

Frivillige i naturen



Friluftsrådet



METODE

Denne håndbog udspringer af den viden og erfaring, der er tilvejebragt igennem en kursusrække om involvering af frivillige i naturparker, som Friluftsrådet afholdt i 2015 og 2016. I alt 60 personer deltog på kurserne, heraf var cirka halvdelen ansat i direkte relation til en naturpark, mens den anden halvdel primært var kommunalt ansatte i berøring med andre natur- og friluftsp projekter.

Kurserne har været lagt an som aktionslæring, hvor deltagerne i løbet af kurserne har skullet planlægge konkrete aktiviteter eller initiativer i relation til deres lokale naturpark eller naturprojekt, som de beskrev i 'køreplaner'. Der er i løbet af kursusforløbene gennemført 52 opfølgende interviews med deltagerne, hvor succeser og udfordringer med involvering af frivillige er blevet belyst med afsæt i køreplanerne.

Konsulentvirksomheden Ingerfair har været praktisk udførende på kursusrække og videnindsamling og har i dialog med Friluftsrådet udarbejdet denne håndbog. Det har været en afgørende pointe, at alle anbefalinger og opmærksomhedspunkter i denne håndbog kommer direkte fra personer, som arbejder med involvering af frivillige i naturen.

Af hensyn til deltageres arbejdsmæssige forhold har vi undladt at citere deltagerne direkte. I stedet har vi samlet deltageres udsagn i en række sammenfattende pointer i relation til kapitlernes tematikker.

Danske Naturparker er en mærkningsordning for større sammenhængende naturområder med gode rekreative friluftsmuligheder. Ordningen varetages af Friluftsrådet.

Følg Friluftsrådets arbejde med at skabe bedre muligheder for det frivillige engagement i naturen på www.frivilliginaturen.dk.

INDHOLD

1.	Indledning	7
	Grønne frivillige er guld værd	8
	Hvordan skal du bruge håndbogen?	9
	Håndbogens vigtigste pointer – kapitel for kapitel	12
	Kapitel 2: Skal du have frivillige?	12
	Kapitel 3: Kan du og vil du?	12
	Kapitel 4: Hav styr på din fortælling	13
	Kapitel 5: Hvem kan du engagere – og hvordan?	13
	Kapitel 6: Organisering og det gode samarbejde	13
2.	Skal du have frivillige?	15
	Det skal give mening	16
	Hvorfor frivillige?	17
	Lokalt ejerskab	18
	Troværdighed	18
	Ressourcer	19
	Tænk, før du handler	19
3.	Vil du og kan du?	21
	Relationsarbejde er vejen frem – vil du?	22
	Det er ikke nok at være en dygtig fagperson	22
	Det kræver noget af organisationen – kan du?	23
	Den gode involvering af frivillige	28
	Hav forventninger til hinanden	28
	Hav styr på rammerne	29

4.	Hav styr på din fortælling	31
	Jeres grundfortælling	32
	Formidlingen af projektets grundfortælling	33
	Lav gode historier med afsæt i grundfortællingen	34
	Skab opmærksomhed om projektet	34
	Hold fast i energien og engagementet	38
5.	Hvem kan du engagere – og hvordan?	41
	Lav lokale samarbejder	42
	Vend frustrationerne til handling	49
	Rekruttering af nye frivillige	50
	Hvem er din målgruppe?	51
	Hvor er de frivillige?	52
	Lav arrangementer, der tiltrækker målgruppen	52
	Vær klar, når de kommer	54
	Frivilligaktiviteter	54
	Der skal være tid til relationer og opfølgning – og penge til mad og kaffe	55
6.	Organisering og det gode samarbejde	57
	Tre typer frivillige i naturen	58
	De samlende	58
	De loyale	59
	De spontane	59
	Organisering af de forskellige typer	60
	Giv plads til uenighed og frustrationer i samarbejdet	62
	Selvkørende frivilligrupper	66
	Selvkørende frivillige	67
7.	Efterskrift	68



1. INDLEDNING

Frivilligt arbejde i og for naturen har stor værdi. Både for naturen og friluftslivet, for de frivillige og for dem, der får glæde og gavn af de frivilliges indsats.

Grønne frivillige er guld værd

Naturen i Danmark er under stort pres, og der er brug for arbejdende hænder og brændende hjerter. Derfor har Friluftsrådet et ambitiøst mål om at femdoble antallet af frivillige, der er involveret i udvikling og pleje af naturområder, friluftsliv og faciliteter.

Både stat og kommuner ønsker i stigende grad at samarbejde med og inddrage frivillige i naturpleje og planlægning. Kommunernes miljø- og teknikforvaltninger involverer ikke, i samme omfang som andre områder, civilsamfundets frivillige aktører¹, selv om undersøgelser viser, at der er et stort og uforløst potentiale for flere frivillige på natur- og friluftsområdet.²

Denne håndbog giver redskaber og værktøjer, der kan hjælpe stat og kommuner med at etablere gode samarbejdsrelationer med frivillige i naturen. Håndbogen er målrettet de kommunale og statslige forvaltningsområder, der har et naturligt interessesammenfald med den potentielle 'frivillige i naturen'. Håndbogen bygger blandt andet på en kursusrække for medarbejdere i kommuner og naturparker, samt erfaringer fra projekter i naturområder, hvor brugerne er involveret og driver udviklingen.

For Friluftsrådet er der ingen tvivl om, at de 'frivillige i naturen' er værdifulde aktører, når det gælder udvikling og pleje af lokale natur- og friluftsområder. De frivillige repræsenterer naboerne til naturområdet såvel som brugergrupperne – vandrere, løberne, rytterne, cyklisterne, fuglekiggerne, hundelufferne, fiskerne m.fl. Det er ofte dem, der kan bidrage med værdifuld viden om den lokale natur- og kulturhistorie, og det er de lokale frivillige, der ved, hvor de enestående naturoplevelser findes, hvor naturpleje er tiltrængt, og hvor der er behov for faciliteter, som kan gøre friluftslivet endnu bedre.

¹) KORA's rapport fra 2016 Kommunernes samarbejde med civile aktører.

²) SFI's Frivilligundersøgelse 2004-2012.

De frivillige fællesskaber i naturen danner således rammen om nye tværgående samarbejder i lokalsamfundene. Der udvikles idéer og planlægges og afholdes aktiviteter på tværs af interesser, alder og kulturel baggrund. Sammenhængskraften i lokalsamfundet øges, og der opstår en fælles stolthed og et stort lokalt ansvar for den fælles natur.

Med et håb om at mange flere vil opleve glæden ved at gøre en indsats i og for naturen, i givende fællesskab med andre, ønsker Friluftsrådet dig god fornøjelse med håndbogen og arbejdet, der følger efter.

Hvordan skal du bruge håndbogen?

Håndbogen er tænkt som inspiration og introduktion til de centrale overvejelser, du skal gøre dig, når du vil involvere frivillige og borgere i natur- og friluftspjeker. Der er altid lokale forhold, nuancer i frivilligheden og særlige interesser at tage højde for hos dig. Derfor handler det om at oversætte disse generelle betragtninger til din egen kontekst – men også om at turde tage vores anbefalinger til dig, særligt der hvor det er svært.

Vi bruger betegnelsen 'tovholder' for dig som læser af bogen. Betegnelsen dækker over den eller de personer, som har ansvaret for at koordinere og understøtte involveringen af de frivillige. Bogen er primært henvendt til offentligt ansatte, der gerne vil involvere frivillige i natur- og friluftspjeker, men både ansatte og frivillige generelt i og omkring naturen kan have gavn af den.



← Per og Jørgen i Naturpark Vesterhavet – ordner tagplader

Per og Jørgen fikser tagpladerne på ringmærkningslaboratoriet ved Blåvand Fuglestation i Naturpark Vesterhavet.

Vi har valgt fællesbetegnelsen 'de frivillige' for alle de engagerede i lokale natur- og friluftspjækter. Måske betragter de ikke sig selv som frivillige, men som engagerede borgere, samarbejdsvillige lodsejere, tilknyttede Danmarks Naturfredningsforening, Dansk Ornitologisk Forening, eller som jægere eller ryttere. 'De frivillige' henviser til dem, du har inddraget eller kan inddrage i dit område eller projekt. Igen-nem kursusforløbet beskrevet ovenfor er det blevet tydeligt, at det er de lokale forhold, som er drivkraften hos 'frivillige i naturen', og at hver enkelt frivillig ofte har mange forskellige former for tilknytning til og engagement i deres lokalområde. Derfor har vi valgt ikke at arbejde med forskellige underkategorier som eksempelvis 'aktive i borgerfor-eneringer' eller 'medlemmer af friluftsföreninger', da mange vil være begge dele. Altså ser vi de frivillige enten som en samlet gruppe – eller som individer.

Vi refererer igennem hele materialet til 'forløbet', hvilket skal forstås som den knap etårige projektperiode, hvori kursusrækken blev afviklet, hvilket både indbefatter læringen fra kurserne, køreplanerne og alt det, der er blevet sagt og gjort på og imellem kurserne.

Håndbogen giver konkrete eksempler på metoder, aktiviteter og tiltag, der kan virke som inspiration for andre, der vil arbejde med frivillige i naturen.

Håndbogen er opbygget således, at de overvejelser, du bør gøre dig, inden du involverer frivillige, bliver præsenteret først. Herefter følger kapitler med mere praktiske vejledninger og overvejelser inden for en række områder.



Håndbogens vigtigste pointer – kapitel for kapitel

Kapitel 2: Skal du have frivillige?

- De frivillige skal bidrage til, at I opnår jeres mål, før det giver mening for jer at involvere dem.
- Du skal vide, hvilke årsager du har til at involvere frivillige, inden du går i gang.
- Det er ikke alle personer og organisationer, der er klar til at arbejde med frivillige, så du skal overveje, om det, på en god måde, kan lade sig gøre hos dig.

Kapitel 3: Kan du og vil du?

- Du skal være klar til et mere flydende arbejdsliv og kunne møde det lokale engagement der, hvor det lever, for at kunne imødekomme de frivilliges ønsker og behov.
- Der skal være forståelse i din organisation for, at din rolle og dine opgaver og arbejdsforhold måske er anderledes end de andres, og involvering af frivillige skal betragtes som din kerneopgave.
- Det er din opgave at sikre samarbejde på tværs af organisationen og arbejde for, at de frivillige kan få indflydelse på noget.



Kapitel 4: Hav styr på din fortælling

- Dine potentielle frivilliges engagement hænger sammen med det budskab og den fortælling, der er i projektet/naturområdet.
- Du skal finde ud af, hvad der gør jer særlige, og skabe en god historie om de frivillige og deres engagement.
- Der er forskel på den udadvendte formidling, som skaber opmærksomhed, og den indadvendte formidling, der fastholder engagementet blandt de frivillige.

