

Werkplan Vrijwilligerscentrale Hilversum 2019 - 2020

Inleiding

Op basis van het strategisch kader 2019-2023 en de jaarfocus voor 2019 heeft de Vrijwilligerscentrale Hilversum haar werkplan bepaald. In dit document geven we aan waar we in 2019 & 2020 extra op in zetten en wat we daarmee hopen te bereiken.

Organisatie

Vrijwilligerscentrale Hilversum bestaat uit twee part time coördinatoren (totale inzet 36 uur) en momenteel zeven toegewijde vrijwilligers, waarvan 5 bureauvrijwilligers en 2 vrijwilligers in de buitendienst. We zijn onderdeel van de Versa Vrijwilligerscentrale. Onze laagdrempelige locatie bevindt zich in de wijk Oost aan de Eemnesserweg 109. Vanuit Versa Welzijn is Stef Braam- haar de verantwoordelijke manager.

Focus

De jaren 2019 en 2020 staan voor de Vrijwilligerscentrale in het teken van het vergroten van de zichtbaarheid, proactief versterken van de verbinding met vrijwilligersorganisaties en kennisuitwisseling bevorderen.

Ons hoofddoel is om vrijwillige inzet in Hilversum zichtbaar en aantrekkelijk te maken voor een breder publiek, zodat meer mensen zich kunnen en willen inzetten op hun eigen unieke wijze. We hebben geconstateerd dat er zijn nieuwe manieren nodig zijn om organisaties en inwoners bij elkaar te brengen.

Kernfuncties

- | | |
|-------------|--|
| Stimuleren | We maken de kracht en de mogelijkheden van vrijwillige inzet zichtbaar, brengen het dichtbij de inwoner en geven informatie zodat zoveel mogelijk inwoners verleid worden om zich in te zetten. |
| Verbinden | We bieden een platform waar vraag en aanbod van vrijwillige inzet bij elkaar wordt gebracht. We verbinden partijen middels netwerken en ontmoetingen. |
| Ontwikkelen | We bieden kennis, advies en training aan vrijwilligers en organisaties zodat zij zich optimaal in kunnen zetten. Ook ontwikkelen we samen met partners nieuwe manieren om vrijwillige inzet te vergroten, te versterken en zichtbaar te maken. |

Werkplan

De drie kernfuncties van de Vrijwilligerscentrale komen terug in de activiteiten die in 2019/2020 uitgevoerd worden om de ambities te verwezenlijken.

A. Richting inwoners/potentiële vrijwilligers is er een strategie nodig om meer mensen te informeren over de mogelijkheden, nieuwe doelgroepen te bereiken en hen te verleiden tot vrijwillige inzet.

Activiteit

Organiseren van oriëntatie bijeenkomsten voor geïnteresseerde inwoners. Dit is een informatie uurtje en kennismaking voor de 'zoekers' en de 'twijfelaars', mensen die vrijwillige inzet al wel op het vizier hebben maar nog geen keuze kunnen maken. Deze kleinschalige bijeenkomsten worden frequent georganiseerd en geven op een laagdrempelige manier informatie over alles wat betreft vrijwilligerswerk. Wat zijn de mogelijkheden? Hoe maak je een keuze? Wat past bij jou? en waar moet je rekening mee houden? Een middel om jongeren enthousiast te krijgen voor vrijwilligerswerk is de Maatschappelijke Stage (MAS). Vrijwilligerscentrale Hilversum heeft een samenwerking met 7 scholen uit Hilversum. Van Vmbo tot en met gymnasium. Iedere school heeft een eigen aanpak. Zo wordt op een aantal scholen gastlessen gegeven met aansluitend helpdesks. Weer een ander kiest voor een individuele aanpak op maat. Klassikale projecten of projecten die met de hele school worden gedaan komen ook steeds meer voor.

Beoogd effect

De 'route' naar vrijwillige inzet is makkelijker en duidelijker geworden. Meer mensen vinden de weg en hebben een beeld van de diversiteit en mogelijkheden van vrijwillige inzet. Twijfelaars nemen de stap en gaan vrijwillig aan de slag.

Het effect dat we met de MAS willen bereiken is dat we leerlingen uit het Voortgezet onderwijs laten kennis maken met een vorm van vrijwillige inzet en ze op die manier een bijdrage laten leveren aan de samenwerking.

Resultaat

Dit jaar organiseren we 3 bijeenkomsten. De deelnemers van de bijeenkomsten worden actief uitgenodigd voor een gesprek in de vacaturebank en er wordt nagebeld om te informeren of mensen een leuke vrijwilligersplek gevonden hebben.

B. Met de non-profit organisaties die met vrijwilligers werken is er een nauwere samenwerking nodig. Indien de Vrijwilligerscentrale de organisaties goed kent kan zij beter vacatures matchen, samen nieuwe manieren ontwikkelen voor effectieve werving en de zichtbaarheid van de organisaties als ook de diversiteit van vrijwillige inzet vergroten.

Activiteit

We organiseren bijeenkomsten voor vrijwilligerscoördinatoren van organisaties die ingeschreven staan bij de vacaturebank. De bijeenkomsten hebben een informeel karakter, gaan over een relevant inhoudelijk thema en vinden plaats in kleine groepen.

