

Succesvol werken in vrijwilligersorganisaties

Werven, werken en vergaderen
met vrijwilligers.



Voor wie is dit white paper?

Inleiding

Dit white paper is bedoeld voor iedereen die leiding geeft, of werkt, in een organisatie die grotendeels draait op vrijwilligers.

Denk bijvoorbeeld aan:

- Bestuurders van (sport)verenigingen
- Bestuurders van (zorg)instellingen
- Bestuurders van kerkgenootschappen

We gaan in op zaken als leiding geven, communiceren, vergaderen, besluitvorming en het betrokken houden van vrijwilligers bij je organisatie.

Het is niet altijd even makkelijk om processen gaande te houden in een organisatie met vrijwilligers. Er is soms te veel verloop of te weinig communicatie. Aan de andere kant is er vaak ook veel enthousiasme en hart voor de “zaak”.

Daarnaast zijn er veel verschillen in de soorten organisaties die met vrijwilligers werken. En elk heeft zo zijn eigen aardigheden. Een sportvereniging zit nu eenmaal heel anders in elkaar dan een VvE, een jongerencentrum, de scouting of bijvoorbeeld War Child. Maar er zijn ook veel overeenkomsten. Die hebben we in dit white paper geprobeerd bij elkaar te brengen, zodat het mvoor iedereen zo relevant mogelijk is.

Bij Petear hebben we veel te maken met organisaties waarvan een belangrijk gedeelte van het werk door vrijwilligers wordt gedaan. We vinden het leuk om onze ervaringen met jullie te delen middels dit white paper.

We horen ook graag jouw ervaringen. Dus mis je dingen in dit white paper, laat het ons weten, dan zetten we ze erbij.

Contact



*Peter Wijngaarden,
Directeur Petear*

Inhoudsopgave

Inleiding	2
Waarom doe jij vrijwilligerswerk?	6
Ik vind het leuk om te doen!	7
Ik ben gevraagd!	8
Afstemmen van vraag en aanbod	9
Stap 4: Beschikbaar maken voor deelnemers	10
Interne communicatie: hou de	12
commissies onderling op de hoogte	12
Het Communicatieplan	13
Effectief vergaderen met vrijwilligers	18
Nodig iedereen op tijd uit	18
De notulen	19
Plannen	19
Betrokkenheid	20
Promotie	20
De “derde helft”	21

Inhoudsopgave

Besluitvorming: welke belangen spelen een rol?	22
Openheid van zaken	23
Cultuur en resultaat	23
Bestuursvergaderingen: voorbereiden is het halve werk	25
Communicatielijnen	27
De ALV – voor álle leden	28
Betrokken	28
Gesprek	29
We zitten hier voor onze lol!	30
Drempelverlagend	31
Behouden van vrijwilligers:	
hoe hou ik ze betrokken	32
Ideeënbus 2.0	33
Ideeënbus 3.0	34
Online onderhouden wat offline ontstaat	35
Veranderen: zo doen wij dit altijd	36
Tot slot	38
Over Petear	40
Wie zijn wij?	41

Waarom doe jij vrijwilligerswerk?

Wat drijft mensen om vrijwilligerswerk te doen? Als je daar goed inzicht in hebt kan dat je helpen om mensen meer betrokken te houden bij jouw vereniging. Daarnaast kan het je helpen om nieuwe vrijwilligers aan te trekken.

Een onderzoek onder vrijwilligers leert ons dat de motivatie om vrijwilligerswerk te doen te verdelen is in:



Ik vind het leuk om te doen!

De meeste mensen doen het dus gewoon omdat ze het leuk vinden. Op de derde plaats komt pas een antwoord dat te maken heeft met het doel van de organisatie, of wat daarop lijkt. Dan komen er weer wat persoonlijke redenen. Dan op plaats 7 en 8 pas weer zaken die met het doel te maken hebben.



Dat betekent dus, dat mensen er vooral voor zichzelf zitten. Dat is een belangrijk aspect om rekening mee te houden. Wil je jouw mensen in beweging zetten en houden, dan zal je elke opdracht moeten vertalen in voordelen voor de vrijwilliger. Mensen houden ervan om te ontwikkelen en te groeien, laat dus zien dat dit kan door vrijwilligerswerk te doen.