Kapitel 5: Hvem kan du engagere – og hvordan?

- Det er ikke sikkert, du skal have dine 'egne' frivillige, så tænk i gode samarbejder med lokale foreninger eller borgergrupper.
- Du har dine årsager til at involvere frivillige – og de frivillige har deres motiver for at engagere sig, dem skal du forstå og tale til.
- Du skal både arbejde med at engagere de eksisterende frivillige i dine nye projekter og på at rekruttere nye frivillige – vær klar til at tage imod dem, når de kommer.

Kapitel 6: Organisering og det gode samarbejde

- Der er tre typer af frivillige i naturen, og du skal vide, hvordan du organiserer og fastholder dem.
- Du skal give plads til uenighed og frustration for at sikre fremdrift.
- Selvkørende frivilligrupper kan opstå, når rammerne for involveringen af frivillige er på plads, ikke fordi du beslutter det.





2. SKAL DU HAVE FRIVILLIGE?

Det er hverken nemt eller gratis at samarbejde med frivillige. Derfor skylder du både dig selv, din organisation og dine potentielle frivillige at overveje involveringen af frivillige grundigt, inden du kaster dig ud i det.

I dette kapitel får du værktøjer til de indledende overvejelser, du skal gøre dig, inden du går i gang med involveringen.

Det skal give mening

Den første overvejelse, du skal gøre dig, er, om det giver mening for såvel den organisation, du arbejder i, og selve projektet som for de potentielle frivillige at involvere frivillige. Denne balance er afgørende i alt arbejde med frivillige og er noget, som du hele tiden skal forholde dig til og justere ind efter.

Det skal give mening³



Frivillige skal ikke involveres, bare fordi det lyder godt – ikke engang selv om det er skrevet ind i kommunens frivillighedspolitik. Det giver kun mening at involvere frivillige, hvis de hjælper dig og projektet til at opnå et større fælles mål, hvad enten det er bedre lokal forankring, større synlighed, mere og bedre natur eller noget helt fjerde.⁴

En forudsætning for, at du kan gøre dig den overvejelse, er, at du kender projektets overordnede mål, og at du hæver blikket væk fra driften og tænker ”hvad er det, vi vil opnå?” og ”er frivillige vejen til målet?”

Med hensyn til ’mening for den frivillige’, så er det en individuel sag, som vi på forskellige måder vender tilbage til i kapitel 3, 4 og 5. Det vigtige er, at du kan forklare de frivillige, du møder og ønsker at engagere,

³⁾ Modellen er fra side 18 i Boll et al. (2015): *Frivilligkoordinering – hvorfor og hvordan? En grundbog til udvikling af bæredygtige frivilligmiljøer*. Hinnerup: Ankerhus.

⁴⁾ Der findes organisationer, hvor frivilligheden er et mål i sig selv – eksempelvis hvis man arbejder med at aktivere ensomme eller socialt udsatte for at styrke dem i deres eget liv. Men i udgangspunktet er det ikke målet i natur- og friluftsp projekter.

hvorfor det giver mening for dit projekt eller din organisation, og hvorfor du gerne vil engagere frivillige – hvilket er det næste spørgsmål.

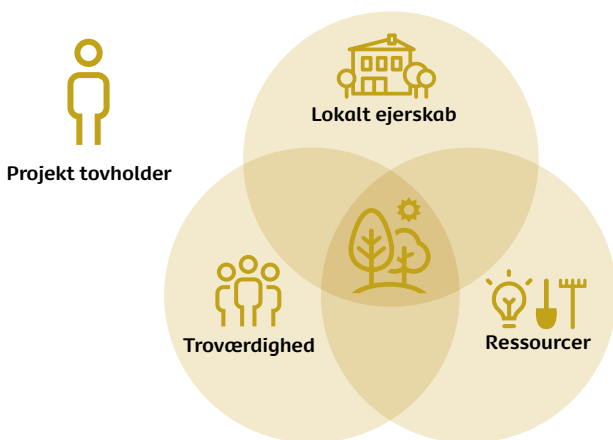
Hvorfor frivillige?

Når du ved, om det giver mening for din organisation at involvere frivillige, skal du finde ud af, hvilke grundlæggende årsager du har til at ville involvere dem. Dit 'hvorfor' og det praktiske arbejde med at rekruttere frivillige hænger tæt sammen. I kapitel 4 går vi i dybden med rekruttering af frivillige.

I forløbet har vi identificeret tre grundårsager til at ville involvere frivillige og borgere i natur- og friluftprojekter: lokalt ejerskab, ressourcer og troværdighed. Med denne model ønsker vi at illustrere, hvordan du som tovholder skal kigge på dit projekt og overveje, hvilke(n) årsag(er) du har til at ville involvere frivillige.

De tre grundårsager kan stå alene, overlappe eller være til stede alle tre:

Ejerskab⁵



⁵⁾ Inspireret af Navigationsmodellen side 40 i Boll et al. (2015): *Frivilligkoordinering – hvorfor og hvordan? En grundbog til udvikling af bæredygtige frivilligmiljøer*. Hinnerup: Ankerhus.



Lokalt ejerskab

Jo mere lokalt et initiativ eller projekt er forankret, des mere levedygtigt bliver det. Det kan være områdets brugeres behov for en sti, lystfiskernes behov for en renseplads eller den lokale borgerforenings behov for et mødested. Hvis du har en oplevelse af, at initiativer eller projekter mangler denne lokale forankring, så kan det være et godt svar på dit "hvorfor frivillige?" Derfor vil det være de lokale, du skal satse på i din rekruttering.

Troværdighed

Dit projekt kan mangle en troværdig afsender eller ambassadør. Potentielle frivillige skal kunne spejle sig i projektet, og derfor kan det være en udfordring, hvis afsenderen eller initiativtageren er meget anderledes end de frivillige, man henvender sig til. Det kan eksempelvis handle om:

- Kommunen ↔ de lokale
- De gamle ↔ de unge
- Benytterne ↔ beskytterne



Når du skal indgå samarbejde med frivillige, er det godt at starte med at afklare deres 'hvorfor' – og herigenem finde ud af hvad der er vigtigt for hver enkelt part

← Indvielse af Hotspot fra Naturpark Randers Fjord

Indvielse af hotspots i Naturpark Randers Fjord. Else Søjmark, formand for Naturparkrådet holder tale og takker de frivillige i Mellerup Lystbådehavn for samarbejdet. Else er i øvrigt også formand i Kultur- og udviklingsudvalget i Norddjurs Kommune.

Hvis du har en oplevelse af, at du eller dine frivillige som afsendere ikke virker troværdige i øjnene på dem, I gerne vil engagere, så kan dette være et godt svar på dit "hvorfor frivillige?" Derfor vil det være dem, der ses som troværdige afsendere, du skal satse på i din rekruttering.

Ressourcer

Frivillige er altid en ressource, men i nogle sammenhænge er det selve årsagen til, at du gerne vil have frivillige. Ressourcer kan tænkes som både 'hænder' og 'hoveder' – du kan altså både have brug for praktisk hjælp og specialviden. Hvis du oplever, at der mangler folk i dit projekt til at løse konkrete praktiske opgaver eller bidrage med viden – for eksempel om lokalområdet – eller en særlig faglig profil, så er ressourcer et godt svar på dit "hvorfor frivillige?" Derfor vil det være dem, der kan udfylde de behov, som du skal satse på i din rekruttering.

Tænk, før du handler

Det vigtige er, at du gør dig klart, om du skal involvere frivillige, og hvorfor du skal gøre det. Mange af deltagerne i kursusrækken har pointeret, at de simpelthen er gået i gang med at involvere frivillige alt for tidligt i deres proces. Derfor er det din opgave at overveje grundigt, om du skal have frivillige, og hvorfor du skal have det. Det næste, du skal finde ud af, er, om du har de rigtige forudsætninger for at få succes; kan du, og vil du?



3. VIL DU OG KAN DU?

For at den lokale involvering skal lykkes for dig, kræver det, at du både vil og kan dyrke relationer til borgere og frivillige i lokalområdet. Det er den enstemmige anbefaling fra forløbet.

Relationsarbejde er vejen frem – vil du?

Du skal ville arbejde med mennesker og relationer for at kunne arbejde med frivillige. De er mere og andet end kontaktoplysninger og et måltal i en strategi. De er mennesker med individuelle ønsker og behov – og de skal mødes ligeværdigt, menneske til menneske. Det kræver, at du oprigtigt interesserer dig for dem og det, de brænder for – og at du også selv brænder for det, du laver. Du kan ikke inspirere nogen til at bruge deres fritid på noget, medmindre du selv er engageret og viser drive og energi. Mening for den frivillige opstår blandt andet, når dette gensidige engagement og ligeværdigheden er tydelig.

Du skal samtidig se muligheder i dem, du møder, skabe netværk og have opmærksomheden rettet mod de åbninger, der opstår i hverdagen. Det er ikke nok, at du forholder dig til de frivillige og samarbejdspartnere, du kender og er enig med – du skal hele vejen rundt. Det betyder blandt andet også, at du skal være nysgerrig uden for normal arbejdstid, for eksempel deltage i de arrangementer, der foregår lokalt. Her kan du komme i snak med relevante personer og fortælle mere om dit projekt.

Du skal også fortælle om dit projekt til de runde fødselsdage, forældremøderne i skolen, i kajakklubben, eller hvor du nu færdes i din fritid. Pointen er, at muligheder og samarbejde i høj grad opstår uden for almindelig arbejdstid!

Det er ikke nok at være en dygtig fagperson

Samarbejdet med frivillige skal ikke nødvendigvis forankres hos den dygtigste fagperson eller den erfarne projektleder. Arbejdet med frivillige kræver, som en deltager sagde i et opfølgingsinterview, et menneske af "en særlig støbning". Og det er netop hos mennesker af denne 'støbning', at samarbejdet med de frivillige skal placeres.

Det skal være en del af din selvforståelse, at du arbejder med frivillige. Lige såvel som din uddannelsesmæssige faglighed som biolog, ingeniør eller lærer er noget, du tager med dig alle steder, så skal dit arbejde med frivillige også være det. På samme måde som du måske ville 'råbe højt', hvis den er gal med spildevandet eller lokalplanen, så skal du også

gøre det, hvis den er gal med vilkårene for det frivillige engagement i dit projekt eller naturområde.



Det er ikke alle, der ønsker denne form for flydende arbejdsliv – og du skal gøre op med dig selv, hvor dine grænser går. Du skal vurdere, om du er den rette til at samarbejde med frivillige – og eventuelt, hvad du skal øve dig på for at blive bedre.

Du skal give noget af dig selv når du arbejder med frivillige – det er en livsstil. Du skal snakke med dem du møder, klappe hunden og høre deres historier. Du skal lytte og forstå hvorfor de er der, det skaber de gode relationer og den tillid som i sidste ende er afgørende for at I får succes.

