



UNGE MULIGHEDER

– EN ANTOLOGI OM UNGE FRIVILLIGES MULIGHEDER I EN ULIGE UNGDOMSKULTUR

Redigering ▶ **Charlotte Juul Thomsen**

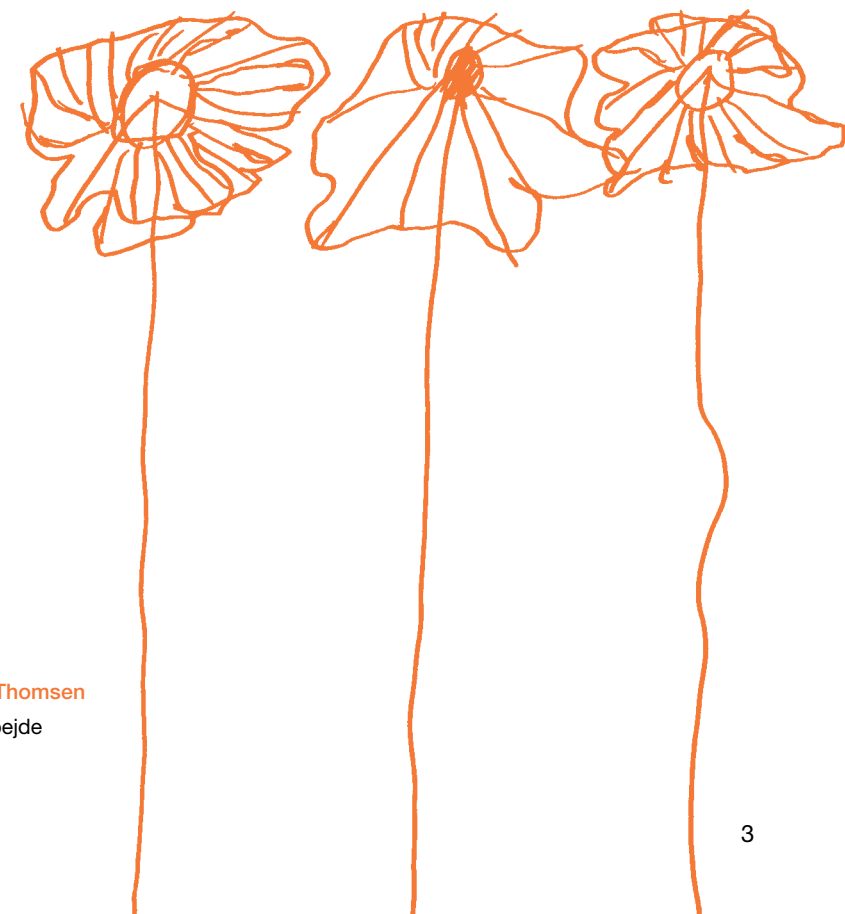
Forlag ▶ **Center for frivilligt socialt arbejde**

ISBN ▶ 87-90440-32-3

Design og layout ▶ **Glad Design**, www.gladdesign.dk

Tryk ▶ **Eks-skolens Trykkeri Aps**

UNGE MULIGHEDER



Redigering ▶ Charlotte Juul Thomsen
Center for frivilligt socialt arbejde
August 2013



INDHOLD

- 6 » Forord
- 8 » Indledning
- 12 » Mogens W. Brolin & Martin B. Brolin, Leder For En Dag projektet i Furesø
En introduktion for gymnasieelever til ledelse og frivilligt arbejde
- 26 » Rillo Rud, Ventilen. *Ventilen er summen af sine frivillige*
- 36 » Maya Bram Sommer, Grænseforeningens Kulturambassadører
Frivilligerfaringer fra Grænseforeningens kultur mødeambassadørprojekt
- 50 » Anne Sandbeck & Mathias Lysholm Faaborg,
Det Danske Spejderkorps – livslang læring og ansvar
- 62 » Sigrid Solberg Vestergaard, Vedvarende Energi
Frivillige banede vejen for generationsskifte
- 70 » Lars Feldvoss, DFUNK
At skabe sit eget – tilblivelsen af en ny ungdomsorganisation
- 80 » Frederik von Sperling, DGI Underground
Indvandrerne er fremtidens frivillige
- 88 » Claes Horne Kjældgaard, Ungdommens Røde Kors (URK)
*Med mere mangfoldighed kan vi gøre det bedre
– tre eksempler på nytænkning af frivillignetværk*
- 98 » Marie Tolstrup Rasmussen, Frivilligjob.dk
Mød de unge, hvor de er – om online-rekruttering af frivillige
- 106 » Rune Nordstrøm Pedersen, Operation Dagsværk
Operation Dagsværk
- 118 » Margrethe Thise Ankler, AIDS-Fondet
Det er sjovt at være klædt ud som en ko

FORORD

Gennem elleve artikler giver denne antologi mulighed for 'at kigge ind ad vinduet' til vidt forskellige organisationer og foreninger i Danmark. Frivillige organisationer og foreninger, hvor unge frivillige udfolder deres muligheder i en ulige ungdomskultur. For der er plads til dem alle – både de ressourcestærke unge såvel som de unge, der har fået prædikatet 'ressourcesvage'. Alle har de noget at byde på. Bogen er tænkt som inspiration til foreninger og organisationer, der gerne vil blive bedre til at inddrage unge frivillige, og som ny inspiration til de foreninger og organisationer, der allerede er i gang med ungdomsarbejdet. Bogen emmer nemlig også af idéer til nytænkning af aktiviteter, rekruttering og frivillignetværk.

Titlen 'Unge M-Uligheder' forsøger med sit ordspil mellem muligheder og uligheder at favne fænomenet unge i to sigende udsagn. Der siges mangt og meget om ungdomskulturen i dag. Blot det at sætte alder på ungdommen er vanskeligt. I dag kan du sagtens være halvtreds år og i gang med en ungdomsuddannelse. At tale om ungdommen i bestemt form er egentlig også en misforståelse, for unge er meget forskellige. De udgør en mængde af ulige individer: Mange af dem er i gang med en uddannelse, mens andre af dem ikke er, nogle arbejder, andre gør ikke, nogle dyrker sport, andre vil hellere surfe på internettet, mange af dem udviser stort samfundssind, enkelte har nok i sig selv, nogle har masser af venner, andre er ensomme, nogles forældre er meget rige, andres forældre ejer ingenting. Nogle har endda tilbragt hele barndommen tvangsfjernet fra forældrene. Diversiteten er snarere reglen end undtagelsen, når man anskuer begrebet ungdomskultur. Det er således hverken i forhold til alder, egenskaber eller livsvilkår til at sige noget entydigt om unge mennesker. Det samme afspejler sig også i bogens artikler. Her er tale om unge frivillige primært i alderen 15-35 år. Blandt de elleve artikler finder du organisationer og foreninger, der går efter de absolut bedste individer, inden for aldersgruppen. Men du finder også én enkelt organisation, der omdanner 'rødder' til frivillige, og en anden organisation, hvor det er et succeskriterium, at den, der engang var 'bruger', en dag vender tilbage som frivillig. Bogen skulle gerne give dig inspiration og indsigt i alle de **muligheder**, der er findes i en ungdomskultur præget af **uligheder**. Vi har inviteret skribenter fra udvalgte frivillige organisationer inden for kultur, idræt, fritid, socialt arbejde og indvandrer/politik.

Idéen til antologien udspringer af krydsfeltet mellem unge frivillige og frivillige foreninger og organisationer. I 2010 blev det tværministerielle initiativ Projekt Frivillig lanceret på de danske ungdomsuddannelser. Initiativet har til formål:

- » At de unge kender til og benytter sig af tilbuddet om et forløb med frivilligt arbejde.
- » At de unge tilkendegiver, at forløbene har øget deres kendskab til det frivillige arbejde, og at de unge har erhvervet sig personlige og/eller faglige kompetencer.

- » At de frivillige foreninger på længere sigt får øget rekrutteringen og kontakten til målgruppen af unge samt oplever en stigning i antallet af unge, der udfører frivilligt arbejde.

Baggrunden for initiativet er Frivillighedsundersøgelsen fra 2006, der viste, at 29 % af de 16-25 årige udførte frivilligt arbejde. Men hvad så med de resterende 71 %? Grunden til, at de ikke udførte frivilligt arbejde, viste sig at være, at ingen nogensinde havde opfordret dem. Med Projekt Frivillig har de siden fået en direkte opfordring.

I de første år var den største udfordring i Projekt Frivillig at finde frivillige job til de unge hos foreninger og organisationer. De unge ville gerne, men det var svært, billedligt talt, at åbne dørene til foreningerne. Ikke til alle foreninger, men en hel del. Forklaringerne hertil kan være mange: tid, ressourcer, medieskabte myter om unge og helt basalt: hvordan gør man.

Personligt har jeg mødt kommentarer fra foreninger og organisationer såsom: 'Kan man regne med dem, hvad kan man overhovedet sætte dem til, vi har intet at bruge unge til i vores forening, vi er ikke interesseret i, at de kommer her og laver det hele om'.

At man ikke umiddelbart kan få øje på, hvad unge kan bidrage med i foreningen eller organisationen, er en ærlig sag. Det kræver sommetider input for at kunne skabe output. Alle kan have behov for at blive inspireret, både de organisationer, der i forvejen har mange unge frivillige såvel som foreninger, der gerne vil, men ikke kan se, hvordan det skal gribes an. I mødet med diverse foreninger har jeg oplevet, at mine beretninger om, hvordan andre organisationer og foreninger griber unge-arbejdet an, egentlig giver den bedste inspiration til at gå ud og gøre ligeså. Antologien er således et inspirationsværk og ikke en håndbog.

