

En skrift om hur vi involverar fler i vår verksamhet

Volontärrekrytering

Behovsanalys, uppdragsbeskrivning och kravprofil
- din GPS i volontärsamordningsdjungeln

Inledning

Den ideella kraften är stor. Faktiskt så stor att den kan omräknas till cirka 400 000 helårstjänster bara i Sverige, varje år. Så mycket som 48 procent av befolkningen utför ideella insatser, enligt 2009 års befolkningsstudie. Vi gör det för att det ger oss en känsla av mening, för att vi vill ge något tillbaka, för att få känna oss behövda och för att få hjälpa andra. Människor vill helt enkelt göra ideella insatser.

Som volontärsamordnare ser vi självklart gärna att människor gör insatserna inom just vår organisation. Volontärer erbjuder fantastiska möjligheter att stärka och utveckla organisationen och verksamheten. Organisationen stärks genom ökad kompetens, mer tid, fler idéer, bredare kontaktnät, nya perspektiv och smittande engagemang.

Mötet mellan Sveriges engagerade befolkning och Sveriges levande och rika föreningsliv torde alltså vara ett möte utan några som helst förhinder. Ändå upplever många ideella organisationer och många volontärsamordnare att det här med rekrytering inte alltid är så lätt. Vad behöver vi volontärer till? Och hur hittar vi dem?

Som volontärsamordnare har vi dessutom dubbla roller i mötet mellan volontärer som vill göra en insats och organisationen som vill ha volontärer. Å ena sidan ska vi se till organisationens intresse och behov, så att volontärer bidrar till att organisationen bättre kan utföra sina verksamheter och bättre nå sina mål. Å andra sidan ska vi samtidigt se till att volontärer trivs och utvecklas inom verksamheten. Vi måste därför hela tiden balansera organisationens behov och förväntningar med volontärens behov och förväntningar. Det är en uppgift som blir allt viktigare, och allt svårare, i takt med att engagemanget förändras och utvecklas.

Syftet med den här skriften är att lägga grunden för en lyckad rekrytering, genom konkreta tips och verktyg kring hur volontärsamordnaren kan fånga upp, stärka och rikta den enorma ideella kraft som finns i vårt samhälle.

I skriften går vi igenom rekryteringsprocessen från grundidé och behovsanalys till uppdragsbeskrivning och kravprofil. Katarina Djäken, konsulent på Svenska scoutförbundet, berättar om Scouternas satsning på rekrytering. Avslutningsvis diskuterar vi hur man som volontärsamordnare eller organisation kan bli bättre på att hantera spontana förfrågningar och medlemmar eller volontärer med egna idéer.

Den planerade rekryteringsprocessen: Att lägga grunden för en lyckad rekrytering

En tydlig **grundidé**, en behovsanalys, tydliga uppdragsbeskrivningar och kravprofiler kan fungera som en sorts GPS i volontärsamordningsdjungeln. De svarar på frågor om varför vi gör saker, hur vi kan utvecklas, vad vi behöver hjälp med och vilka kunskaper eller egenskaper vi söker.

Från behov till kravprofil



Rekryteringsprocessen består av tre steg. Den börjar i organisationens och verksamhetens behov, övergår i mer specifika uppdrag och mynnar ut i vilken kompetens som krävs för att utföra uppdragen.

I **det här avsnittet** går vi igenom de första delarna av rekryteringsprocessen. Här finns också diskussionsfrågor för att komma igång med rekryteringsarbetet i din organisation. Läs gärna mer om de olika delarna i Volontärbyråns handbok *Lär dig leda volontärer*. Den kan beställas på www.volontarbyran.org.

Grundidé

Svarar på frågan: Varför finns vi?

Innan vi går vidare till rekryteringsprocessens tre steg ska vi stanna upp ett ögonblick och reflektera över de stora frågorna. Varför finns just vår organisation? Vad vill vi åstadkomma? Vad är syftet, det stora målet, visionen? Att svara på dessa frågor hjälper oss att ha en tydlig grund att stå på inför diskussionen om organisationens behov. Det hjälper oss också att hantera nya idéer.