Det kræver noget af organisationen – kan du?

Når det kommer til spørgsmålet om, hvorvidt 'du kan', så viser erfaringer fra forløbet, at det ofte er utydelige rammer for involveringen af frivillige, der spænder ben for en vellykket involvering af frivillige. 'Kan du?' handler om at skabe forståelse på arbejdspladsen og i organisationen og tydeliggøre, hvilke rammer der skal være på plads, for at du kan få succes med at involvere frivillige. De vigtigste opmærksomhedspunkter følger her:

Dine arbejdsforhold

Arbejdet med frivillige skal betragtes som en kerneopgave, hvis det skal blive en succes. Derfor er du nødt til at have nogle arbejdsforhold, der tilgodeser dette. Du skal kunne tage telefonen, når de frivillige ringer, og gå til møde uden for almindelig arbejdstid. De frivillige forstår ikke det med, at man arbejder fra klokken 8 til 15. Sådant er deres virkelighed ikke, og det skal du, inden for rimelighedens grænser, kunne imødekomme. Flere deltagere i kursusrækken har pointeret, hvor vigtigt det er, at man kan tage ud og møde borgerne og de frivillige, hvor de er, når det giver mening for dem. Det er misforstået at tro, at det er bedre eller mere effektivt med mail og telefon.



Du skal først gå i gang med at involvere de frivillige, når der også er tid til relationer og løbende opfølgning!

Din rolle

Du skal væk fra idéen om at 'implementere' kommunens idéer hos de frivillige, og i stedet understøtte det eksisterende engagement. Det er meget vanskeligt at tage en ide fra skrivebordet, som er færdigbeskrevet og finansieret, og så efterfølgende få de frivillige til at føle ejerskab til det. Derfor skal du og din organisation have forståelse for, at det ikke altid er jer, der skal komme med idéerne, men derimod udvise risikovilighed og understøtte det, der kommer fra de lokale.

Den form for arbejde kræver stor forståelse og indsigt i, hvad de frivillige kan, og hvad de ikke kan – og at dette kan ændre sig over tid. Når du involverer frivillige, skal du kunne give ting fra dig, og, på en god måde, tage dem tilbage igen, når de frivillige alligevel ikke kan løfte opgaven. Du skal samtidig være i stand til igen at se det, når den eller de frivillige er klar til nye udfordringer. Det er et stort arbejde at bevare det overblik, og det kræver tid til, at du løbende følger op på de frivilliges initiativer og projekter.

Hvis du alligevel står i en situation, hvor du skal få en idé fra kommunen ført ud i livet, så sørg for, at den er skalérbar med hensyn til de frivilliges ønsker og muligheder, så det ikke bliver enten-eller, men noget, der kan gøres i større eller mindre grad og med større eller mindre indflydelse.

← Skurvognsmødet i Naturpark Randers Fjord

Møder mellem frivillige foregår oftest uden for normal arbejdstid og sjældent i kommunens lokaler. Her mødes arkitekten og partnerskabet Udbyhøj i en barak for at gennemgå prospektet.



Du skal turde tro på, at de frivillige godt kan! Du skal lade være med at blande dig utidigt og tage styringen. Viser de frivillige, at de er klar til at tage ansvar, så skal du turde give dem ansvar! Du skal lade de frivillige selv skaffe materialer og gå i dialog med de lokale, og blot stå til rådighed som sparringspartner.

3


VIL DU OG KAN DU?

Myndighedsbehandling

Det er meget svært at involvere frivillige og borgere, hvis du på den ene side er den, der skal give bøder og påbud, og på den anden side er den, som skal komme ud og drikke kaffe helt uformelt. Derfor er det svært at have rollen som tovholder, hvis du samtidig sidder med direkte myndighedsbehandling hos de selv samme borgergrupper. Der er ikke altid ressourcer i organisationen til, at det kan skilles ad, men I bør overveje fordelingen af ansvars- og myndighedsopgaver.

Noget skal være til diskussion

Det er afgørende, at du er afklaret med, hvad der er til diskussion, og hvad der ikke er – og kun involverer de frivillige, når der er noget, som de kan få indflydelse på. Det kan være, det kun er 5 % af det samlede projekt, men så er det de 5 %, du skal gøre til omdrejningspunkt for de frivilliges engagement. Det kan være, at projektet handler om at skabe friluftaktiviteter på et nyt stort naturområde, men der er § 3-område på dele af det, uafklarede lodsejeraftaler andre steder, og en fredningssag i gang i det ene hjørne. Så er det selvfølgelig ikke der,



du skal starte med at involvere de frivillige, men derimod der, hvor I har mulighed for at gå i gang – nu!

Det er altså din opgave at vide, hvor de frivillige kan få indflydelse, og hvad de kan lave. Du skal understøtte deres engagement og være en guide med hensyn til lovgivning, rammer og regler. Endvidere skal du være behjælpelig med at koordinere på tværs af kommunens forvaltninger. På den måde bliver de frivillige engagerede og involverede der, hvor det giver mening – og ikke der, hvor de alligevel ikke kan få indflydelse.

Samarbejde på tværs af forvaltninger

For en frivillig er det ikke indlysende, hvad der hører til i for eksempel miljø- og teknikforvaltningen, og hvad der ikke gør. Derfor er det vigtigt, at den enkelte frivillige har en oplevelse af, at de kan kontakte dem, de kender, og at disse personer har mulighed for at hjælpe dem på tværs af organisationen – eksempelvis med tilladelser. Det er meget demotiverende for de frivillige at blive kastet rundt og hele tiden skulle forklare projektet forfra.

Økonomi

Det koster penge at arbejde med frivillige, så du er nødt til at have et budget. Om ikke andet så bare til kaffen. Dertil kommer, at du, for at vise de frivillige tillid og anerkende deres indsats, skal have adgang til 'frie midler', som de kan søge direkte hos dig til mindre projekter. Hvis en frivillig ringer til dig med en åbenlyst god idé, som koster 2.000 kroner, så er du markant bedre stillet, hvis du bare kan sige "det finder

- ← Bystævnet i Roneklint er istandsat af frivillige i samarbejde med Vordingborg kommune. Naturvejlederen i kommunen, har haft en essentiel rolle i samarbejdet mellem de frivillige og kommunens forskellige forvaltninger.

vi ud af”, end hvis den frivillige skal vente to uger på at få svar. Med disse frie midler er det også vigtigt, at du, internt i din organisation, argumenterer for at holde fast i dem, også selv om de ikke bliver brugt med det samme. Alene visheden om, at kommunen støtter det frivillige engagement med en lille sum frie midler, kan være en motivation blandt de frivillige.

Politikerne

Byrådene har i mange kommuner en masse idéer og visioner – men ikke alle ved lige meget om, hvad der fungerer i praksis. For dig som tovholder kan det eksempelvis være svært at genbruge andre kommuners eller projekters succeser – alene fordi politikerne ønsker at gøre det på deres egen måde. Som tovholder skal du ikke kun have relationer nedad og udad i organisationen. Du skal også have relationer opad. Du skal forstå det politiske niveau, vide, hvad der betyder noget for dem, og evne at forklare dem, hvad der skal til for at få succes med samarbejdet med frivillige. Hvis ikke du gør det, kan det ende med urealistiske forventninger til dit arbejde, og det, der forventes, at du opnår igennem involvering af frivillige.

Derudover skal du som tovholder være bevidst om og gøre de frivillige bevidste om forskellene på det, du som ansat kan, og det, de frivillige kan. Det er nok indlysende for dig, at du eksempelvis ikke kan gå til borgmesteren eller skrive kritiske læserbreve om manglende finansiering til projektet – men det er ikke sikkert, at de frivillige tænker over forskellen og mulighederne i din og deres rolle.

Den gode involvering af frivillige⁶

Alle disse erfaringer fra forløbet og køreplanerne stemmer godt overens med de generelle kendetegn for den gode involvering af frivillige:

- Jo **tidligere** du involverer de frivillige i formuleringen af projektet og formålet, des større er muligheden for, at de får ejerskab til projektet
- Jo **mere** du involverer de frivillige og giver handlerum, des større er sandsynligheden for, at de tager ansvaret for projektet på sig
- Jo bedre **fællesskabet og relationerne** er, des større er chancen for, at deres motivation fastholdes
- Jo større **opbakningen** er i organisationen, des større er chancen for succes.

Når det handler om frivillige i naturen, er det i særdeleshed tydeligt, at de frivillige skal involveres fra start, samt at det er relationerne og de lokale initiativer, der bærer engagementet i projekterne.

Hav forventninger til hinanden

Det er vigtigt for fremdriften og følelsen af mening, at I faktisk har gensidige forventninger til hinanden i projektet – både imellem de frivillige og i relation til dig som tovholder. Når vi engagerer os i vores fritid, er det, fordi vi gerne vil gøre en forskel, og den forskel mærkes bedst ved, at der er nogen, der faktisk tror på og har tillid til, at vi gør noget værdifuldt. Derfor er det din opgave at vise, at deres arbejde gør en forskel, og at du faktisk forventer noget af dem.

Det kan du gøre på forskellige måder – den ene vej er igennem de formelle aftaler og rammer som beskrevet, men du kan ganske simpelt også arbejde ud fra devisen, at hvis ikke de selv gør tingene, så bliver det ikke gjort!

⁶⁾ Materialet om den gode involvering kommer fra *Ingerfair*



Der er stor forskel på at være ansat til at varetage et projekt og være frivillig aktør, drevet af fx motivation og værdier. Hvis de frivillige får nye ideer under vejs, er det ikke altid, at de har fokus på det aftalte. Det er en god idé løbende at afstemme forventninger med de frivillige, hjælpe med at fastsætte deadlines og opstille mål. Det kan være en stor hjælp både for de frivillige og for projektet.

Hav styr på rammerne

Alle disse pointer om relationer, arbejdsforhold, opgaver, forventninger og indflydelse kan opsummeres i de rammer, som du selv har, og som du stiller til rådighed for de frivillige. Du skal selv kunne lave denne sammenfatning og have overblik over de formelle rammer, inden du går i gang med at involvere frivillige. De uformelle rammer skaber I sammen.

Du skal have styr **de formelle rammer**, som I kan agere inden for:

- Økonomisk råderum for dig og de frivillige
- Ledelsesmæssig forankring
- Beslutningsmandat i gruppen og i projektet
- Praktiske forhold – hvad, hvor og hvornår de må gøre noget.

De formelle rammer handler altså om at definere det, der *ikke* er til diskussion. Det centrale er at lade de formelle rammer være tydelige, så der er plads til at definere gruppens arbejdsområde og de samarbejdsformer, som udgør **de uformelle rammer**:

- Møder, øvrige aktiviteter og mødedisciplin
- Omgangstone og kommunikation
- Organisering og beslutninger
- Konflikt håndtering

Det er afgørende, at de uformelle rammer bliver baseret på gruppens nuværende ønsker og behov, og at de jævnligt tages op til overvejelse.



