

Frivilliga

- nå dem, engagera dem, håll dem kvar!

Frivilligt på svenska 7.4.2025

Pernilla Howard



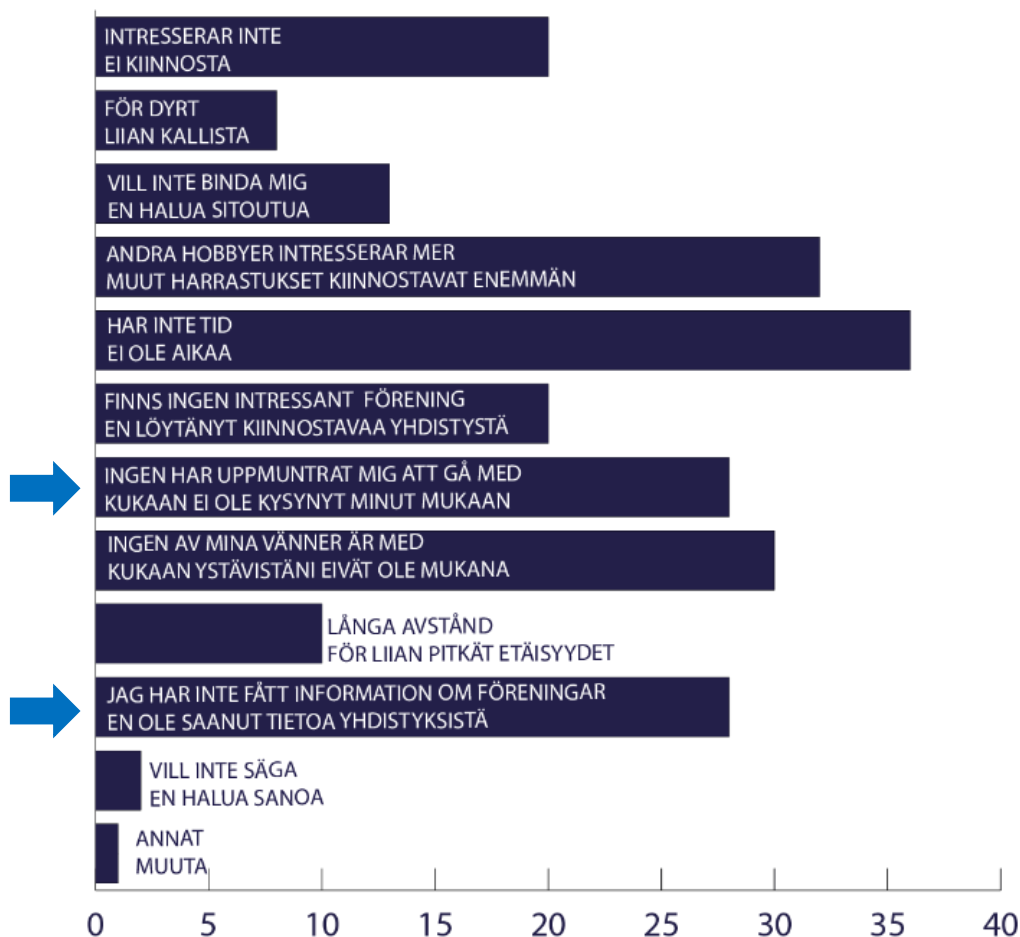
Föreningarnas möjligheter och utmaningar

- Ca. 100 000 registrerade föreningar i Finland (Patent- och registerstyrelsen 2024)
 - Det totala medlemsantalet uppgår till närmare 15 miljoner människor (Kansalaisyhteiskunta 2016)
 - I genomsnitt är man medlem i tre föreningar, och föreningslivet har en viktig funktion för den sociala sammanhållningen bland finlandssvenskarna (Bäck 2008)

Föreningar är extremt viktiga för det sociala kapitalet i Finland, med möjlighet till att motverka ensamhet och uppmuntra till socialt engagemang!