Skilj mellan grundidé och verksamhet


Det är viktigt att i det här ledet skilja mellan organisationens grundidé och organisationens verksamhet. I föreningsvardagen är de ofta synonyma, men medan grundidén är konstant under flera decennier, bör verksamheten förändras och anpassas till nya förhållanden.


Röda Korsets grundidé – att lindra och förhindra mänskligt lidande – är till exempel fortfarande densamma, även om mycket har hänt sedan en schweizisk bankir först kom på tanken att i fredstid utbilda volontärer för att hjälpa till med sjukvård i krig. Att utbilda volontärer till att ge vård till sårade soldater är en viktig verksamhet, men kanske något svårt att locka ideella till i ett land som har haft fred i ett par hundra år. Det är heller inte tillräckligt för att i Sverige lindra och förhindra mänskligt lidande idag. Därför har verksamheten anpassats till de behov och förutsättningar som finns i dagens samhälle. Men grundidén är densamma: att lindra och förhindra mänskligt lidande.

Diskutera:

 **Varför** finns just vi?


 **Varför** bildades vi?


 **Vilken** verksamhet har vi idag?

 **Vilken** verksamhet har vi haft tidigare, och vilken kan vi komma att få i framtiden?

”**Varför finns vi?**” kan kännas som en stor och svårhanterlig fråga. Men de allra flesta organisationer vet redan varför de finns. De använder grundidén i stadgar, broschyrer och utbildningar. Lägg inte krutet på exakta formuleringar – fokusera på den grundläggande känslan, idealen och värderingarna. Flaggan med just er symbol som vajar utanför fönstret till den nya, stjärnögda, engagerade volontären eller medlemmen signalerar... Ja, vadå?

Till er hjälp:

 **Era broschyrer** och er hemsida: Hur sammanfattar ni ert syfte och idé utåt?

 **Era stadgar:** Vad säger syftesparagrafen?

När vi har en tydligare bild av er organisations grundidé är det dags att gå vidare till nästa steg. Det handlar om att identifiera vilka behov ni har i verksamheten.

Behovsanalys


Svarar på frågan: Hur kan organisationen eller verksamheterna utvecklas?

I det första steget i rekryteringsprocessen - behovsanalysen - frågar vi oss vilka behov eller utvecklingsönskemål vi har i vår verksamhet och volontärer kan hjälpa oss med. Hur kan vi nå våra verksamhetsmål eller utveckla organisationen? Hur kan vi bli ännu bättre? Kort sagt – vilka behov har vi som volontärer kan bidra till att möta?


Med en tydlig behovsanalys är det lättare att hantera spontana förfrågningar från volontärer. Behovsanalysen är också en viktig grund inför nästa steg – uppdragsbeskrivningarna.

Behovsanalysen görs bäst i samråd med andra som är involverade i verksamheten. Fråga dina kollegor, styrelseledamöter och volontärer om deras bild av hur organisationen eller verksamheten kan bli ännu bättre. Exempel på behov kan till exempel vara en tryggare ekonomi. Detta kan i sin tur kan mynna ut i ett antal mer konkreta uppdrag, som till exempel att få hjälp med bidragsansökningar, söka företags sponsring eller skapa tydligare redovisningsrutiner.

Diskutera:

 **Vad mer skulle** kunna göras inom verksamheten, som inte görs idag?

 **Vad borde göras** inom verksamheten, som vi aldrig har tid för idag?

 **Om vi hade** alla tänkbara mänskliga resurser och kompetenser, vad skulle vi då vilja göra?

Tänk stort! Hur skulle verksamheten kunna bli ännu bättre? Vilka resurser behöver vi för att kunna genomföra vår planerade verksamhet? Vilka nya verksamheter kan födas? Hur kan just er organisation bli större och bättre med fler ideella krafter? Behovsanalysen fungerar lite som en önskelista – om vi hade alla tänkbara mänskliga resurser och kompetenser, vad skulle vi då vilja göra?