Samlet tegner antologiens elleve artikler et billede af unge frivillige, som nogle man kan stille høje krav og overdrage et stort ansvar til. Unge, der sprudler af idéer og vilje til vækst og udvikling, hvis de får rammer for medindflydelse og inddragelse. Der tegner sig også et billede af organisationer og foreninger, der gerne bruger tid og ressourcer på at kompetenceudvikle unge frivillige. Ikke blot for egen vindings skyld, men i lige så høj grad af hensyn til de unges videre færden i livet. Foreninger og organisationer er ikke bange for at give unge mennesker 'noget med på vejen'. Det flyder med gensidig generøsitet, respekt og rummelighed. I virkeligheden er det måske nøglen til succeserne.

Charlotte Juul Thomsen, koordinator for Landssekretariatet Projekt Frivillig
Center for frivilligt socialt arbejde
Odense, august 2013

INDLEDNING

Kan man instruere andre i noget, som man ikke selv mestrer - eks. volleyball, hvis man ikke selv kan håndtere en bold? Ja, for det er ikke et spørgsmål om kompetencer, men derimod om den rette indstilling. Mogens W. Brolin og Martin B. Brolin har gennem årene rekrutteret flere hundrede gymnasieelever. Gennem et kort og intensivt coachingprogram giver Brolinbrødrene eleverne redskaber til at træde i karakter som coaches for deres eget kidsvolley team – uden de vel at mærke nogensinde selv har spillet volleyball! Artiklen handler om, hvordan man rekrutterer Danmarks måske travleste unge, gymnasieeleverne, hvordan det kan lykkes at få dem til at vælge at være frivillige i en verden fyldt med fristelser og andre muligheder, og hvordan man får skolens og lærernes opbakning og samtidig skaffer nye medlemmer til klubben gennem 'En introduktion for gymnasieelever til ledelse og frivilligt arbejde'.

I artiklen 'Ventilen er summen af sine frivillige' giver Rillo Snerup Rud en indføring i Ventilens frivilligpolitik. Ventilen er en organisation, hvor ressourcestærke unge hjælper ensomme unge. Ventilen går efter de bedste unge frivillige. De optages som frivillige gennem en forudgående 'jobsamtale'. Her stilles krav. Her udstikkes tydelige regler for adfærd. Og hvis den unge ikke lever op til dette, indledes proceduren for 'afskedigelse' af den frivillige. Ventilen nyder stor søgning af nye unge frivillige.

Maya Bram Sommer, der er projektleder for Grænseforeningens Kulturambassadører, deler i sin artikel ud af erfaringerne med etablering og drift af et nationalt korps bestående af unge frivillige med vidt forskellige kulturbaggrunde. Det var fra begyndelsen ikke nogen nem opgave. Artiklen 'Frivilligerfaringer fra Grænseforeningens kulturambassadørprojekt' giver konkrete eksempler på rekruttering, og hvordan man kan skabe sammenhængskraft, fastholdelse og motivation i et team af unge frivillige, som er geografisk spredt over hele landet.

Livslang læring og ansvar er et gennemgående tema i Anne Sandbeck og Mathias Lyholm Faaborgs artikel, der gennemgår Det Danske Spejderkorps' formål, værdier, principper og bevægelsen fra medlem til frivillig. Artiklen 'Det Danske Spejderkorps – livslang læring og ansvar' gennemgår det ansvar og samfundsengagement, der opdyrkes i medlemmer og frivillige gennem metoder, værktøjer og oplevelser. Anne og Mathias beskriver de uddannelses- og udviklingstilbud, DDS har til unge frivillige. Ikke blot til gavn for organisationen selv, men i lige så høj grad til gavn for de unge frivilliges videre færden i livet, arbejdslivet og i samfundet.

Organisationen Vedvarende Energi havde i vinteren 2012 en primær medlemsskare i alderen 50+. I dag har organisationen 60 unge frivillige, en veletableret ungdomsafdeling – og et prisvindende ungdomsprojekt bag sig. Sigrid Soelberg Vestergaards artikel er succesfortællingen om, hvordan 'Frivillige banede vejen for generationsskifte' i en dansk NGO.

Lars Feldvoss går i artiklen 'At skabe sit eget – tilblivelsen af en ny ungdomsorganisation' skridtet videre. Lars har været med lige fra begyndelsen, hvor en gruppe unge frivillige fik idéen på Dansk Flygtningehjælps årsmøde til udvikling og etablering gennem de seneste fire år. Her er altså tale om dannelsen af en helt ny ungdomsorganisation. Pionerånden, begejstringen har endnu ikke lagt sig. Dette er fortællingen om, hvor overvældende meget unge har at bidrage med. Artiklen er slutteligt krydret med refleksioner over en polariseret ungdomskulturs muligheder inden for frivillighed: De ressourcestærke kan og vil, men det kræver en særlig indsats at få den gruppe af unge med, der ikke hører til 'kernesegmentet' af unge frivillige.

De unge, der typisk falder uden for hovedgruppen af unge frivillige, de ressourcestærke unge, samler Frederik von Sperling op i DGI Underground. Hos de såkaldte ressource svage unge, dem uden vilje til samfundsengagement og frivillighed, handler det om en attitudebåret tilgang til frivilligheden. For de har nemlig masser af ressourcer og et kæmpe samfundsengagement. Frederik beskriver i artiklen 'Indvanderne er fremtidens frivillige' DGI Undergrounds aktiviteter på gadeplan, væk fra de faste organisatoriske rammer og ind i et multikulturelt fællesskab.

'Med mere mangfoldighed kan vi gøre det bedre', er budskabet i Claes Horne Kjældgaards artikel, der gennem tre cases beretter om, hvordan Ungdommens Røde Kors (URK) har udvidet skaren af frivillige – vel at mærke nogle helt andre typer frivillige end URK's primærgruppe af frivillige:

Kvinde, 21-28 år, bosiddende i en af landets fem største byer og studerende på længere videregående uddannelse. Artiklen viser, hvordan man kan sætte sig udover 'rekruttering i eget billede', og hvordan en mangfoldig skare af frivillige gavner både organisation, aktiviteter og brugere.

Unge af i dag lever om ikke i en anden verden, så i en online-verden, hvor de kan finde svar og oplysninger om alt muligt – herunder også frivilligt arbejde. En traditionel rekrutteringsmetode er den personlige kontakt, ansigt-til-ansigt. Det kan være svært, hvis man ikke har nogle unge i sin nærmeste omverden. Og det viser sig heldigvis heller ikke nødvendigt, for gennem Danmarks største jobportal for frivilligt arbejde – Frivilligjob.dk (og Projektfrivillig.dk) – kan du møde de unge, hvor de er, nemlig online. Marie Tolstrup Rasmussen sætter i sin artikel 'Mød de unge, hvor de er – om online-rekruttering af frivillige' tal på de unges søgning på nettet efter frivilligt arbejde, og hun giver gode råd til, hvordan man rekrutterer nye unge frivillige via internettet.

Operation Dagsværk er en organisation, som næsten alle kender for 'Dagsværksdagen', hvor 20.-30.000 elever på ungdomsuddannelserne leverer et dagsværk. Men denne dag er blot kulminationen på et helt års forberedelse. Operation Dagsværk har en helt særlig organisationsstruktur, hvis formål er at give optimalt ansvar og selvbestemmelse til de ca. 1.800 unge frivillige, der gennemfører kampagnen på ungdomsuddannelserne. Rune Nordstrøm Pedersen beretter i sin

artikel 'Operation Dagsværk' om, hvordan man med et klart defineret mål, kan sikre unge frivillige en høj grad af autonomi. Hvor meget ansvar de kan løfte, hvordan de unges engagement vokser i takt med ansvar og indflydelse, og ikke mindst udfordringer og fordele ved en organisation, der praktisk talt opstår på ny hvert år gennem helt nye frivillige.

Eventfrivillige er et fænomen, som AIDS-Fondet har rigtig gode erfaringer med. Hvert år rekrutterer AIDS-Fondet hundredevis af unge frivillige gennem ungdomsuddannelserne til at gennemføre kampagnen 'Humor mod Aids'. I artiklen 'Det er sjovt at være klædt ud som en ko' beskriver Margrethe Thise Ankler, hvordan AIDS-Fondet arbejder med eventfrivillige, og hvilke tanker AIDS-Fondet gør sig med hensyn til inddragelse af eventfrivillige. Artiklen giver et indblik i den gejst, der tilføres fra frivillige, der blot tangerer organisationen en kort stund.

God læselyst og inspiration!



LEDER FOR EN DAG

En introduktion for gymnasieelever
til ledelse og frivilligt arbejde

Mogens W. Brolin & Martin B. Brolin

BAGGRUND

I 2005 ønsker Farum Volleyball klub at etablere en kidsvolley skoleturnering med det formål at styrke rekrutteringen af 8-12-årige. Martin påtager sig som frivillig kidsvolleytræner ansvaret for opgaven. Stævnet afvikles første gang i 2006, hvor femhundrede elever underholdes. I 2010 stod vi med ansvaret for fem årgange fra samtlige af Furesø kommunes skoler – tilsammen 2.500 elever. Det har været sjovt at vokse og udvikle stævnet, men det oprindelige formål, at rekruttere medlemmer til klubben, er kun lykkedes i meget begrænset omfang. Og bl.a. derfor er det svært at motivere flere til projektet. Men vi vil både udvikle vores motionsstævne, vokse yderligere og ikke mindst omsætte stævnesuccesen til medlemmer. Så vi har brug for mange flere frivillige, og en nøgle til medlemskonverteringen – hvad gør vi?

