

KORTE VERSIE HANDBOEK

de beste
praktijkvoorbeelden

— voor het —

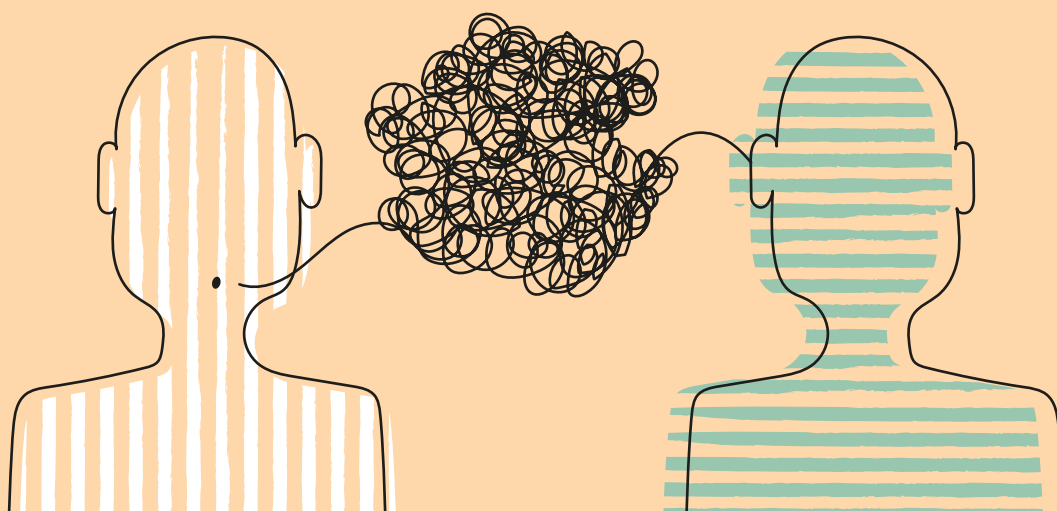
WERVEN

van jonge vrijwilligers

bij

telefonische
hulpdiensten

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union





Europees project



De beste praktijkvoorbeelden voor het werven van jonge vrijwilligers bij telefonische hulpdiensten

Korte versie handboek

2019

ERASMUS + PROGRAMME 2014-2020
Key Action 2 – Cooperation for Innovation and the exchange of good practices –

Strategic Partnership

Project Number : 2016 – 1 – DE02-KA204-003302



De steun van de Europese Commissie voor de productie van deze publicatie vormt geen goedkeuring van de inhoud dat uitsluitend de mening van de auteurs weerspiegelt, en de Commissie kan niet aansprakelijk worden gesteld voor het gebruik van de informatie die erin is vervat.

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

Dieses Projekt wurde mit Unterstützung der Europäischen Kommission finanziert. Die Verantwortung für den Inhalt dieser Veröffentlichung trägt allein der Verfasser; die Kommission haftet nicht für die weitere Verwendung der darin enthaltenen Angaben.



Deze handleiding is in februari 2019 gepubliceerd

Verdere informatie

IFOTES www.ifotes.org

CONTACTEN :

IFOTES Europe e. V., Hagen, Duitsland

[**europa@ifotes.org**](mailto:europa@ifotes.org)

IFOTES, Rolle, Zwitserland

[**info@ifotes.org**](mailto:info@ifotes.org)

de Luisterlijn, Nederland

[**www.deluisterlijn.nl**](http://www.deluisterlijn.nl)



International Federation
of Telephone Emergency
Services



INHOUD

1.	INLEIDING	9
	1.1 Doel van het project	
	1.2 Thema's	
	1.3 Partners	
	1.4 Methodes	
	1.5 Uitkomsten	
2.	BESCHOUWING VAN DE HIER EN NU SITUATIE	11
	2.1 De huidige situatie van vrijwilligers in de hulplijnen	
	2.2 Jongeren in de hulplijnen	
	2.3 Training	
	2.4 Conclusies	
3.	MOTIVATIE VOOR HET WERVEN VAN JONGE VRIJWILLIGERS.	13
	3.1 De voordelen en motivatie voor de hulplijnen om over jonge vrijwilligers te beschikken	
	3.2 De voordelen en motivatie voor de samenleving om over jonge vrijwilligers te beschikken	
	3.3 Voordelen en motivatie voor de jonge vrijwilligers zelf om bij de hulplijnen te werken	
	3.4 De hulplijnen twijfelen aan het rekruteren van jongeren als vrijwilligers	
	3.5 Conclusies	
	3.6 Aanbevelingen	
4.	LOKALE, NATIONALE EN INTERNATIONALE STRATEGIEËN VOOR HET WERVEN VAN JONGE MENSEN.	16
	4.1 Op lokaal niveau	
	4.2 Op nationaal niveau	
	4.3 Op internationaal niveau	
	4.4 Aanbevelingen	
5.	HET GEBRUIK VAN DE VERSCHILLENDE MEDIA EN INTERNET BIJ HET WERVEN	18
	5.1 Het algemeen gebruik van media en internet	
	5.2 Waar zoeken jongeren informatie?	
	5.3 Wat motiveert jonge mensen om vrijwilliger te zijn bij een hulplijn ?	
	5.4 Welke verbeteringen kunnen de hulplijnen aanbrengen?	
	5.5 Samenvatting	
	5.6 Aanbevelingen	
6.	COMMUNICATIE, PROMOTIEACTIVITEITEN EN ANDERE MANIEREN OM JONGE VRIJWILLIGERS TE MOTIVEREN EN TE BETREKKEN	20
	6.1 Methoden motivatie	
	6.2 Uitdagingen	
	6.3 Nuttige activiteiten	
	6.4 Handige tools bij het beleid en de werving	
	6.5 Ondersteuning van jonge mensen in de dienst	
	6.6 Aanbevelingen	
7.	MODELLEN EN CONCEPTEN VOOR BESTE PRAKTIJKVOORBEELDEN BIJ HET WERVEN VAN JONGE VRIJWILLIGERS	22
	7.1 Samenvatting: 5 punten van aanbeveling	
8.	CONCLUSIES	25
	DANK EN DANKBETUIGINGEN	27

