



## HANDLEIDING | Leden werven met de 5 W's!

Voor u getest op Rendez-Vous, trefdag voor volksdancers, een initiatief van Danspunt vzw tijdens de sessie 'leden werven', begeleid door [Coaster consulting](#) (17/11/2018)

### Leden werven?

Elke vereniging worstelt er wel eens mee. *Waar en hoe vind je nieuwe leden en vrijwilligers om je passie aan door te geven?* Het aantrekken van nieuwe generaties gaat vandaag niet altijd vanzelf. De hele wereld en tal van nieuwe mogelijkheden om je vrije tijd mee in te vullen, liggen binnen handbereik. Mensen kiezen vaker voor korte en wisselende engagementen. Dat betekent echter niet dat jouw vereniging niet meer relevant is. Wel dat je op zoek moet naar andere manieren om mensen te betrekken. De 5 W's kunnen je hierbij helpen.

### 5 W's?

De 5W's gebruik je om samen een vraag of nood te analyseren én via uitwisseling van ideeën tot oplossingen te komen. De bestaande praktijkkennis en ervaring staat centraal.

## VOORAF

### AANTAL DEELNEMERS

Het gaat erom dat de centrale vraag vanuit verschillende perspectieven kan worden bekeken. Zorg daarom dat er **minstens 10 en maximum 25 mensen** rond de tafel zitten. Liefst vanuit een gedeelde bekommernis, maar niet noodzakelijk vanuit dezelfde organisatie of praktijk.

*Volksdansgroepen van over heel Vlaanderen kozen voor de workshop 'Leden werven'. Elk een eigen vereniging en context, maar allen voor dezelfde uitdaging zo bleek. Door het samenleggen van hun ervaringen, op basis van de 5 W's, ontstonden nieuwe inzichten die meermaals Aha-effect opriepen.*

**TIP!** De uitdaging rond leden werven speelt in allerlei domeinen. Nodig ook jeugdbewegingen, carnavalsgroepen, sportverenigingen, natuurverenigingen, ... uit om elkaar te inspireren! Vraag mensen die je persoonlijk kent of lanceer een oproep via sociale media.

### GESPREKSLEIDER

Zorg voor een **gespreksleider** die ofwel de praktijk kent, ofwel vertrouwd is met de centrale uitdaging. Hij/zij kan luisteren, laat verschillende stemmen aan bod komen en stimuleert reflectie en nieuwe inzichten. Naast de nodige competenties om een gesprek te begeleiden, kan zowel een verfrissende externe, als een ervaren interne blik waardevol zijn.

*Coaster consulting ondersteunt veranderingsprocessen en combineerde in deze sessie professionele ervaring met een externe blik.*

### RUIMTE EN OPSTELLING

Voorzie een **ruimte en opstelling** die geschikt is voor een groepsgesprek. Zorg voor **5 grote bladen of borden en stiften**. Spreek af wie **verslag** neemt of neem het gesprek op om later de bevindingen aan te vullen. Een hapje en drankje helpen tenslotte altijd om in de stemming te komen voor een vruchtbaar gesprek!

### DUUR

Ongeveer 2,5 uur.



## AAN DE SLAG

### Intro

Breek het ijs met een verkennende vraag en zet de toon voor praktijkuitwisseling.  
Tip! Vraag bewust eerst naar een (persoonlijke) ervaring die iedereen heeft. Als iedereen op deze vraag kan antwoorden, verlaagt de drempel om te spreken in groep.

*“Hoe zijn jullie zelf met volksdans in contact gekomen?” Uit de verschillende antwoorden werden al gauw enkele grote lijnen duidelijk. Familie en ouders spelen een rol, er wordt vaak al heel jong gestart met volksdans, eens je erin zit, blijf je er lang bij. De deelnemers begrijpen en herkennen elkaar meteen zodat het gesprek snel op gang komt.*

### Algemene toelichting bij de 5W's

Overloop de vijf vragen die stap voor stap zullen worden besproken.  
De grote centrale vraag wordt zo in kleinere stukjes gehakt, waardoor het makkelijker wordt om oplossingen te bedenken.