”Varför är du inte med i en förening?”

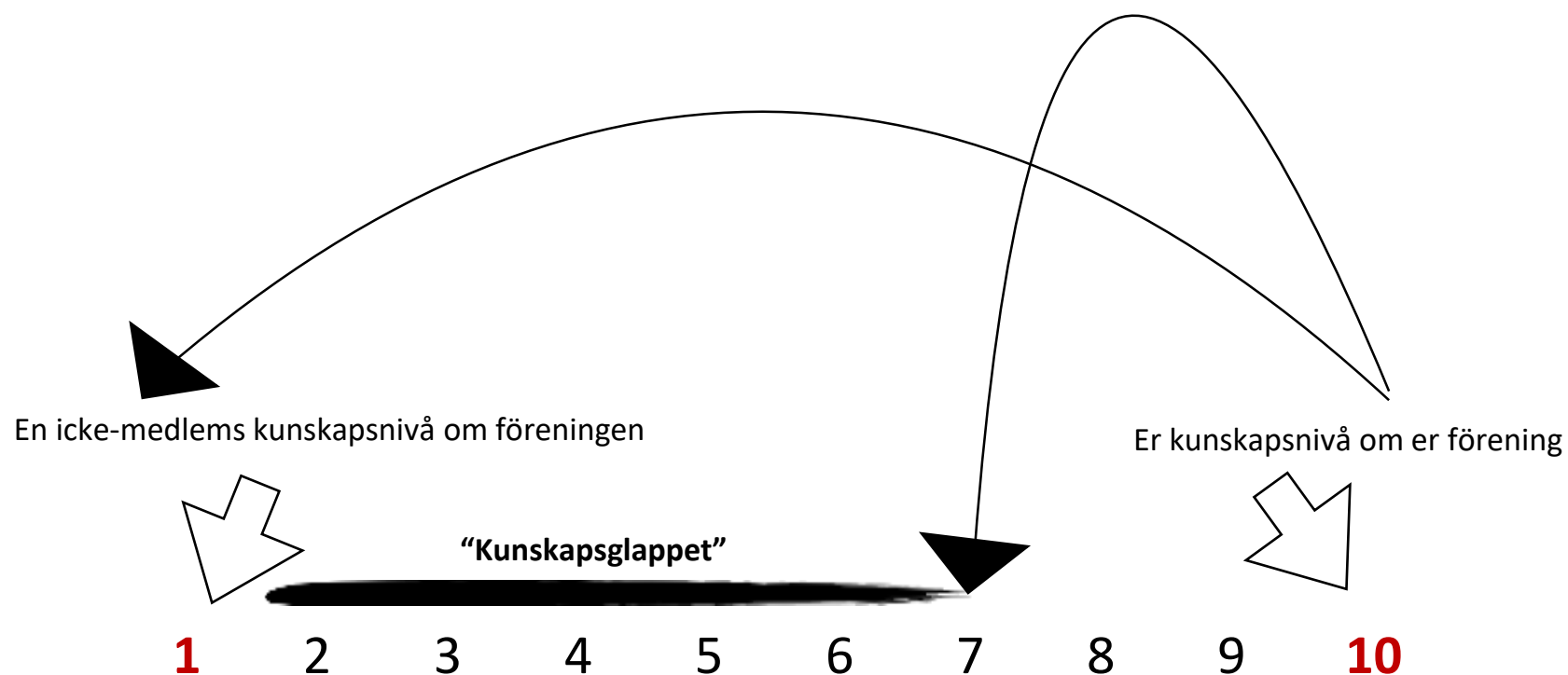
- Enkät inom Leader-projektet *Ung i förening* våren 2022
- 15-25-åringar i Österbotten
- 340 inkomna svar



Det ”sociala arvet” kan höja eller sänka tröskeln.