Ik ben gevraagd!

De tweede reden om vrijwilligerswerk te gaan doen hebben we nog niet behandeld. Uit diverse onderzoeken blijkt dat een belangrijke reden om vrijwilligerswerk te gaan doen is dat mensen ervoor gevraagd worden. Dat klinkt als een enorme open deur, maar wordt daardoor vaak over het hoofd gezien.

Mensen willen gewaardeerd worden, en een manier om als bestuur waardering te tonen voor bijvoorbeeld je leden is ze te vragen voor een rol als vrijwilliger. Als bestuurslid is een van jouw belangrijkste taken het verbinden van mensen met elkaar, en het binden van mensen aan jouw vereniging of instelling. Mensen vragen te helpen is essentieel voor het scheppen van die (ver)binding.

Vrijwilligers doen het omdat ze het leuk vinden, en omdat ze gevraagd zijn mee te helpen.

Waarom doe jij vrijwilligerswerk? Laat het ons weten!

info@petear.nl

Afstemmen van vraag en aanbod

Het leiden van een vrijwilligersorganisatie is anders dan het leiden van een commerciële organisatie. Mensen besteden er hun vrije tijd aan, naast hun gewone werk of bezigheden.



Om een organisatie met vrijwilligers succesvol te maken moet je goed inzicht hebben in aan de ene kant de behoeftes van de vrijwilligers, zoals we dat in het vorige hoofdstuk behandeld hebben.

Aan de andere kant moet je scherp hebben wat de behoeftes van de organisatie zijn. Wat heb je precies nodig om je organisatie te draaien. Dat is vaak meer dan tijd van mensen. Je bent soms ook op zoek naar specifieke kennis.

Hieronder wordt deze gedachte in twee plaatjes weergegeven.

Bedenk je goed wat je als organisatie te bieden hebt aan vrijwilligers. Natuurlijk staat plezier en erkenning boven aan. Maar er liggen ook kansen voor vrijwilligers binnen je organisatie. Studenten kunnen waardevolle ervaring op doen die hen later kan helpen bij het vinden van een leuke baan bijvoorbeeld. Veel opleidingen vragen daarnaast studenten om stages te lopen, ook daar kan jouw organisatie iets bieden.

Door vraag en aanbod goed op elkaar af te stemmen creëer je de welbekende win-win situatie.

Stap 4: Beschikbaar maken voor deelnemers

Wat:	Omschrijving:	Nuttig omdat:

Hierboven staat een simpele tabel die je kan helpen bij het bepalen van wat jouw organisatie een vrijwilliger kan bieden. Vul hem eens in!

Schrijf in de “Wat:” kolom zaken als:

- *Ervaring*
- *Opleiding*
- *Gezelligheid*
- *Netwerk*
- *Enzovoorts*

Gebruik de kolom “Nuttig omdat:” om te beschrijven wat het voordeel is van wat er in de eerste kolom staat voor de vrijwilliger. Dus bij iets als “ervaring”



zou je kunnen zetten dat het een vrijwilliger kan helpen om makkelijker aan werk te komen.

Voeg zoveel regels toe als je nodig hebt. Zo krijg je een beter beeld van wat jij als organisatie aan je huidige en toekomstige vrijwilligers te bieden hebt. Dit kan je helpen bij het aantrekken van nieuwe vrijwilligers.

Interne communicatie: hou de commissies onderling op de hoogte

Alle (sport)verenigingen houden zich bezig met communicatie. Denk hierbij aan het uitgeven van een clubblad, nieuwsbrief en persberichten; het opzetten van een ledenwervingsactie; het aankondigen van wedstrijden en het doorgeven van de wedstrijdverslagen aan de media. Nagenoeg alle verenigingen beschikken bovendien over een eigen website.

Communicatie is onder te verdelen in interne en externe communicatie.



Interne communicatie heeft betrekking op communicatie met bestuurders, commissies, leden en vrijwilligers.

