

UITWISSELING EN DEBAT: LEDENBEHOUD EN -WERVING

We geven je hier een overzicht van wat besproken werd tijdens de sessie, de verschillende meningen en de belangrijkste besluiten.

INLEIDING

Leden zijn onmisbaar in je KSA-groep. Een gemotiveerde leidingsgroep, originele ledenwervingsactiviteiten, vriendjesdagen ... kunnen helpen om leden aan te trekken. Leuke en originele activiteiten op maat van je leeftijdsgroep helpen om leden te behouden. Wat ondervindt je groep daarbij? Heb je bepaalde succesformules of zaken waar je mee worstelt? We wisselden ideeën uit en deden inspiratie op bij elkaar.

GTP-INDEX

De GTP-index kan een blik werpen op de nabije toekomst van je groep. Hoe lager het cijfer, hoe minder makkelijk de leden zullen doorstromen tot de leiding en hoe groter de kans dat je groep binnenkort een leidingstekort heeft.

- * Hoe hoger het cijfer, hoe beter de toekomst van je groep verzekerd is. Normaalgezien zal er dan voldoende leiding uit de groep zelf doorgroeien.
- * Ook de grootte van de groep zit in de index verwerkt. Een grote groep kan makkelijker haar leidingsgroep samenstellen dan een kleinere groep.
- * Wat wil dit getal niet zeggen? Een GTP-index is geen beoordeling van je groep. Een lage GTP-index kan betekenen dat je groep zeer open staat voor alle kinderen en jongeren, of standhoudt in een buurt waar nog weinig kinderen wonen. Het zegt niets over de onmiddellijke kwaliteit van de werking, wel over de stabiliteit naar de toekomst toe.
- * De GTP-index moet dus altijd worden aangevuld met het verhaal van je groep. Het kan betekenen dat je groep in de problemen zit, maar het kan er ook gewoon op wijzen dat je groep een tijdelijk dipje heeft.

Je GTP-index kan je terugvinden in Digit bij het overzicht van je leden. Heb je hier vragen over of maak je je hier zorgen over? Neem dan gerust contact op met je werkring!

LEDENWERVING OF LEDENBEHOUD

We vroegen aan de groep welke wervingsacties zij zoal doen en wat ze doen in het kader van ledenbehoud. Ze kunnen dit op post-its schrijven en bij de juiste categorie hangen. Er waren veel post-its bij ledenwerving en veel minder bij ledenbehoud. Een overzicht van de acties:

LEDENWERVING

- * Startdagen en Vriendjesdagen (via het pakket van KSA)
- * Een Startdag ingekaderd in een soort van buurtfeest met kermisattracties, springkastelen, rodeostieren ... Op die manier proberen de groep de hele buurt te betrekken bij hun startdag. Ook een andere groep organiseert een KSA-dorp voor de leden en ouders om hun werking te kunnen uitleggen.
- * Scholen (klassen + speelplaats): langsgaan bij de plaatselijke scholen en tijdens de pauze een spel spelen met de leerlingen.
- * Braderiewerving: je groep voorstellen met een standje tijdens de braderie.
- * Flyers/'Lotto-tickets' uitdelen in de scholen, waarbij de kinderen naar lokaal moeten komen om te ontdekken of ze gewonnen hebben of niet.
- * Ballonactie: ieder jaar delen we brochures uit met uitleg over onze KSA-groep. Tijdens één jaar hebben we daar ballonnen aan gehangen die dan uit de brievenbus hingen. Op die manier wist heel de straat dat er iets te gebeuren stond.
- * Gadgets en prijzen uitdelen.
- * Een mascotte die rondloopt tijdens de straatfeesten. Kinderen die daar aanwezig zijn, kunnen een foto nemen met de beer en die wordt ter plaatse uitgeprint. Dit kost op zich wel wat geld.
- * Promostickers op broodzakken.
- * Een groot promobord in het straatbeeld.
- * Een sociale media-actie.

Voorgaande acties zijn vooral voorbeelden van acties aan het begin van het werkjaar. Zijn er groepen die ook tijdens het werkjaar een actie houden?

- * Kinderfuij met twee plaatselijke groepen samen, waar ook andere kinderen mogen uitgenodigd worden.
- * Kerstconcert.
- * Alle aanwezige groepen nemen ook deel aan de vriendjesdagen van KSA.
- * Mond-aan-mond-reclame!
- * Langsgaan bij mogelijke nieuwe leden: we kregen een lijst van de gemeente met de leeftijden erbij, waardoor we konden langsgaan bij de juiste mensen. Maar met nieuwe privacywetgeving wordt dergelijke lijst niet meer meegegeven.