1 . INLEIDING

1.1 Doel van het project

Het doel van het YOUTHES-project was om ervaringen uit te wisselen en extra kennis te vergaren door middel van gemeenschappelijke reflectie en uitwisseling van de beste praktijkvoorbeelden voor het werven van jonge vrijwilligers bij de hulpdiensten van partnerorganisaties.

1.2 Thema's

De volgende thema's en doelstellingen werden tijdens de projectontwikkeling onderzocht:

- leeftijdsstructuur in de individuele hulporganisaties : overeenkomsten en verschillen
- analyse van de resultaten en gegevens van de vorige projecten QuaLiS en TESVolSat met betrekking tot de leeftijd en de motivatie van vrijwilligers die werken in de hulpdiensten
- het delen van modellen en ervaringen van de partnerorganisaties met betrekking tot het succesvol werven van jonge vrijwilligers
- training en ondersteuning voor jonge vrijwilligers: specifieke behoeften en kenmerken van de doelgroep
- evenwicht tussen werk en privéleven voor jongere vrijwilligers wat betreft het aantal uren en de duur van hun verbondenheid

1.3 Partners

IFOTES Europe (IE) - Duitsland

SOS Amitié France (SOS) - Frankrijk

Kirkens SOS i Bjørgvin (KIRB) - Noorwegen

Telefono Amico Italia (TAI) - Italië

Magyar Lelki Elsosegely Telefonszolgálatok Szövetsége (LESZ) - Hongarije

Telefonseelsorge (TES) - Oostenrijk

Studio Rucli (SR) - Italië

Palveleva Puhelin (PP) is nu veranderd in Kirkon keskusteluapua - Finland

1.4 Methodes

Tijdens het project hadden de partners zes internationale bijeenkomsten en workshops voor uitwisseling en om strategieën te ontwikkelen voor het werven en het gebruik van verschillende media.

De resultaten zijn gebaseerd op projectworkshops en twee vragenlijsten. De resultaten worden in actuele volgorde gerapporteerd.

YOUTHES Vragenlijst A was voor projectpartners. De vragen betroffen de informatie over het werven van jonge vrijwilligers, de voordelen voor jongeren en voor de hulporganisaties alsook voor de samenleving en het gebruik van media en internet bij het werven. Alle partners hebben de vragenlijst beantwoord met een algemeen beeld van de situatie in 11 Europese landen (Oostenrijk, België, Finland, Frankrijk, Duitsland, Hongarije, Italië, Nederland, Noorwegen, Slovenië en Zwitserland).

JONGEREN Vragenlijst B was voor jongeren in Europa. De vragen hadden betrekking op de motivatie, verbeteringen die nodig waren in de hulplijnen en over het informatie zoeken. De digitale vragenlijst was geopend van december 2017 tot maart 2018. 315 antwoorden werden verkregen uit de 11 hierboven genoemde landen. In totaal behoorde 84% van de respondenten tot de beoogde leeftijdsgroep 20-34 jaar. Een derde was 25-29 jaar oud. Driekwart was vrouw. Bijna de helft van de respondenten waren vrijwilligers in de hulplijnen en 10% was al langer vrijwilliger; 42% was op dat moment niet-vrijwilliger.

1.5 Uitkomsten

De partners hebben een best practice-handleiding ontwikkeld met de resultaten van het project en aanbevelingen voor hulplijnen die de werving van jonge vrijwilligers willen verbeteren door middel van meer gerichte informatie- en trainingsmethoden.

De handleiding is toegankelijk voor alle hulplijnen voor emotionele ondersteuning in Europa en elke andere non-profitorganisatie die jongeren wil werven.

De volledige versie van het handboek is in het Engels en is beschikbaar op de websites van de partners. Er is een samenvatting van de handleiding gemaakt. Dankzij de inzet van de partners en leden van de Internationale Commissie IFOTES, is deze samenvatting vertaald en beschikbaar in de volgende 10 talen:

- Engels
- Duits
- Frans
- Italiaans
- Spaans
- Nederlands
- Sloveens
- Fins
- Noors
- Hongaars

Alle samenvattingen zijn beschikbaar op de IFOTES-website www.ifotes.org en op de websites van de respectieve partners en leden van IFOTES.

Notitie

TES: telefonische hulpdiensten

2 . B E S C H O U W I N G V A N D E H I E R E N N U S I T U A T I E

2.1 De huidige situatie van vrijwilligers in de hulplijnen

De werkgroep begon met een beschrijving van de situatie in Europa aan het begin van het project. Een overzicht van partnerorganisaties (YOUThES_Survey 1_Data from Members) is gemaakt om de situatie in de hulplijnen van Europa op dit moment te laten zien.