4. HAV STYR PÅ DIN FORTÆLLING

Når frivillige skal involveres i et projekt eller et område, er det vigtigt for dem og deres oplevelse af, at det giver mening, at projektet har nogle værdier og en fortælling, som de kan identificere sig med. Forløbet har vist, at dette ofte er et overset område, når en kommune eller et projekt ønsker at involvere frivillige – men det er afgørende, at du arbejder med fortællingen, inden du går i gang med at involvere de frivillige.

I dette kapitel gennemgår vi noget af den bagvedliggende teori og kommer med konkrete værktøjer og eksempler fra forløbet, der kan inspirere dig til arbejdet i dit projekt.



↑ Fortællerstafet i Naturpark Nissum Fjord

Fortællingen er vigtig når vi skal engagere andre mennesker og skabe opmærksomhed omkring vores projekt. Her gør medlemmer af Naturpark Nissum Fjord Netværket klar til fortællerstafet fjorden rundt, på Nissum Fjord Dagen.

Jeres grundfortælling⁷

Grundfortællingen er et redskab, du skal bruge til at fortælle, hvad I vil med projektet, hvem I er, og hvad der gør jer særlige. De frivillige skal kunne se sig selv i den fortælling – og være stolte af det. Samtidig kan du bruge grundfortællingen som afsæt for den formidling, du laver om projektet sidenhen, med det formål at tiltrække flere frivillige og engagerede og fastholde dem, der er.

I arbejdet med en grundfortælling er det vigtigt, at I fokuserer på, hvad der gør det lokale natur- eller friluftspjækt til noget helt specielt at involvere sig i. Det er 'det unikke', man som frivillig bliver en del af hos jer. Det kan være, at området giver en unik mulighed for at se et sjældent naturfænomen, rummer en særlig kobling af natur- og kulturhistorie eller er rammen for et stort lokalt fællesskab. I skaber grundfortællingen ved at finde ud af, hvilke værdier og historier I har, og hvad det er, der gør jer helt unikke.

For at få jeres værdier og idéer ud at leve i lokalbefolkningen, skal du formulere fortællingen enkelt og engagerende. Det skal få modtageren til at tænke: "Det vil jeg gerne være en del af!"

⁷⁾ Materialet om grundfortællinger kommer fra *Ingerfair*



Formidlingen af projektets grundfortælling

Når du har arbejdet med jeres grundfortælling, skal du udbrede det igennem din formidling. Vi har på baggrund af forløbet valgt at opdele dette i den form for formidling, der retter sig udad mod potentielle samarbejdspartnere og besøgende, og den mere nære, som retter sig mod dem, der allerede er interesserede eller engagerede i projektet. For begge former for formidling gælder dog, at du skal tænke på, hvem du taler til, og hvordan du gerne vil have dem til at reagere. Det vigtige er, at du får dem til at tænke "det vil jeg være med til" og ikke bare "nå, og hvad så".

Det gør du blandt andet igennem **engagerende kommunikation**⁸⁾, som har 6 parametre:

- **Gør budskabet vedkommende** – tal ind til folks motivationer
- **Inddrag målgruppen** – brug eksisterende frivillige som ansigt udadtil
- **Gør processen overskuelig** – hvad er planen, hvilken tidshorisont, hvornår og hvordan
- **Gør deltagerne synlige** – vis, hvem der kommer
- **Skab aktiviteter at samles om** – der skal være noget konkret og overskueligt at 'komme efter'
- **Brug mange kanaler** – brug de kanaler, som de mennesker, du gerne vil have engageret, ser og bruger.

⁸⁾ Operate 2013 "Kommunikation der engagerer" s. 11-23

Alle seks behøver ikke at være opfyldt hver gang, men jo mere du skruer op, des større er chancen for, at de mennesker, du henvender dig til, bliver engagerede – eller fastholdt – i projektet.

Lav gode historier med afsæt i grundfortællingen

Når du arbejder med formidlingen af din grundfortælling, er det ud over den engagerende kommunikation vigtigt, at du tænker i 'små gode historier', hvor du skaber en forbindelse imellem projektet, grundfortællingen og det frivillige engagement på en enkel måde, der virker meningsfuld for den frivillige, og som giver dem lyst til at engagere sig.

Den gode historie skal have ét overordnet budskab. Derudover består den gode historie af et problem, eller en konflikt, det, der skal få den potentielle frivillige til at reagere. Det er din opgave at skabe en frivilligrolle som den, der løser problemet eller konflikten, som giver den frivillige lyst til at engagere sig i projektet.

Med dette afsæt tager vi nu fat i den udadvendte kommunikation, der har fokus på at skabe opmærksomhed, og den indadvendte, som har til opgave at sikre et fortsat engagement. Sidstnævnte uddybes i næste kapitel om rekruttering.

Skab opmærksomhed om projektet

Den udadvendte formidling har til formål at få flere til at kende til projektet, måske komme på besøg eller begynde at interessere sig for, hvad I laver. Der er igennem forløbet kommet nogle gode bud på, hvordan det kan gøres:

Borgere har hugget en skov fra staten

St. Lyngby Skov ved Ølsted tilbageerobret i en stille aktion

Af Anders Nordstrand

OVERTAGELSE Det er ikke rent tyveri eller skovhuggeri i almindelig forstand, men sikkert er det, at Store Lyngby Skov nu er overdraget fra staten til et lokalt skovlaug.

En flok borgere har nemlig forhandlet med både Friluftsrådet og Naturstyrelsen, og det er endelig aftalt, at skovlauget fremover forvalter skoven.

"Projektet bakked op af både Hillerød og Halsnæs Kommune, om end man sikkert med frygt og bæven ser frem til, hvad St. Lyngby Skovlaug kan finde på", fortæller Ole Schouenborg fra skovlauget, som godt kan betegnes som en anarkistisk gruppe med vilde planer for den generobrede skov.

Bedre adgangsveje og stier



På lørdag markeres overtagelsen af skoven ved Ølsted. Herlighedene inkl. bålhytte vises frem på lørdag, mødested er Amsvej 10, Ølsted. Arkivfoto

ser fra de to lokale skoler er på tapetet. Biavl i hule træer og et græsningslaug er også bragt på bane.

Skovlauget er åben for alle der gerne vil yde en lille eller stor indsats: Mail til rvh@friluftsradet.dk En række fru

Det frivillige Skovlaug i St. Lyngby skov har en grundfortælling der bygger på værdierne: lokalt fællesskab, skoven er for alle og "al magt til dem der gør noget". Overskriften fortæller at "konflikten" er mellem de lokale borgere og staten, og tankerne ledes uvilkårligt hen på Robin Hood og hans kumpaner. Fantasien er i gang og læseren får lyst til at være med.

Overskriften er naturligvis en teaser, og Skovlaugets aktiviteter er naturligvis afstemt med lodsejer, Naturstyrelsen. En kortfattet rammeaftale og en rullende pleje- og udviklingsplan giver lodsejer tryghed og Skovlauget handlerum.

Skab opmærksomhed på de sociale medier igennem konkurrencer og events

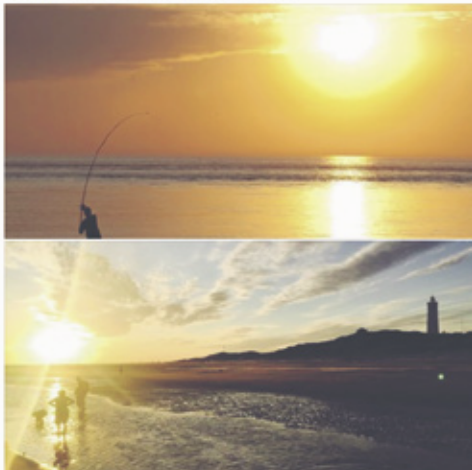
En god måde at engagere nysgerrige og skabe opmærksomhed om projektet er på Facebook. Her handler det om at lave interessante opslag, som ikke får modtagerne til bare at tænke "nå". Du bør lægge billeder ud, som viser den flotte natur, og fortælle noget om den unikke fauna i området. Du bør gøre det muligt for dem, der 'liker', at engagere sig med egne fortællinger og billeder eller at 'tjekke ind', når de besøger jeres naturområde. En god måde at skabe meget opmærksomhed på er ved at lave en konkurrence. Eksempelvis som Naturpark Vesterhavet, der udloddede en ballonflyvning i en fotokonkurrence.

Naturpark Vesterhavet har tilføjet 2 nye billeder.
1. september · 🌐

Ynderne i fotokonkurrencen om ballonflyvningen er fundet. Det er Lars Elkjær og Ulrick Mortensen, som har dystet mod 8 andre finalister med fantastiske billeder om pladserne i luftballonen. Stort tillykke.

En stor tak til de øvrige deltagere og til alle jer på Facebook, der har sat jeres stemme.

Ynderbillederne kan ses nedenfor... [Se mere](#)



I Naturpark Vesterhavet har man udloddet en ballonflyvning i forbindelse med en fotokonkurrence.

Foto: Lars Elkjær og Ulrick Mortensen

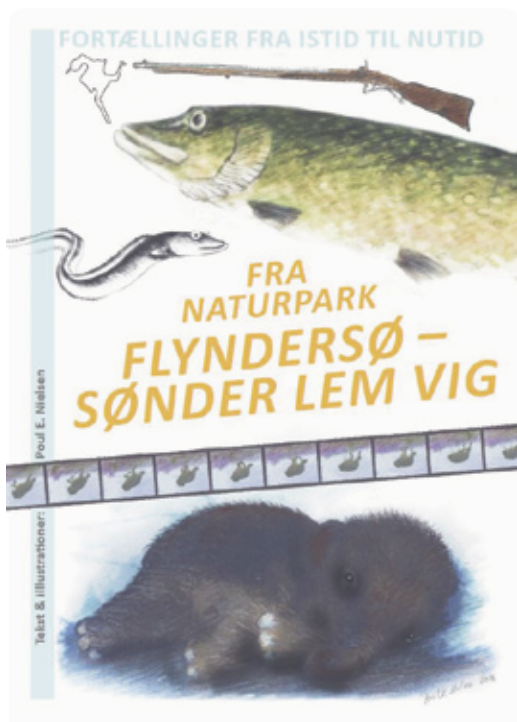


Illustration: Poul E. Nielsen

I Naturpark Flyndersø – Sønder Lem Vig har man ved hjælp af lokale kræfter fået lavet børnebøger, som er delt ud til alle 4. klasser.