Till er hjälp:

 **Volontärbyrå.** Lär dig leda volontärer – handbok i volontärsamordning.

Uppdragsbeskrivning

Svarar på frågan: Vad behöver vi hjälp med?

När behovsanalysen är gjord är det dags att formulera tydliga och avgränsade uppdragsbeskrivningar. Här frågar vi oss: Vad behöver vi hjälp med, för att möta de behov som vi har identifierat? Vilka specifika uppgifter behövs göras?

Medan behovsanalysen med fördel kan vara övergripande, ska uppdragen vara väl avgränsade, tydliga och specifika. Uppdragen beskriver vilka sysslor eller uppgifter som ni vill söka volontärer för.

Uppdragen ligger sedan till grund för den kravprofil som ni tar fram innan ni påbörjar rekryteringen av volontärer. Ha därför hellre många små uppdrag, än några få stora. "Hitta sponsorer", "Skriva bidragsansökningar" eller "Sköta den löpande ekonomin" är bättre än "Styr upp föreningens ekonomi".

Uppdragsbeskrivningen är också en viktig del av den information som ni ger till volontärer om vad uppdraget innebär och vad er organisation erbjuder dem. Börja gärna diskussionen om uppdragsbeskrivningen med att fundera på vad volontären får ut av sitt engagemang i just er verksamhet. Om ni är flera som gör beskrivningen – ta ett par minuter och rita upp en bild av vad engagemanget i er förening har gett er själva. Presentera bilderna för varandra, och diskutera vad som är det bästa med er förening, hur engagemanget har hjälpt er att utvecklas som personer, och vad ni kan erbjuda volontärer i form av till exempel utbildning, nätverk och roliga utmaningar.


Genom att vara tydlig med vad ni vill att volontärerna ska göra i er organisation är det lättare för volontären att förstå vilka förväntningar ni har. Det gör det lättare för volontären att ta ställning till om uppdraget är intressant eller inte, och det är också bästa sättet att undvika missförstånd.


Använd gärna Volontärbyråns uppdragsmall när ni går igenom de olika behoven. Uppdragsmallen finner ni på nästa sida.

Diskutera:

 **Vad ingår i uppdraget?** Vilka uppgifter behöver göras?

 **När, var och hur** ska uppdraget utföras?


 **Med vem ska** uppdraget utföras? Får volontären stöd av redan aktiva? Finns det en grupp?

 **Vad erbjuder ni** volontären (till exempel att träffa nya människor, utbildning, inblick i ett visst ämne, chansen att göra skillnad för en viss grupp)?

Till er hjälp:

 **Uppdragsmallen** på nästa sida

 **Volontärbyrån.** *Lär dig leda volontärer – handbok i volontärsamordning.*

 **Scouterna.** *Sexstegsmetoden* för rekrytering av vuxna ledare. www.scout.se/rekrytering

Glöm inte bort de volontärerna som redan är aktiva! Tänk på att även ta fram uppdrag och kravprofiler för de volontärer som redan är en del av verksamheten. Annars finns risken att det skapas en känsla av A- och B-lag bland volontärerna.

Uppdragsmall

Rubrik

En **beskrivande** rubrik som fångar intresse och lockar till att läsa mer.

Beskrivning av uppdraget/uppgifterna

Ge en så **tydlig** bild som möjligt av vad volontären förväntas göra. Tydliga och väl-avgränsade uppdrag gör det lättare för volontärerna att ta beslut om de vill och kan göra just ert uppdrag.

När och var ska uppdraget utföras?

Var **tydlig med** om speciell tid eller plats gäller för uppdraget. Eller berätta om detta är något ni kommer överens om tillsammans.

Specifika krav eller annan information

Här **specificerar** ni vem volontären är som ni söker. Skriv här om det krävs viss utbildning eller erfarenhet för att göra detta uppdrag. Ex. språkkunskaper, körkort mm. Om ni erbjuder volontären viss introduktion eller utbildning kan ni skriva det här. Passa även på att ge exempel på vad som gör det roligt och intressant att vara volontär hos er.