De resultaten toonden aan dat vrijwilligers voornamelijk 50-plussers zijn met 77,04% tussen 50 en 79 jaar, en 76% vrouwen.

Deze gegevens bevestigden een duidelijk gebrek aan jonge mensen in de hulplijnen wat leidde tot vragen over de toekomst van de diensten en de sociale impact van deze situatie. Aan het begin van het project besloot de groep om „jongeren“ te definiëren als personen tussen 20 en 34 jaar oud.

2.2 Jongeren in de hulplijnen

Een vragenlijst voor hulplijn-directeuren (YOUThES_Questionnaire A voor leden) hielp om de samenstelling van jongeren verder te verduidelijken. Ze vertegenwoordigen over het algemeen minder dan 5% van de vrijwilligers, zijn vrouw en blijven 1 tot 2 jaar verbonden. Dit is de minimale tijd die de meeste hulplijnen vereisen.

Voor het contacteren, werven, trainen en motiveren van jonge vrijwilligers investeren de hulplijnen 20-30% van hun werktijd en 0-10% van hun budget.

2.3 Training

Specifieke training voor jongeren is niet voorzien, en de meerderheid (18 van de 20) heeft geen specifieke instrumenten voor jonge vrijwilligers. Evenmin zijn er verschillen in de duur van de trainingsperioden voor deze groep, die normaal van 40 tot 120 uur in 3 tot 24 maanden is. Deze lange periode van training wordt beschouwd als een garantie voor kwaliteit, een goede manier om de motivatie van de aspiranten te onderzoeken en een manier om vrijwilligers te krijgen die zich voor langere duur verbinden. Een veeleisende training is bedoeld om mensen goed voor te bereiden op het werk en zich er aan te binden. De hulplijnen zijn niet bereid om de kwaliteit van de training op te offeren om jongeren te rekruteren (YOUThES_Questionnaire A voor leden).

2.4 Conclusies

Door de resultaten uit de enquête (YOUThES_Survey 1_Data from Members) en de vragenlijst (YOUThES_ Questionnaire A_ voor leden) over de lage opbrengsten bij de werving en training van jongeren, leverde de discussies van de groep tijdens de eerste bijeenkomsten veel weerstand om jonge vrijwilligers te werven. De negatieve aspecten leken duidelijker dan de positieve.

Aan het einde van het project was de hele groep echter enthousiast en waardeerde de voordelen van de aanwezigheid van meer jonge mensen veel hoger.

„Eerst komt het denken; vervolgens de organisatie van die gedachten in ideeën en plannen; vervolgens de transformatie van die plannen in realiteit. Het begin, zoals je zult zien, is in je verbeelding.“ Napoleon Hill

3 . MOTIVATIE VOOR HET WERVEN VAN JONGE VRIJWILLIGERS

Een van de eerste vragen aan het begin van dit project was: „Waarom zouden we jonge vrijwilligers rekruteren?“ Traditioneel waren vrijwilligers in de hulplijnen voornamelijk volwassenen en ouderen.

Uit de resultaten van het project bleek echter dat de partners van mening waren dat jonge vrijwilligers veel voordelen bieden voor zowel de hulplijnen en de samenleving als geheel.

3.1 De voordelen en motivatie voor de hulplijnen om over jonge vrijwilligers te beschikken

Brainstorming in projectworkshops leverde de volgende ideeën en meningen op:

- Jonge vrijwilligers geven ons toegang tot nieuwe technologieën.
- Vanwege hun leefsituatie zijn ze flexibeler.
- Ze zijn dynamisch, enthousiast, innovatief en gemotiveerd.
- Jongeren zijn leuker! Daarom is de hulplijn leuker tot vreugde van ons allemaal.
- Ze hebben gretigheid om te verbeteren en te leren. Ze dagen oudere vrijwilligers op een goede manier uit.
- Jonge vrijwilligers hebben connecties met jongeren, zodat ze meer jonge vrijwilligers kunnen werven.
- Ze hebben wederzijds begrip voor de problemen van de jongere generaties.
- Ze spreken dezelfde taal als de jonge bellers, zodat ze uitstekende luisteraars kunnen zijn, vooral voor jonge bellers of chatters.
- Ze hebben recent gestudeerd, zodat ze beschikken over actuele kennis van wat mensen bezighoudt
- Het hebben van jonge vrijwilligers geeft hoop voor het voortbestaan van de hulplijnen in de toekomst. Daarnaast updaten jonge vrijwilligers het imago van de hulplijnen

3.2 De voordelen en motivatie voor de samenleving om over jonge vrijwilligers te beschikken

Wanneer de hulplijnen meer jonge vrijwilligers hebben, is dit van invloed op de hele maatschappij. Door de training en het werk worden jonge vrijwilligers sterker in het omgaan met crisissen en met het aangaan van

uitdagende situaties. Ze worden meer bewust en krijgen meer aandacht voor anderen. Ze kunnen geëngageerde burgers worden hetgeen zich weerspiegelt in hun privé- en werkomgeving. Ze verspreiden het idee dat praten en luisteren kan helpen.

Door als luisteraar te werken, kunnen jonge volwassenen deelnemen aan zelfmoordpreventie. Als er meer jonge luisteraars zijn, kunnen ze meer jonge bellers en chatters aantrekken.