Denne artikel beskriver LEDER FOR EN DAG-initiativet, der pr. juni 2013 har rekrutteret over 400 af de mest ressourcestærke gymnasieelever som frivillige til Danmarks største kidsvolley skolestævner. Samtidig har det introduceret de unge frivillige til ledelse gennem et nøje planlagt forløb. Disse frivillige er blevet rollemodeller for et par tusind folkeskoleelever. Undervejs har de tilegnet sig sociale kompetencer og både aflastet og inspireret mange folkeskolelærere. Det har været en fantastisk oplevelse at kunne tænde de allermest travle af næste generations ledere og frivillige i en fælles indsats for andre, og samtidig bemærke, hvordan deres værdiopfattelser udvikler sig. Og ikke mindst har vi gennem LEDER FOR EN DAG fundet nøglen til at omsætte stævnesuccesen til både flere betalende medlemmer og flere frivillige trænere i klubben.

Artiklen er til dig, der søger inspiration i arbejdet med rekruttering af unge frivillige. I stor målestok!

BEHOVET

Allerede fra starten i 2006 var stævnet Danmarks største med 521 tilmeldte fra 2.-6. årgang. Stævnet blev afholdt i én lille sportshal. Efterfølgende år voksede det med 500 elever for hvert år, således var der i 2010 ca. 2.500 elever, der svedte og jublede. Målt på tilslutningen – og evalu-

OM ORGANISERINGEN

Farum Volleyball Klub eller Farum-Holte Volley, som hold-fællesskabet med Holte IF hedder, begyndte med kidsvolley i 2001 og fik tidligt en af landets største kidsvolley afdelinger. Farum Volleyball Klub var arrangør af Furesø Kidsvolley skolestævnet 2006 - 2011, inkl. LEDER FOR EN DAG i 2010 og 2011. Hvidovre Volleyball Klub har arrangeret kidsvolley skolestævner i en årrække for flere tusind skolebørn i 2.-9.klasse. LEDER FOR EN DAG blev integreret i skolestævnet fra 2012. Furesø Kommune har været arrangør af Furesø Fun Cup, herunder Danmarks største kidsvolley skolestævne og LEDER FOR EN DAG med over 4.000 deltagere årligt siden 2012. Rudersdal Kommune har været arrangør af Rudersdal Kidsvolley Fun Cup siden 2012. LEDER FOR EN DAG var en del af stævnet fra begyndelsen.

erinder med elever og lærere – gik det fint! Men nærværet under selve spillet mellem elev og lærer har ikke fulgt med stævnets vokseværk, og af og til smuttede det med at få den sidste lærer med over i hallen, når der manglede en vikar til matematiktimen hjemme på skolen. Det holdt udviklingen tilbage. Og så manglede noget væsentligt: Der var i starten en forventning til stævnet om, at kidsvolley spillet i skolerne kunne konverteres til nye medlemmer i Farum Volleyball Klub. Og her levede indsatsen ikke op til forventningerne. Der blev 'kun' rekrutteret 5-10 nye medlemmer til foreningen fra stævnet hvert år.

KORT SAGT, DER VAR BRUG FOR NYTÆNKNING. SÅ HVAD NU HVIS ...

- » Vi skabte mere opmærksomhed hos hver enkel kidsvolley spiller?
- » Lærerne fik ny inspiration fra stævnet med tilbage til idrætsundervisningen?
- » Behovet for antal lærere pr. klasse blev reduceret?
- » Nye rollemodeller gav eleverne mere nærvær under stævnet – og klubben rekrutteringsstøtte bagefter?

Ambitionen blev at skaffe egen coach til hvert enkelt af skolestævnets kidsvolley-hold á 4-6 spillere. Hold og coach skulle sammen udvikle sig gennem stævnedagens otte kampe. Men hvordan får man lige 80 engagerede trænere til at levere en ekstraordinær oplevelse for 400 3. klasses elever over en hel skoledag? Og hvordan får man dem til at fortsætte rekrutteringsarbejdet i foreningen bagefter?

KONCEPTET

LEDER FOR EN DAG blev løsningen på denne udfordring. Initiativet er skruet sammen som en introduktion til ledelse. Et koncentreret uddannelsesforløb med en praktisk afsluttende 'eksamen'. Forberedelsesforløbet er en investering for både arrangør og den unge frivillige. Men det er win-win:

- » Arrangøren får klædt de frivillige på til opgaven og gjort dem deres ansvar bevidst.
- » De frivillige tilegner sig leder-kompetencer, som er væsentlige også i projektarbejdet i deres nuværende uddannelse.

UDDANNELSESFORLØBET BESTÅR AF 2 - 4 MODULER:

1. Et foredrag om ledelse, leveret af erfarne ledere og foredragsholdere i samarbejde med erhvervslivet.
2. Et intensivt kursus i ledelsesdisciplinen coaching, leveret af professionel coach Michael Frost.
3. En introduktion til personprofiler – og ledelsesstile – leveret af kursusudbyder Insights¹.
4. En netværks-turnering, som fungerer dels som teambuilding på tværs af gymnasierne, dels som træning i coaching, og dels som introduktion til kidsvolley spillereglerne.

Selve stævnedagen er en slags eksamen, hvor gymnasieeleven udfører den egentlige frivillige opgave - at være coach for sit helt eget hold á 4-6 kidsvolley spillere. Efter stævnet inviteres gymnasieeleverne over i idrætsforeningen som assistenttræner til et par trænings-sessioner, mens de nye kidsvolley spillere er til prøvetræning, som en del af foreningens rekrutteringsprojekt. Dette fællesskab i foreningen tjener forskellige formål for de implicerede:

- » LEDER FOR EN DAG coachen har brug for de sidste 4-6 timers frivillig indsats for at optjene de nødvendige 20 timer til et Frivilligbevis².
- » Skoleeleven, det potentielt nye foreningsmedlem, fortsætter kidsvolley spillet i foreningsmiljøet og bevarer kontakten til sine nye idoler/rollemodeller fra stævnedagen.
- » Foreningen har brug for ekstra mandskab for at give de mange nye medlemmer en god oplevelse og velkomst.

Efter at de unge har oplevet trænergerningen som en succes, bliver de mest interesserede tilbudt at fortsætte som frivillig assistent-træner i foreningen, på linje med foreningens etablerede trænere. Dette inkluderer et tilbud om en formel træner-uddannelse. Det er væsentligt at understrege, at konceptet bygger på win-win: Alle, der engagerer sig og bringer værdi til projektet, får noget ud af indsatsen selv. Det gælder både projektets oprindelige hovedinteressenter og de nye LEDER FOR EN DAG coaches. Ideen består i, at interessenterne opfylder hinandens behov og succeskriterier:

- » Skoleforvaltningen forventer et planlagt forløb, der understøtter undervisningen i idrætstimerne, tilfredse lærer og glade elever. Det leveres af arrangøren.
- » Lærerne ønsker fysiske udfordringer til eleverne i rammer, der faciliterer indlæring og styrker sammenholdet gennem individuelt engagement. Det leverer skoleforvaltningen i form af kommunens haller.
- » Kidsvolley spillerne drømmer om de voksnes opmærksomhed og nærvær for at kunne udvikle kompetencer. Holdet skal fungere – og det skal være sjovt! Det klarer den nye LEDER FOR EN DAG coach.
- » LEDER FOR EN DAG coachen ønsker at prøve sig selv af som leder i det virkelige liv – under pres. Med feedback i trygge rammer. Læringen fra sportsverdenen skal kunne overføres til udfordringer i studie- og arbejdsliv. Netværket skal udvides. Kidsvolley spillerne er dem, der skal ledes – i et nyt netværk på tværs af gymnasierne.
- » Idrætsforeningen vil rekruttere nye medlemmer. Det ekstra behov for hjælpetrænere umiddelbart efter skolestævnet tager LEDER FOR EN DAG coachen sig af.

Altså win-win-win hele vejen rundt! I 2006-2010 blev der rekrutteret 5-10 nye årlige medlemmer fra skolestævnet. I 2011 og 2012, hvor LEDER FOR EN DAG var en integreret del af foreningens rekrutteringsindsats, blev det til henholdsvis 38 og 28 nye betalende medlemmer. I 2012 var 70 børn forbi træningen mindst én gang i forlængelse af skolestævnet. LEDER FOR EN DAG gør,

som et Projekt Frivillig projekt, gymnasieelever opmærksomme på, at det at hjælpe andre kan gøre én selv stærkere. Denne win-win situation får beviseligt nogle af dem til efterfølgende at opsøge andre arenaer, hvor der er brug for dem som frivillige.