Op 5 A3 bladen staan de 5 W-woorden centraal:

**W1 – WIE**

**W2 – WAARVOOR**

**W3 – WAAR**

**W4 – WANNEER**

**W5 - WAARMEE**

Met dikke stift worden de antwoorden errond genoteerd.

## W1 - WIE

**WIE willen we aantrekken?** Stel verschillende deelvragen om te weten te komen wie we voor ogen hebben en waarom. Een nieuw inzicht kan zijn dat je op zoek naar andere mensen dan je eerst dacht. Of dat je je verwachtingen moet bijsturen.

### *Deelvragen:*

*Wie willen we werven en waar kunnen we een lid van een volksdansgroep aan herkennen? Wie ben je zelf, wat maakt volksdans en jouw vereniging uniek? Waarvoor kiezen mensen als ze bij jou aansluiten en hoe kan je dat in de verf zetten? Weten jullie wat de verwachtingen zijn van jullie (toekomstige) vrijwilligers/deelnemers ten aanzien van jullie als vereniging? Wat verwachten jullie als vereniging ten aanzien van de (toekomstige) vrijwilligers/leden? Stemmen die verwachtingen overeen?*

### *Uit de antwoorden:*

*Het sociale en groepsgevoel blijkt heel belangrijk. Dit kunnen we uitspelen in onze communicatie met foto's en citaten, bv. van groepsreizen. Misschien moeten we ook duidelijker communiceren wat we vragen, bv. wel of niet aan optredens meedoen, ... Langdurig engagement blijkt een pijnpunt, je moet op iemand kunnen rekenen, maar anderzijds, misschien moeten we verschillende mate van engagement toelaten, voor mensen die enkele keren per jaar meedoen? We zouden dit perfect kunnen bevragen bij (toekomstige) leden en vrijwilligers. En ook mensen die afhaken bevragen over de reden daarvoor.*

## W2 – WAARVOOR

**WAARVOOR willen we mensen werven?** Wanneer je alle taken en soorten vrijwilligers oplijst en in kaart brengt wat die allemaal inhouden, wordt de 'hoeveelheid' werk duidelijk. Met kleine veranderingen kan je een groot verschil maken, bv. met werkgroepen per activiteit ipv één ploeg voor alle gelijkaardige evenementen.

### *Deelvragen:*

*Wat zijn de verschillende soorten engagementen in een volksdansvereniging en de kenmerken daarvan?*

### *Uit de antwoorden:*

*Misschien zijn er deeltaken die los staan van interesse voor dansen of musiceren, waarvoor je mensen kan vinden die graag van thuis uit bijspringen, bij boekhouding bijvoorbeeld. Sommige events kan je bv. ook van thuis organiseren en hoef je ook niet perse voor samen te komen, dat vermindert de nodige inspanningen en verlaagt de drempel. Vaak wordt er ook een dubbel engagement gevraagd van mensen. Bijvoorbeeld een bestuursfunctie én verschillende andere taken. Dat kan op termijn teveel worden en daar zou je moeten op kunnen anticiperen. Het kan er nieuwe mensen afschrikken, die denken dat er ook zoveel van hen verwacht wordt.*

## W3 – WAAR

**WAAR vind je nieuwe vrijwilligers?** Eens je in kaart hebt wie je zoekt en waarvoor, kom je mogelijks op nieuwe ideeën van waar je die vrijwilligers zou kunnen vinden.