Externe communicatie is de communicatie met de externe relaties van de vereniging zoals media, overheid, leveranciers en sponsors. Zoals eerder aangegeven is een gebrek aan of onjuist gerichte communicatie een belangrijke oorzaak van het ontstaan van irritaties of problemen binnen de vereniging. Goede interne en externe communicatie is daarom erg belangrijk. Maar wat is goede communicatie en hoe kunt

u dit verankeren in uw vereniging? Een communicatieplan ondersteunt de vereniging hierbij. In het communicatieplan worden de doelstellingen verwoord, zowel de interne en externe communicatielijnen beschreven en de verschillende communicatiemiddelen aan de orde gesteld.

Het Communicatieplan

Wil je effectief communiceren binnen je organisatie, dan is het zoals gezegd belangrijk om een goed communicatieplan te hebben. Hieronder volgt een korte opsomming van de inhoud van zo'n plan. Laat je hierdoor leiden bij het maken van je eigen plan!

1. Doelgroep bepalen

Wie wil je bereiken:

- *Welke doelgroep(en) wordt onderscheiden?*
- *Wat zijn de kenmerken van de doelgroepen?*
- *Wat is de belangrijkste doelgroep?*

2. Doelstellingen bepalen

Bepaal per doelgroep de doelstelling die je wilt bereiken. Een doelstelling is:

- S**pecifiek: eenduidig uit te leggen;
- M**eetbaar: achteraf kunnen meten of het gehaald is;
- A**ctiegericht: er moeten activiteiten aan vast zitten;
- R**ealistisch: de doelstelling moet haalbaar zijn;
- T**ijsgebonden: er moet een begin en een eindpunt zijn.



Een voorbeeld van een goede doelstelling is: "In 2003 moet bedrijf X met product Y een omzetgroei van 20% realiseren in Nederland, ten opzichte van de omzet in 2002."

3. Boodschap: wat wil je communiceren

Wat wil je de doelgroep vertellen? Eén boodschap per doelgroep (de achtergronden van de doelgroepen zijn anders (voorkennis, houding etc.). Hier moet je de boodschap die je wilt uitdragen aan aanpassen.

Een voorbeeld van een boodschap is: “De doelgroep informeren over de activiteiten van Bedrijf X op het gebied van planning.”

4. Middelen/media

Welke middelen/media ga je inschakelen om de boodschap aan de doelgroep te kunnen communiceren:

- *Per doelgroep (als ze veel verschillen) de beste middelen selecteren.*
- *Denk aan: folders, advertenties, tv-reclame, buitenreclame, beurzen etc.*

5. Planning

Goede planning is essentieel voor een communicatieplan. Onder planning wordt verstaan de volgorde waarin middelen worden ingezet of de boodschap wordt opgebouwd. Er zijn verschillende mogelijkheden daarvoor, bijvoorbeeld: Eenzelfde boodschap via verschillende media aan de doelgroep aanbieden. Dit kan verspreid over een langere periode (10 advertenties in 10 weken), maar ook een piek in korte tijd (10 advertenties in 2 weken).

6. Organisatie

Wie doet wat binnen de organisatie. Vooraf moet duidelijk worden vastgelegd wie welke taken heeft. Niet alleen intern, maar ook bij het inschakelen van derden, zoals reclamebureaus.



7. Financiën

De uitvoering van een communicatieplan kost geld. In een kostenbegroting kun je alle kosten op een rij zetten. Denk niet alleen aan mediaplaatsingen, maar ook aan de aanmaakkosten van advertenties e.d., rechten op foto's en dergelijke. Het is ook slim om een post onvoorzien op te nemen (5-10% van het totaalbudget). Je weet tenslotte nooit wat je tegen komt.

8. Monitoring

Door tussentijdse meetpunten in te stellen, kun je kijken of de activiteiten voldoende opleveren en zo niet kun je zaken bijstellen. Door goed te monitoren kun je tijdig bijsturen als het niet goed gaat.