Minimiåtagande

Har ni **någon** minsta insats som ni vill att volontären genomför under sitt uppdrag skriver ni detta här. Det kan vara antal timmar per vecka, månad eller år. Eller så kan det vara ett antal besök eller ett antal skrivna artiklar osv.

När vi vet vilka behov organisationen har och vilka uppdrag som vi vill ha hjälp med, är det dags att gå vidare och se till vilka egenskaper och kunskaper som behövs för att kunna utföra uppdragen.

Kravprofil

Svarar på frågan: Vem söker vi?

När vi vet vilka uppdrag vi har, är det dags att fråga oss vilka personer vi söker för att utföra dem. Vilka egenskaper, erfarenheter eller kunskaper behövs för uppdraget? Det är helt enkelt dags att formulera en kravprofil.

Kravprofilen är den information ni behöver för att hitta rätt person för uppdraget. Gör två spalter för varje uppgift – den vänstra spalten döper ni till "Minimikrav", den högra till "Önskvärt". Skriv ner vilka egenskaper och färdigheter som krävs och vilka som är önskvärda. Minimikrav är sådant som krävs för att kunna utföra uppgiften, önskvärt är sådant som kan vara bra att kunna för att utföra uppgiften ännu lite bättre.

Våga ställa krav! De allra flesta vill hellre göra en insats om deras specifika kompetens eller erfarenhet uppskattas – meningar som "Det är hur enkelt som helst" eller "Det tar ingen tid alls" inspirerar inte volontärer till att utföra uppgifterna. Ett sådant budskap signalerar bara att det inte är en speciellt viktig uppgift.

En tydlig kravprofil är ett viktigt redskap i den planerade rekryteringsprocessen. Den gör det både lättare för er att hitta volontärer som passar för uppdraget, och för volontärer att veta vad som förväntas av dem.

Diskutera:

 **Vilka kunskaper** krävs för uppdraget? Vilka kunskaper är önskvärda?

 **Vilka egenskaper** krävs för uppdraget? Vilka egenskaper är önskvärda?

Till er hjälp:

 **Volontärbyrå**. Lär dig leda volontärer. Handbok i volontärsamordning.

Nästa steg är att faktiskt hitta personerna ni söker för uppdragen. I Volontärbyråns handbok Lär dig leda volontärer kan du läsa mer om rekryteringsbudskap och -kanaler, intresseanmälningar, urvalssamtal och referenser. I nästa avsnitt delar Katarina Djäken på Svenska scoutförbundet med sig av sina erfarenheter från Scouternas satsning på att fördubbla medlemsantalet – innan 2015.

Katarina Djäken på Svenska scoutförbundet: ”Att växa handlar både om att utveckla verksamheten och om att bara kasta sig ut och fråga människor.”

Svenska scoutrörelsen är Sveriges största ungdomsorganisation. Tillsammans samlar de fem scoutförbunden cirka 85 000 medlemmar. Men antalet medlemmar sjunker. Därför har Scouterna tagit fram en gemensam ”Färdplan för framtiden”, som är deras vision om hur organisationen ska utvecklas och stärkas. Katarina Djäken arbetar som konsulent för Svenska scoutförbundet. Hon arbetar praktiskt med att hjälpa lokala scoutkårer att utveckla sin verksamhet, rekrytera ledare och nå ut till fler barn.

”Kvalitetsarbete är en oerhört viktig del av rekrytering. Hur lägger vi upp vår verksamhet? Vilken kultur har vi i scoutkåren? Ett av de första stegen när vi vill bjuda in fler volontärer till oss är att fråga oss: Vad bjuder vi in dem till? Hur är stämningen i vår grupp nu? Förberedelse och planering är viktigt. Men det handlar lika mycket om att faktiskt våga fråga människor. Undersökningar som Nykterhetsrörelsens scoutförbund har gjort visar att så många som 12 procent av vuxna i Sverige skulle kunna tänka sig att bli scoutledare. Men de har ännu inte fått frågan.”