FØLG EVT. DISSE HENVISNINGER TIL SLUT I ARTIKLEN OG SE HVAD VI HELT KONKRET GØR:

- » Foredrag om ledelse³
- » Coaching kursus⁴
- » Personprofil⁵
- » Netværksturnering⁶
- » Stævnecoaching⁷
- » Medlemmer på prøve⁸

COACHING SOM VÆRKTØJ

I invitationen til LEDER FOR EN DAG appellerer vi til gymnasieeleven, der selv kan mærke lederen i maven, én, der kan se sig selv som ansvarlig – også for andres resultater – på sigt. Altså et projekt for næste generation af ledere. Og vi understreger, at der absolut intet krav er til atletisk formåen, hverken inden for kidsvolley eller anden sportsgren: Der kræves *ingen* sportslige kompetencer af LEDER FOR EN DAG coachen. Dette står i kontrast til kidsvolley spilleren, der på stævnedagen forventer, at hans coach kan vejlede om stort set alt, ikke mindst regler og tips i forhold til det spil, der konkurreres i på banen. Her er det, at ledelses-disciplinen Coaching kommer ind! Læring kan ske på flere måder. Traditionelt overføres viden ved, at en erfaren instruerer en mindre vidende: 'Nu skal jeg vise dig, hvordan man gør...'. Filosofien bag coaching er derimod, at den, der vil lære, har svaret selv. Det handler om at sætte fokus på opgaven og at reflektere over handling og konsekvens. Denne filosofi indfører vi gymnasieeleverne i gennem et intensivt forløb, hvor de, efter en kort teoretisk introduktion, coacher hinanden til øget kompetencer i enten golf, tennis eller sang. På stævnedagen har coachen kun en grundlæggende forståelse for selve kidsvolley spillet. Men også en personlig erfaringsoplevelse fra coaching-kurset om, at dette ikke er afgørende for at gøre en forskel. Denne erfaring og tilhørende selvtillid er fundamental for den fælles oplevelse, coach og kidsvolley spillere har på stævnedagen, og for LEDER FOR EN DAG konceptet i det hele taget. Vi rekrutterer mennesker med den rette indstilling, frem for mennesker med den rette uddannelse og kompetence. Og så klæder vi folk på til udfordringen!

UDFORDRINGEN

Vores udgangspunkt, når vi rekrutterer frivillige, er først og fremmest respekt for den frivilliges tid. Der er formentlig absolut ingen af dem, vi allermest ønsker hjælp fra, som i udgangspunktet har tid til at hjælpe os. Der stilles høje krav til nutidens gymnasieelev, både hvad angår præsta-



Foto » pcmartin@teamball.dk



tioner og engagement. Blandt alle de tilbud og muligheder, de konstant bombarderes med, skal der generelt prioriteres benhårdt for at afslutte tre års gymnasie studier med et resultat, der åbner flest mulige døre. Den gymnasieelev, vi henvender os til, er vel blandt de 10 % dygtigste, mest ressourcestærke - og mest optaget i forvejen. Selvfølgelig skal den unge kunne se perspektiver i projektet, når han/hun selv aktivt skal vælge det til. Den største udfordring var at få kommunikeret tilbuddet til gymnasieeleverne. Én ting er at få eleverne til at se ideen i at prøve sig selv af som leder, men allerførst må vi få dem i tale overhovedet.

AT FÅ GYMNASIEELEVER I TALE

Strategien her var at søge foretræde direkte for eleverne på den morgen- eller middags-samling, der typisk afholdes på gymnasierne mindst en gang om måneden.

Heldigvis er projektet attraktivt for en gymnasieledelse fordi:

- » Det er kompetencegivende for eleverne.
- » Det introduceres som et initiativ under Projekt Frivillig, som gymnasierne får støtte fra og har en interesse i aktivt at promovere.

Det kræver oftest kun ét besøg på rektorkontoret for at få aftalen om 3-5 minutters taletid på en samling på plads. LEDER FOR EN DAG er et konkret og overskueligt forløb, et eksempel på et attraktivt Projekt Frivillig forløb.

AT FÅ BUDSKABET HØRT OG FORSTÅET

En vigtig forudsætning for at få budskabet hørt og forstået er, at budskabet i sig selv er klart, tydeligt og enkelt - skåret helt ind til benet. Når man står på morgensamlingen, er det, at få gymnasieeleverne tændt på en opgave på kun tre-fem min., alligevel en spændende udfordring. Vi har produceret denne video⁹, hvor du kan se afviklingen af den 5 minutters invitations-præsentation, vi afholdt for 600 gymnasieelever på Nærum Gymnasium 1. feb. 2012. Det gav 33 SMS-tilmeldinger, hvoraf 25 gennemførte LEDER FOR EN DAG forløbet. Til selve præsentationen anvendte Mogens nogle invitationsplancher¹⁰.

GIV DEM HELE PAKKEN!

Nedenstående kan få en gymnasieelev til at investere ca. 20 timer af sin travle hverdag:

1. Foredraget 'Jeg vil være chefen!' giver generelle tips om ledelse fra erfarne ledere under besøg i erhvervs-virksomhed.
2. Ledelses-disciplinen Coaching introduceres på et kursus på golfbanen, på tennisbanen eller i sanglokalet.



3. Teorien afprøves i det virkelige liv. Du får ansvaret for dit personlige fem-mands team i en kontekst, hvor det virkelig gælder: Under konkurrence i sportsarenaen.
4. Du får en personlig anbefaling¹¹, der beskriver forløbet og dine nye kompetencer, lige til at vedlægge dit CV.

KOMMUNIKATION

Når man har et godt projekt eller en god sag, der allerede er gennemprøvet, så kan man undres over, at det ikke 'bare' kan skaleres op til glæde for alverden. Hvis stort set alle, man taler med, er solgt med det samme, hvorfor er det så så svært? Kommunikation fortjener særlige overvejelser. Man bør gennemtænke sit møde med projektets involverede i forhold til budskab, medie og timing. Ovenfor har vi antydnet, hvordan vi præsenterer budskabet til hovedinteressenterne, gymnasieeleverne. Vi møder dem på deres foretrukne medier. Tilmelding til projektet via sms og opfølgning på Facebook¹². Men der er andre overvejelser omkring kommunikation.

LØBENDE EVALUERING

Det er ikke nok, at vi selv synes, vi har opnået et godt resultat. Endnu vigtigere er det, at kunderne er tilfredse. Udviklingen af LEDER FOR EN DAG styres i høj grad af den feedback, vi får, den evaluering, vi laver løbende. Bl.a. beder vi samtlige deltagere på hvert del-arrangement melde tilbage på en sms som denne:

SMS-BESKED

Hej coach - Hvad synes du om xxxxx? Send:

1. Et tal 1-10 (10 er bedst)
2. Hvad var det bedste?
3. Hvad skal ændres til næste gang?

TAK FOR DIN FEEDBACK

Selvfølgelig er vi stolte, når gennemsnittet ligger på 8-9, men vi lærer mest af den – oftest konstruktive – kritik, der også følger med. Vi afholder evaluering med udvalgte elever hvert år. Således er vi p.t. i dialog med en gruppe om, hvordan vi kan gøre det endnu mere attraktivt for gymnasieeleverne at gentage LEDER FOR EN DAG i det 2. og 3. gymnasieår.

PRESSEOMTALE

At få sit projekt i avisen, på nettet eller måske endda i fjernsynet, er meget værd i forhold til at skabe opmærksomhed. Og selvom nyheds-artikler nu engang er mest interessante de få dage, de reelt er nyhedsaktuelle, er de gode at hive frem som en del af projektets præsentationsmateriale.

GYMNASIELEVER INDTAGER AVIS-SPALTERNE

Den sjoveste måde, projektet er i avisen på, er gennem det samarbejde, vi i tre år har haft med dansklærerne på Maris Kruses Skole. Indtil videre har 60 gymnasieelever i fællesskab publiceret 20 artikler om bl.a. LEDER FOR EN DAG. Se f.eks. dobbeltsiden i Furesø Avis fra 28. februar 2013, hvor lokalredaktøren roser gymnasieelevernes involvering. Avis-projektet bygger også på win-win:

- » Gymnasieeleven ser sin danskaflevering som en artikel i avisen
- » Dansklæreren får hjælp udefra til at motivere eleverne
- » Furesø Avis får endnu bedre fat i de unge, som er en interessant læsergruppe
- » LEDER FOR EN DAG projektet får ekstra omtale.

TIPS & LESSONS LEARNED

Gennem årene har vi afprøvet mange 'rigtig gode ideer!', men flere af dem viste sig ikke at være så gode alligevel. I det følgende har vi listet vores anbefalinger, der er baseret på vores gode og mindre gode erfaringer.

DE GODE ERFARINGER:

- » Udnyt dit netværk! Den mest pålidelige hjælp får man ofte fra sit eksisterende netværk, specielt hvis anmodningen er konkret og afgrænset. Tænk ikke kun på den nærmeste familie, der er masser at hente i netværk som LinkedIn.com, Facebook.com, forældregrupper, kursus-deltagerlister og holdkammerater.
- » Udvid dit netværk! Notér kontaktoplysninger på personer og grupper, når du er i kontakt med dem. Når du står og skal bruge deres kompetencer, kan det være sværere at spore dem.
- » Win-win. Sæt dig i din leverandørs sted, når du foreslår en frivillig indsats. Appeller til de fordele, der kan være for leverandøren, eller tilpas projektet, så appellen øges. Den vigtigste forskel på LEDER FOR EN DAG og et 'børnepasningsprojekt' er netop, at gymnasieelevernes værdier også tilgodeses.
- » Økonomi. Udvælg partnere og leverandører, der kan se og deler projektets samfundsmæssige værdi, og derfor bidrager vederlagsfrit eller yder væsentlige rabatter. Alle vores foredragsholdere er rekrutteret ved personlig kontakt og indsigt i projektets idé.
- » Kommunikation! Tilpas kommunikationen til hovedinteressenternes foretrukne univers og kommunikationsmønster. Vi gik på Facebook, fordi det er her, gymnasieelever kommunikerer. Vi bad om tilmeldinger på SMS, fordi det er det enkleste og hurtigste for dem, der skal tilmelde sig. Selvom det kræver ekstra arbejde for os selv.
- » Pressedækning! Bliv ven med lokalavisen, besøg redaktionen for at undersøge, hvad der er en god artikel for avisen.
- » Tænk stort! Vores arbejde med eksempelvis skolekontakter er næsten det samme, uanset om der kommunikeres om én klasse eller alle skolens klasser.
- » Allier dig med samarbejdspartnere! Gør det, du selv er god til, og lad andre gøre det, de er gode

til. Appeller til mulige samarbejdspartnere ved at etablere win-win scenarier.