3.3 voordelen en motivatie voor de jonge vrijwilligers zelf om bij de hulplijnen te werken

In het project hebben we één enquête en twee vragenlijsten gemaakt. In vragenlijst B vroegen we jongvolwassenen zelf over het hulplijn werk. Het meest motiverende aspect voor jonge volwassenen om een hulplijnvrijwilliger te zijn, is om anderen te kunnen helpen. In feite waardeerde 96% van de respondenten dit aspect als een «erg belangrijke» of «belangrijke» reden. De jonge volwassenen zoeken niet alleen voordelen voor zichzelf. Ze willen iets geven aan de wereld, aan andere mensen.

Bijna 90% van de respondenten geeft de mogelijkheid van de ontwikkeling van het zelfbewustzijn en de persoonlijke groei aan als «belangrijk» of «heel belangrijk». De luisteraars komen in aanraking met problematiek en ellende waar zij misschien nog nooit van hebben gehoord. Het werk ontwikkelt empathie en volwassenheid.

De kwaliteit van de aangeboden training maakt het ook aantrekkelijk voor jongeren en het staat goed op het CV.

De mogelijkheid om in een groep van erg verschillende leeftijden te werken komt minder voor. Groepen voor hobby's of ander vrijwilligerswerk zijn vaak erg homogeen. De hulplijnen geven de jonge vrijwilligers de mogelijkheid om ervaring te krijgen met het werken met volwassenen en ouderen. Grotere leeftijdsdiversiteit werd door de partners als gunstig beschouwd.

3.4 De hulplijnen twifelen aan het rekruteren van jongeren als vrijwilligers

Aan het begin van dit project waren er twijfels binnen de hulplijnen over het werven van jonge vrijwilligers:

- Jongeren trainen is een investering. Als jonge vrijwilligers kort na de training vertrekken, kan de organisatie zich in de steek gelaten voelen.
- Jonge vrijwilligers hebben misschien niet zoveel met luisteren. Ze zijn bij veel projecten betrokken en een hulplijn is er slechts een van.
- De hulplijn kan betwijfelen of de jonge vrijwilligers wel over voldoende levenservaring beschikken.

3.5 Conclusies

Het YOUTHES-project gaf vele nieuwe inzichten op de motivatie om jonge vrijwilligers te werven. Het grootste obstakel voor het werven van jonge vrijwilligers leek de angst te zijn voor de te snel vertrekkende jonge vrijwilligers. Dit kan worden gezien als een mind setting probleem. Partners stelden vast dat de voordelen van het hebben van jonge vrijwilligers groter waren dan de problemen van hun werving. Er werd ook opgemerkt dat kortdurende projecten meer in raken en dat geldt niet specifiek voor alleen jongeren.

De hulplijnen moeten het beleid van totale anonimiteit van degenen die bij hen werken heroverwegen. Jonge vrijwilligers kunnen hun vrienden vertellen over het vrijwilligerswerk en dit kan weer helpen bij het werven van jonge mensen.

De hulplijnen zouden meer moeten praten over bekwame vrijwilligers als leden van de samenleving en de waarde die dit geeft aan de hele maatschappij. In de workshops werd het belang van bekwame luisteraars in de maatschappij besproken. Vragenlijst B bracht aan het licht dat jongeren anderen behulpzaam willen zijn en door hun ervaring vergroten ze de mogelijkheid dat mensen in het algemeen worden gehoord, zelfs nadat de vrijwilligers de dienst verlaten. Dit is waardevol voor de maatschappij als geheel.

3.6 Aanbevelingen

Het grootste obstakel voor het werven van jonge vrijwilligers leek de angst om ze weer snel te verliezen. De hulplijnen moeten hun denken over het „te vroeg vertrekken“ heroverwegen. De voordelen van jonge vrijwilligers zijn aanzienlijk. Zelfs als jonge vrijwilligers slechts een jaar als luisteraar werken, is het de moeite waard ze te werven en op te leiden.

4. LOKALE, NATIONALE EN INTERNATIONALE STRATEGIEËN VOOR HET WERVEN VAN JONGE MENSEN

De voordelen voor de hulplijnen en de samenleving als geheel bij het werven en opleiden van jonge vrijwilligers zijn aangetoond. Welke strategieën kunnen worden ontwikkeld om ervoor te zorgen dat een balans tussen de generaties binnen de hulplijnen wordt bereikt?

4.1 Op lokaal niveau

- Mentaliteitsverandering om alle betrokkenen (begeleiders, trainers, administraties) bewust te maken van wat er kan worden bereikt: een moderner imago, ervaring/kennis van nieuwe technologieën en sociale media, een dienst waar mensen van alle leeftijden samen kunnen werken aan de hetzelfde doel.
- Communiceren: enquêtes over de behoeften en verwachtingen van jongeren kunnen dienen als basis voor het implementeren van een duidelijke en doelgerichte communicatiestrategie met ondersteuningsmateriaal dat specifiek is gericht op jongeren onder de 35 jaar: aanwezigheid op sociale media, digitale kennis, het regelmatig updaten ervan.
- De impact van mond-tot-mondreclame onder jongeren moet niet worden onderschat.
- Nauwe relaties onderhouden met lokale jongerenorganisaties, scholen, universiteiten.
- Flexibiliteit van de overeenkomsten, het aantal uren aanwezigheid dat nodig is i.v.m. de mogelijkheden van jonge volwassenen met een baan en gezin, alsmede de gebruikte trainingsmethoden.
- Promoot het idee dat het verwerven van luistervaardigheden een levens veranderende ervaring is op persoonlijk en sociaal niveau.