Det saknas inte utmaningar i rekryteringsarbetet. Antalet medlemmar fortsätter att sjunka, även om minskningen har avtagit något. Ännu är man långt ifrån visionen om 200 000 medlemmar – och 2015 närmar sig med stormsteg. Men det finns inspiration.

”Scouterna i England har lyckats vända sin medlemsutveckling. De ökar nu i antalet medlemmar. Och de har gått igenom nästan samma process som vi: moderniserat verksamheten, tagit fram nya aktiviteter och ett nytt program och satsat både på kvalitet och kvantitet.”

Från England kommer också sexstegsmetoden, en praktisk guide för hur man rekryterar vuxna. De första stegen är desamma som beskrivits tidigare i den här skriften. När Katarina Djäken håller workshops för scoutkårer börjar även de med att diskutera vilka behov lokal föreningen har, vilka olika uppgifter som behöver utföras och vad som krävs för att göra det:

”När ni faktiskt börjar fråga människor är det viktigt att tänka på två saker: var tydliga och ärliga med era förväntningar och tänk efter vilka personer ni frågar – och varför. Ett vanligt fel som många gör är att de förminskar uppgiften, eller inte ger någon som helst information om den. ’Kom bara på mötet’ säger de, och när volontären väl kommer visar det sig att det finns massor av oklara förväntningar på vad den ska göra, från att fixa fiket till att sitta i styrelsen. Istället för om man hade sagt: Kom på föräldramötet, och hjälp oss hälsa på föräldrarna när de kommer och ge ett vänligt intryck. Det tar femton minuter och du gör det tillsammans med Lisa.”

Använd ditt eget nätverk för att hitta nya volontärer

”En **genomsnittlig vuxen** svensk känner 850 personer, enligt Statistiska centralbyrån. Säg att cirka tio procent är intresserade av att hjälpa till. Det blir en massa människor som kan engagera sig i er förening. Nu tror ju ingen någonsin på de här siffrorna när jag berättar om dem. Så jag brukar säga: Okej, räkna lågt. Säg att 0,05 procent vill engagera sig hos er. Det blir fortfarande över fyrtio potentiella ledare. Hur många behöver ni i verksamheten?”

Och att människor vill hjälpa till, det är Katarina Djäken helt övertygad om:

”Var positiva och stolta över er förening. Det är en fantastisk möjlighet att engagera sig ideellt. Om du tror på din förening eller din verksamhet så kommer människor du möter också göra det. Här är stämningen i gruppen väldigt viktig.”

”Och då kommer vi tillbaka till början. Fråga er vad det är ni bjuder in till. volontärsamordnare kan du göra mycket för att skapa positiv energi. Det handlar om hur tydlig du som volontärsamordnare är med dina förväntningar och att du är peppande och förlåtande. Använd det som är dina bästa ledaregenskaper, så kommer det smitta av sig. Försök hitta det positiva, och kom ihåg att vara berömmande. Det är egentligen mer effektivt än alla metoder och teorier i världen. Rekrytering, och det ideella arbetet i allmänhet, handlar om möten.”

”Vikten av att bjuda in till något positivt gäller även om ni rekryterar för att det är akut kris i lokalföreningen. Skapa en framtidsplan och vision för det ni vill göra. Att hjälpa till i en verksamhet i kris är inte alltid så inspirerande, men att få frågan om att vara med och hjälpa till att förverkliga idéer inom en verksamhet med visioner – vem kan tacka nej till det?”

Ett av de lättaste sätten att rekrytera människor är faktiskt genom att visa upp verksamheten:

”Bjud in dina vänner när din förening genomför en aktivitet. Be dem hjälpa till med en liten, specifik uppgift. För en scoutkår kanske det handlar om att ha en dag för nya intresserade, där volontärer kan hjälpa till med att hålla i en station eller ansvara för den avslutande korvgrillningen. För andra organisationer kanske det handlar om att hjälpa till på en insamling eller att hjälpa till att organisera ett lokalt kulturevenemang. Huvudsaken är att man utnyttjar allt roligt som föreningen gör, och att se till att du själv eller någon annan som redan är aktiv hjälper till med uppgiften.”