STAPPENPLAN OM CONCRETE LEDENWERVINGSACTIES UIT TE WERKEN

Over welke praktische zaken moet er nagedacht worden bij het ontwikkelen van actie?

* WANNEER?

- Dit is geen werk van één dag, er kunnen meerdere geschikte momenten zijn (augustus, september, januari ...). Begin ook tijdig met het plannen van de wervingsactie: 2 à 3 weken op voorhand kunnen communiceren is toch een minimum. Let er ook op dat je actie niet samenvalt met een andere actie van een andere vereniging.

* WAAR?

- Kies heel selectief voor plaatsen waar kinderen of hun ouders vaak komen. Je kan wervingsacties laten plaatsvinden in je eigen groep maar ook andere locaties zijn opties, bv. op Dag van de Jeugdbeweging, als het kermis is, op een schoolfeest, op de Buitenspeeldag, op de markt, op school, in een jeugdhuis (bv. voor + 12-leden), in de bibliotheek, in het gemeentehuis, in de supermarkt ...

* HOE?

- Het is belangrijk dat je je methode goed afweegt: de locatie, het publiek ... Deze zaken spelen zeker een rol. Naar de kinderen toe wil je vooral indruk maken, voor de ouders is degelijke informatie belangrijk. Flyeren en spelletjes spelen zijn dus twee gemakkelijke toppers. Posters meegeven met de huidige leden is ook een erg haalbare kaart. Maar uiteraard kunnen meer speciale acties ook.

* WIE?

- Uiteraard gaat je eigen groep hiermee aan de slag. Maar een goed netwerk hebben is hierbij ook belangrijk: je kan ouders, oud-leiding, de jeugdraad, sponsors, leraren ... betrekken bij je acties.

De deelnemers bedachten in groepjes een plan voor een actie die ze met hun groep nog niet deden:

- * Lottotickets: langsgaan op de scholen met als thema 'Lotto' en kansspelbiljetten uitdelen. Vervolgens Vlaamse kermis organiseren op de Startdag waarbij de prijs kan gewonnen worden: een chipskoffer.
- * Ingeklede startdag: We beginnen met een reminder te sturen naar alle bestaande leden. Hierbij steken we een klein geschenkje. Daarna gaan we langs bij scholen. Op de startdag wordt er één groot spel gespeeld, in een actueel thema (fortnite, minecraft ...). Dit thema wordt op voorhand aangekondigd tijdens de rondgang op de scholen (toneel op school). De startdag wordt een hele week opgebouwd, zodat bewoners die er langskomen zich afvragen wat er staat te gebeuren.
- * Minifuif, receptie en gewone fuif op hetzelfde moment (uiteraard op verschillende tijdstippen): Op die manier proberen we iedereen erbij te betrekken en niet enkel huidige leden/kinderen. We maken promo via allerhande kanalen (mail, facebookpagina, website...).
- * Zeepkistenrace op startdag: deze is voor iedereen toegankelijk, niet enkel voor leden of nieuwe leden. We laten flyers drukken en spreken de lokale pers aan om promo te maken. Daarnaast spreken we scholen aan om per klas een zeepkist te maken. We voorzien een bar op de dag zelf zodat ook de ouders wat blijven plakken en aangesproken kunnen worden door leid(st)ers.
- * Vriendjesdagen: de actie met bandjes naar een next-level brengen: op voorhand filmpjes maken met leden/leiding om te delen op sociale media, om promo te maken voor de vriendjesdagen.

LEDENBEHOUD

Heb je op je startdag enorm veel leden met dank aan een goede wervingsactie, maar blijven deze leden niet komen? Dan heb je werk aan ledenbehoud.

Ga eerst op zoek naar de oorzaak van het wegblijven. Wat zijn mogelijke factoren? Vele factoren zullen afhangen van externe zaken. De leden vandaag hebben ontelbaar veel hobby's, bezigheden, vrienden ... Daarnaast zijn ze soms afhankelijk van woonplaatsen bij gescheiden ouders. Deze externe factoren zijn moeilijk aan te pakken. De enige uitweg is ervoor zorgen dat KSA op een positieve manier komt op te vallen in deze drukke planning.

* MET WELKE ERVARINGEN HEBBEN DE DEELNEMERS AL TE MAKEN GEKREGEN?