Beoogd effect

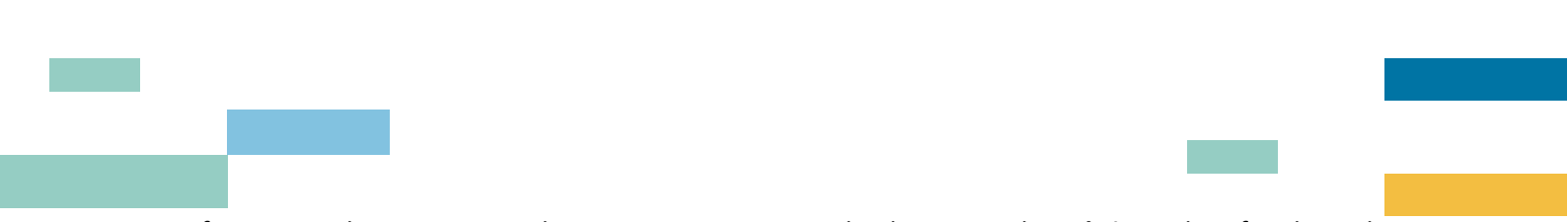
Het doel hiervan is kennisdelen, ontmoeting, zichtbaarheid vergroten en het versterken van de relatie met en tussen de organisaties zodat we samen kunnen zoeken naar oplossingen van overkoepelende vraagstukken. De nauwere samenwerking heeft tevens effect op de matching.

Resultaat

Dit jaar organiseren we minimaal 2 aantal bijeenkomsten met thema's als; werven en behouden van vrijwilligers, Hoe maak ik een aantrekkelijke vrijwilligersvacature. Hieruit vloeien extra adviesvragen, meer inzicht in vraagstukken en nieuwe ideeën voort.

Zichtbaarheid

In 2018 zijn we als onderdeel van het regionale vernieuwingstraject aan de slag gegaan met de uitstraling en het imago van de Vrijwilligerscentrale. Er wordt een volledig nieuwe huisstijl ontwikkeld die in het tweede kwartaal van 2019 ingevoerd wordt. **De nieuwe huisstijl** draagt bij aan een jonge, professionele



en frisse uitstraling. In 2019 werken we tevens aan een geheel vernieuwde **website** inclusief toekomstbestendig **matching systeem**. Verwachting is dat de website eind van kwartaal 3 live zal gaan.

Om vrijwillige inzet zichtbaar en aantrekkelijk te maken voor een breder publiek zetten we tevens in op onderstaande zaken.

Promotie van vrijwillige inzet

Activiteiten

Ontwikkelen van een PR plan om vrijwillige inzet in de gemeente zichtbaar te maken, te vieren en meer inwoners te enthousiasmeren. Onderdeel hiervan zijn in ieder geval; in samenwerking met de gemeente Hilversum wekelijks vacatures plaatsen in de Gooi en Eembode, de etalage verbeteren wijkkranten meer inzetten, social media bereik vergroten en ander online kanalen verkennen voor de vacatures/matching. Tevens is er een idee in ontwikkeling om verhalen te vertellen van actieve vrijwilligers middels beeld en storytelling.

Beoogd effect

Een bredere groep inwoners van Hilversum wordt geattendeerd op de mogelijkheden van vrijwillige inzet. Het beeld dat inwoners hebben van vrijwillige inzet is divers en up to date. Ze komen herhaaldelijk berichtgeving tegen via diverse offline en online kanalen. Meer mensen overwegen zich vrijwillig in te zetten en weten de weg naar de Vrijwilligerscentrale te vinden.

Resultaat

Het social media bereik en de exposure van berichten in de lokale media is vergroot ten opzichte van 2018. De inloop op onze locatie en de online reacties/aanmeldingen zijn 10% hoger dan in 2018. Alle PR activiteiten leveren een bijdragen aan een verhoging van het aantal totale matches.

Effectiviteit vacaturebank vergroten

We zetten in op een stevige basis. De vacaturebank is de kern van de dienstverlening. Inwoners die zich vrijwillig in willen zetten kunnen binnen lopen om met één van onze vrijwillige vacaturebank medewerkers in gesprek te gaan over de mogelijkheden. Deze vacaturebankmedewerkers zijn het visitekaartje van de Vrijwilligerscentrale en voor veel mensen het eerste punt op de 'route' naar vrijwillige inzet. Zij moeten goed in staat zijn mensen te enthousiasmeren en informeren.

Activiteiten

We zetten in op het versterken en uitbreiden van het team van vrijwilligers. We bieden trainingen aan en nemen vrijwilligers mee in de ontwikkelingen en ambities van de Vrijwilligerscentrale. Tevens gaan de vrijwilligers mee op organisatiebezoek zodat zij daarna de vacatures van de betreffende organisatie beter kunnen 'verkopen' aan geïnteresseerden. We breiden het team uit naar 7 à 8 (bureau) vrijwilligers zodat de duur-zaamheid en continuïteit gewaarborgd is. We onderzoeken mogelijkheden om de openingstijden te ver-ruimen. Met de komst van de nieuwe website en matching systeem worden ook nieuwe mogelijkheden verkend; langskomen op afspraak, online contact etc.

Beoogd effect

De capaciteit van de offline vacaturebank is dusdanig vergroot dat we een grotere instroom van geïnteresseerde inwoners goed kunnen bedienen. Vrijwillige vacaturebank medewerkers zijn in staat zelfstandig te werken en vragen van inwoners goed te beantwoorden. De route naar informatie voor geïnteresseerde inwoners is toegankelijker geworden.

Resultaat

Het aantal inwoners dat binnenloopt op onze locatie is vermeerderd ten opzichte van voorgaande jaren. We hebben meer zicht op het aantal mensen dat na een intake bij ons daadwerkelijk aan de slag is gegaan als vrijwilliger.