- » Etablér et miljø, hvor det er lovligt at fejle! Gennem de sidste syv år har vi startet mange mindre succesfulde initiativer. Og samtidig har nogle af de initiativer, som har mødt mest skepsis tidligt, vist sig at være de mest succesfulde. Andre har været fiaskoer, men dem har vi også lært af.
- » Engager folk omkring dig, som brænder for opgaven! Find den rigtige opgave til den rigtige person på det rigtige tidspunkt. De kan sammen med dig flytte bjerge.
- » Lyt til dine interessenter! Vi har fået værdifuldt input via både formelle evalueringer og 'stik en finger i jorden'-samtaler.
- » Etablér en organisation med en hurtig og effektiv beslutningsproces! Sørg samtidig for at involvere reference grupper, så interessenterne både har og selv oplever, de har reel indflydelse.
- » I stærk kontrast til resultatet af det kæmpe stykke arbejde, der udføres, er der generelt ikke mange skulderklap at hente for en frivillig. Husk at takke dine frivillige - det er afgørende for deres lyst til at fortsætte!
- » Indsigt udefra - DGI: Konsulent Martin Olsson's præsentation 'Rekruttering og fastholdelse'¹³ fra 2. maj 2013 for projektet 'Furesø Sommer Lege'¹⁴ er relevant for alt arbejde med rekruttering af frivillige.
- » Indsigt udefra - RUC: Studerende fra RUC har givet os værdifuld indsigt i, hvordan projektet opleves udefra. Fire 'Master i Professionel Kommunikation'-studerendes vurdering kan ses i afhandlingen 'Unge søges - kommunikation i et Projekt Frivillig forløb'¹⁵ fra 2011. Hvad en studerende skrev om frivillighed i projektet i 2013 kan læses her¹⁶.

DE MINDRE GODE ERFARINGER:

- » Afhængighed til én årgang. De fleste frivillige forældre brænder for egne børns hold. Forældre bliver ikke hængende i et projekt ret mange sekunder efter, at deres børn har forladt holdet og foreningen.
- » Der er for få gymnasieelever, der melder sig to eller tre år i træk. Vi leder efter nye vinkler på ledelse, der kan bygges på 2. eller 3. gang i stedet for en gentagelse af coach-kurset. Der er størst læring første gang, og det får nogle til at fravælge gentagelser.
- » De allerfleste folkeskolelærere ser meget positivt på LEDER FOR EN DAG, men der er en bagside for lærerne: De får ikke selv den samme kontakt med egne elever, når coach-rollen uddelegeres til gymnasieeleverne, og nogle lærere kan måske føle sig mindre involveret.
- » Vi ønsker at udvikle LEDER FOR EN DAG både 'opad' og 'nedad'. Altså at tilbyde programmet både til 8.-9. klassens elever og til studerende, der er videre efter gymnasiet. Det er svært at sammensætte et fælles forløb, inkl. selve stævne-coachingen, der er relevant for flere af disse grupper samtidig.

LEDER FOR EN DAG testimonials

Vi lægger vægt på, at projektet er win-win hele vejen rundt, dvs. at alle interessenter får noget ud af

deres investering i projektet. Det giver både mange gymnasieelever og samarbejdspartnere heldigvis selv udtryk for på www.lederforendag.dk/testimonials¹⁷, hvorfra nedenstående er hentet:

'LEDER FOR EN DAG forløbet har ændret min tankegang på forskellige punkter. Kurserne og foredragene kom med mange små input til, hvordan man bedre kan strukturere sin hverdag. Jeg er frivillig træner i en australsk fodboldklub, Farum Cats, og her har coaching-kurset været rigtig nyttigt. Jeg har kunnet se, hvordan mine juniorer har udviklet deres spil på baggrund af min ændrede træningsform. Kurserne har også givet nogle gode hint til mig som leder. For eksempel det at holde fokus på simple løsninger på problemer og altid komme med positiv feedback. Det lyder i sig selv enkelt, men at høre det fra en succesfuld person, som har erfaring dermed, gør, at det virker stærkere på en. LEDER FOR EN DAG-forløbet har, de tre gange, hvor jeg har deltaget, været en rigtig lærerig oplevelse.'

Christian W. Rix, 3.g, Marie Kruses Skole

'LEDER FOR EN DAG er nærmest skræddersyet til at støtte os i vores målsætninger. Først og fremmest udfordres eleverne på deres talenter og tillærte teoretiske evner. Derudover giver det os (Birkerød Gymnasium) mulighed for at indgå som en aktiv del af det lokale samfund. Endelig får eleverne en enestående mulighed for at leve op til skolens tre bærende værdier - ansvar, fællesskab og engagement. Derfor er LEDER FOR EN DAG også blevet en fast årlig aktivitet på Birkerød Gymnasium.'

HR-chef Klaus Nørby Jakobsen, Birkerød Gymnasium

FREMTIDEN

LEDER FOR EN DAG er et sundt projekt, som det er, men det kan blive endnu bedre. Initiativer er i støbeskeen.

OVERBYGNING PÅ ETABLEREDE STÆVNER

LEDER FOR EN DAG begyndte i 2010 som en del af Danmarks største kidsvolley skolestævne - Furesø Fun Cup. I 2012 blev LEDER FOR EN DAG en overbygning på Hvidovre Volleyball Klubs etablerede stævne, og i 2013 blev LEDER FOR EN DAG introduceret i Rudersdal. Og vi vil gerne udbrede konceptet yderligere. I samarbejde med DVBF¹⁸ undersøges i øjeblikket muligheder for at bygge LEDER FOR EN DAG oven på eksisterende kidsvolley skolestævner andre steder.

MENTOR-ORDNING

Gymnasieelever, der har gennemført LEDER FOR EN DAG, skal gennem Leder For En Dag Mentors¹⁹ kunne følge en etableret erhvervsleder gennem én arbejdsdag og få sparring om karriere og studieretning. Ordningen kan indgå i firmaers CSR -program²⁰.

TEAMBUILDING I INTRO-UGEN FOR 1.ÅRS ELEVER

I samarbejde med Birkerød Gymnasium afprøves i august 2013, hvordan en gymnasieklasse kan aflaste trænere og ledere under Furesø Sommer Lege, når forløbet tilrettelægges som en fælles teambuilding oplevelse, der bidrager til at ryste gymnasie-klassen sammen.

HENVISNINGER

- 1 Insights, www.insightskurser.dk, underviser bl.a. i ledelsesudvikling
- 2 Frivilligbeviset fra Projekt Frivillig: www.lederforendag.dk/art/frivilligbevis
- 3 Foredrag om ledelse: www.lederforendag.dk/art/foredrag
- 4 Coaching kursus: www.lederforendag.dk/art/kursus
- 5 Under LEDER FOR EN DAG 2012 fik man intro til sin personprofil: www.lederforendag.dk/art/profil
- 6 Roller og regler til kidsvolley introduceres under en netværksturnering på tværs af gymnasierne: www.lederforendag.dk/ProgramCoaching.pdf
- 7 Efter ledelsesintro er selve stævnet en slags eksamen: www.lederforendag.dk/art/farum120308
- 8 Rekrutteringsindsatsen resulterer i mange nye medlemmer til prøvetræning i klubben efter skolestævnet: www.lederforendag.dk/art/fvbk
- 9 Invitationsvideo: www.lederforendag.dk/art/intro
- 10 Invitations-præsentation: www.lederforendag.dk/art/invitation
- 11 Diplomet er en personlig anbefaling: www.lederforendag.dk/LFEDdiplom.pdf
- 12 LEDER FOR EN DAG's hjemmeside: www.facebook.com/LederForEnDag
- 13 Olsson's foredrag 'Rekruttering og fastholdelse': www.lederforendag.dk/art/dgi
- 14 Furesø Sommer Lege startede i 2011: www.furesoe.sommerlege.dk. 21.8.2013 deltager 1.000 elever
- 15 Afhandlingen 'Unge søges - kommunikation i et Projekt Frivillig forløb': www.lederforendag.dk/art/ruc
- 16 RUC rapport 2013: www.lederforendag.dk/RUC-rapport
- 17 <http://www.lederforendag.dk/testimonials>
- 18 DVBF: Dansk Volleyball Forbund, www.dvbf.dk
- 19 Leder For En Dag Mentors ordningen: www.lederforendag.dk/mentors
- 20 Corporate Social Responsibility (CSR) er betegnelsen for virksomheders frivillige arbejde med at integrere sociale og miljømæssige hensyn i deres forretningsaktiviteter og i deres interaktion med interessenterne. Også kaldet virksomhedens samfundsansvar.