”Det du har vunnit då är inte bara hjälp under den dagen, utan också en chans att ägna flera timmar åt att visa hur inspirerande just er verksamhet är, och hur roligt volontärerna har tillsammans.”

Två andra sätt att involvera volontärer i verksamheten

Ofta när vi diskuterar hur vår organisation eller verksamhet kan växa och utvecklas fokuserar vi på hur vi kan rekrytera fler volontärer. Den planerade rekryteringen är i fokus. Men ibland vänder sig människor direkt till oss, antingen med spontana förfrågningar om hur de kan hjälpa till eller med egna idéer som de vill genomföra inom vår organisation.

Volontärer med egna idéer

Många volontärsamordnare har varit med om situationer där medlemmar eller personer från allmänheten själva har tagit kontakt med oss med en egen idé, som de vill genomföra inom vår organisation.

Om ni redan har genomfört en behovsanalys är det lätt att ta ställning till de nya idéerna. Om idéerna som presenteras stämmer överens med organisationens grundidé och de identifierade behoven, är det bara att säga välkommen till volontärerna i fråga och ta reda på vad de behöver för att komma igång.

Om det är så att de nya idéerna som presenteras stämmer överens med organisationens grundidé, men inte med de identifierade behoven så gäller det att ta ställning till huruvida det ändå är intressant för verksamheten. Vissa organisationer satsar betydande resurser och har väl utvecklade rutiner för hur nya idéer ska kunna förverkligas inom den egna organisationen. Andra fokuserar organisationens resurser på den planerade verksamheten, men öppnar ändå upp för nya idéer men är tydliga med att resurserna för att stödja dessa idéer är begränsade.

Det är fullt möjligt att stötta nya idéer utan att kunna avsätta betydande organisatoriska resurser åt dem. Människor med egna idéer är ofta bra på att själv skapa förutsättningar för att genomföra idéerna. Ibland räcker det att säga:

- **Följ** vår värdegrund
- **Bryt** inte mot lagen
- **Ge oss** inte dålig publicitet
- **Skaffa** finansiering
- **Avrapportera** då och då
- **I övrigt** – kör!

Var uppmuntrande och stöttande! Nya idéer ger ny kraft och energi åt organisationen och hjälper er att bättre uppfylla ert syfte. För volontärer som redan är aktiva hos er är möjligheten att genomföra nya idéer en del av den personliga utvecklingen som är så viktig för människors motivation (Läs mer i Volontärbyråns skrift Drivkrafter).

Spontana förfrågningar

Att medlemmar, som inte tidigare varit aktiva, eller att personer utanför verksamheten kommer och vill göra en insats välkomnas av de flesta organisationer. Att ta emot spontanvolontärer är närbesläktat med den planerade rekryteringsprocessen. Är hemläxan gjord och färdiga uppdragsbeskrivningar finns, kan dessa enkelt presenteras och det blir tydligt och enkelt för de intresserade att se vad som passar dem.

I samband med kriser av olika slag – i närsamhället eller på andra sidan jorden – är det vanligt att människors engagemang ökar drastiskt och många väljer att kanalisera engagemanget genom att kontakta en frivilligorganisation i sin stad för att se vad som kan göras. Därför är det viktigt att ha en grundförberedelse inför

kriser som kan uppstå, såsom översvämningar, naturkatastrofer, krig eller försvunna personer. Genom att i förväg fundera på hur vi kan förbereda oss och ta emot spontanvolontärer står vi väl rustade inför att välkomna de som vill hjälpa till – både långsiktigt eller genom en punktinsats. Vi ger därför några tips om sätt att förbereda sig.

Förbered kit

Många organisationer har insamlingar vid naturkatastrofer eller konflikter som sker utanför Sverige. För de som vill göra något på hemmaplan är det därför ett bra stöd att ha färdiga kit att använda sig av för att kunna samla in pengar, såsom insamlingsbössor, stödmaterial för att arrangera ett evenemang för att samla in pengar eller hur man tillsammans med vänner kan göra en insats.

