtkamer, huis aan huis worden verspreid, op aanvraag verzonden, enz.)

Wie leest wat?

De plek waar je middelen neerlegt, en ook het middel zelf, bepaalt voor een deel het resultaat. In een wachtkamer vind je andere mensen dan bij een sportclub of school. Door goed te bedenken wat jouw doelgroep ziet, hoort, leest en waar je doelgroep komt, kun je de aantrekkelijke plekken vinden.

Hoe weet je nu wat jouw doelgroep bereikt?

Een manier om dat te achterhalen is om voor bepaalde doelgroep het volgende schema in te vullen. Nog beter is het iemand van die doelgroep zelf te laten invullen. Dit kun je te weten komen tijdens het interview dat je afneemt met iemand uit je doelgroep.

Voorbeeld *De doelgroep is mannen in de VUT.*

De doelgroep	Middel	geschikt voor
Leest: krant, blad, direct mail	Huis aan huisblad Regionaal dagblad De kampioen	advertentie, artikel, brief
luistert/ziet: radio, tv, billboard, posters	Regionale omroep Kabelkrant	interview, persbericht, poster
Doet: vrije tijd, werk, studie, vakantie	Bibliotheek Buurthuis	poster, lezing, neerleggen van folders
lid/aanhanger/fan: vereniging, kerk, partij, bekendheid	ANBO Hervormde kerk Bridgevereniging	lezing, artikel in verenigingsblad, folder, mogelijkheid samenwerking
Ontmoet: buurt, vrienden	Laat andere vrijwilligers weten dat je bezig bent met werven	mond-tot-mondreclame stimuleren met materiaal voor huidige vrijwilligers
Geïnteresseerd in: politiek, reizen, techniek, kinderen	Ouderenissues	in tekst hierbij aansluiten

Stap 6: de concrete organisatie

Plannen is vooruitzien.

Elke keer dat de wervingscirkel doorlopen wordt, passeer je ook het segment 'organisatie'. Het gaat hier in eerste instantie om de organisatie van de werving zelf: alle praktische randvoorwaarden om de uitvoering soepel te laten verlopen.

De planning bijvoorbeeld:

- Wanneer moet het materiaal klaar zijn?
- Wanneer is het een goede tijd om een mailing de deur uit te doen?
- Wie gaat schrijven, voorbeelden zoeken?
- Etc.

En de kosten:

- Hoeveel kan en wil je eraan uitgeven?
- Wie gaat je kosten betalen?

Bij het doorlopen van de cirkel is dit het moment waarop je expliciet stilstaat bij de praktische haalbaarheid van je plannen en de investeringen die het kost om die ideeën te realiseren. Dit is ook het moment waarop je eventueel je wervingsactie op onderdelen moet bijstellen.

Let op: dit is 1 van de vele stappenplannen die er zijn als het gaat om het werven van vrijwilligers. De kern is altijd het zelfde (zie de wervingscirkel). Een ander voorbeeld van een stappenplan vindt u in bijlagen 3.

de volgende bijlage is een stappenplan opgesteld door ARC training/ ondersteuning / advies voor vrijwilligerswerkhollandrijnland.

bijlage 3
stappenplan vrijwilligerswerk hollandrijnland

bijlage 4

Stappenplan om achter de scholingsbehoefte te komen:

Vragen voor het bestuur:

- Wat is het belang van onze organisatie bij het scholen van onze vrijwilligers en wat willen we daarmee bereiken? Denk hierbij aan:

Wat en hoe willen wij als organisatie onze diensten verlenen?

Wat voor kwaliteiten en kennis vraagt dit van onze vrijwilligers?

In hoeverre kunnen we dit nu wel/niet bereiken?

Hoe willen we onze vrijwilligers ondersteunen zodat zij over voldoende

kennis en vaardigheden beschikken om hun werkzaamheden uit te voeren?

- Hoeveel geld stelt de organisatie jaarlijks beschikbaar voor scholingen?

Overleg:

Bespreek regelmatig, minimaal eens per jaar met de vrijwilligers, wat hun wensen zijn ten aanzien van scholingen.

Vraag hen:

Aan welke kennis en vaardigheden zij individueel behoefte hebben om de huidige taak goed uit te voeren;

Welke specifieke of nieuwe werkzaamheden er zijn waar scholing voor nodig is;

Welke scholing men daarvoor wil volgen;

Of de vrijwilliger verder wil groeien in het werk. Wat is daarvoor aan scholing nodig?

Bestuur en vrijwilligers:

Inventariseer alle voorstellen voor scholingen.

Stel prioriteiten.

Welke scholingsinstanties bieden wat wij zoeken?

Maak afspraken over zaken als inhoud, duur, frequentie, kosten van scholing.

Scholingsinstellingen hebben kant-enklare scholingen, maar deze zijn aan te passen aan specifieke wensen. Maak daar gebruik van.

Scholingen zijn elders te volgen, maar ook in de eigen organisatie, bij voldoende vergaderruimte. (Weinig reistijd, geen reiskosten en betere benutting eigen ruimte).

Bewaak het scholingsbudget of stel dit bij.

Stel in goed overleg vast wie welke scholingen gaat volgen.

Volg de deelnemers tijdens en na de scholing en evalueer samen in hoeverre de scholing aan de verwachtingen heeft voldaan

indien je daar achter bent kunt u kijken naar het aanbod op de NUSO site of de site van Idoe. Wat over het algemeen aan te raden is een cursus (kinder)EHBO