OM FORFATTERNE

Mogens Wang Brolin er 52 år og startede LEDER FOR EN DAG i 2010 og Rudersdal Kidsvolley Fun Cup i 2012. Han er aktiv Natteravn og har gennem årene siddet i en del børnehave- og fritidshjembestyrrelser. Mogens er både eksamineret coach og underviser i coaching og har en Master i Computer Science. Han er ansat som Senior Project Manager hos Tryg.

Martin Bendtsen Brolin er 52 år og var i 2002-2010 kidsvolleytræner i Farum Volleyball Klub, hvor han startede kidsvolley skolestævnerne. Martin er rekrutteringsambassadør for medlemmer og frivillige til idrætsklubben, arrangør af sportsevents, aktiv foredragsholder og arrangør af coaching kurser for frivillige. Martin har vundet priser i Farum Volleyball klub og i Dansk Volleyball Forbund, og var i 2012 nomineret til Nordea's Gør det muligt pris. Martin er initiativtager til Furesø Fun Cup og Furesø Sommer Lege. Han har en Master i Computer Science fra Syracuse, New York, og er ansat som Projektleder hos DONG Energy.



VENTILEN ER SUMMEN AF SINE FRIVILLIGE

Af Rillo Snerup Rud

'VENTILEN ER SUMMEN AF SINE FRIVILLIGE'

Sådan lyder indledningen til den frivilligpolitik, som vi formulerede i Ventilen i slutningen af 2012. Organisationen har eksisteret siden 1999 – og har siden første dag været baseret på frivilligt arbejde. Med formuleringen af frivilligpolitikken har det handlet om at formulere både, hvad vi gør, og hvad vi ønsker at gøre, for forsat at være en veldrevet frivillig organisation. Omdrejningspunktet for alt vores arbejde er 'ensomme unge'. Det er dem, vi forsøger at hjælpe i vores lokale, brugerrettede tilbud. Dem, vi forsøger at være fortalere for. Og det er ensomheden, vi prøver at forebygge ved at klæde andre på til at skabe fællesskaber for alle. Vi er en organisation med én sag – som vi angriber fra flere vinkler. For at kunne det, er der selvfølgelig strikket en organisation sammen. Vores 17 lokale tilbud er alle selvstændige lokalforeninger, der er medlemmer af landsforeningen Ventilen Danmark. Landsorganisationen understøtter de lokales drift ved at afholde kurser og fora for erfaringsudveksling for de lokale frivillige, og ikke mindst ved at have ansat et sekretariat, der kan hjælpe de lokale frivillige. Derudover er det landsorganisationen, der sætter rammerne for de lokales virke i form af retningslinjer og andre regler for både tilbuddenes drift og valget af metoder i arbejdet med de unge. Når de lokale foreninger vælger at være medlem af landsorganisationen, forpligter de sig samtidig til at overholde disse regler. Ventilen Danmark er ledet af en bestyrelse bestående af frivillige – hvoraf langt størstedelen har været lokale frivillige først. Derudover er der forskellige nationale udvalg og arbejdsgrupper. Bestyrelsens og sekretariats arbejde foregår i tæt dialog med de frivillige både lokalt og nationalt. Udover at være en enkeltsagsorganisation, er det en vigtig pointe, at Ventilen er en ungdomsorganisation, og har været det fra første dag. Vores primære målgruppe er (ensomme) unge – og en af vores grundlæggende metoder er ung-til-ung. Derfor må vores frivillige i de lokale tilbud ikke være over 30 år (med nogle få undtagelser). Gennemsnitsalderen på alle frivillige er omkring 25 år. Heri er medregnet den voksende gruppe af nationale frivillige, der er startet i et lokalt tilbud som frivillige i en meget ung alder, men stadig 'hænger ved' organisationen 5-10 år efter, og som nu

OM VENTILEN

Ventilen er en frivillig social ungdomsorganisation, der arbejder for at forebygge og afhjælpe ensomhed blandt unge. Landsorganisationen blev stiftet i 1999 og har i dag 250 frivillige, syv ansatte og 17 lokale tilbud til ensomme unge. Vi driver mødesteder for stille og ensomme unge i 14 byer, KOMSammen er et nyt projekt med fokus på såvel ensomhed som kost og motion, og som sidste skud på stammen har vi Pusterummet, hvor unge, der har brug for at vende et problem – eller bare for nogen, der lægger øre til - kan komme og få en snak helt uforpligtende. Derudover driver vi et projekt med fokus på at forebygge og afhjælpe ensomhed på landets ungdomsudannelser – og har en omfattende oplysningsvirksomhed, der spænder over alt fra bogudgivelser, værktøjs- og formidlingssider på internettet til afholdelse af foredrag og workshops.

primært lægger deres kræfter i det nationale og mere organisatoriske arbejde.

For at beskrive, hvordan vi arbejder med unge frivillige – og hvorfor –, vil jeg tage afsæt i vores frivilligpolitik, der har overskriften:

Ventilen er (verdens sejeste organisation, og) er summen af sine frivillige – derfor:

FORVENTNINGER, RAMMER OG MÅL

Derfor: Skal de frivillige møde klare forventninger og kunne se rammerne og målet for deres indsats.

Vi arbejder rigtig meget med forventningsafstemning. Allerede i rekrutteringen af nye frivillige stiller vi klare kriterier op. I vores frivilligfoldere og på hjemmesiden fremgår det tydeligt, at der er nogle krav om alder, uddannelse og om, at man selv er socialt ressourcestærk. Og vi fortæller også med det samme, at vi forventer, at man bruger ca. 25. timer om måneden på Ventil-arbejdet, og at man også skal løfte de organisatoriske og mere praktiske opgaver, og ikke kan 'nøjes' med at arbejde med de unge i mødestedet.

Det samme bliver fortalt og diskuteret ved den ansættelsessamtale, som alle nye frivillige skal igennem, før man kan blive frivillig i et lokalt tilbud. Det er ikke en proforma-samtale. Vi siger nej til en del frivillige, enten, fordi de ikke lever op til de formelle krav f.eks. til alder – eller, fordi de garvede frivillige, der afholder samtalen, vurderer, at aspiranten ikke har ressourcer eller reel lyst til at lægge den indsats, der skal til tidsmæssigt eller 'fagligt'.

For at kunne forventningsafstemme skal forventningerne være italesat. Vi arbejder som landsorganisation meget med at sætte rammer – både for de lokale tilbud og for de enkelte frivillige. Frivilligpolitikken er et forsøg på at formulere den helt overordnede ramme, men derudover er der både vedtægter og de mindst lige så grundlæggende retningslinjer for de tre typer tilbud. Det er retningslinjerne, der f.eks. angiver, at alle frivillige skal deltage i supervision, hvad aldersgrænsen er for de frivillige, og at det er obligatorisk at være medlem, hvis man vil være frivillig. Derudover har vi en masse knap så formelle guides, kagebøger og 'tips og tricks'. Alt sammen for at sætte nogle tydelige rammer, som de frivillige kan agere inden for.

Det er en stående anbefaling, at formandskabet i alle de lokale afdelinger sørger for at afholde Frivillig Udviklings Samtaler (FUS) med alle frivillige mindst én gang om året – og at de også arbejder med Gruppe Udviklings Samtaler (GRUS), hvor hele frivilligruppen taler om forventninger til sig selv og hinanden og får lavet nogle kollektive aftaler. Vi klæder formændene på til dette ved at tale om det på vores projektlederforum – hvor alle landets formænd og næstformænd mødes fire gange om året. Og så ligger der selvfølgelig redskaber til alt fra opgavefordeling til afholdelse af FUS og GRUS på vores intranet.

De lokale formænd får selv tilbudt en FUS, som afholdes af landsformanden – og langt de fleste takker ja, og de synes, det er fedt at få sparring på egen indsats og udvikling.

Og så er der det med målet. Der får vi noget forærende ved at være en organisation, der arbejder

for én sag – for målet for alle er at 'gøre en forskel for ensomme unge'. Hvis man vil være frivillig i et lokalt tilbud, er det et krav, at man ikke selv har en forhistorie med langvarig ensomhed eller andre sociale eller psykiske problemstillinger. Men selvom de frivillige ikke har oplevet følelsen på egen krop, er det en problemstilling, der er så tæt på deres hverdag, at de kan relatere til dem, de hjælper. De møder jo de unge i mødestederne eller til aktiviteterne i KOMSammen og Pusterummet og kan se, at det, de gør, gør en forskel. At 'Sarah' nu tør se folk i øjnene, når hun taler med dem. At 'Peter' har samlet mod til at tale med de andre drenge i klassen i frikvartererne. Og at 'Søren, Marie og Marianne' nu ses jævnligt også udenfor mødestedet. Vi har også flotte dokumentationstal, der viser det – men langt de fleste af vores frivillige oplever, at de opnår deres mål, mens de har vagt.

ORDENTLIGE RAMMER

Derfor: Vil Ventilen så vidt muligt skabe rammer, der sikrer, at den frivillige kan få indfriet sine forventninger.