4.2 Op nationaal niveau

Eerst is het aan de directeurs en leden van nationale besturen om overtuigd te zijn van de noodzaak om jonge vrijwilligers te werven en op te leiden om vervolgens veranderingen aan te sturen, beslissingen te nemen en deze uit te voeren.

- Het imago in de nationale communicatie moet inclusief zijn en mensen uit alle lagen van de bevolking en alle leeftijden vertegenwoordigen.

- „Een ambassadeur“ met een positief imago over jongeren moet „het gezicht“ van de organisatie worden, haar vertegenwoordigen op nationale campagnes en haar acties doorgeven op nationale en sociale media.
- De opleiding moet qua inhoud binnen de verschillende hulpposten vergelijkbaar zijn om jonge vrijwilligers in staat te stellen de activiteit binnen de hulplijnen voort te zetten, bij bijvoorbeeld verhuizing.
- Verbindingen met universiteiten of onderzoeksinstituten: studenten in psychologie of sociale studies worden waarschijnlijk aangetrokken door de kwaliteit van de aangeboden opleidingen. Maar ook andere instituten moeten niet over het hoofd worden gezien bij hun opleiding van leiders, etc. van morgen.
- Bij projecten, nationale evenementen en congressen moeten jongeren betrokken worden en er moet rekening worden gehouden met de onderwerpen die voor hen relevant zijn.

4.3 Op internationaal niveau

- IFOTES afgevaardigden moeten rapporteren aan hun nationale federaties en hen informeren over de bevindingen/conclusies van dit project.
- De rol van IFOTES is om haar partners te ondersteunen bij het ontwikkelen van een nieuw perspectief op de betrokkenheid van jonge vrijwilligers.
- Webplatform: IFOTES zou enkele pagina's kunnen reserveren voor jonge vrijwilligers om informatie te verstrekken over haar Europese netwerk (chats, vergaderingen en uitwisselingen tussen luisteraars uit verschillende landen)
- Congressen: IFOTES kan jonge vrijwilligers aanmoedigen om deel te nemen door hen lagere deelnemersvergoedingen en workshops aan te bieden voor onderwerpen die hen specifiek aangaan
- Een lobbycampagne voor de opname van een artikel in het Europees Verdrag tot bescherming van de rechten van de mens waarin wordt gesteld dat gehoord worden een fundamenteel mensenrecht is.
- Het invoeren van een internationale dag van het luisteren in Europa zou het belang van het luisteren in de maatschappij kunnen promoten.

4.4 Aanbevelingen

- Motiveer, overtuig, communiceer op grote schaal en op alle niveaus de voordelen van jongeren voor de samenleving als geheel.
- Gebruik alle nieuwe communicatiemiddelen en sociale media om een modern, inclusief en aantrekkelijk beeld te creëren.
- Verwelkom jonge vrijwilligers en speel in op hun specifieke behoeften en verwachtingen.

5. HET GEBRUIK VAN DE VERSCHILLENDE MEDIA EN INTERNET BIJ HET WERVEN

5.1 Het algemeen gebruik van media en internet

Het project heeft het algemene gebruik van de media en internet binnen de hulplijnen in kaart gebracht bij de werving van jonge vrijwilligers. Uit het onderzoek blijkt dat de praktijk van vandaag vooral gekenmerkt wordt door het vrij statisch gebruik van media en internet en dat er grote verschillen zijn in capaciteit, kennis en motivatie in het gebruik van media en internet om jonge vrijwilligers te werven.

Alle hulplijnen hebben hun eigen websites. Deze websites zijn gemakkelijk te vinden en hebben een informatieve homepage, maar slechts een paar hulplijnen gebruiken de website of Facebook om jongeren te bereiken en om hen aan te moedigen om vrijwilligers te worden. De hulplijnen hebben verschillende manieren om van Facebook naar de website te navigeren over hoe verder aan te melden voor het vrijwilligerswerk. Voor jongeren is het belangrijk dat er eenvoudige en direct beschikbare methoden zijn voor het vinden van informatie over vrijwilligerswerk. Op dit moment biedt slechts de helft van de hulplijnen een online mogelijkheid voor het invullen van aanvraagformulieren.

Wellicht zijn er nog andere redenen voor het weinige gebruik van de media en internet bij de werving van jonge vrijwilligers, maar dit zijn de twee belangrijkste redenen:

- De organisatie heeft niet genoeg kennis en capaciteit
- Bij het in overweging nemen van de investering die nodig is voor training, wil de organisatie zich misschien niet richten op jonge vrijwilligers omdat ze slechts een korte tijd in dienst blijven.

5.2 Waar zoeken jongeren informatie?

Jongeren die informatie zoeken op Google om informatie te vinden over hulplijnen of andere soortgelijke organisaties, gebruiken zoekwoorden. Vragenlijst B stelde de 10 meest relevante sleutelwoorden in een internationale context vast: hulplijn, hulp, vrijwilligerswerk, vrijwilligers, zelfmoord, depressie, anonimiteit, eenzaamheid, crisis, luisteren.

Deze woorden moeten worden geïntegreerd in een strategie voor de werving via Facebook en via de website en moeten worden gebruikt in teksten op de website of op Facebook. Het bewustzijn van deze 'gateway'-strategie kan in sommige hulplijnen sterker zijn en in andere minder sterk.