9. Evaluatie

Heb je de doelstelling gehaald? Wat ging er goed? Wat ging er minder? Deze en andere vragen worden bij het evalueren beantwoord. Door dit goed inzichtelijk te maken, zorg je ervoor dat je in de toekomst een (nog) beter communicatieplan kunt maken.

Effectief vergaderen met vrijwilligers

Geen enkele vrijwilliger doet zijn werk omdat hij zo graag vergadert. Toch is het hebben van vergaderingen nodig en het kan ook erg gezellig zijn. Hieronder volgt een aantal tips om vergaderingen leuk en nuttig te houden.



Nodig iedereen op tijd uit

Zorg ervoor dat iedereen die je bij je vergadering wilt hebben op tijd een uitnodiging krijgt. Zorg er ook voor dat voor iedereen die je uitnodigt duidelijk is waar het precies om gaat.

Een goede uitnodiging bevat:

1. *Een agenda*
2. *Het doel van de vergadering*
3. *Vergadertijd en plaats*
4. *De stukken die mensen eventueel voorbereidt moeten hebben, waaronder:*
 - a. *Notulen van de vorige vergadering*
 - b. *Actielijst en status van de acties*
 - c. *Ondersteunende informatie voor de agenda punten*

Tegenwoordig kun je er ook voor kiezen om papierloos te vergaderen. Wat een hoop tijd kan schelen in de voorbereiding en afhandeling van de vergadering.

De notulen

Soms is het niet nodig om een letterlijk verslag van de vergadering te maken. Dat scheelt de notulist veel tijd, en stimuleert anderen eerder om het verslag ook daadwerkelijk te lezen. Hou er rekening mee dat mensen dit in hun vrije tijd doen. Kort en bondig is het devies. Soms is alleen een actielijst, met actiehouders, al voldoende.

Plannen

Het is altijd lastig om een moment te vinden waarop iedereen kan. Zeker bij ad hoc vergaderingen is dit een probleem. Het gebruik van een online afspraken planner kan in dit soort gevallen uitkomst bieden.

Zeker voor belangrijke en minder regelmatige bijeenkomsten zoals bijvoorbeeld een ALV (Algemene Leden Vergadering) of een VvE

(Vereniging van Eigenaren) vergadering waar besluiten moeten worden genomen, is het belangrijk om ruim van te voren te beginnen met de planning.

Betrokkenheid

Grijp als bestuur een vergadering aan om mensen publiekelijk te waarderen voor hun inzet. Laat vrijwilligers zelf vertellen over de projecten die ze hebben gedaan voor de vereniging. Vier het succes gezamenlijk. En zorg voor het broodnodige bloemetje zodat ook het thuisfront de waardering voelt. Zo creëer je betrokkenheid en stimuleer je deelname door andere leden.



Promotie

Is het belangrijk dat er een goede opkomst is? Doe dan aan promotie van je agenda. Kondig aan, deel via je sociale media kanalen, hang posters op het maakt niet uit. Desnoods breng je er een wedstrijd element in zoals de verkiezing van de vrijwilliger van het jaar. Dat kan mensen stimuleren om te komen, en verhoogt ook weer de betrokkenheid.

De “derde helft”

Net zoals bij sporten is bij vergaderingen met vrijwilligers het sociale element van groot belang. De spreekwoordelijke derde helft van de wedstrijd, die aan de bar wordt gespeeld.

Let wel, de gezelligheid begint pas als de besluiten zijn genomen. Dus ***eerst besluiten, dan bier!***



Meer vergadertips? Download dan onze handige white paper met wel 35 vergadertips!

Klik hier om naar
de pagina te gaan

Besluitvorming: welke belangen spelen een rol?

Het nemen van besluiten in een vereniging lijkt op het eerste oog niet ingewikkelder dan in een regulier bedrijf. Je zet de voors en tegens op een rijtje en hakt vervolgens de knoop door. In een vereniging is het in zekere zin niet anders. Je kunt prima op die manier een besluit nemen.

Wel is het belangrijk om je vereniging goed te kennen. Weten wat de meningen zijn die niet worden uitgesproken. Zeker in grotere verenigingen met meer dan 150 vrijwilligers is dit van groot belang.

