



## Hoe gebruik je het ruilschema?

Doel van het ruilschema is om snel inzichtelijk te maken of de ruil tussen wat vrijwilligers willen en bieden in evenwicht is met wat de organisatie biedt en wil. Uitgangspunt is dat vrijwilligers alleen langer tijd zullen blijven als zowel de vrijwilliger als de organisatie ervaren dat deze ruil in evenwicht is.

Het evenwicht is altijd dynamisch: de moties, omstandigheden en mogelijkheden van vrijwilligers veranderen, net zoals de strategieën, werkwijzes en mogelijkheden van de organisatie. Daarom is het van groot belang er regelmatig aandacht te besteden of de ruil voor de vrijwilliger en voor de organisatie nog klopt.

Dé vrijwilliger bestaat natuurlijk niet. Het heeft alleen zin dit schema in te vullen voor een van tevoren benoemde groep vrijwilligers met bepaalde kenmerken. Bijvoorbeeld mensen onder de 30 of boven de 70, vaste vrijwilligers of flexibele vrijwilligers, bestuurlijke, ondersteunende of uitvoerende vrijwilligers. Het schema werkt zowel voor vrijwilligersgroepen die al in huis zijn, als voor groepen die de organisatie (meer) in huis zou willen halen.

Waar je naar op zoek bent, zijn verschillende 'ruilpakketten': sommige combinaties van waardering, ondersteuning, ontwikkeling, begeleiding en randvoorwaarden die passen bij bepaalde doelgroepen. Sommige elementen van zo'n ruilpakket komen waarschijnlijk in elk pakket terug (b.v. een gezellige werkomgeving), andere passen wel bij de ene groep vrijwilligers maar niet bij de andere (b.v. flexibele werktijden).

Je kunt bij de kedoombeginnen, maar als het erop aankomt, bepaalt de vrijwilliger: die heeft altijd meer keus dan de organisatie of hij/zij ingaat op de ruil. Aan de andere kant: als organisatie heb je vooral invloed op wat je wilt en biedt, dus het kan makkelijk zijn daar te beginnen.

In de kedoomb' **Wat wil de vrijwilliger?** vul je als eerste de specifieke groep in waarvoor je het schema gaat invullen. Als het antwoord op de vraag vervuld is 'geen idee' is, dan weet je wat je te doen staat: onderzoek! Bij de huidige vrijwilligers kun je het ze gewoon vragen: **wat maakt dat ze vrijwilliger bij jouw organisatie zijn geworden en geldt even, welke drive hebben ze, wat vinden ze belangrijk in hun vrijwilligerswerk, wat kan de organisatie voor hen betekenen?** Ben je op zoek naar nieuwe groepen vrijwilligers, dan moet je de straat op waar is de doelgroep te vinden, waar kun je met ze in gesprek? Overigens wordt er ook onderzoek naar motivatie van vrijwilligers gedaan, en hebben bijvoorbeeld lokale steunpunten vrijwilligerswerk in het algemeen een goed beeld van de motivatie en wensen van (potentiële) vrijwilligers.

Ook voor de tweede kedoomb' **Als je niet weet wat (potentiële) vrijwilligers kunnen bieden**, dan moet je het vragen of op een andere manier in kaart brengen. Bij de derde en vierde kolom is het zaak om deze in te vullen gericht op de specifieke doelgroep die je van tevoren benoemd hebt.

Probeer bij het invullen van alle kedoomben zo specifiek en concreet mogelijk te zijn. Algemene antwoorden leidt tot algemeen ruilpakketten, en die zijn uiteindelijk voor maar weinig vrijwilligers interessant.

Als je het schema helemaal hebt ingevuld, komt de hamvraag: is de ruil in evenwicht? Let op, inféte zijn er twee rúlen: de tussen wat de vrijwilliger wil en wat de organisatie biedt, en de tussen wat de organisatie wil en de vrijwilliger biedt. Beide onderdelen moeten in evenwicht zijn wil de ruil aantrekkelijk zijn. Ook hier geldt: als je niet (zeker) weet of de ruil klopt, ga dan in gesprek met de doelgroep. Op basis daarvan kun je ruilpakketten zo nodig aanscherpen of aanpassen.