Föreningens
KOMMUNIKATION
behöver vara tydlig

Kunskapsglappet



Grundläggande information

- VAD gör föreningen?
- VAR finns ni?
- VEM kan jag kontakta vid frågor? HUR ska jag kontakta personen?
- HUR kan jag engagera mig?
- VARFÖR behövs jag?

**Utgå ifrån perspektivet av en nyinflyttad
ortsbo som aldrig hört om föreningen,
men söker ett nytt sammanhang.**

Hur gör min insats skillnad?



Varför engagerar sig människor?

Känsla av mening

Gemenskap och relationer

Utveckling och erkännande



Källa: Tomas Sjöblom 2025

Vad gör er förening unik?



Vilka ord kan ni använda för att beskriva er verksamhet?
Ex. Gemenskap, glädje, ambition, framåtanda osv.

"Man kanske har ord som: Engagerad, Effektiv och Tillgänglig. Trevliga ord. Men vad säger de i praktiken? Det är oklart, och därför behövs det stories som exemplifierar."

(Mattis Heijbel, 2010)

"Berättandet är ett internationellt språk som kan gå över kulturgränser, åldersgränser, religiösa gränser och nationella gränser."

Mattis Heijbel (2010)

GLÄDJE ska genomsyra vår verksamhet.



”I lördags var det äntligen dags för vår efterlängtede stafettävling! Ja, vet ni, det var så roligt att deltagarna inte ville sluta springa när de lämnat över stafettpinnen, så i mål kom alla stafettlöpare i en klunga med breda leenden på läpparna. Tack till alla som var med och förgyllde ungdomarnas veckoslut!”



Hos oss ska alla känna sig SEDDA.



”Här är den. Den vanligaste synen i vår förening. I ur och skur får du ett hjärtligt handslag och ett varmt leende av vår Göran när du stiger över vår tröskel. ’Jag vill bara att alla ska veta att de har sin plats här hos oss’ förklarar han själv enkelt. Tack för gemenskapen du skapar, Göran!”

Storytelling tar oss bakom kulisserna och gör det lättare att relatera till er!

Vi har öppen innebandy i Korsholms innebandycenter på torsdagen den 5.9.2024 kl. 18-19. Välkommen med!



Det luktar svett. Skorna skaver. Håret står på ända. Men vi vaaannn dagens tävlingsmatch!! Jess, vilken känsla. Kajsa hade flyt ikväll! Själv tyckte jag saftpausen var det bästa, då jag vek mig dubbel av skratt medan Johanna som vanligt liverefererade matchen. Vill du också komma med i världens bästa gäng? Bäst på att skratta och dricka saft och lite bra på innebandy också faktiskt.

→ Flickor 12-17 år är välkomna till oss för att testa på innebandy i Korsholms innebandycenter på torsdag 5.9.2024 kl. 18-19!



Visa målgruppen hur deras liv skulle se ut om de gick med i föreningen.

Vem skulle de träffa? Hur skulle de tas emot? Vad skulle de göra?



Uppgiftstips: Värderingar & storytelling

1. Vilka kärnvärden finns i er verksamhet? Välj tre!

Ordmolnet finns till för inspiration, men det är fritt fram att ta fram egna ord.

2. Vilka berättelser ur er vardag för frivilliga ger exempel på när de tre kärnvärdena förverkligas?

Fundera gärna på vilken bild som kunde användas som illustration.



UPPGIFT: Vad kommunicerar era föreningar?

- I grupp, 15 min
- Googla varandras föreningar
- Hittar ni enkelt följande information?
 - VAD gör föreningen?
 - VAR finns föreningen?
 - VEM kan jag kontakta vid frågor? HUR ska jag kontakta personen?
 - HUR kan jag engagera mig? Som deltagare/talkoarbetare
 - VARFÖR behövs jag?

Och... är informationen ATTRAKTIV? Uppfattar ni föreningens atmosfär? Ser ni hur ert liv kunde se ut om ni gick med i föreningen? Märks det vad som gör föreningen unik?