Hav noget at give

Det er blevet tydeligt, hvor vigtigt det er, at man har 'noget' at give, når man skal ud at møde folk. Der er flere gode eksempler på dette. Et eksempel er fra Naturpark Flyndersø – Sønder Lem Vig, hvor man ved hjælp af lokale kræfter har fået lavet børnebøger, som er delt ud til alle 4. klasser og ligger tilgængelig som pdf og podcast. En anden vigtig detalje ved disse bøger er, at de er målrettet børnene. Flere har fremhævet fordelene ved at inspirere børnene, fordi de så bliver ambassadører for projektet over for deres forældre.

Hav fokus på de lokale medier

Næsten alle har understreget, at kontakten til de lokale medier er vigtig. Både for at skabe synlighed om konkrete arrangementer og for at sikre en løbende påmindelse om, at der sker noget i naturparken. Det bedste, du kan gøre, er at finde en journalist på lokalavisen, som har en personlig interesse i området, invitere vedkommende ud til dig og lave en aftale om løbende dækning af projektet.


Vær med i andres kommunikation

Særligt i kommunale sammenhænge kan det med kommunikationen være vanskeligt. Der kan være en kommunikationsafdeling, designmanual og meget andet at forholde sig til. Samtidig kan det mindske interessen hos den potentielle frivillige, hvis det lugter af at være 'kommunens projekt'. Derfor skal du overveje, om det kunne give samme eller bedre effekt, hvis kommunen eksempelvis står som samarbejdspartner og derved kan få logo eller signatur med i andres formidling. Vi kommer i næste kapitel mere ind på, hvordan du indgår i samarbejder, samt hvordan du kan bruge forskellige arrangementer som afsæt for øget interesse.

POTENTIALER FOR ØGET BIODIVERSITET

Skovene giver et areal til over 100 hektar i Viborg nord for byen og i Talskov.

Skovene er meget varieret og indeholder mange forskellige træarter, hvilket giver et stort biodiversitetspotential. Skovene er meget varieret og indeholder mange forskellige træarter, hvilket giver et stort biodiversitetspotential. Skovene er meget varieret og indeholder mange forskellige træarter, hvilket giver et stort biodiversitetspotential.



Skovnr.	Navn	Størrelse	Skovtype	Forhold til vandløb	Forhold til åbne arealer	Planlægning	Forhold til omgivelser	Øst-vest
1	Bjørnskov	100 ha	Skov	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja
2	Bjørnskov	100 ha	Skov	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja
3	Bjørnskov	100 ha	Skov	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja
4	Bjørnskov	100 ha	Skov	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja
5	Bjørnskov	100 ha	Skov	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja
6	Bjørnskov	100 ha	Skov	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja
7	Bjørnskov	100 ha	Skov	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja
8	Bjørnskov	100 ha	Skov	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja
9	Bjørnskov	100 ha	Skov	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja
10	Bjørnskov	100 ha	Skov	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja
11	Bjørnskov	100 ha	Skov	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja
12	Bjørnskov	100 ha	Skov	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja
13	Bjørnskov	100 ha	Skov	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja
14	Bjørnskov	100 ha	Skov	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja
15	Bjørnskov	100 ha	Skov	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja
16	Bjørnskov	100 ha	Skov	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja
17	Bjørnskov	100 ha	Skov	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja
18	Bjørnskov	100 ha	Skov	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja
19	Bjørnskov	100 ha	Skov	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja

Viborg Kommune har lavet en folder som skal give kommende boligejere interesse for nærområdets naturpotentiale.

En anden mulighed er netop at bruge den eksisterende formidling fra kommunen som afsæt til at skabe opmærksomhed om projektet eller naturområdet. Som eksempelvis i Viborg, hvor kommunen har lavet en folder til kommende boligejere i et område med stort naturpotentiale.

Skab en fælles formidlingsplatform

Det er en god idé at skabe en fælles formidlingsplatform, hvor I kan samle informationer om det, der foregår i naturområdet, på tværs af forskellige foreninger, borgergrupper og lokale initiativer. Det kan skabe et bedre overblik for udefrakommende at se, hvordan de kan blive en del af det lokale frivillige fællesskab, hvis der, eksempelvis, kun er én hjemmeside og én Facebookside, man skal holde sig orienteret på.

Hold fast i energien og engagementet

Den anden opgave i din formidling er den, der er rettet mod dem, der allerede er engageret eller bruger området. Her er opgaven at få vakt deres interesse for, hvad de kan engagere sig i. Her følger nogle gode anbefalinger fra forløbet:

Bliv et ansigt, de kender

For di relationerne er så vigtige i et samarbejde mellem mennesker, skal din prioritet være at blive et ansigt, de lokale og frivillige forbinder med projektet. Du skal være synlig til arrangementer i lokalområdet og i selve naturområdet og arbejde med relationer, som det blev beskrevet i kapitel 2.

Gør det meget konkret

Det er ikke åbenlyst for hverken besøgende i naturområdet eller potentielle frivillige, hvor projektet er forankret. Derfor er det ikke indlysende for alle, at det, eksempelvis, er på kommunens hjemmeside, at man skal finde information. Informationen skal derfor være konkret i form af skilte og informationstavler ved eksempelvis stier og sheltere. Sørg for, at det er tydeligt, hvor man er 'på besøg', hvad det særlige er netop her, og kontaktinfo, så man ved, hvor man skal henvende sig, hvis man gerne vil engagere sig i området.





5. HVEM KAN DU ENGAGERE – OG HVORDAN?

Det har været gennemgående i forløbet, at mange er gået i gang med at rekruttere frivillige alt for tidligt i deres projekter – uden at have gjort sig de nødvendige overvejelser og forberedelser og uden at være klar til at modtage de frivillige, der kom. Som beskrevet i de forudgående kapitler er rekruttering ikke det første, du skal kaste dig ud i, når du gerne vil involvere frivillige i dit projekt. Du skal vide, om du overhovedet skal have frivillige og hvorfor (kapitel 1), om du kan og vil arbejde på den måde, det kræver at få succes med involveringen (kapitel 2), og om du har en fortælling, der kan skabe mening og engagement (kapitel 4).

Lav lokale samarbejder

En god måde at tænke sit natur- og friluftspjækt er som en ramme for lokalt engagement og foreningsinitiativer. Derfor er samarbejde med eksisterende foreninger eller frivilligrupper i området en god vej til øget engagement i dit pjækt eller område.

Naturen er et godt samlingssted og et godt mødested. Derfor er natur- og friluftspjækt er en unik mulighed for at være et samlingspunkt for øvrige aktiviteter i lokalområdet. Det er blandt andet tilfældet i Naturpark Åmosen hvor det stærke lokale samarbejde, foruden mange fælles aktiviteter, er udmundet i en fælles flyer betalt af de lokale producenter, hvor de henviser til hinanden.

Men også i mindre skala har det igennem forløbet vist sig, at den brede interesse for natur- og friluftspjæktene opstår i lokalbefolkningen, når det bevæger sig væk fra det meget natur-specifikke og over imod at være en platform for lokalt engagement og fællesskab.



I Naturpark Åmosen er lokale producenter gået sammen om at udgive en fælles flyer.



Det handler om at tænke hele vejen rundt og se, hvem der ellers er oplagt at involvere. Der skal tænkes i netværk og samarbejde med alt, hvad du gør. Hvis du sætter forskellige aktører sammen – så sker der noget!

Der er mange fordele ved at samarbejde. Dels slipper du for noget af planlægningen, dels er der færre mennesker (eksempelvis kun foreningernes formænd), som du skal vedligeholde relationerne til, og I når ud til flere end I gør hver for sig.

Samtidig vil de frivillige, du gerne vil rekruttere, ofte allerede være engageret andetsteds. For at undgå en konkurrencesituation hvor du for eksempel skal 'stjæle' frivillige fra den lokale Danmarks Naturfredningsforening-afdeling, spejderne eller vandrelauret, giver det derfor mening at få dem involveret i dit projekt med afsæt i deres eksisterende organisatoriske forankring. Altså et samarbejde, der giver mening for de forskellige parter hver for sig – og sammen.

Det kan særligt være en god idé med samarbejde i starten af dit projekt, hvor ressourcerne måske er små eller de organisatoriske rammer for 'kan du og vil du', som blev beskrevet i kapitel 3, ikke er på plads. Det kan eksempelvis være, at du ikke er tovholder på fuld tid og derfor også har myndighedsopgaver, at du endnu mangler at få et budget til at understøtte de frivilliges initiativer, eller at du stadig arbejder på at opdyrke de nødvendige relationer. Igennem forløbet er der kommet mange gode bud på, hvordan man kan fungere som samarbejdspartner i lokalområdet:

Må vi være med?

Hvis du opdager, at der sker noget lokalt, så vær opsøgende og spørg, om du og dit projekt må være med. Det kan være med en bod på et lokalt marked eller som ramme for en udflugt. En anden måde at skabe synlighed om jer selv er at bruge jeres Facebook-side aktivt, ikke kun til jeres egne historier men også til at dele det, andre lokale organisationer og virksomheder med relation til projektet/naturområdet laver. Hav især fokus på dem, der har en målgruppe, som I er interesseret i, for



eksempel foreninger, der har frivillige eller børn (med forældre), som I tænker kunne være gode at have med i projektet.

Indgå i partnerskaber

Et samarbejde kan også udmønte sig som et decideret partnerskab. I Lolland Kommune har man indgået en formel aftale med sportsfiskerforeningen om at de, mod retten til at fiske, fører tilsyn i området. I partnerskaber skal der være 'noget i det' for alle parter, og det kan være en fordel at lave en formel kontrakt om samarbejdet.

Brug rammerne som afsæt for mere samarbejde

Der er forskellige måder at være samarbejdspartner på. En måde er ved at stille sig til rådighed, helt eller delvis, for andres begivenheder. Det kan handle om at udlåne mødelokaler til andre foreninger, stille faciliteter til rådighed for institutionerne eller tilbyde foredrag eller rundvisninger til de lokale virksomheder. I Naturpark Randers Fjord gennemførte man eksempelvis en tur for de lokale ejendomsmæglere. Formålet var at vise denne målgruppe, at naturen er et lokalt aktiv, som kan hjælpe dem med at gøre deres arbejde – nemlig at sælge husene. Det skabte også en stor stolthed i lokalbefolkningen, at deres natur bliver 'vist frem' og set som 'værdiskabende'. Der kan være meget at hente i forskellige former for samarbejde, og når du har skabt en relation, er det lettere at tage en snak om fælles interesser, og hvorvidt der er grobund for samarbejde eller fælles projekter fremover. Vi uddyber dette i næste kapitel.

← Erhvervsfisker Naturpark Nissum Fjord

Tænk over hvilke lokale ressourcer du har. Hvem ved noget særligt om områdets natur- eller kulturhistorie? Her er det Jørgen, han er Nissum Fjords sidste erhvervsfisker – og historiefortæller.