5.3 Wat motiveert jonge mensen om vrijwilliger te zijn bij een hulplijn ?

Uit vragenlijst B waren er drie factoren die jongeren motiverend vonden: de eerste is om te weten dat ze anderen hulp bieden, dat het vrijwilligerswerk hen goede luisteraars maakt en dat het hen levenservaring biedt die nuttig zal zijn voor hun eigen leven en ontwikkeling. De tweede is de mogelijkheid van een certificaat voor de voltooide opleiding en het voldoen aan de minimumvereiste van deze opleiding. De derde is dat de training en praktische ervaring hen tevens kwalificeert voor het doen van diensten bij andere vestigingen bij verhuizing.

5.4 Welke verbeteringen kunnen de hulplijnen aanbrengen?

De nationale hulplijnen zouden werknemers en/of vrijwilligers in dienst moeten hebben die op een moderne manier met het internet en de media kunnen werken. Idealiter zouden de individuele posten met de lokale en centrale websites geïntegreerd moeten zijn. Er zouden regelmatig nieuwsberichten, actuele gebeurtenissen en informatie over de dienst moeten worden geplaatst. Jongeren wezen erop dat het meest effectief is om emotionele zaken via foto's, korte video's, verhalen of in een combinatie hiervan te communiceren. Voor bezoekers van de website zou het een voordeel zijn om directe interactie met de werknemers en/of vrijwilligers te kunnen hebben.

5.5 Samenvatting

De hulplijnen in Europa hebben in zijn algemeenheid de middelen en hulpmiddelen die nodig zijn om de media en het internet effectief te gebruiken om jonge vrijwilligers te werven. Echter er niet alle hulplijnen zijn in de gelegenheid om het op dit moment ook te doen. Websites en Facebook-pagina's zijn minder flexibel als ze zouden kunnen zijn. Gericht contact met jongeren is bijna afwezig. Er is een aanzienlijk potentieel voor verbetering en er zijn nieuwe manieren ontwikkeld om jongeren via de sociale media te werven. Als startpunt om strategieën te ontwikkelen is het nodig om te weten wat jongeren motiveert om vrijwilliger te zijn.

5.6 Aanbevelingen

1. Maak uw eigen strategisch plan om media en internet te gebruiken om jonge vrijwilligers te werven
2. Laat hetgeen wat jonge mensen motiveert het uitgangspunt zijn.
3. Vind bekwame mensen om het gebruik van sociale media in uw organisatie te stimuleren.

6. COMMUNICATIE, PROMOTIEACTIVITEITEN EN ANDERE MANIEREN OM JONGE VRIJWILLIGERS TE MOTIVEREN EN TE BETREKKEN

Er is een enquête gehouden onder 300 jongeren om uit te zoeken wat aantrekkelijk is voor deze leeftijdsgroep en wat hen inspireert.

De bevindingen van het YOUTES-project benadrukken dat binnen de hulplijnen de motivatie om het aantal jonge vrijwilligers te vergroten een sleutelfactor is om succesvol te zijn.

6.1 Methodes motivatie

De huidige methodes om jonge vrijwilligers werven en te behouden werden onderzocht met de volgende bevindingen:

- De hulplijn moet een geschikte trainingsinhoud hebben om jonge mensen aan te trekken.
- Wat mobiliteit betreft, zou een internationale inhoud van de opleiding het vrijwilligers mogelijk moeten maken om binnen de hulplijn te blijven werken, ook als zij van baan veranderen of een andere verblijfplaats krijgen.
- Overige vaardigheden en talenten van jonge vrijwilligers, andere dan behorende bij het luisteren, worden onderbenut (bijv. Peer-communicatie).

6.2 Uitdagingen

Er zijn speciale uitdagingen met betrekking tot jonge vrijwilligers die speciale oplossingen vereisen:

- langdurig commitment vereist mentale/psychologische ondersteuning
- Gebrek aan tijd betekent nadenken over het verkorten van de wervingsperiode
- Biedt ondersteuning bij verlies van de motivatie van de vrijwilliger

6.3 Nuttige activiteiten

De volgende activiteiten werden genoemd als nuttig voor het werven van jonge vrijwilligers:

- Gebruik van media en persberichten.
- Organiseren van workshops en enquêtes.

- De aanwezigheid op de sociale media met getrainde werknemers die regelmatig updaten.
- Het benutten van de persoonlijke contacten van de vrijwilligers (familie, vrienden en collega's) om te werven.
- Contacten en samenwerking met universiteiten.
- Gebruik maken van vrijwilligerswerk als een mogelijkheid voor studenten om hun luistervaardigheden te leren en te ontwikkelen.
- De aanwezigheid op festivals, tentoonstellingen en speciale evenementen zoals World Mental Health Day.
- Video's en interviews met beroemdheden, jonge luisteraars en bellers.

6.4 Strumenti utili nel reclutamento e nelle politiche dei TES

- Wervingscampagnes met origineel ontwikkeld materiaal gelijktijdig via alle mogelijke communicatiekanalen.
- Gebruik van kernwoorden in plaats van lange en gecompliceerde teksten voor werving en „inbedding“ van deze woorden in artikelen en interviews.
- Ontwikkelen van samenwerking met andere ngo's, bedrijven en lokale en nationale organisaties
- Online toegang voor aspiranten voor trainingsmodules en vrijwilligerswerk in afwachting van selectie.

