

Skriv på de frivilliges banehalvdel

Brug tid på få – men vigtige – overvejelser før du skriver gode rekrutteringsmateriale

Du skal ikke skrive til så mange som muligt i dit rekrutteringsmateriale – det skal kun henvende sig til de rette mennesker!

Som tekstforfatter af informations- og kampagnemateriale anbefaler vi at du først overvejer, hvem dine kommende frivillige er, før du skriver. Ofte vil man gerne tiltrække så mange potentielle frivillige som muligt og havner derfor i en af to faldgruber. Enten skriver man så bredt at det passer på alle og derfor ikke rigtig taler til nogen i det hele taget. Den anden mulighed er, at man kun skriver om sin forening og dens mærkesag, så en kommende frivillige ikke rigtig kan se sig selv og sin egen glæde ved at gøre en forskel hos jer.

Husk at skelne mellem jeres mærkesag og så den frivilliges motivation for at gå ind i den

Først og vigtigst er at undgå at prøve at skrive til alle, der måske kunne blive frivillige. Overvej hvilken type frivillig, der er i målgruppen for kampagnen (alder, type af opgaver, hvor mange etc.). De overvejelser er vigtige, fordi de giver dig et præcist billede af mennesket, du skriver til. Det skal nemlig være tydeligt for modtageren i rekrutteringsmaterialet.

Selv om det går imod din intuition, er anbefalingen at nedtone mærkesagen og i stedet bruge pladsen til at skrive på den frivilliges banehalvdel. Skriv i stedet, hvad den frivillige får ud af at være frivillig hos dig. Der er nemlig rigtig mange (gode) grunde til at være frivillig, der ikke kun har noget med mærkesager at gøre; det sociale, cv'et, hvilken livsfase man er i, ønsket om at være med i et fællesskab, social kapital osv.

Et eksempel på et rekrutteringsopslag, vi synes er inspirerende

I en lokalavis i Grenaa faldt vi over dette frivilligopslag, som taler lige til målgruppen.

KULTUR OG UDVIKLING

Har du lyst til at være frivillig møllersvend i Baunhøj Mølle i Grenaa?

Vi er et frisk team af møllersvende i Baunhøj Mølle, som skiftes til at møde hver søndag i sommerhalvåret for at køre med møllen - hvis vinden ellers vil. Men vi vil gerne være lidt flere.

Vi arbejder i hold og møder ca. hver fjerde søndag og maler mel. Vi er alle frivillige og ulønnede. Du vil blive oplært i at være med til at køre med møllen, som er en hollandsk vindmølle

Er du interesseret i at være med så kan du høre mere ved henvendelse til:

Møller Johnny Edelgaard, tlf. 40 34 92 43, eller e-mail: edelgaard@live.dk eller

Formand for Møllelauget Birgit Purup, tlf. 22 53 71 76, eller e-mail: birgitpurup@gmail.com

Du kan også se mere om os på vores hjemmeside www.baunhoej-moelle.dk eller du kan finde os på Facebook.

Prøv at lægge mærke til hvor meget af teksten, der er på de kommende frivilliges banehalvdel i de to eksempler. Vi kommer nærmere ind på det på To-Go Seminarerne i denne og næste uge (se opslag til højre).

3 pejlemærker når du skriver dit eget rekrutteringsmateriale:

- 1 Skriv på modtagerens banehalvdel – kommuniker hvad din kommende frivillige oplever er motivationen for ham eller hende. Med andre ord hvad får de med hjem som frivillig hos jer.

3 Brug altid menneskeord – du kender jeres mærkesag indefra og ud. Hold igen med de interne sprogtermer eller fagord. De er forståelige for jer, men ofte ikke for en nytilkommen. Fagord bærer nemlig en masse mellemregninger med sig, som din modtager ikke kender. Øv dig derimod i at skrive som om du sad til familiefesten og skulle forklare din landmandsonkel fra Nordjylland, hvad du laver.

4

5 Før at du skriver på din modtagers banehalvdel, så gå evt. til de frivillige du allerede har og stil 2 spørgsmål: 'hvad er vigtigt for dig ved at være frivillig?' og dernæst: 'hvorfor er det vigtigt for dig?' Stil spørgsmålene i den rækkefølge. Ofte vil 'hvad' resultere i at svaret ligger på linje med mærkesagen hvorimod 'hvorfor' ofte bringer de mere personlige og følelsesmæssige grunde på banen. Når du skriver, så skriv mere ud fra 'hvorfor'–svarene end 'hvad'–svarene.

God fornøjelse!

David og Marie

– fra NGO Akademiet og Ingerfair