- Een lid dat ging verhuizen maar wel nog bij KSA wou blijven. We hebben de naburige KSA-groep aangesproken zodat de overgang vlot kon gebeuren.
- Het is interessant te vragen naar de reden waarom leden het jaar nadien niet meer komen.
- Bij gescheiden ouders duidelijk maken dat het geen probleem is dat het kind niet iedere week of iedere twee weken kan langskomen, stel jezelf flexibel op.
- Ga actief op bezoek bij de leden. De ouders krijgen zo het gevoel een betere band te hebben met de leiding en je kan inspelen op hun vragen ...
- Goede communicatie naar ouders toe is belangrijk (geen verkeerde data, tijdig communiceren ...)
- Wees aanspreekbaar tijdens activiteiten voor ouders en sympathisanten ...
- Tijdens verschillende momenten doorheen het jaar kan je infosessies organiseren voor ouders.

* GA PROACTIEF AAN DE SLAG!

Hieronder sommen we enkele factoren op die een lid kunnen aanzetten meer te komen.

- Eerst en vooral goede activiteiten waarin veel variatie te vinden is doorheen het werkjaar. Maak een planning op met voldoende spreiding van gelijkaardige activiteiten. Geef dit ook mee aan de leden, zo hebben deze iets om naar uit te kijken. Zorg er ook voor dat iedereen betrokken wordt bij een activiteit.
- Let op de sfeer. De leden zitten vaak ook samen in andere clubs of schoolklassen. Het is belangrijk om de nodige tijd te spenderen aan conflicten. Praat ruzies tijdig uit en laat deze niet escaleren zodat deze zich niet verderzetten op de school of in de wijk. Indien conflicten ervoor zorgen dat leden niet meer willen komen, kan je hen zelf thuis eens gaan opzoeken om erover te praten. Bij oudere leden wordt de groep op zich steeds belangrijker. Het is belangrijk dan ook op tijd groepsbevorderende activiteiten te doen.
- De juiste activiteit op het juiste moment. Let hierbij op voor schoolwerk, examens, communies ... Voorzie in deze periodes kortere activiteiten of laat ze doorgaan op een ander moment. Ouders zullen het ook zeker appreciëren als je rekening houdt met het schoolprogramma.
- Luister naar je leden. Je hoeft niet steeds het warm water uit te vinden. Als de leden een goed idee, interesse, lievelingsspel ... hebben is het altijd fijn om deze wens uit te voeren.
- Kinderen zijn er natuurlijk niet zonder hun ouders. Deze durven vaak uit het oog verloren te worden. Ze willen niets liever dan betrokken worden bij je groep. Zo kunnen ze zien wie jullie zijn, wat jullie doen ... Zo krijgen zij ook meer vertrouwen naar jullie toe. Een kwartier voor en na de activiteit tijd te nemen een praatje te slaan met de ouders kan hier ook toe bijdragen. Het zal voor hen een geruststelling zijn dat de begeleiding blijft tot als iedereen is opgehaald.
- Zijn er afwezigen? Neem na enkele keren contact op met de ouders of het lid zelf. Laat weten dat je hen gemist hebt, ook al moesten ze naar een familiefeest of waren ze ziek.

- Doe huisbezoeken bij inschrijvingen van kampen of weekends. Sla hierbij ook een gezellig praatje met de ouders. Ze willen zich betrokken voelen bij de groep. Deze bezoeken kunnen ook uitgebreid worden door schoolfeesten, communies ... Het lid zal het altijd fijn vinden om op belangrijke momenten een KSA'er te spotten. Dit kan zich ook uiten in een kaartje van de leidingsgroep bij lange ziekte of een ziekenhuisopname.
- Ook je imago is heel belangrijk! Met of zonder KSA-hemd moet je bewust zijn dat leden/ouders je kunnen herkennen.
- Als laatste mogen we niet vergeten dat leiding ook leden zijn van de beweging. De sfeer binnen de leidingsgroep is allesbepalend. Als deze goed functioneert en jullie ook veel plezier hebben samen, dan straalt dat ook uit naar de leden en de ouders toe. Ook aan deze sfeer moet gewerkt worden. Denk aan samen een stapje zetten, een kerstfeestje houden, een leidingsactiviteit organiseren ...

* LAATSTE TIP:

- Vergeet ook in deze fase niet te denken aan je netwerk. Zoek je eens een toffe activiteit of uitstap om met de leden/leiding te doen. Bekijk hiervoor jullie sponsors, misschien kan je wel met korting een activiteit doen die jullie zelf niet kunnen voorzien.
- Ook naar nieuw materiaal, inkleding van de spelen, unieke locaties ... toe kan iemand in je netwerk je misschien wel helpen om het wauw-effect van KSA mee te geven aan je leden.