Hoe snel je niet tegen situaties aanloopt dat men scheve gezichten gaat hebben. "Voor zichzelf regelt hij het wel!" of "Als je maar zorgt dat je dicht bij het vuur zit." of "Je kunt wel zien wie er hier de veldindeling maakt!"

Openheid van zaken

Voorkom scheve gezichten, zorg voor openheid van zaken.

De afwegingen die leiden tot een beslissing moeten voor alle betrokkenen duidelijk zijn. Ook daarom is het van belang dat leden en vrijwilligers vergaderingen bijwonen en dat alle beslissingen duidelijk gecommuniceerd worden.

Anders kun je achteraf eindeloos uitleggen waarom Piet voor zijn team nieuwe ballen heeft en 3 andere teams die ze net zo hard nodig hebben niet.

Cultuur en resultaat

Besluitvorming in verenigingen vraagt dus kennis van de cultuur van de vereniging. Hoe lopen de hazen. En tegelijkertijd is het ook zaak om concreet knopen door te hakken. Tot in de



eeuwigheid doorpolderen helpt ook niet. Dat vraagt van bestuurders dus gevoel voor zowel cultuur als resultaat. Zorg dat daar een goede mix van wordt gemaakt. Daarbij helpt oprechte inspraak. Laat zien dat je daar wat mee doet.

Bestuursvergaderingen: voorbereiden is het halve werk

Bestuursvergaderingen willen nog weleens tijdrovend zijn. Als je een bestuur hebt met louter gepensioneerden, dan heb je geluk. Dan kun je overdag vergaderen en is tijd een minder groot issue. Maar ook dan wil men met kleinkinderen op pad kunnen, en is het eigenlijk nog steeds zo druk als toen je nog gewoon aan het werk was.

Veelal zitten er in het bestuur echter gewoon werkende mensen. Mensen die overdag dus niet met de vereniging bezig kunnen zijn (en het stiekem af en toe wel doen) en in hun vrije tijd de rust en ruimte moeten vinden om bijvoorbeeld over de toekomst van de vereniging na te denken.



Dat lukt niet altijd. Je kent vast de situatie wel van het bestuurslid dat te laat binnenkomt, niet heeft kunnen voorbereiden, überhaupt geen stukken heeft ontvangen of helemaal niet kan vanwege een andere afspraak. Het kan enorm helpen om de mogelijkheden van papierloze vergadertools te benutten.

Door gebruik van een goede tool voor papierloos vergaderen zorg je ervoor dat iedereen altijd de juiste stukken heeft, in de meest actuele versie. Die altijd en overal beschikbaar zijn, zodat mensen zich in een verloren half uurtje zelfs op hun tablet kunnen voorbereiden. Dat maakt voorbereiden makkelijker, en gemak is iets dat enorm helpt bij verenigingswerk. Dat maakt dat het dichterbij ontspanning komt. En dat is ook een van de redenen dat mensen actief deelnemen. Voor hun ontspanning / hobby. Naast dat ze een groot hart voor de vereniging hebben natuurlijk.

Denk ook even terug aan de tips die [hierboven al behandeld zijn](#). Zo ben je optimaal voorbereidt.

Communicatielijnen

Realiseer je dat het aantal mogelijke communicatielijnen enorm toeneemt met elke deelnemer aan je vergadering. Tussen twee mensen is er één lijn, tussen 3 mensen zijn dat er al 4, tussen 4 mensen 7 enz. De potentiële “ruis” neemt dus ook toe. Zorg bij vergaderingen met grote groepen mensen voor een goede structuur, waarbij iedereen zijn zegje kan doen.

Zorg ook voor voldoende pauzes. Met veel mensen in een ruimte moeten zitten en 2,5 uur opletten lukt niemand (na een dag gewoon werken). Een indeling in overzichtelijke brokken, met pauzes ertussen kan soms enorm helpen.