Oplevelses- og inspirationstur langs Randers Fjord



Kære ejendomsmægler i Randers Kommune,

Landsdistråksrådet i Randers Kommune har hermed foreslået at at invitere dig og dine kolleger til en dag med oplevelser og inspiration langs Randers Fjord.

Vi starter dagen med morgenmad og en præsentation af alt det, kommunen kan tilbyde for at binde dig i dit daglige salg af boliger i kommunens landsdistråkt. Vi vil dels fortælle og dels give en hands-on oplevelse af en del af de muligheder, som findes omkring Randers Fjord. Endvidere vil vi præsentere de personer, som både kan og vil hjælpe dig i dit daglige arbejde.

Turen byder bl.a. på

- Præsentation af kommunale indstater
- Sjofur på Randers Fjord
- Præsentation af Naturpark Randers Fjord
- Besøg på Udbyhøj Lyngbådehavn
- Netværk muligheder

Dato: 30. september 2016 kl. 9:00 - 16:30

Start og slut: Laksetorvet, Randers Kommune, Lokale E.3.16, herefter bus
Arrangementet er gratis og vi sørger for forplejning og transport
Tilmeldingsfrist: Onsdag den 14. september 2016 til av@randers.dk

I Naturpark Randers Fjord har man gennemført en tur for de lokale ejendomsmæglere. Formålet var at vise denne målgruppe, at naturen er et lokalt aktiv, som kan hjælpe dem med at gøre deres arbejde – nemlig at sælge husene.



Involvering af eksisterende frivillige

Ligesom du har nogle grundlæggende årsager til at involvere frivillige, vil de også have nogle grundlæggende årsager til at være med, som er der, hvor de finder meningen (se kapitel 2). Dem skal du kende for at kunne tale ind i deres motivation og skabe mening for dem igennem deres engagement. Du skal sætte dig ind i dette hos de eksisterende frivillige, men også når du gerne vil rekruttere nye:

Hos frivillige i naturen kan motiver for at engagere sig være:⁹

- Fællesskab og forventninger i lokalområdet
- Selvførelse, identitet og værdier
- Læring og udvikling af egne kompetencer og netværk
- Indflydelse og magtposition.

Motiverne er måder, hvorpå du kan forstå, hvorfor den frivillige vælger at lægge sit engagement i projektet. Motiverne kan overlappe og er ikke hierarkiske, men vil være det, du finder ind til, hvis du spørger: 'Hvorfor giver det mening for dig at være med her?' Når du skal arbejde med involvering af eksisterende frivillige, er det vigtigt, at du forstår, hvorfor de er med. Hvis det er indflydelsen, de er der for, så er fællesskabsaktiviteter ikke lige så vigtigt som at blive inviteret med i et ekspertudvalg. Hvis det er læring, så skal den person måske ikke sættes til at løse opgaver alene. Det kræver, at du har tid til at lære de frivillige at

⁹⁾ Inspireret af de 8 motiver Haberman, Ulla (2001): *En postmoderne Helgen – om motiver til frivillighed*. Lund: Lund Socialhögskolan.



kende – for ofte er deres motiver ikke noget, de skilter med, og måske er de ikke engang bevidste om dem.

Disse motiver skal du have i baghovedet, når du gerne vil involvere eksisterende frivillige fra nedsatte råd, lodsejere, specialistfrivillige og lokale engagerede. Det er vigtigt, at du forstår, hvorfor de engagerer sig, som de gør, når du vil skabe en forbindelse mellem dem og dit projekt, der rækker ud over reaktionen ”nå”, som beskrevet i kapitel 4.

Nedsatte råd

Mange steder er der et naturparkråd, et brugerråd eller et grønt råd, som kan aktiveres i forbindelse med projektet. Det er ikke altid, at de har praktisk erfaring med natur- og friluftsjerter eller involvering af frivillige, men forløbet har vist, at de kan engageres igennem dialog og ved at være nysgerrig efter, hvad de brænder for, og hvad de gerne vil engageres i. Dette kan gøres ved eksempelvis at sætte mere udviklingsorienterede temaer på dagsordenen til møderne, eller ved at bryde lidt med vanerne og for eksempel sætte dem til at lave gruppearbejde. Det kan give dem fornyet engagement og lyst til mere.

Lodsejere

Lodsejere er jo ikke frivillige i den klassiske forstand, men de kan have afgørende betydning for dit projekt. Der er meget gode erfaringer med at få de frivillige i projektet til at etablere kontakt til lodsejere. Det er noget nemmere for dem at banke på og spørge om lov til at lave en sti, end det er for kommunen. Når du skal prøve dette, så start med de lodsejere, hvor du forventer størst velvillighed. Det kan give de frivillige en succesoplevelse, og lodsejeren kan hjælpe dem videre til den næste med en god støtte i ryggen.

Hvis du kender de lodsejere, hvor du forventer modstand, så handler det om at skabe muligheder for at mødes uformelt. Hvis der er en sti eller en shelter i nærheden, så skru lidt op for tilstedeværelsen dér, og håb på, at vedkommende dukker op, eller sørg for at tage ud til deres juletræssalg eller gårdbutik, hvis der er den slags mødemuligheder.

Du skal med lodsejere tænke, at det er en 'noget for noget'-relation. Det handler om at finde ind til det budskab, der virker for lodsejeren. Det kan være, de har udfordringer med at sælge deres produkter eller tiltrække arbejdskraft, eller at værdien på deres ejendom er faldende. Så er det dét, du skal tale ind i.

Specialistfrivillige

I alle natur- og friluftsp projekter er der specialistfrivillige eller 'nørder', om man vil. Deres engagement er ikke afhængigt af dit projekt eller dine målsætninger, men af naturen selv. Det er ofte noget specifikt og gælder måske en ganske særlig orkide, et fugletræk eller tudser.

Disse frivillige skal du engagere til det, de er bedst til – og ikke til alt muligt andet, medmindre de selv ønsker det. Du skal selvfølgelig gøre dem opmærksom på muligheden for at blive en del af et andet fællesskab også, men bare fordi de ofte befinder sig i området, er det ikke ensbetydende med, at de har lyst til at være en del af dit projekt og bygge sheltere eller komme til vikingemarked. De skal have lov til at være frivillige på deres måde, og du skal spørge dem meget nøje ind til, hvad der kunne være af muligheder for at bruge deres særlige kompetencer – eksempelvis ved ture eller foredrag eller som rådgivere ved nye projekter.

Lokale engagerede

Som sagt er det igennem understøttelse af det eksisterende lokale engagement, at du får mest succes med involvering af frivillige i naturen. Du skal sørge for at involvere de engagerede i lokalområdet – i særlig grad dem, der også har en 'relationskabende støbning'. Det skal være

dem, der kan og vil tale om projektet på deres børns skole, på deres arbejde eller nede på havnen. Du har brug for de gode ambassadører, der kan fortælle levende om projektet og være inspirerende. Det er bedre at prioritere tid til at prikke og engagere de helt rigtige personer, end hele tiden at ville have alle med.

Når du arbejder med det lokale engagement, skal du huske, at det netop er meget lokalt. Ejerskabet ligger på det enkelte projekt; deres shelter, sti eller bålplads – ikke nødvendigvis i hele natur- og friluftspjektet. Samtidig betyder det også, at selv om du måske kan have lyst til at tage de 'gode' frivillige fra et projekt og flytte dem over til et andet, eller få dem til at udføre en idé, der er udtænkt inde i kommunen, så fungerer det ikke altid sådan. De skal i meget høj grad kunne se den lokale værdi, og det skal være deres ønsker og behov, arbejdet udspringer af.



Skal du have de lokale frivillige til at engagere sig
– skal det være i deres sti, den sti de mangler

Vend frustrationerne til handling

Hvis nogen henvender sig med brok eller frustrationer, er det en god idé at få dem involveret i at lave en løsning. To eksempler fra køreplanerne handler om at få lystfiskerne til at hjælpe med shelteren ved at give dem mulighed for en fiskerenseplads, og at få naboerne til at holde øje med en bålplads ved at give dem indflydelse på ordensreglementet. Der er flere kommuner, hvor det har vist sig nyttigt at involvere dem, der klager, i løsningen af det problem, de klager over, og det samme kan gøre sig gældende med frustrerede engagerede borgere eller frivillige.

Rekruttering af nye frivillige

Når du vil involvere nye frivillige, skal du tilbage til dit 'hvorfor' (se kapitel 2). Dit 'hvorfor' skal du bruge til at sikre dig, at du involverer frivillige i noget, som er meningsfuldt for organisationen eller projektet – så du ikke rekrutterer frivillige for 'frivillighedens egen skyld'.

Du skal også bruge din fortælling og arbejdet med engagerende kommunikation – så du inspirerer potentielle frivillige til at involvere sig (se kapitel 4).

Ud over dette må du gerne have dannet dig en generel idé om, hvad du skal bruge frivillige til. Du kan starte med dine overvejelser om grundårsager (se kapitel 2), så du ved, hvilke frivillige du er på udkig efter – lokale kræfter, gode ressourcer (hænder og/eller hoveder) eller troværdige afsendere?

Som beskrevet skal alt ikke være klappet og klart, når du vil involvere frivillige i naturen. Overordnet set er der ikke engagement i 'bestillingsarbejde', så du skal finde en god balance imellem at vide, hvorfor du skal have frivillige og hvad de skal bidrage med, og samtidig give plads til, at de kommer med egne ideer, motiver og engagement.



Hvem er din målgruppe?

Når du har gjort dig disse overvejelser, skal du finde frem til din målgruppe. Det er de personer eller grupper, som du skal henvende dig til, og som du realistisk set tænker er interesseret i at engagere sig som frivillige i dit projekt. Du bruger målgruppen til at målrette dine rekrutteringsaktiviteter – både materialer og arrangementer efter – og det er målgruppen, du skal sørge for at lave en fortælling til, som de kan se sig selv i.

Det er normalt at tænke, at hele lokalbefolkningen er din målgruppe, men det er ikke tilfældet. Du kan komme frem til din målgruppe ved at betragte hele lokalbefolkningen og:

- Fjerne de cirka 20 %, som slet ikke er interesserede i at være frivillige¹⁰
- Fjerne dem, som ikke er interesseret i at være frivillige i naturen
- Fjerne dem, som ikke har tid på grund af arbejde, studier, familie osv.
- Fjerne dem, som ikke passer på de grundårsager du ønsker opfyldt
- Fjerne dem, som ...

Opgaven er, at indsnævre målgruppen som meget som overhovedet muligt. Jo mere specifik du kan være med at beskrive din målgruppe, jo bedre. Ideelt er din målgruppe så specifik, at du nærmest kan præsentere dem med en lige så udførlig beskrivelse, som du ville kunne med en onkel eller kollega, for eksempel navn, faglig baggrund, bopæl, civilstatus, medievaner, frivilligt engagement.

¹⁰⁾ Frivillighedsundersøgelsen 2004-2012, SFI s. 61-66.



