

Rekruttering

Erfaringer ved prosjektavslutning 2018.

Mål: Aktivisere flere seniorer i frivillig sektor, med fokus på de som er lite aktive i dag. Motvirke ensomhet og passivitet.

Hva gjør vi?

Markedsføring av aktiviteter og muligheten til å bidra som frivillig (se eget dokument: Markedsføringskanaler).

Stadig dialog med frivillige i lag og organisasjoner om hvordan det kan legges til rette for at flere vil delta som frivillige eller deltakere i deres aktiviteter.

Samarbeid med kommune og kirke om å nå de som trenger det aller mest med informasjon.

Samarbeid med taxinæringa (pasienttransport, servicetransport) om informasjon til aktuelle deltakere og frivillige.

Direkte forespørsel til aktuelle enkeltpersoner eller lag om å bidra i planlegging eller praktisk gjennomføring av aktiviteter.

Fokus på rekruttering av venner og kjente i samlinger for frivillige, eksempelvis på Inspirasjonssamling for frivillige, Verdens Aktivitetsdag etc.

Erfaringer

Markedsføring av aktiviteter via sosiale medier, lokalaviser og plakater gjør at de allerede aktive møter opp. Fokus på rekruttering av venner og kjente kan gjøre at disse aktive inviterer med seg flere fra målgruppen.

Invitasjoner som deles ut på møter i organisasjoner, eller i postkasser i grenda hvor aktiviteten foregår gjør at flere regner seg selv inn i målgruppen for aktiviteten, enn det de gjør ved en annonse i avisa.

Frivillige organisasjoner kan bruke sine medlemslister til markedsføring av aktivitet og rekruttering til oppgaver. Markedsføring via en organisasjon man er medlem i når fram til flere enn markedsføring via offentlige medier. Måltrettet rekruttering av

medlemmer til konkrete oppgaver – gjerne praktiske – kan engasjere flere som ikke ellers møter opp på aktiviteter.

Kommunalt tjenesteapparat har anledning til å arbeide med sine tjenestemottakere med tanke på at de skal aktiviseres gjennom frivillig sektor. Dette er for de fleste en uvant måte å arbeide på, og det krever derfor at frivillig sektor (Livslaget) er flink til å markedsføre de tilbud som finnes overfor kommunalt ansatte. Ofte er det enklere å spre informasjon gjennom enkeltansatte som er interessert i mulighetene i frivillig sektor, enn via tjenesteledere som har mer enn nok å holde oversikt over fra før. Det er viktig med jevnlig kontakt fram til gode samarbeidsrutiner er innarbeidet, for å sikre at informasjon om aktivitetstilbud i frivillig sektor ikke forsvinner i mengden av informasjon som kommunale enheter mottar. En av utfordringene er at mange tjenestemottakere vil oppleve vanskeligheter med å oppsøke ny aktivitet på egen hånd. Livslaget tilbyr å opprette kontakt med aktuelle kontaktpersoner i aktiviteten, både for skyss og følge. Dette har i liten grad vært benyttet, men brukere av kommunale tjenester har oppsøkt aktivitet med følge av ansatt i tjenesten.

Personlig kontakt er nøkkelen til vellykket rekruttering og inkludering i aktiviteter:

Den som sitter for mye hjemme trenger en henvendelse fra noen man kjenner, med tilbud om å gå sammen, til en aktivitet man er interessert i å delta i.

For å oppnå dette jobber vi kontinuerlig med bevisstgjøring av aktive frivillige: Har du noen i ditt nettverk eller i ditt nabolag som trenger en invitasjon? Hva kan vedkommende være interessert i å delta i?

Taxinæringa (pasienttransport, servicetransport) forteller om mange ensomme, særlig eldre, som mangler møteplasser med andre i ferier og høytider. Vi har derfor spredt informasjon gjennom folder i taxiene og kontakt med taxisjåførere. For å nå flest mulig uten at det blir stressfaktor for taxisjåførene har vi så langt konsentrert oss om juleprogram med informasjon om treffpunkter i kommunen i løpet av julehøytiden.