Rammerne skal være gode. For ellers kan selv den dygtigste og mest engagerede frivillige ikke løfte de opgaver, der er. Vores grunduddannelse skal være relevant og brugbar. Mødestedet skal have lokaler et sted, der er egnet til formålet. Der skal være penge til kaffe, aktiviteter med de unge og en enkelt pizza i ny og næ, hvis et frivilligmøde trækker ud. Og der skal være en hjemmeside, man kan opdatere, og foldere at dele ud. Alt det praktiske, der er forudsætninger for, at de frivillige kan yde deres bedste, prøver vi at have styr på. Nye frivillige skal ikke selv finde ud af, hvad de egentlig skal gøre, når de har vagter med de unge – eller når der er supervision – for det koster lang tid og mange kræfter. Vi arbejder med føl/hoppe-ordninger, hvor nye frivillige bliver koblet på en garvet, der kan svare på alle deres spørgsmål – og også kan vejlede dem i de mange nye situationer, de kommer til at stå i. Når man ikke længere har sin hoppe, er der også altid hjælp at hente hos de mere garvede frivillige i gruppen, eller i naboventilen eller landsorganisationen. For det praktiske skal være på plads, og det skal være let at orientere sig i. Selvfølgelig kan grundkurserne forbedres, og folderne skal også revideres løbende, ligesom retningslinjerne bliver det i takt med, at tilbuddene udvikler og forandrer sig. Det er formelt noget, bestyrelsen står for – men alle frivillige har adgang til at deltage i arbejdet, der som regel laves i undergrupper – og til at indsende forslag til bestyrelsen om de ting, de vil have ændret. En gennemgribende grundkursusrevision kan godt tage et års tid, men hvis det konkret handler om fem minutters indhold, man gerne vil have tilføjet til et af oplæggene – eller om en enkelt ting i retningslinjerne, man gerne vil have bestyrelsen til at ændre, kan beslutningen tages, og ændringen træde i kraft inden for en måned eller to. Selvfølgelig kun såfremt forslagsstilleren har gjort sit forarbejde og gennemtænkt både oplægget og argumenterne for ændringen. Hvis det kniber med at få fundet den rigtige form på det, man gerne vil sende til bestyrelsen, er der altid hjælp at hente på sekretariatet. På den måde er der faktisk ikke ret lang vej til 'toppen' – og store muligheder for at få ændret på og skubbet lidt til rammerne for det frivillige arbejde. Men vi kan da godt mærke, at vejen føles længere for de lokale frivillige nu, end den gjorde, dengang der var seks lokale afdelin-

ger, og alle kendte hinanden. Det prøver vi at modarbejde dels ved at have en landsformand, der er meget synlig til de nationale arrangementer og på Facebook, og som sammen med næstformanden sørger for at få besøgt alle lokalafdelinger mindst én gang om året. Dels ved at bestyrelsen har 'lo-kalkontakter', som hver eller hver anden måned ringer rundt til de lokale formænd og orienterer dem om, hvad bestyrelsen arbejder med lige nu, og spørger om deres input og forslag til andre emner.

TILLID

Derfor: Viser Ventilen sine frivillige tillid i forventning om, at de er ansvarlige og løfter de opgaver, der er i at drive og udvikle organisationen.

Vi har – synes mange – ret mange regler og rammer for vores frivillige. Og det har vi måske, eller også gør vi bare meget ud af at tydeliggøre, at reglerne findes, og hvad de går ud på. Det er vigtigt af hensyn til vores målgruppe, der trives bedst med stabilitet og forudsigelighed – og rigtig mange af de små regler er lavet for deres skyld. F.eks. reglen om den kommende måneds aktiviteter skal stå på det lokale tilbuds hjemmeside, eller det skal fremgå tydeligt af Facebook-siden, hvor lang tid man kan forvente at vente, førend der er svar på et opslag. Med de bindinger, så er der nok mindre autonomi for de lokale frivillige, end mange andre steder – de er blevet frivillige et sted, hvor der er et 'koncept', som vi ved, virker, og derfor skal de holde sig til konceptet. Langt de fleste frivillige synes, at det er fedt, for så ved de præcis, hvad de skal. I øvrigt gør vi meget lidt for at kontrollere, at de frivillige overholder reglerne – vi tror på, at når de kender dem, overholder de dem også – og spørger, hvis de er i tvivl om, hvad der er okay at gøre i en given situation.

Selvfølgelig sker det, at der sker overtrædelser – eller måske rettere fejl. For næsten hver gang handler det om, at den frivillige ikke har kendt den regel, de brød – ikke kendt fristerne for at tilmelde nye frivillige til grundkurset, eller ikke tænkt over, at det lige skal vendes med landsorganisationen, før man sender en pressemeddelelse afsted til Politiken. Vi opdager nogle af disse fejl – som regel ved et tilfælde – og kontakter selvfølgelig den frivillige og får en snak om det. Men vi har ikke nogen systematisk kontrol eller 'jævnlig stikprøver'. Vi går i bund og grund ud fra, at de frivillige løser de opgaver, de har meldt sig til og gør det på en måde, der ligger inden for organisationens rammer. Det føler vi, at vi kan gøre, netop fordi vi er tydelige om reglerne og rammerne – og fordi vi forventningsafstemmer, så den enkelte ved, hvad der forventes. Udover at man kan begå fejl ift. reglerne, er der også frivillige, der bare ikke løfter de opgaver, de skal. Vi har meget få af dem – blandt andet fordi vi har ansættelsessamtaler som det første, og siger nej til de frivillige, som vi vurderer, ikke har ressourcerne til at løfte opgaverne. Det gør vi netop, fordi de frivillige – som gruppe – står med hele ansvaret for, at netop deres tilbud til ensomme unge fortsat eksisterer, har åbent og hjælper de unge, der kommer der.

ANERKENDELSE

Derfor: Arbejder Ventilen aktivt for at, alle frivillige er del af en anerkendende kultur, hvor enhver indsats bliver set og påskønnet.

Vores frivillige løfter en kæmpe opgave – og gør det godt! Og det skal de have at vide – men det kan være svært at finde ud af, hvem der skal give ros og hvornår. På sekretariatet og i landsorganisationen hører vi ikke tit nok om alle de små sejre og succeser, men mest om de ting, der er svære eller er gået skævt. Derfor arbejder vi hele tiden på også at 'opsnuse' de gode historier og huske at sende anerkendelsen det rigtige sted hen. Mere konkret indførte bestyrelsen i 2012 prisen for 'årets Ventil', som bliver udvalgt og uddelt på den årlige frivilligweekend. Ligesom vi i den interne nyhedsmail og det eksterne årsskrift prøver at fortælle nogle af de mange gode historier og oplevelser, der finder sted lokalt. Og så er der selvfølgelig de forrygende tal fra de undersøgelser, vi laver i mødestederne. Det er tal, der viser, at 84 % føler sig mindre ensomme nu, end før de begyndte i Ventilen. Og at over 90 % af de unge føler sig som en del af fællesskabet, når de er i mødestedet. Der er de breve og kommentarer, vi får fra mødre eller de unge selv, der fortæller, hvor meget vi har hjulpet. Og den anerkendelse, der indimellem drysser ind i form af priser og omtale. Alt det gør vi meget ud af at dele – og giver hele æren til de frivillige. For det er dem, der gør arbejdet. Men det er alt sammen anerkendelse på gruppebasis. Noget, der er rart, men ikke nødvendigvis betyder, at den enkelte frivillige føler sin indsats set og påskønnet. Det skal ske i det daglige, hvis det skal fungere – og det daglige frivilligliv leves i den lokale gruppe. Derfor har vi fokus på, at det er lokalt, at det er allervigtigst, at der er kultur for ros og anerkendelse. Vores lokale formænd og næstformænd er meget opmærksomme på det. I en Ventil har de f.eks. indført en rose-abe; en lille figur, som på hvert frivilligmøde gives til en, der har været sej. Modtageren får så lov at give den videre på næste møde. Det handler også om hele tiden at udvikle og understøtte den kultur, hvor de frivillige giver hinanden et 'klap på skulderen', når noget er gået godt, så det ikke kun er lederen, der har ansvaret for at se og bemærke det, der lykkes. I landsorganisationen handler det selvfølgelig om at opdyrke samme kultur i de nationale udvalg og arbejdsgrupper. Og så er det en øvelse også at huske at rose over mail og telefon – så man ikke kun reagerer, når man hører om noget, der kan gøres bedre – men også sender en uopfordret rose-mail, når man hører om noget, der er gjort super godt.

RUM FOR KONSTRUKTIV KRITIK

Derfor: Arbejder Ventilen aktivt for at skabe rum for konstruktiv kritik, så den frivillige kan erfare, lære og udvikle sig selv og sin indsats.

Anerkendelse og ros er ingenting værd, hvis ikke der også indimellem er (konstruktiv) kritik. På samme måde som solskinsvejr ikke bliver værdsat helt så højt i de lande, hvor solen skinner 330 dage om året, er anerkendelse og ros kun noget værd, hvis man ved, den kun kommer, når det er berettiget. Man lærer mest ved at få påpeget de ting, man kan gøre bedre – gerne med forslag til, hvordan man konkret kan gøre det. Det er noget, vi også arbejder på. Det ligger relativt naturligt for vores

frivillige at rose hinanden – men det er svært for dem, som for de fleste, at skulle kritisere deres med-frivillige. For hvornår har man ret til at påpege den slags hos sin ligemand. Og hvordan skal man gøre det uden at ødelægge relationen. Det gælder både mellem de lokale frivillige, men i særdeleshed også som national frivillig eller ansat på sekretariatet. Vi tror dog på, at den ærlige og konstruktive kritik er vejen frem. Man skal gå efter bolden og ikke efter manden – og ikke kritisere bare for at gøre det. Hvis man ikke har forslag eller input til, hvordan det kan gøres bedre, så skal man tie stille. Vi har arbejdet konkret med 'rum for kritik' på vores projektlederforum, og tager det løbende op i dialogen med formænd og andre frivillige, der har en ansvarspost.