Når du laver din målgruppeanalyse, vil du højst sandsynligt finde, at der er flere forskellige målgrupper til samme opgave. Det kan for eksempel være, at du gerne vil lave en sti, og at du så tænker, at mulige målgrupper kunne være aktive ældre fra Ældre Sagens motionshold, den lokale løbeklub eller besøgende i naturområdet.

Når du har fundet frem til dine forskellige målgrupper, er det vigtigt, at du kommunikerer direkte til dem, og ikke 'skyder med spredehagl'. Du kan henvende dig igennem opslag, ved personlig henvendelse, igennem netværk eller andet, men uanset hvad skal du sørge for, at der bliver kommunikeret til hver enkelt specifik målgruppe med afsæt i netop deres mulige årsager til at ville engagere sig, som beskrevet tidligere i kapitlet. Jo mere specifikt, desto større er sandsynlighed der for, at de forskellige målgrupper kan se sig selv i opgaven og dermed, *hvorfor* det giver mening for dem at engagere sig.

Hvor er de frivillige?

Næste skridt i din rekrutteringsproces er at forestille dig, hvor du 'fanger' dine potentielle frivilliges opmærksomhed. Læser de lokalavisen, så du kan opfordre til engagement den vej? Er de allerede brugere af området, så du skal lave plakater eller flyers? Eller er de organiseret lokalt, så du kan holde oplæg på et borgermøde eller en generalforsamling?

Lav arrangementer, der tiltrækker målgruppen

Ud over den generelle synlighed i lokalområdet, så er arrangementer en af de mest effektive veje til flere frivillige. Det giver de eksisterende



frivillige mulighed for at trække folk med fra deres netværk, og det giver nye en anledning til at 'møde projektet'.

Der findes mange oplagte lejligheder til at lave arrangementer i naturområder – for eksempel de kendte mærkedage som Skovens Dag, Sporets Dag og Ørnens Dag – men også når der er lokale festivaler eller initiativer. Dertil kommer, at det altid er oplagt at lave noget i ferierne – særligt for børnefamilier. Du hverken kan eller skal lave noget hele tiden, så det er her, du skal bruge dine målgrupper som afsæt for at lave arrangementer. Når du skal planlægge et arrangement med afsæt i målgruppen, skal du tænke på:

- Hvem vil du skabe en aktivitet for?
- Hvad kendetegner dem?
- Hvad er deres oplevelsesmotiver?¹¹
- Hvilke frivillige vil du gerne have med til arrangementet?
- Hvor og hvornår giver det mening for alle aktører – og naturen – med et arrangement?
- Hvad ville tiltrække dem – hvad skal du lave?
- Har du tid og penge til det – og hvordan prioriterer du?
- Er du afhængig af andre?

Det kan give god mening at involvere de frivillige, du gerne vil have med, allerede i planlægningsfasen, så du får deres indspark med, og så de oplever et ejerskab til arrangementet.

¹¹ Andkjær et al. (2013): *Rum og rammer for aktivt udeliv*. Active Living, Syddansk Universitet.



Vær klar, når de kommer

Når du er gået i gang med din rekruttering, er det vigtigt, at du kan holde gang i kedlen. Den frivillige er motiverede, lige når de kontakter dig eller deltager i et arrangement, men den motivation forsvinder hurtigt, hvis den ikke bliver holdt varm. Der er ingen garanti for, at de forsat er motiverede (eller interesserede) en måned eller to senere. Du skal helst komme med en invitation til en konkret aktivitet med det samme. Derfor skal du have en plan klar for, hvad der sker, når du bliver kontaktet. Du skal vide, hvad du vil svare på deres spørgsmål om det praktiske og om selve formålet med projektet.

Frivilligaktiviteter

Når du begynder at arbejde målrettet med rekruttering, bør du have en frivilligaktivitet planlagt relativt kort tid efter, så du kan opfordre deltagerne til at dukke op der. Det er forskelligt, hvilke frivilligaktiviteter der giver mening. Nogle steder er det oplagt med et åbent inspirationsmøde, hvor alle fortæller, hvad de gerne vil bidrage med, og andre steder fungerer det bedre med konkrete arbejdsdage. Når du inviterer til disse aktiviteter, skal du bruge den engagerende kommunikation (se kapitel 4), og du skal være tydelig omkring hvad opgaven er, hvor lang tid det tager, og hvorfor den er vigtig at få løst. På den måde får du 'sat en krog' i den, der kontakter dig.



Der skal være tid til relationer og opfølgning – og penge til mad og kaffe

Når du afholder aktiviteterne, bør du overveje din timing, så du ikke går i gang med involveringen af frivillige i en periode, hvor du ved, at du har for travlt til at svare på deres henvendelser eller opbygge de nødvendige relationer, for eksempel lige op til sommerferien eller oven i andre store projekter.

Samtidig er det afgørende, at der skabes en hyggelig stemning, når de frivillige mødes. Det kan måske virke overflødigt, men det er bare vigtigt, at der er kaffe og gerne kage eller en sandwich, når de frivillige mødes. Det inspirerer til at danne relationer på kryds og tværs, styrker gruppen og giver en god stemning.

I det næste kapitel beskrives det, hvordan du organiserer arbejdet med de frivillige og sikrer et godt samarbejde i gruppen.



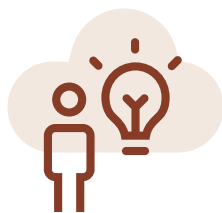
6. ORGANISERING OG DET GODE SAMARBEJDE

Én ting er at fange det eksisterende engagement og måske endda have succes med at få et par ekstra frivillige med på projektet. Noget helt andet er at holde gryden i kog på den lange bane. For at gøre det skal du dels kende og forstå dine frivillige, dels sikre, at der er de rigtige forhold til stede for, at din gruppe af frivillige kan blive selvkørende – hvis det er det, der er målet. Du skal altså formå at sætte alt det i spil, som vi har været igennem indtil nu, hvilket vi arbejder med i dette kapitel.

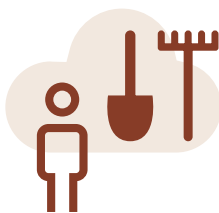
Tre typer frivillige i naturen

Der tegner sig fra forløbet et billede af tre overordnede typer frivillige i naturen: de samlende, de loyale og de spontane. Man kan kalde dem 'arketyper' for de engagerede lokale, du ofte vil møde i naturen, og du skal forstå, hvad der driver dem hver især, for at kunne fastholde deres energi.

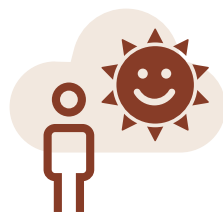
3 typer frivillige i naturen



De samlende



De loyale



De spontane

De samlende

'De samlende' frivillige er typisk dem, du blandt lokalbefolkningen vil kende som 'ildsjælene'. Det er dem, der har et naturligt følgeskab og stor passion og gennemslagskraft. De bliver typisk motiveret af nytænkning og har et kæmpe ejerskab til lokalområdet og til projekterne. De er dog samtidig også en type, der engagerer sig i mange ting, og derfor kan det være svært at få disse frivillige til at engagere sig i en



kontinuerlig og praktisk indsats, for det er ikke der, de har deres energi. De er gode som overordnede ledere og evner at skabe netværk og få flere med i projektet, men deres fokus er ikke på driftsopgaver, ej heller på den praktiske koordinering.

De loyale

'De loyale' frivillige engagerer sig ofte i en langvarig indsats og ønsker typisk tydeligt beskrevne og afgrænsede opgaver, som er meget lokalt forankrede. Det kan eksempelvis være etablering af en ny facilitet eller naturpleje på et lokalt landemærke. Det er ikke dem, der synes, det er spændende at komme til udviklingsmøder i kommunen eller lave høringssvar. Hos denne type frivillige er fællesskabet i gruppen i fokus, og de kan føle deres fællesskab presset af for mange nye frivillige. De vil gerne lave det praktiske arbejde på en måde, så alle kan være med, og de har det svært, når der skal træffes beslutninger, som kan skabe uenighed, eller når fællesskabet presses af eksempelvis udefrakommende forventninger.

De spontane

'De spontane' frivillige er dem, der ser en mulighed for at engagere sig og springer til, hvis det ellers passer vedkommende lige den dag. Deres grad af kendskab til området, naturen og projektet kan være meget varierende. Det springende punkt er, at de kommer – bidrager med al den energi og entusiasme, de har – og så smutter de igen. Man kan sidde tilbage med en ærgrelse over, at de ikke ønsker at være en del af frivilligmiljøet, men det er altså ikke der, deres motivation er. De deltager sandsynligvis en anden gang, hvis det passer ind i deres liv.

Organisering af de forskellige typer

Det er din opgave løbende at sikre, at dit frivilligmiljø har plads til – og en passende mængde af – de tre typer frivillige.

Hvis du kun har de samlende frivillige, vil de have svært ved rent faktisk at få løst de praktiske opgaver, fordi deres motivation og energi primært ligger i udviklingen. De er gode til projektbeskrivelser, fondsansøgninger og lobbyarbejde, og de vil selvfølgelig være der, den dag en facilitet, de har sikret penge til, skal etableres. Men de er ikke nødvendigvis interesserede i at stå for drift og vedligeholdelse. Det har i forløbet været en tilbagevendende frustration, at dem med alle ideerne og som er drivkræfter i et projekt fordufter, når det så er realiseret – men sådan er det oftest.

Hvis de loyale udgør din frivilligruppe, er der ikke nogen, som tager lederskab, og derfor kan det være svært med fremdrift eller håndtering af det uforudsete, og de tager ikke nødvendigvis ansvar for eksempelvis at få flere frivillige med eller komme med nye ideer. Den store styrke ved de loyale er, at de er loyale. Du kan regne med dem som ægte 'rugbrødsfrivillige'. De kommer til arrangementer og arbejdsdage, uden at du skal bruge en masse tid på at overbevise dem, og de taler godt og vedvarende om projektet.

En samling af lutter spontane er meget svært at arbejde med og planlægge efter. De er primært 'hænder' og 'smil' på dagen og kommer hverken med ideer eller tager det lange seje træk.

Altså er det din opgave at arbejde efter en sammensætning, hvor der er plads til alle tre typer. En måde at organisere det på kunne se sådan ud:



Tovholder ansat



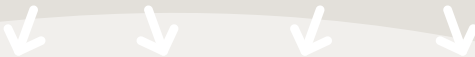
**Inspirationsgruppe
– samlende frivillige.**
Kontakt for øvrige grupper.



Stigruppe – loyale frivillige
Har en fast gruppe med årlige
stimøder og trampedage.



Sheltergruppe – loyale frivillige
Har faste arbejdsdage for
vedligehold og en plan for tilsyn.



