

Vraag 1: Verlagen van de instapdrempel - Hoe komen we lokaal tot een werking waar mensen gemakkelijker 'instappen'?

- Maak gebruik van sociale media. Via dat kanaal kan je mensen bereiken die je anders niet bereikt, ook buiten je eigen netwerk. Zoek enkele (jongere?) mensen in de gemeente die deze taak op zich nemen.
- Via de gemeente:
 - Kan je gemeente een oproep lanceren naar (nieuwe) inwoners?
 - Kent 'de gemeente' mensen die jij persoonlijk kan aanspreken. Mensen die niet in jouw netwerk zitten, maar die wel bij de gemeente bekend zijn en die interesse kunnen hebben.
- Spreek mensen aan voor heel specifieke, concrete, kleine taken. In één van de breakout rooms vertrokken we vanuit het voorbeeld van de wereldwinkel. Een wereldwinkel biedt duidelijke, omliggende taken aan. Vrijwilligers komen op die manier binnen en krijgen dan het 'Oxfam-vuur' over.
- Hou de contactgegevens goed bij van mensen. Je kan hen later opnieuw aanspreken.
- Spreek mensen aan uit jeugdbewegingen. Of breng een bezoekje aan de leidingsbijeenkomst/een school, en stel daar de campagne voor. Met een leuke actie krijg je hen misschien wel mee. Bedenk dat een jonger iemand gemakkelijker jongeren mee krijgt. Misschien is er wel iemand in de gemeente die deze taak op zich wil nemen?
- Werk samen met de Wereldwinkel. De wereldwinkel houdt de namen bij van mensen die iets concreets willen doen, en delen die met 11.11.11. Mensen gaan hier wel eens op in omdat het specifieke vragen zijn voor een korte termijn.
- Breng de medewerkers achteraf op de hoogte van de resultaten, en hoe ze het verschil hebben gemaakt.
- Investeer in de zichtbaarheid van je groep en je activiteiten, on- en offline. Die zichtbaarheid is erg belangrijk om nieuwe mensen aan te trekken.
- Spreek mensen aan over een (campagne)thema, in plaats van over 11.11.11 als organisatie. Denk na wie in jouw gemeente interesse kan hebben voor één van de thema's van 11.11.11.
- Werk continu en het hele jaar door aan het verlagen van drempels, niet enkel wanneer je nieuwe vrijwilligers nodig hebt.
- Besteed extra aandacht aan nieuwe vrijwilligers. Spreek hen aan, ook tijdens het vrijwilligerswerk, en zorg dat ze zich welkom voelen.
- Verwacht niet dat iedereen het volledige pakket erbij neemt als vrijwilliger. Wees blij met elk engagement. Ga op zoek naar manieren waarop medewerkers mee kunnen doen/nadenken zonder deel te nemen aan vergaderingen.
- Kom los van een strakke vorm van bestuur, met een verantwoordelijke, een penningmeester,...
- Heb je al tijdens een toekomstavond gebrainstormd over de toekomst van 11.11.11 in je gemeente? Dan waren daar vast enkele externe mensen (van buiten je groep) aanwezig. Blijf de mening of inbreng van deze mensen vragen bij nieuwe initiatieven of acties. Zo krijgen ze misschien goesting om mee te doen.

Vraag 2: Waaieren - Hoe zorgen we voor een mooi aanbod aan verschillende taken in onze lokale werking?

- Doorbreek het vaste stramien van je activiteiten. Probeer nieuwe activiteiten te verzinnen, waarmee je andere mensen bij de werking kan betrekken. Ga van bij het uitwerken van de activiteit op zoek naar mensen die hieraan willen meewerken.
- Is er een nieuwe vrijwilliger in de groep? Stap dan even af van de gewone agenda. Bekijk zeker samen waar de interesses of goesting liggen. Misschien kan hij/zij wel de motor zijn voor een nieuwe activiteit?
- Dikwijls weten we niet van elkaar wie wat allemaal doet. Breng heel goed in kaart wat alle medewerkers allemaal doen, en bekijk dan wat je aan anderen kan vragen.
- Waaieren is een taak van de hele groep. Bekijk en bespreek het samen, en laat het niet over aan 1 iemand.
- Laat aan je hele achterban weten wat mensen kunnen doen, wanneer dat kan en hoeveel tijd een engagement vraagt.

Vraag 3: Hoe kunnen we de fun-factor verhogen in onze lokale werking?

- Bedank al je medewerkers en vrijwilligers, en maak er iets leuks van.
 - Inhoud mag, maar is zeker niet de hoofddoelstelling van een bedanking. Bied een hapje en een drankje aan. Zorg voor een leuke sfeer. Besteed persoonlijke aandacht aan je vrijwilligers, zeker aan de nieuwelingen.
 - Nodig al je vrijwilligers uit, niet alleen de leiding van de scouts bvb., ook de leden die hebben meegewerkt. Of bedenk een andere manier om hen te bedanken. Bvb tijdens een activiteit van de jeugdbeweging zelf.
 - Organiseer je bedanking zo dicht mogelijk bij de actie zelf.
 - Start je actie met een gezamenlijk ontbijt (aangeboden door het gemeentebestuur?) of sluit af met spaghetti, soep, of koffie en taart. Bak pannenkoeken voor de jeugdbeweging.
- Ga op zoek naar activiteiten waar de medewerkers energie uithalen. In één van de gemeenten is er bvb. een hele leuke dynamiek voor de scholenwerking. Jong-gepensioneerde leerkrachten gaan elk jaar aan de slag met het scholenaanbod en het 11.11.11-thema. Ze spreken dan ook leerkrachten en scholen aan om aan de slag te gaan. De jong-gepensioneerde leerkrachten die alles uitwerken en de leerkrachten zelf zijn hier heel enthousiast over en halen er veel energie uit.
In een andere gemeente konden de leerlingen zelf affiches ontwerpen over 'Changemakers'. Nadien werden de affiches gebruikt bij de verkoopactie aan de Delhaize.
- Kies voor een evenement dat gewoon heel leuk is om te doen, dat misschien minder 'klassiek' is, zoals bvb. een 11.trail.
- Of voeg extra 'fun' toe aan de deur-aan-deuractie. Laat de actie en de jeugdbeweging begeleiden door een tractor, met muziek en percussie.
- Ga samen een pint pakken na de vergadering, of zorg dat de vergadering zelf ook 'fun' is.

Inzichten en bedenkingen:

- We houden te weinig rekening met de maatschappelijke context. Mensen kiezen nu veel meer voor een flexibel evenement. Ze moeten zich goed voelen in hun vrijwilligerswerk, en moeten kunnen kiezen waar, wanneer, waarvoor en hoe ze zich inzetten. Je meteen engageren voor een vaste kerngroep is niet evident.
- Goede reflex: in plaats van 'wil je dat doen?', vragen: 'wat wil je doen'?
- We moeten inderdaad meer aandacht hebben voor de fluo's, de nieuwe vrijwilligers.

- Een kerngroep blijkt toch heel belangrijk. Voor veel groepen is het niet evident om nieuwe mensen aan te trekken of aan te spreken. De kern is dikwijls klein. Het is moeilijk om te achterhalen waar ze die mensen kunnen vinden, buiten het eigen netwerk.