

**BOUWSTENEN VAN DE VORMING 'VRIJWILLIGERS VINDEN'
EN 'NIEUWS EN INFORMATIE VINDEN'**

Vormingsreeks Kerk & Leven maart 2018



Vrijwilligers vinden

Willen mensen zich nog wel engageren?

Het antwoord is JA!

Maar ...

- **Één duidelijk doel nodig.** Dus niet zomaar. Niet zonder te weten wat de groep wil bereiken. Communiceer daarom helder en inspirerend over het doel.
'We hebben te weinig vrijwilligers, wil je er niet bijkomen?' is veel minder inspirerend dan 'We willen met meer vrijwilligers nog beter lokaal nieuws kunnen brengen.'
- **Eigenaar zijn.** Niet alleen uitvoerder zonder inspraak. Wie zich engageert, heeft ideeën. Vaak al bij de start van het engagement, zeker eens begonnen. Sta daarvoor open.
- **Zonder druk om te snel te binden of meteen last op de hals te halen.** Starten met één bijdrage, één keer proberen en dan verder bekijken, dat klinkt veel minder stressvol dan 'elke week rubriek x vullen'. Want daaraan zit je dan ook vast. En 'een keer proberen', dat kan geen kwaad, toch?
- **Niet voor spek en bonen.** Wie zich engageert, wil doen. Een half jaar stil blijven zitten op vergaderingen, wachten op het juiste moment, zoeken naar een taak, ... niet meteen de meest gedroomde of uitdagende start. Zorg als groep dus voor een leuk aanbod van taken, ook al betekent dat aanbod dat sommige mensen afstand doen van taken die ze al jarenlang doen. Openstaan voor vernieuwing betekent ook oude taakverdeling durven los te laten.
- **Op wijk- of parochieniveau.** Beter een goede buur dan een verre vriend. Mee bouwen aan de wereld op wijk- of parochieniveau is voor de meeste kandidaat-vrijwilligers het aantrekkelijkst. En vaak ook op korte termijn het meest zichtbaar. Zorg daarom voor concrete afspraken en taken, die de wijk- en/of parochie aangenamer of beter kunnen maken. Informatiedoorstroming en sterk lokaal nieuws horen daar zeker bij.
- **Niet vergaderen, maar doen.** Heb je vergadelaars nodig, of doeners? Hebben doeners vergaderingen nodig, of taken en handen uit de mouwen? Hou de vergadercultuur kritisch tegen het licht.

- **Met generatiegenoten.** Wie zich in een bestaande groep engageert, vraagt zich af of hij of zij wel past in de groep. Interesse in Kerk & Leven zal alvast gedeeld zijn, maar wat kan nog binden? Daarvoor kijken mensen vaak naar generaties, omdat die veel eigenschappen van mensen kunnen overkoepelen.
Spreek je iemand aan die op generatievlak ver buiten de bestaande groep ligt, dan kan het interessant zijn om dat te benoemen, zodat je meteen juist informeert, of om nog extra mensen binnen diezelfde generatie te zoeken, die op hetzelfde moment starten.
- **Via gerichte aanspreking.** Oproepen via Kerk & Leven, op het einde van de mis en op sociale media ten spijt, het meest effectieve en efficiënte wervingsmiddel blijft de persoonlijke aanspreking. Mensen voelen zich vereerd, in een dialoog kan je aanvoelen wat drempels zijn, kan je meteen vragen beantwoorden, kan je samen zoeken naar de perfecte invulling van een engagement, ... niks dan voordelen!

Welke groep zijn jullie?

- **Startende groep.** Nog geen vaste processen en afspraken, voor alles moet nog overlegd en afgetoetst worden. Spannend, alles is nieuw en alles wat gebeurt, is vooruitgang!
- **Autonome groep.** De groep draait goed, de meesten hebben aan een half woord genoeg. Fijn om een schakel te zijn in het geheel! Iedereen heeft zijn plaats en taak, dus wat met nieuwkomers?
- **Routineuze groep.** Weinig overleg, iedereen weet wat hem of haar te doen staat en dat verandert maar zelden. Iedereen doet zijn ding, meestal omdat het ooit zo is afgesproken, misschien wel wat uit plichtsbesef. Weinig tot niets wordt in vraag gesteld. Is er een probleem, dan lost de leider/voorzitter dat even op.
- **Verstillende groep.** Er is zo goed als geen overleg meer, de groep roeit nog met de riemen die overblijven. Extra dingen doen of gewoonten wijzigen gebeurt niet, want de focus ligt op de werking behouden. Naar de buitenwereld wordt de groep steeds meer onzichtbaar.
- **Hermetische groep.** Ons kent ons. Vrienden van vrienden kunnen er misschien nog wel bij, maar onbekenden geraken niet in de 'klik', of voelen zich niet welkom. De groep bestaat al lang uit dezelfde medewerkers, mensen verlaten de groep of overlijden, zonder vernieuwing.