De ALV – voor álle leden

Misschien wel de belangrijkste vergadering van een verenigingsjaar: de Algemene Leden Vergadering. Het moment dat het bestuur en zoveel mogelijk leden bij elkaar komen om het te hebben over hun vereniging. Het is voor veel verenigingen zeker niet de makkelijkste vergadering. Hieronder geven we een aantal tips om ervoor te zorgen dat je jouw ALV zo succesvol mogelijk maakt.

Betrokken

Hoe zorg je er voor dat de ALV goed bezocht wordt, want dat is wat je wilt. Een vereniging waar de leden betrokken zijn, en belangrijker, zich betrokken voelen, zal een goed bezochte ALV hebben. Zoals eerder gezegd, promotie kan helpen om het belang van de ALV onder de aandacht te brengen. Het is belangrijk om deze kans te benutten.

Zorg er in je communicatie rondom de ALV voor dat het duidelijk is waarom



het voor de vereniging, en dus de leden, belangrijk is om op de ALV te komen. Wees duidelijk over de onderwerpen die besproken zullen worden. Belangrijker nog, wees duidelijk over de onderwerpen waarover beslist gaat worden.

Gesprek

Je kunt betrokkenheid verhogen door ervoor te zorgen dat mensen zich gehoord voelen. Als je als bestuur twee uur lang gaat zitten zenden naar je leden, zullen deze in elk geval niet het gevoel krijgen dat er naar hen geluisterd is. Een vergadering is geen eenrichtingsverkeer, geen monoloog. Een goede vergadering is een gesprek! En in een gesprek zijn minstens twee partijen betrokken.



Maak hier dus ruimte voor. Zorg ervoor dat leden ook zelf aan het woord komen, en hun (on)genoegen kunnen uiten over de gang van zaken op de vereniging. Reserveer tijd voor agendapunten die door de leden worden aangedragen. Laat deze leden zelf hun punt presenteren. Zorg wel dat je van te voren goed op de hoogte bent van de achtergronden en het onderwerp van deze agendapunten. Bespreek ze voor, anders kom je voor verrassingen te staan, en dat heeft potentieel een negatieve invloed op het vergaderproces.

We zitten hier voor onze lol!

We hebben we het er al over gehad. Zeker bij een sportvereniging doen mensen mee voor hun plezier. Maar ook bij een VvE of bijvoorbeeld een kerkgenootschap is het ontspanningsaspect belangrijk bij grote evenementen. Als het een “verplicht nummer” wordt dan zijn mensen minder geneigd te komen. En dat is nu juist wat je niet wilt. Zorg dus ook voor een luchtig, ontspannend element tijdens de ALV.

Vertel je leden ook waarom het voor hen belangrijk is om naar de ALV te komen, wat is de toegevoegde waarde ervan voor de leden, en ook voor de vereniging. Nodig mensen uit om te komen proosten op het komende jaar, en mee te delen in de successen van het afgelopen jaar.

Drempelverlagend

Soms zijn er voor deelnemers bepaalde praktische belemmeringen om een vergadering bij te wonen. Vaak is drukte, en weinig tijd, een belangrijk aspect om een ALV voorbij te laten gaan. Denk dus na over maatregelen die in dit soort gevallen drempelverlagend werken. Misschien is het bijvoorbeeld mogelijk om via Skype of een andere videoconferencing tool deel te nemen.

Voor besluiten waarvoor een stemming nodig is, is het misschien mogelijk om te stemmen via SMS of een app op je smartphone.

Maar ook het gebruik van een tool voor papierloos vergaderen kan helpen. Als mensen niet meer in hun mailbox moeten zoeken naar de laatste versie van vergader- of beslisstukken dan scheelt dat schaarse tijd. En tijd besparen is altijd goed!

Wil je kennismaken met papierloos vergaderen? Probeer dan Petear eens. De eerste 5 meetings krijg je van ons, helemaal gratis!

Probeer nu gratis

Behouden van vrijwilligers: hoe hou ik ze betrokken

Misschien wel de belangrijkste taak van een bestuur is het betrokken houden van hun vrijwilligers en leden. De KNVB heeft hier een interessant en vooral ook informatief filmpje over gemaakt:

https://www.youtube.com/watch?v=Umomu_aDQ4w

Besturen moeten het als taak hebben te werken aan de cultuur. Dit doe je door :

- *Aandacht te geven*
- *Waardering te geven*
- *Contact op te bouwen*
- *Band op te bouwen*

Hierdoor voelen mensen zich betrokken, voelen dat ze erbij horen. In ruil daarvoor wil men graag helpen. Het liefst als ze daarvoor gevraagd worden, door mensen die ze kennen.