6.5 Ondersteuning van jonge mensen in de dienst

- Het creëren van een goede en open sfeer in de locatie.
- Het geven van speciale aandacht aan jonge vrijwilligers door professionele bestuurders, supervisors en hulpverleners.
- Aanpassen van hun diensturen of zelfs minder uren.
- Betalen voor bepaalde luisterdiensten, bijvoorbeeld 's nachts of tijdens vakanties.
- Uitnodigen van deskundigen (psychologische) of bekende sprekers.

6.6 Aanbevelingen

- Een gemeenschappelijk trainingsprogramma dat uitwisseling tussen locaties mogelijk maakt.
- De mogelijkheid om uit verschillende taken te kiezen, andere dan luisteren.
- Meer zichtbaarheid en aanwezigheid op de sociale media.

7. MODELLEN EN CONCEPTEN VOOR BESTE PRAKTIJKVOORBEEDEN BIJ HET WERVEN VAN JONGE VRIJWILLIGERS

Motivatie van het personeel, zowel het leidinggevend personeel als de andere vrijwilligers, vormt de basis voor een succesvolle werving van jonge vrijwilligers. Als directeuren, managers en degenen die werven overtuigd zijn van de waarde van de jongeren, wordt de eerste stap gezet.

De volgende stap is om de organisatie bekend te maken bij jongeren en om reclame te maken voor de voordelen van het werken bij een hulplijn. Dit biedt jongeren de kans om anderen te helpen, een nuttig lid van de samenleving te zijn en de mogelijkheid voor persoonlijke groei en het opdoen van levenservaring. Het certificaat dat aangeeft dat ze goed opgeleide luisteraars zijn met een bepaalde duurzaamheid. Naast traditionele communicatiemiddelen en -kanalen is het belangrijk om sociale media te gebruiken om jongeren te bereiken.

Op dit moment zijn de website's, Facebook en mond op mond reclame de top drie. Het is belangrijk om op de hoogte te zijn en blijven van de favoriete communicatiemiddelen van de doelgroep. Het doel moet zijn om jongeren te ontmoeten daar waar ze hun tijd doorbrengen (bijvoorbeeld op internet), om nuttige en interessante informatie over de organisatie te geven en hen uit te nodigen om op een gemakkelijke manier contact te leggen. Een voorwaarde voor dit alles is dat de organisatie over voldoende vaardigheden beschikt om internet effectief te gebruiken of over de middelen om iemand hiervoor in dienst te nemen.

Het is niet alleen internet waar jongeren te vinden zijn. Persoonlijk contact is nog steeds belangrijk. Contact opnemen met scholen en universiteiten is ook een optie.

Structurele aanpassingen/veranderingen in de organisatie kunnen ook nodig zijn. Het kan nodig zijn om over oude regels en gewoonten na te denken en deze te veranderen, bijvoorbeeld de contractduur, anonimiteit, gebruikelijke manieren van werven en de training. Met betrekking tot mobiliteit zou het ook mogelijk moeten zijn om van de ene naar de andere post te gaan.

De partners zijn van mening dat jonge mensen bereid zijn langer te blijven of later terug te komen als ze zich goed voelen in de organisatie. Goede training trekt hen aan en training mag niet stoppen na de basistraining.

Een ander belangrijk aspect is dat de jongeren moeten integreren in de organisatie. Ze zouden centraal in de organisatie moeten staan en niet aan de rand. Aandacht voor hen en voor hun talenten bevordert van hun commitment.

7.1. Samenvatting: 5 punten van aanbeveling

01 MOTIVEER HET PERSONEEL OM DE WAARDE VAN JONGE VRIJWILLIGERS HOOG IN TE SCHATTEN!

- Gebruik verschillende manieren om te motiveren: workshops, discussie op lokaal en nationaal niveau en met vrijwilligers, personeel en organisatie
- Denkwijze veranderen: wees niet bang dat jonge mensen te snel weer weggaan

02 MAAK DE HULPLIJNEN BEKEND BIJ JONGEREN!

- Betrek experts om een strategisch communicatieplan te ontwikkelen
- Gebruik moderne communicatiekanalen
- Krijg toegang tot persoonlijke contact met jongeren via scholen, universiteiten en nationale en lokale evenementen

03 DENK NA OVER EN PAS REGELS, GEWOONTEN EN MANIEREN VAN WERVEN AAN!

- Mobiliteit: geeft getrainde vrijwilligers het recht om in elke locatie van uw organisatie te werken, zelfs in het buitenland
- Integreer jonge vrijwilligers in de organisatie en geef hun verantwoordelijkheden
- Heb achting voor en bevorder de talenten van jongeren
- Heroverweeg de anonimiteit van werken. Laat jonge vrijwilligers vertellen over hun inzet om mensen te helpen
- Vraag nieuwe vrijwilligers om akkoord te gaan met een verbintenis van minimaal een jaar

04 DRAAG BIJ AAN DE MOTIVATIE VAN JONGE VRIJWILLIGERS!

- Bied kwaliteit, aantrekkelijke en gecertificeerde trainingen
- Benadruk de voordelen van persoonlijke groei en levenservaring
- Geef jonge vrijwilligers de kans om deel uit te maken van een internationale gemeenschap (IFOTES)

05 DEEL HET BELANG VAN HET KUNNEN LUISTEREN IN DE MAATSCHAPPIJ!

- Ontwikkel methoden om te laten zien hoe het goed kunnen luisteren toegewijde burgers kan maken en kan bijdragen aan de geestelijke en sociale gezondheid.