Vraag: als je weet welke groep jullie zijn, hoe speel je dan in op de voor- en nadelen daarvan?

Technieken om vernieuwing te brengen in de groep (zie ook: Willen mensen zich nog engageren?).

- **Deel de groep en verantwoordelijkheden op.** Om te vergaderen, om iets nieuws uit te werken en te experimenteren, om de nummers te verdelen (niet elke groep werkt aan elk nummer mee), om projecten te organiseren (redactionele rubrieken, themanummers, werving vrijwilligers, ...).
- **Organiseer breed inspraak over vernieuwing.** Geen solo-slim, maar inspraak en draagvlak, om nadien samen de strategie uit te voeren.
- **Organiseer open debat: standpuntbepaling of redactioneel.** Samen nadenken over redactionele standpunten of redactionele rubrieken geeft zuurstof, zowel binnen de bestaande groep, als aan nieuwe mensen. Als je breed uitnodigt, worden gesprekspartners misschien medewerkers? Wie een rubriek voorstelt, kan je misschien warm maken om aan

die rubriek mee te werken – en wie een standpunt formuleert, wil dat misschien wel op papier zetten?

- **Sabbatperiodes inlassen / voorstellen / toestaan, herbronning.** Wie op zijn tandvlees zit, komt na een sabbatperiode misschien wel als herboren terug. Bovendien moeten zijn of haar taken opgevangen worden, wat zorgt voor verandering die vernieuwing in de hand kan werken. Win-win.
- **Nieuwe groep naast bestaande.** Binnen een bestaande groep veel wijzigen, kan bestaande medewerkers demotiveren, misschien zelfs doen afhaken. Als je daarvoor vreest, kan je de goed draaiende groep zijn gang laten gaan en daarnaast een nieuwe groep starten, die bijvoorbeeld afgebakende rubrieken voor haar rekening neemt, of een themanummer, of af en toe een nummer.
Werkt ook prima om inhoudelijk te vernieuwen!
- **Werk samen met andere edities en organisaties.** Mogelijk heeft een buur-editie een fantastische rubriek die ook in jullie editie niet zou misstaan. En mogelijk kan je daarvoor samenwerken, om over te nemen, om medewerkers uit te wisselen, ... En waarom niet zo met andere organisaties, die ook bladen maken?
- **Delen en doen.** Samen dingen doen maakt enthousiast. Maak tijd op vergaderingen of organiseer momenten om samen aan de slag te gaan en nodig mensen uit die expertise hebben, informatie willen delen, eenmalig willen mee brainstormen, ... Doen is aantrekkelijker dan vergaderen. 'We maken morgenavond een fotorubriek.' versus 'We vergaderen morgenavond over de fotorubriek.'
Hou leuke rubrieken, goeie teksten en fijne foto's niet alleen voor jezelf, maar deel ze met andere organisaties en edities. De volgende keer krijg jij iets leuks!
- **Groepslidmaatschap.** Verenigingsmensen zijn vaak al druk bevraagd. Een extra persoonlijk engagement kan dan het engagement te veel zijn. Jammer. Maar misschien wil een groep of vereniging zich wel engageren, niet persoonlijk maar als groep of vereniging? Als het engagement duidelijk is, dan past het misschien in de werking van de vereniging, of willen enkele bestuursleden het engagement samen opnemen?
Bijvoorbeeld: de communicatieman- of vrouw zal voortaan ook samenwerken met Kerk & Leven, vanuit de eigen vereniging. Wijzigt de communicatieman- of vrouw, dan heeft Kerk & Leven het engagement van de vereniging en heeft de communicatieman- of vrouw zijn of haar handen vrij voor nieuwe engagementen, want geen persoonlijk engagement bij Kerk & Leven.
Of nog: misschien willen vier Chiroleiders samen wel verantwoordelijk zijn om Chiro-items aan te leveren, maar zien ze het elk apart als een te grote verantwoordelijkheid? Dan kan een engagement vanuit Chiro interessanter zijn dan persoonlijke engagementen.

Wie kan nieuws en informatie aanleveren?

- Vaste medewerkers en hun netwerk
- Losse medewerkers en hun netwerk
- Rubriekmedewerkers en hun netwerk (cartoon, column, foto van de week, ...)
- Contactpersonen
- Organisaties en verenigingen

Drie belangrijke vragen bij deze opdeling:

1. Wie behoort tot welke groep?
2. Wat kan je van elke groep / lid van de groep verwachten?
3. Wat verwacht elke groep / men van jou?