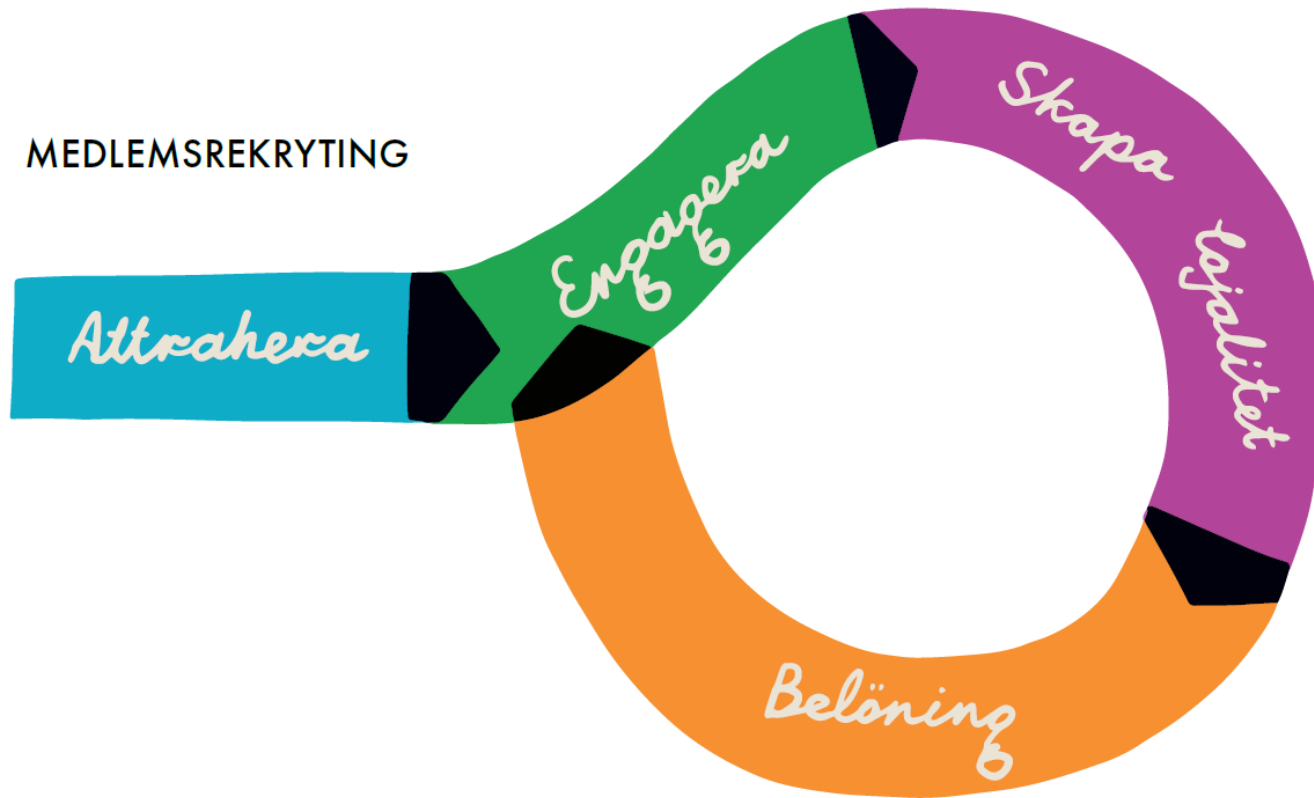
Medlemsrekrytering – en balansgång!

"Jag lyckas inte komma in i gänget. Jag vill också känna mig behövd."



"Ni kväver mig. Det här skulle ju vara roligt, jag ville bara testa."

Medlemshjulet



Medlemshjulet bygger på
Customer Loyalty Life Cycle.