8 . CONCLUSIES

Het YOUTHES-project gaf veel nieuwe perspectieven voor het werven van jonge vrijwilligers. In het begin erkenden sommige partners de behoefte aan jonge vrijwilligers, maar andere betwijfelden zelfs dat. Tijdens het project hadden we veel workshops, een enquête en twee vragenlijsten. Aan het einde van het project werden de voordelen die jonge volwassenen met zich mee brengen onderkend door de partners.

Desalniettemin zijn er enkele weerstanden om te overwinnen en problemen die moeten worden opgelost. Het grootste obstakel voor het werven van jonge vrijwilligers leek de relatief korte tijd dat de jonge vrijwilligers zich verbinden. De hulplijnen zijn gewend aan de situatie waarin vrijwilligers zich tientallen jaren verbinden als luisteraars. Dit is vooral te zien als een mindset-probleem. Als jonge vrijwilligers zo veel voordelen brengen, moet dit probleem niet moeilijk op te lossen zijn. De nieuwe vrijwilligers kunnen bijvoorbeeld een toezegging doen om minstens een jaar als luisteraar te werken.

De hulplijnen trainen jonge vrijwilligers om luisteraars te zijn en om te chatten, maar ze worden ook betere luisteraars in hun dagelijks leven erbuiten. Ze vergroten de mogelijkheid dat mensen naar elkaar luisteren en begrijpen dat praten in tijden van tegenspoed kan helpen. Deze aspecten zijn belangrijk voor de hele maatschappij. Jonge vrijwilligers werden gevraagd hoe zij vrijwilligerswerk zagen in de rol van luisteraar. De resultaten waren eye-opening. Van tevoren werd gedacht dat jonge vrijwilligers vooral werden gemotiveerd door voordelen voor zichzelf te krijgen, zoals kwaliteitstraining en nuttige aanbevelingen op een C.V. Het belangrijkste aspect voor jonge vrijwilligers was echter de mogelijkheid om anderen te helpen en het gevoel behulpzaam te zijn.

Hun motivatie komt meer vanuit henzelf dan van tevoren werd gedacht.

DANK EN DANKBETUIGINGEN

Vrijwilligers en professionals die hebben bijgedragen aan de projectontwikkeling:

IFOTES Europe: Stefan Schumacher (Duitsland), Michael Grundhoff (Duitsland), Tina Duvivier (Frankrijk), Marianne Maas (België), Jaap Jakobs (Nederland), Samikannu Peter Jeganatha Pillai (Spanje), Milena Jelen (Slovenië), Sonja Karrer (Zwitserland), Susanna Winter (Finland), Dirk Meyer (Duitsland), Ben De la Mar (Nederland).

SOS Amitié Frankrijk: Renée Cheval, Arnaud D’Avezac, Pierre Gutzwiller (Frankrijk)

Kirkens SOS i Bjørgvin: Leif Jarle Theis (Noorwegen)

Telefono Amico Italia: Monica Petra (Italië)

LESZ: Eva Brandisz, Melinda Medgyaszai, Attila Adam (Hongarije)

Telefonseelsorge Austria: Astrid Hoepferger (Oostenrijk)

Studio Rucli: Diana Rucli, Elena Misdariis (Italië)

Palveleva puhelin/Kirkon keskusteluapua: Titi Gavert (Finland)

Europese landen waar het project werd uitgevoerd en de betrokken hulplijnorganisaties:

Oostenrijk: **Telefonseelsorge** - www.telefonseelsorge.at

België: Fédération des Centres de Télé-Accueil de Belgique - www.tele-accueil.be; Federatie van Tele-Onthaaldiensten - www.tele-onthaal.be; Telefonhilfe - Anonyme Lebenshilfe - www.telefonhilfe.be

Finland: Palveleva puhelin/Kirkon keskusteluapua - www.kirkonkeskusteluapua.fi; FAMH/Kriisipuhelin - www.mielenterveysseura.fi

Frankrijk: SOS Amitié - www.sos-amitie.com

Duitsland: IFOTES Europe e.V. - www.ifotes.org/en/ifotes-europe; Katholische Konferenz für Telefonseelsorge www.telefonseelsorge.de; Evangelische Konferenz für Telefonseelsorge - www.telefonseelsorge.de

Hongarije: Magyar Lelki Elsősegély Telefonszolgálatok Szövetsége (LESZ) - <https://sos116-123.hu>

Italië: Telefono Amico Italia - www2.telefonoamico.it; Studio Rucli – www.studiorucli.it; ARTESS – Association for Research and Training on Emotional Support Skills – www.art-ess.org

Nederland: Sensoor/deLuisterlijn - www.deluisterlijn.nl

Noorwegen: Kirkens SOS I Norge - www.kirkens-sos.no

Slovenië: **Association of Slovenian TES** - www.telefon-samarijan.si

Spanje: **Teléfono de la Esperanza** - www.telefonodelaesperanza.org

Zwitserland: **IFOTES - International Federation Of Telephone Emergency Services** – www.ifotes.org; Die Dargebotene Hand/La Main Tendue/Telefono Amico - www.143.ch