Ad hoc-hold – spontane frivillige, organiseret på Facebook
Inviteres til både åbne arrangementer og arbejdsdage i de to andre grupper.
Koordineres i udgangspunktet af den ansatte.



Der er meget stor forskel på, hvilken organisering der er hensigtsmæssig, det varierer fra projekt til projekt og fra lokalområde til lokalområde. Dit fokus skal være på at sikre, at der er plads til alle typer af frivillige, og at de kan engagere sig, sådan som det giver mening for dem – uden at det skaber frustration for dig eller for de øvrige frivillige. Det er meget karikeret sådan, at 'de samlende' bliver frustrerede over "manglende visioner", 'de loyale' ikke forstår "manglen på arbejdsmoral", og 'de spontane' står af på "alle de aftaler og planer". Din opgave er at organisere de frivillige på en måde, der giver mening for både dem som individer og for organisationen – og skabe forståelse for de styrker, der repræsenteres i de tre forskellige frivilligtyper.

Giv plads til uenighed og frustrationer i samarbejdet

Når du skal udvikle samarbejdet i din frivilligruppe på tværs af de forskellige typer, er det vigtigt, at du giver plads til uenigheder og frustrationer og bruger det som afsæt for udvikling. Konflikter og frustrationer kommer af engagement. Hvis ikke de var der, ville det betyde, at dine frivillige var ligeglade. Når det er sagt, så er det stadig vigtigt, at du går konstruktivt til konflikterne, og søger at få dem løst, når de opstår.

Først og fremmest er det vigtigt at forstå, at konflikter opstår imellem mennesker og skal håndteres imellem mennesker. Konflikter løses hverken ved at sige, at nogen 'tager fejl', eller ved at komme med aftaler eller retningslinjer. De er ikke rationelle eller logiske. Konflikter kommer først og fremmest, fordi der er en oplevet uretfærdighed blandt parterne, og der ikke er forståelse for hinandens ønsker og behov. Det er her, du skal tage fat, hvis du vil løse det.

- ← Måden I organiserer jer på er afgørende. I Naturpark Åmosen foregår den daglige drift fra Fugledegaard, et dejligt formidlingscenter ude i naturen, langt fra offentlige kontorer og almindelig sagsbehandling. Naturpark Åmosens frivillige stikker ofte lige hovedet ind for at sige hej til Ole og Thomas på Fugledegaard.

Konflikter optrædes typisk efter konfliktrappen¹²



¹²⁾ Boll et al. (2014) s. 154: *Sådan leder du frivillige i forskellige situationer*. Hinnerup: Ankerhus.



Det vigtige her er, at du skal have parterne tilbage til uoverensstemmelserne, før du overhovedet kan løse noget. Når vi er i en konflikt, vil vi oftest være 'konfliktoptrappende' i vores sprogbrug. Derfor er det konfliktnedtrappende sprog en god vej tilbage til niveau ét og uoverensstemmelsen:



Konfliktoptrappende:

- Reagere automatisk på følelser
- Negligere og afbryde
- Bebrejdelser
- Overdrive og generalisere
- Angribe den anden, give skyld
- Forsvare sig selv
- Bruge sarkasme
- True
- Overfladiske undskyldninger



Konfliktnedtrappende:

- Undersøg
- Vis ægte interesse
- Udtryk bekymringer og behov
- Hold dig til kendsgerninger
- Fokuser på problemet
- Udtrykke sig og lytte
- Vær oprigtig
- Vær beroligende ift. fremtiden
- Give ærlige undskyldninger

I sidste ende handler arbejdet med konflikter og uoverensstemmelser om at se, hvor de kommer fra, og tro på, at det, parterne siger, faktisk er udtryk for en berettiget følelse og holdning. Du eller den involverede i konflikten kan være uenig eller uforstående – men det gør ikke deres oplevelse forkert.



Når du formår at arbejde med konflikter på en konstruktiv måde, har du større chance for at få et frivilligmiljø, der er bæredygtigt på den lange bane. Du skal efterstræbe at dette er kendetegnende for samarbejdet i frivilligruppen¹³

- Er præget af deltagelse og åbenhed og lyttende
- Søger enighed om beslutninger og håndterer uenighed
- Har et klart mål samt klare roller og arbejdsdeling
- Har delt ledelsesansvar
- Rummer og bruger forskellighed
- Bruger sit netværk
- Har en uformel og afslappet atmosfære
- Er selvransagende og forpligtet.

Hvis du har forskellige grupper af frivillige med modsatrettede interesser, så virker det rigtig godt at sætte dem sammen og få dem til at fortælle hvad, der er vigtigt for dem og så finde fællesnævneren. Hvis du gør det, er det godt på forhånd at have forberedt dem på, at der ikke nødvendigvis kommer en løsning, og at formålet er forståelsen for hinanden, mere end resultatet.

¹³ Boll et al. (2014) s. 70: *Sådan leder du frivillige i forskellige situationer*. Hinnerup: Ankerhus.

Selvkørende frivilligrupper¹⁴

I sidste ende handler udviklingen af et bæredygtigt frivilligmiljø om at skabe de rette forudsætninger for selvkørende frivilligrupper. Du skal ikke nødvendigvis have selvkørende frivilligrupper, men de præmisser, det kræver, er en god opsummering på alt det, vi har været igennem indtil videre; alt skal spille, hvis de frivillige skal blive selvkørende, og det er i sidste ende et godt mål for dit projekt at skabe de rigtige rammer.

En god huskeregel til arbejdet med selvkørende frivilligrupper er "ROLF":

- | | |
|--------------------|--|
| R AMMER | Der skal være mulighed for indflydelse og egne ideer |
| O PGAVERNE | Det skal ikke være bestillingsarbejde, men komme nedefra |
| L EDELSE | Du skal se din opgave som understøttende, ikke dikterende |
| F RIVILLIGE | Der skal være en gruppe af frivillige med internt lederskab. |

ROLF er summen af 'den gode involvering af frivillige'. Selvkørende frivilligrupper er ikke noget, du kan beslutte sig for at skabe nu og her. Det kommer, når der er en frivilligruppe, som er "en enhed med et fælles mål over tid", og som samtidig har en god organisering og samarbejdskultur. Det er altså svært eksempelvis at etablere selvkørende frivilligrupper om vedligeholdelse og driftsopgaver, fordi der kan mangle en oplevelse af, at der er et større mål, men også fordi det vil være svært at rekruttere og fastholde de eksisterende frivillige over tid.

¹⁴⁾ Materialet om selvkørende frivilligrupper kommer fra Ingerfair.

Du bør overveje, hvornår og i hvilket omfang du vil arbejde på at understøtte selvkørende frivilligrupper, hvornår du selv skal tage lederrollen på dig og eventuelt kun arbejde med loyale og spontane frivillige, som du varetager ledelsen af, eller om det kunne give bedre mening at etablere samarbejde med andre organisationer.

Det kan være ganske tidskrævende og svært at få en selvkørende frivilligruppe til faktisk at fungere. Både rammer, opgaver og ledelse skal være på plads. Du skal have de rette frivillige – og dertil kommer, at det hele er meget personafhængigt og derfor skrøbeligt.

Når du har en velfungerende selvkørende frivilligruppe, som har eksisteret i noget tid, kan det i nogle tilfælde give mening at understøtte dem i at blive et selvstændigt laug eller en støtte-/venskabsforening. Dem er der mange gode eksempler på, men det vigtige er, at det skal være deres ønske og ikke noget, de pålægges. Der er nogle fordele ved dette, blandt andet med hensyn til mulighederne for at søge penge, og at de i så fald kan være afsender på arrangementer eller rekrutteringsmateriale frem for 'kommunen'.



Du skal ikke presse nogen til at blive en forening, hvis de ikke selv ønsker det – det er læringen.

Selvkørende frivillige

De selvkørende enkeltfrivillige vil ofte være dem, du som tovholder i størst grad kan give ansvar fra dig til. De har også brug for at have et mål og et klart defineret ansvarsområde, men hvis du formår ikke at være dikterende og skabe rum til, at enkeltpersoner kan løbe med de bolde, som motiverer dem, kan du få større kvalitet i arbejdet samt en viden og adgang til lokalområdet og potentielle frivillige, som du aldrig kunne få uden en god ambassadør.



Friluftsrådet har det frivillige engagement som en grundsten for organisationens virke. Friluftsrådet er paraplyorganisationen for cirka 90 friluftorganisationer i Danmark og varetager herigennem interesser for de foreningsaktive på naturområdet – men også for de mange tusinde, som udfører frivilligaktiviteter uden for det etablerede foreningsliv.

Vi har i denne håndbog beskrevet, hvordan du kan gribe samarbejdet med frivillige i naturen an. Vi har været igennem, hvordan du kan forbedre samarbejdet, hvordan du skaber projektets fortælling, og hvordan du får og fastholder de frivilliges interesse.

Det er vores håb, at bogen gør det nemt og naturligt at igangsætte flere samarbejder med frivillige om lokale naturarealer og naturparker, og at vi fremover ser flere samarbejder og flere frivillige ude i naturen.

Ikke kun fordi naturen trænger til en kærlig hånd. Men også fordi relationer og fællesskab er af afgørende betydning for det gode liv. Naturen er den ideelle ramme for meningsfulde fællesskaber – og Friluftsrådet ønsker, at alle får del i de rige oplevelser, som venter på os derude.

Følg Friluftsrådets arbejde med at skabe bedre muligheder for det frivillige engagement i naturen på www.frivillignaturen.dk.

← Hyggestund ved Nissum Fjord

Samarbejdet med frivillige har stor værdi i lokalsamfundet. Her er det en lille gruppe fra Nissum Fjord netværket, som er ude for at finde gode trampestier. Tid til hygge og nye relationer, skal der altid findes tid og plads til.

Frivillige i Naturen
– Håndbog til praktikere om involvering af frivillige

Forfatter:
Julia B. Hunt

Redaktører:
Rikke Vibeke Husum, Jakob Simonsen, Frederik C. Boll og Marie B. Holdt

Udgivet af Friluftsrådet 2017



Fotos: Hvor intet andet er angivet er fotos fra colourbox.com eller projekt-fotos udlånt af Udlodningsmidler til friluftsliv.

Design og grafisk produktion: MeyerBukdahl as

Oplag: 1000

ISBN: 978-87-7764-033-9

Udviklet i samarbejde med mærkningsordningen
Danske Naturparker



Udgivet med støtte fra Nordea-fonden



Friluftsrådet
Scandiagade 13
2450 København SV
Tlf. 33790079
www.friluftsradet.dk

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system, or transmitted, in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording or otherwise, without the prior written permission of Friluftsrådet or arrangement with Copydan, except for short extracts for the purpose of reviews.



Scandiagade 13 · DK-2450 København SV
Tel +45 33 79 00 79 · fr@friluftsradet.dk
www.friluftsradet.dk