Attrahera



- Var och hur informerar ni om er verksamhet?
 - Kunskapsglappet: var tydlig i er kommunikation (ta ingen information för given)
- Identifiera målgruppen: Vilka vill ni nå? Var finns dessa nya potentiella medlemmar? Där ska ni synas!
 - Fundera på vid vilka evenemang och i vilka lokaler de rör sig, samt vilka (sociala) medier de använder sig av.
 - Gör medvetna val kring kommunikationskanaler
 - Ni vet bäst vad som motiverar! Varför är ni själva med i verksamheten?
- Kan man bekanta sig med föreningen med låg tröskel?
 - Ex. Öppet hus.

Vad händer när någon vill vara med?

- Vem tar man kontakt med/hur tar man kontakt om man vill veta mer/vara med?
- När och hur kan man komma med i verksamheten?
- Vem tar emot nya medlemmar och ser till att de hittar sin plats?
- Vad förväntas av en ny medlem? Vad lovar man sig till?



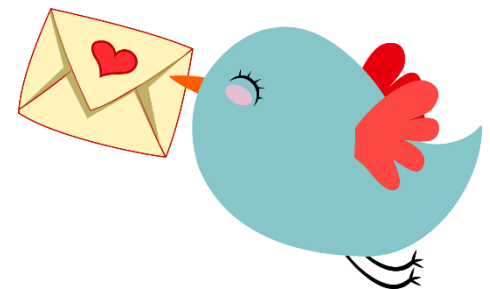
*"Välkommen
närsomhelst!"*

vs.

*"Välkommen på lördag
3.2 till den här adressen.
Jag möter dig där."*

Välkomstbrev

- Färdigställ ett välkomstbrev till nya medlemmar (kom ihåg kunskapsglappet)
 - Er verksamhet
 - Hur kan man bidra?
 - Vad behöver man kunna/veta/ha med sig?
 - Kontaktuppgifter
- Kan ni utse en person/några personer som tar emot nya frivilliga på ett personligt sätt?



Engagera



- Vet ni hur medlemmarna (OBS! Inte endast styrelsen) vill engagera sig?
 - Utgå från den nya medlemmens intressen och möjligheter till engagemang.
- Planera vilka talko- eller punktinsatser som behövs under verksamhetsåret.
- Informera tydligt om vilka insatser som behövs.
 - Exempelvis städning/bakning/snöskottning varje torsdag kl. 18–20 eller plättstekning den 2.4 kl. 10-12.
- Får alla som vill chansen att engagera sig?

Skapa lojalitet



- Känner alla medlemmar till vad föreningen står för och vilka föreningens uppdrag, värderingar och mål är? (Notera att medlemmar ofta är föreningens ansikten utåt)
- Får alla komma till tals, vara med och påverka och säga sin åsikt?
- Informerar ni regelbundet och kommunicerar ni öppet och tydligt?

**Var medveten om den tysta kunskap som
finns i er förening**

Belöning

- Känner medlemmarna sig uppskattade och delaktiga?
- Får medlemmarna känna att de tillhör ett meningsfullt sammanhang?
- Medlemsförmåner
 - Ex. försäkringar, medlemstidningar eller rabatter

*Kom ihåg att säga **tack!** Visa uppskattning för varje insats. Det är lätt att av misstag beklaga sig på att fler inte dök upp än att visa tacksamhet till dem som kom.*

UPPGIFT: Dela med er av era erfarenheter kring rekrytering och medlemsvård!

- Har ni solskenshistorier?
- Finns det fallgropar ni gått i?

Hjälpmedel för föreningar

- FöreningsKICK
 - <https://net.centria.fi/hanke/foreningskick/>
- TALKO Österbotten
 - <https://net.centria.fi/hanke/talko-osterbotten/>
- Föreningsliv för alla
 - <https://net.centria.fi/hanke/foreningsliv-for-alla/>
- Ung i förening
 - <https://net.centria.fi/hanke/ung-i-forening/>



TACK!

Pernilla Howard

pernilla.howard@centria.fi