Om frågan kommer huruvida det är möjligt att genom vår organisation åka till det berörda området för att kunna göra en insats på plats, och den möjligheten inte finns, är det viktigt att fundera på hur vi ändå kan fånga upp det engagemang som väckts i samband med krisen. Finns det något annat som personen i fråga kan göra? Fundera på de möjligheter som finns hos er, går det att skriva en artikel i ert nyhetsbrev, eller finns det verksamheter som passar in på det visade intresset?

Tänk på att kris inte alltid behöver vara synonymt med stora, dramatiska katastrofer. Visst söker sig många till Röda Korset för att hjälpa till när de läser om stora naturkatastrofer. Men det kan lika gärna handla om människor som läser om problemet med mobbning, och söker sig till Friends eller Rädda Barnen. Om media skriver om er organisation eller er sakfråga kan även det leda till spontana förfrågningar. Kit för att väcka opinion eller komma igång med samtal om er sakfråga kan vara ett bra stöd vid sådana förfrågningar. Naturskyddsföreningen tog fram en sådant kit i samband med "Miljövänliga veckan". Syftet var att informera om mängden kemikalier i kaffe och bananer, och att visa hur ekologisk odling gör skillnad för miljön. De hade satt ihop ett kit med ett litet paket ekologiskt kaffe, ett recept på banankaka samt informations- och diskussionsmaterial om användandet av bekämpningsmedel i kaffe och bananer. Detta kit kunde beställas av medlemmar och intresserade utanför organisationen, som ville bjuda hem sina vänner/grannar/kollegor på fika för att diskutera frågan.

Spontana förfrågningar handlar om att människor söker sig till er för att hjälpa till, trots att ni just nu inte sökt dem. Det kan alltså vara en bra idé för alla organisationer att fundera på aktiviteter som intresserade kan göra mellan utbildnings- eller rekryteringstillfällena.

Läs mer om professionalisering

- I **Volontärbyråns** handbok *Lär dig leda volontärer* kan du läsa mer om hur du planerar och genomför rekryteringsprocessen. Handboken kan beställas på www.volontarbyran.org
- På www.scout.se/rekrytering kan du läsa mer om Scouternas rekryteringsmetoder. Sexstegsmetoden hittar du i metodhäftet *Rekrytera Vuxna*.
- På www.volontarbyran.org kan du registrera uppdrag och söka volontärer till just din förening.

Volontärbyråns övriga skrifter

- Drivkrafter:** Att stimulera och stödja ideellt engagemang. En skrift om vad som får oss engagerade.
- Volontärrekrytering:** Behovsanalys, uppdragsbeskrivning och kravprofil – din GPS i volontärsamordningsdjungeln. En skrift om hur vi involverar fler i vår verksamhet.
- Riskhantering:** Hur kan alla känna sig trygga i vår verksamhet? En skrift om att hantera risker.
- Professionalisering:** Förväntningar på volontärer och volontärsamordnare. En skrift om krav och framtidsfrågor.

Volontärrekrytering

**Behovsanalys, uppdragsbeskrivning och kravprofil
– din GPS i volontärsamordningsdjungeln.**

En skrift om hur vi involverar fler i vår verksamhet

Författare – Katarina Bivald, www.katarinabivald.se

Redaktör – Karin Olsson

Stort tack till Kungliga Patriotiska Sällskapet vars stöd möjliggjort denna skrift.

© Volontärbyrån 2010

Om Volontärbyrån

Volontärbyrån är en ideell verksamhet som förmedlar kontakt mellan volontärer som vill engagera sig ideellt och organisationer som behöver volontärer till sin verksamhet på webbplatsen www.volontarbyran.org. Sedan starten 2002 har över 24 000 volontärkontakter förmedlats till drygt 1 000 ideella organisationer över hela Sverige. Utöver volontärförmedling erbjuder vi stöd och utbildning till ideella organisationer inom området volontärsamordning, det vill säga att rekrytera, samordna och leda frivilliga. Volontärbyrån är en del av Forum för Frivilligt Socialt Arbete.