### *Uit de antwoorden:*

*Het ligt vaak gevoelig, maar eigenlijk zouden we ook elkaars mensen kunnen aantrekken, zij het dan voor een beperkt engagement bijvoorbeeld voor het geven van gastlessen. Ook in ons eigen netwerk van toeschouwers of gastgezinnen liggen mogelijks nog kansen om mensen aan te spreken voor diverse zaken. Betalende advertenties op facebook zouden ook een manier kunnen zijn om nieuwe mensen met een gelijkaardige interesse te vinden en aan te spreken. We moeten er misschien ook opletten dat er diverse zaken te zien zijn op onze website of facebookpagina: dan zien nieuwe bezoekers snel welke verschillende dingen ze bij ons kunnen doen. Naar mensen toegaan lijkt nog steeds de beste manier om hen te vinden.*



## W4 – WANNEER

**WANNEER probeer je leden en vrijwilligers te werven?** Het is niet alleen van belang om vanuit je eigen planning te denken, wanneer je tijd hebt om te zoeken of wanneer je mensen nodig hebt. Even belangrijk is wanneer je vrijwilligers bereikbaar zijn en tijd hebben. Studenten bijvoorbeeld volgen een ritme van les, examens en vakantie. Werkende volwassenen hebben drukke en minder drukke periodes, vaak gerelateerd aan vakanties. Februari blijkt de ideale maand om hen aan te spreken. Als je kinderen wil werven, spreek je ouders best aan in het voorjaar, aangezien dan de hobby's van het volgende jaar worden vastgelegd.

*Uit de antwoorden:*

*Eén infomoment over vrijwilliger worden, werkt niet. Je moet het hele jaar door als vereniging naar buiten komen en kansen detecteren. Een samenwerking met organisaties als Danspunt bv. kunnen zorgen voor een groter bereik en nieuwe doelgroepen. Festivals en feesten zijn sowieso concrete gelegenheden om mensen warm te maken. Schoolfeesten zijn bv. heel interessant om zowel leerkrachten, kinderen als ouders aan te spreken. Zorg wel dat je iets hebt om mee te geven, zodat de kennismaking niet vergeten geraakt.*

## W5 – WAARMEE

**WAARMEE werf je vrijwilligers?** Vaak is een combinatie van middelen de sleutel tot succes. Er bestaan studies die aantonen dat mensen iets in het straatbeeld pas écht opslaan nadat ze het 7 keer zijn tegengekomen. Op sociale media moet iets minstens 22 keer gezien worden, en liefst telkens op een iets andere manier.

*Uit de antwoorden:*

*Mond aan mond reclame, initiaties en open dansavonden zijn goede manieren om nieuwe mensen te bereiken. Een open en positieve houding is wel essentieel. Goed duidelijk maken bv. dat je niet moet inschrijven, dat kinderen, vriendjes of familie mogen meekomen, dat je eenmalig kan deelnemen... werkt heel drempelverlagend. Ook facebook like-and-win acties zijn heel toegankelijk en ideaal om contacten te verwerven. Hoe meer gegevens en likes je verzamelt, hoe beter je gericht advertenties kan inzetten om mogelijke geïnteresseerden te werven. De ervaring met een aangepaste kinder- en jeugdwerking is heel positief. Hoe jonger kinderen betrokken worden, hoe langer ze blijven.*

## NA AFLOOP

Sorteer de bevindingen aan de hand van de 5 grote bladen en het verslag in een beknopt **overzicht van 'tips and tricks'**. Stuur het verslag naar alle deelnemers en bewaar het op de website of facebookpagina, zodat het makkelijk te vinden is.

**TIP!** *Leg een googledocument aan dat kan worden aangevuld met nieuwe ervaringen of plan elk jaar een moment waarop je dit verslag opnieuw bovenhaalt en aanvult.*

*'Ledenwerving en inzetten op opvolging van vrijwilligers was interessant' Leuk dat er ideeën vanuit de groep kwamen!'*

*'Samen overleggen over dezelfde problemen waar alle groepen mee kampen.'*

*'Zeer goede kwaliteit, met aanpassing aan de groep.'*

*Deze handleiding werd opgemaakt door Werkplaats immaterieel erfgoed ism Danspunt vzw, naar aanleiding van de sessie 'leden werven', door Coaster consulting op Rendez-vous, trefdag voor volksdansen (17-11-2018). Met dank aan de betrokken volksdansgroepen.*