Ideeënbus 2.0

Mensen betrokken houden kan ook door invloed te geven. Vroeger hadden we daarvoor een ideeënbus. Dat concept kan nog steeds, maar niet meer in het ouderwetse jasje. Zo'n doos waar je je briefje in stopt is natuurlijk volledig achterhaald. We hebben mail, SMS, chat en wat al niet meer. Een simpele mailbox, bijvoorbeeld idee@vereniging_xyz.nl kan al afdoende zijn. Mits je er natuurlijk voor zorgt dat deze gelezen wordt, en dat mensen persoonlijk, en ook publiekelijk feedback krijgen op hun bijdrage.



Een periodieke online meeting om ideeën te bespreken is ook een mogelijkheid. Even snel inbellen vanaf de bank heeft vaak een lagere drempel dan op de fiets naar het clubhuis.

Ideeënbus 3.0

Wil je helemaal bij de tijd zijn? Maak dan gebruik van de mogelijkheden van sociale media zoals Facebook en Twitter. Daar kun je, al dan niet openbaar, prima discussies houden en ideeën uitwisselen. Zo'n proces van samen iets nieuws creëren wordt ook wel cocreatie genoemd. Schijfster Laura Hamer omschrijft cocreatie in haar boek "Like This" als volgt:

"Cocreatie is het in gezamenlijkheid maken van een product of dienst. Dat proces wordt in hoge mate door social media gefaciliteerd. Het is bij uitstek een creatief en sociaal proces, waarbij mensen van zowel binnen als buiten de organisatie betrokken kunnen worden. Cocreatie gefaciliteerd door social media kan ook binnen de organisatie plaatsvinden. Maar wie weet bevindt die ene briljante toevoeging zich juist in het hoofd van iemand buiten de organisatie."

Online onderhouden wat offline ontstaat

Door een goede band met de leden en de vrijwilligers op te bouwen, ontstaat er een betere sfeer. Het bestuur heeft hierin een belangrijke taak. En online liggen hiervoor grote mogelijkheden. Een contact dat op of langs het veld gelegd is, kan daarna online onderhouden worden. Met social media en met handige vergadertooling om snel iets te kunnen afstemmen.

Veranderen: zo doen wij dit altijd

Veel verenigingen hebben last van hetzelfde als bedrijven en andere organisaties: er moet wat veranderen om met de tijd mee te gaan. En meer dan dat, als we de dingen zo blijven doen als we gewend waren,



dan verliezen we leden. Stilstand is achteruitgang! Denk bijvoorbeeld aan koren die het moeilijk vinden om nieuwe leden te vinden of kerken die een terugloop zien in het aantal kerkgangers en bestuursleden. Maar ook sportverenigingen die te kampen hebben met schreeuwende ouders langs de lijn, en soms met agressief gedrag.

Algemeen bij veranderingen is altijd dat de leden/vrijwilligers wel willen veranderen, zolang het gebeurt op een manier die ieder

afzonderlijk goed uitkomt. De uitdaging voor verenigingen die willen veranderen is dat ze ervoor zorgen dat iedereen als groep wil veranderen. Niet iedereen zul je meekrijgen, maar wel kun je een grote groep vinden die drive heeft en toekomst ziet in de dingen die je wilt bereiken. Deze moet je zien achter je te krijgen.

Daarom is het belangrijk dat je zoveel mogelijk in contact bent met je leden over de veranderingen die je doorvoert. Niet dat alles daarop hoeft te wachten, maar blij voortdurend uitleggen wat de bedoeling is. De ervaring leert dat veel leden er nog nooit zo over nagedacht hebben (totdat je het uitlegt). En anders krijg je wel te horen hoe het beter kan, en dat is toch ook altijd meegenomen. Als je dat doet heb je er meteen een vrijwilliger bij.