Het spreekt voor zich dat vaste medewerkers graag van dichtbij betrokken zijn en op de hoogte worden gehouden. Van hen kan je ook het meeste vragen. Maar hoe ga je om met losse medewerkers? Wat hebben zij nodig, hoe kan je hen motiveren? Willen rubriekmedewerkers de volledige planning krijgen, deelnemen aan vergaderingen en activiteiten, of willen zij enkel een engagement opnemen voor hun rubriek?

Het loont de moeite om voor iedereen die van ver of dichtbij meewerkt aan Kerk & Leven, je af te vragen tot welke van de groepen ze behoren en de drie bovenstaande vragen te stellen. Zo kan je de werking en verwachtingen beter op elkaar afstellen.

Zo kan je erop uitkomen, bijvoorbeeld, dat de basisschool tot 'organisaties en verenigingen' behoort en net als Chiro voor het bivak, heel gerichte vragen wil krijgen: zoveel foto's, zoveel tekst, of stuur dit en dat van info en we maken zelf een stuk. Telkens oproepen sturen met 'heb je iets, bezorg het ons', zorgt dan eigenlijk alleen maar voor wederzijdse frustraties en uiteindelijk nauwelijks samenwerking, nieuws en informatie.

Tips & tricks om nieuws en informatie te vinden en aangeleverd te krijgen.

- **Gebruik concrete vragen.** 'Hallo, we zouden graag een stuk brengen naar aanleiding van Dag van de Jeugdbeweging, Pasen, ... Zouden jullie hieraan willen meewerken door ... ?'. Mensen en hun organisaties kunnen vaak zelf niet goed inschatten wat in aanmerking komt voor publicatie en wat niet. Werkt daarom vaak heel slecht, oproep zoals: 'Wie nieuws heeft, contacteer ons!' Goed aansturen inhoudelijk en vormelijk, is dan de sleutel tot succes. Zoek je inspiratie voor aanknopingspunten zoals de Dag van de Jeugdbeweging? Neem zeker een kijkje op www.lettergreep.be
- **Bedank!** Iedereen wordt graag bedankt. Bovendien is een bedankingsmoment de uitgelezen kans om ook in de toekomst een bijdrage te vragen. Maak meteen een concrete afspraak! Je kan een samenkomst per jaar organiseren, bijvoorbeeld een receptie voor iedereen die meewerkte van ver of dichtbij met Kerk & Leven, of persoonlijk (gaan) bedanken. Ook altijd fijn als je het resultaat kan afgeven of tonen.
- **Maak een vraag concreet via criteria en voorbeelden.** Zo vermijd je de schrik voor het oneindige witte blad. Een voorbeeld maakt het tastbaar, criteria zoals '200 woorden' of '1.200 tekens' bakenen duidelijker af.

- **Wissel uit tussen verschillende edities.** Zo kom je inspirerende nieuwsbronnen tijdig op het spoor. 'Ha, jullie doen iets over carnaval en eieren brengen naar de Clarissen? Dat zou ook iets voor ons zijn!'

Jeugdverenigingen, scholen, socio-culturele verenigingen, ... zijn meestal niet op wijk- of parochieniveau georganiseerd, maar op gemeentelijk-, stads- of gewestniveau. Het vergaren van die informatie kan je dus verdelen.

Buur-edities en edities van verderop lezen, kan ook op ideeën brengen.
- **Lokale perscorrespondenten.** Zij hebben een goed nieuwsnetwerk en willen medewerkers van Kerk & Leven daar ongetwijfeld graag bij. In ruil willen ze jullie ongetwijfeld ook helpen met contacten en misschien eens nieuws doorsturen. Maak kennis!
- **Volg zelf.** Omdat mensen niet altijd de reflex maken 'dat zou iets zijn voor Kerk & Leven', kan het heel interessant zijn om:
 - Jeugdleiders, voorzitters en actievoelingen op sociale media te volgen en zo nieuws te verzamelen, te vragen of je items mag overnemen en waarom niet al meteen afspreken voor de toekomst?
 - Zelf naar vergaderingen en bijeenkomsten van organisaties te gaan, bijvoorbeeld één keer per jaar, met de vraag naar wat interessante items kunnen zijn vanuit de organisatie het komende jaar. Voordeel: Kerk & Leven en het team winnen aan bekendheid en je kan meteen in dialoog gaan over wat mogelijk is, heel concreet.
 - Te vragen om interne nieuwsbrieven, aankondigingen, enzovoorts van organisaties te krijgen, zodat je zelf kan uitzoeken wat interessant kan zijn om op te nemen in Kerk & Leven. Zo ben je tijdig op de hoogte van initiatieven die eraan komen en kan je bij interesse contact opnemen om iets op te nemen in Kerk & Leven.