Veranderen in verenigingen betekent concreet aangeven wat er voor de leden gaat verbeteren en hoe. Daarvoor moet je plannen maken waarvoor afgestemd moet worden. Kies voor deze afstemming mensen die plannen willen maken. Nog niet de mensen die direct met de dakbedekking aan de slag willen. Die laatste kun je er overigens wel goed bij betrekken om te toetsen aan de praktijk of je iets zinvols heb bedacht.

In deze white paper hebben we geprobeerd het een en ander op een rijtje te zetten over hoe een organisatie die afhankelijk is van zijn vrijwilligers zijn succes kan vergroten.

We hebben gezien wat mensen drijft om vrijwilliger te worden, en hoe je hier als organisatie op in kunt spelen.

We hebben gezien hoe belangrijk goede communicatie is voor het succes van de organisatie, en wat een bestuur er aan kan doen om dit optimaal te laten verlopen.

Verder hebben we gezien wat de rol van cultuur binnen een organisatie is. En vooral ook hoe belangrijk het is als bestuur om je te richten op het behouden van de goede dingen van die cultuur en het veranderen van zaken die je tegenwerken.

Tot slot hebben we geleerd dat ook hier geldt dat tijd schaars is, en dat we soms met ondersteuning van goede tools tijd kunnen besparen, voor zowel bestuur, vrijwilligers, als leden.

Wij hopen dat je als lezer op z'n minst inspiratie hebt geput uit de bovenstaande informatie. En beter nog, dat sommige dingen je tot nieuwe inzichten hebben gebracht over hoe jouw organisatie nog succesvoller kan zijn!

Heb jij ervaringen en tips die dit document nog beter kunnen maken? Laat het ons dan weten en we voegen ze toe! Cocreatie dus! Daardoor wordt dit document steeds waardevoller. Mail ons op: info@petear.nl we horen graag van je!

Over Petear

Een unieke toepassing voor papierloos vergaderen. Met onze oplossing helpen wij u uw papierstapel te verminderen.

Met Petear bent u, als organisator verlost van het maken van stapels vergaderstukken, kopiëren en verzenden per post. U kunt een online agenda opstellen, bijbehorende stukken toevoegen en deelnemers selecteren. Vanaf dat moment beschikt elke vergaderdeelnemer over zijn eigen vergaderset.

Een vergaderstuk terugtrekken of toevoegen kan tot vlak voor de vergadering. Met Petear heeft u, als deelnemer de volledige agenda met de juiste stukken bij de hand, waar u ook bent. U kunt uw eigen aantekeningen maken. Met Petear draagt u mee aan een beter milieu. Wist u dat 15 pakken papier één boom is?

De voordelen van Petear op een rijtje:

- *Werkt op elk apparaat*
- *Draagt bij aan een betere besluitvorming*
- *Maakt de voorbereiding makkelijker*
- *Laat u eenvoudig aantekeningen maken*
- *Werkt kostenbesparend*
- *Draagt bij aan een schoner milieu*

Petear is een product van WIND internet.

Wie zijn wij?

WIND Internet is een Friese webbouwer uit Leeuwarden. We werken al meer dan 10 jaar in opdracht van grote en kleine bedrijven en overheidsorganisaties. Hier hebben we websites, raadsinformatiesystemen en tevens papierloos vergaderen mogen realiseren.

Hoe ingewikkeld de klus of de techniek ook is, we kunnen nog steeds zeggen: "het is overal gelukt". Wij leveren u geen stapels ingewikkelde documenten met eindeloze reeksen tabellen, maar ook geen losse vrijblijvende afspraken.

Onze methode is glashelder en de projectaanpak plezierig, overzichtelijk en flexibel. Dat werkt twee kanten op: maken we minder uren dan begroot, dan betaalt u ze niet. Maar zijn we toch nét wat langer bezig dan begroot, dan hoort u dat van ons en komen we met een passende oplossing.

Wij zijn benieuwd waar we u mee kunnen helpen. Aangenaam kennis te maken.