ERFARINGSINDSAMLING OG KOMPETENCEUDVIKLING

Derfor: Vil Ventilen sikre, at de frivillige kan samle erfaringer og afprøve og udvikle deres personlige og faglige kompetencer.

Vores frivillige er her, fordi de vil gøre en forskel. Og fordi de gerne vil udvikle sig selv både fagligt og personligt. Det er faktisk noget af det, frivilligt arbejde gør allerbedst. Vores frivillige er unge. I sagens natur har de ikke verdens største livs- eller erhvervserfaring med i bagagen. Der er mange ting, de prøver for første gang, når de gør det i Ventilen. Det er de færreste af vores lokale kasserere, der nogensinde har skullet lave et kasserregnskab før, de færreste, der har skullet lave et mødereferat, de færreste, der har prøvet at stable en event-dag på benene og de færreste af vores bestyrelsesmedlemmer, der nogensinde har siddet i en bestyrelse før. Men de vil det gerne – og vi gør vores bedste for, at det er let for dem at gå til. 'Guide til kassererposten' på otte sider er måske meget lavpraktisk – men med den i hånden lykkes det de fleste at lave et godt månedsregnskab også første gang. På samme måde får alle frivillige på anden del af vores grunduddannelse gennemgået vores 'Kogebog til det gode projekt', et lille hæfte med helt basale projektstyringsværktøjer som tidsplan, budgetmodel og en liste over de ting, man skal overveje i planlægningsfasen. Et redskab, der er vældig nyttigt, når man skal stå for at arrangere, at hele frivilligruppen er på gaden til Ensomhedsdagen og både skal have aktiviteter, der tiltrækker folks opmærksomhed, materialer om Ventilen, mad, drikke, el og en masse andet, for at det lykkes. Når de har gjort det nogle gange, med guiden, kogebogen eller skabelonen liggende ved siden af sig, kan de det jo lige pludselig – og kan det godt nok til selv at videreudvikle og gøre det endnu bedre. Og de har fået en kompetence, de kan bruge, give videre og selv tage med sig videre i livet. Vi forsøger også at give de frivillige andre kompetencer, der måske er sværere at sætte i skabelon. I arbejdet med de unge – og i vores grunduddannelse – arbejder vi meget med samtaleteknik og gruppedynamik. Redskaber og metoder, som de frivillige fortæller, at de også bruger – mere eller mindre bevidst – i f.eks. studiegrupper eller på deres arbejdsplads.

NETVÆRK MED HJÆLP OG FESTER

Derfor: Skal de frivillige opleve, at de er del af et stort netværk, der giver mulighed for både erfaringsudveksling, sparring og hjælp - såvel som fester, venskaber og oplevelser.

Som frivillig i Ventilen får man foræret 250 kolleger fordelt over hele landet – frivilligkolleger med omtrent samme alder, menneskesyn og i hvert fald samme måde at bruge deres fritid. Man bliver med andre ord en del af et stort nationalt netværk fra dag et. Men det er desværre langt fra alle frivillige, der ser og bruger dette netværk. De fokuserer først og fremmest på deres lokale frivilligruppe – uanset om den så er på 6 eller 20 personer. De glemmer hurtigt de andre. Men vi ved, at netop det sociale og det store netværk er med til at gøre, at de frivillige trives. Det er en rigtig stor fastholdelsesfaktor, både fordi det er sjovere at være aktiv i en organisation, hvor ens venner også er aktive – og fordi det, at man kender folk forskellige steder i organisationen på en yderst effektiv måde, viser de muligheder, der er for at finde nye opgaver og udfordringer internt.

Vi lægger vægt på at sikre rum for erfaringsudveksling, sparring og hjælp de frivillige imellem. Helt lokalt opfordrer vi til, at man arbejder som teams, f.eks. på formandsposten, hvor formand og næstformand udgør et team, når det kommer til informationsindsatsen og ved andre større events, der skal stables på benene i en lokal ventil. Derudover har vi en struktur, hvor alle frivillige, der har en ansvarspost, mødes på tværs af lokalafdelingerne 2-4 gange om året i det, vi kalder fora. Møder, hvor der er input og meddelelser fra bestyrelse, sekretariat og relevante fagfolk – men hvor der også er rigtig god tid til erfaringsudveksling og sparring mellem de frivillige.

Netværk, sammenhold og fastholdelse bliver ikke skabt ved erfaringsudveksling alene. Vi ved, at det sociale aspekt også er afgørende. Både for netværksdannelsen og i virkeligheden også for erfaringsudvekslingen, for det er jo tit først over den afsluttende kop kaffe eller øl, at man for alvor tager hul på de gode idéer eller ømme tæer. Derfor prioriterer vi, at der skal være plads og tid til både hygge og fester, når de frivillige mødes. Lokalt er de gode til at tage på pub-crawls, tage i biffen eller holde frivilligfester – og når der er større nationale kurser eller arrangementer, prøver vi så vidt muligt altid at lægge en middag og en fest ind. Det møder de frivillige allerede på vores Grundkursus 1, der strækker sig fra lørdag formiddag til søndag eftermiddag. Lørdag aften er sat af til fest og hygge – maden er prisbillig og lavet af de frivillige i værtsventilen, og der er hverken DJ eller discokugle og kun et par øl pr. næse, da de jo skal op og lære mere dagen efter. Men det er prioriteret i programmet, at aftenen er sat af til det sociale. Og vi hører ofte, at 'nåh ja, Helle fra Herning kan jeg da godt ringe til og høre, hvordan de gjorde det med Ensomhedsdagen, hende var jeg jo på grundkursus med'. Og vi kan se, at det virker på Facebook – der bliver add'et og dernæst liket, kommenteret og ønsket tillykke på kryds og tværs af landet.

FARVEL

Derfor: Er Ventilen klar til at afslutte samarbejdet med de frivillige, der ikke lever op til forventningerne.

Nogle gange er lysten til at gøre en forskel ikke nok – og nogle gange er selv den mest grundige forventningsafstemning heller ikke nok til, at en frivillig lever op til forventningerne og løfter de opgaver, der skal løftes. Når det er tilfældet, er vi klar til at afslutte samarbejdet og 'fyre' den frivillige.

Det er aldrig noget, vi er glade for at gøre, men det er nødvendigt for at værne om de andre frivilliges motivation og ikke mindst for at værne om kvaliteten af vores arbejde. Vi ved af erfaring, at en frivilligruppe på fire, hvor alle trækker på samme hammel, er langt mere effektiv end en gruppe på fem, hvor den ene kun yder halvt så meget som de andre. Det er demotiverende for gruppen og skaber en rigtig dårlig dynamik i frivilligruppen. Dårlig dynamik går ikke kun ud over opgaveløsningen, men afspejler sig også i selve mødestedet. De unge, vi arbejder med, ser de frivillige som rollemodeller, både som personer og den måde de samtaler og arbejder på. Så en dårlig stemning og dynamik i frivilligruppen kan lynhurtigt skade indsatsen for de unge, vi forsøger at hjælpe. Hvis det drejer sig om en lokal frivillig, er det den lokale formand, der skal håndtere det. Som oftest er det en proces, der indebærer en eller flere samtaler, hvor formanden forsøger at tydeliggøre de forventninger, der er til den frivillige og også sætte ord på situationer, hvor han eller hun ikke har levet op til dem. Og hvor målet er, at der bliver indgået nogle konkrete aftaler om, hvad der kan forventes i den kommende tid. Hvis aftalerne ikke bliver overholdt, er det igen op til formanden at følge op – og i sidste ende bede den frivillige om at stoppe sit virke i Ventilen. Det er en rigtig svær opgave for en lokal formand, der langt hen ad vejen ser sig selv som de andre frivilliges ligemand og ikke er vant til fra sin hverdag at skulle tage den slags ledelses-beslutninger og ledelsessamtaler. Men de gør det – og gør det rigtig godt. De kan selvfølgelig hente både hjælp og sparring hos landsorganisationen gennem hele processen.

VERDENS SEJESTE

I Ventilen er vi summen af vores frivillige. Vi prøver at få de allerbedste frivillige ind og passer så godt på dem, som vi overhovedet kan. Det skal ikke nødvendigvis være en leg at være frivillig, for det er et stykke arbejde. Det må godt være hårdt – for det lærer man noget af – men det skal også være sjovt. Og vi må aldrig glemme, at der slet ikke ville være en organisation uden alle de fantastiske unge, der lægger en hel masse ressourcer i organisationen både lokalt og nationalt. En organisation, vi er enige om, er verdens sejeste – fordi den består af verdens sejeste frivillige.

Du kan læse mere om Ventilen og blandt andet se vores frivilligpolitik i sin helhed på www.ventilen.dk

OM FORFATTEN

Rillo Snerup Rud har arbejdet i Ventilen siden 2006, først som informations- og udviklingsmedarbejder og siden 2010 som sekretariatsleder. Rillo er 34 år og uddannet journalist, har organisatorisk erfaring fra mange år som aktiv i studenterpolitik og fra fagforeningsarbejde.



FRIVILLIGERFARINGER FRA GRÆNSEFORENINGENS KULTUR- MØDEAMBASSADØRPROJEKT

Af Maya Bram Sommer

Al begyndelse kan være svær. Grænseforeningens kulturmødeambassadørprojekt led også under en del begyndelsesvanskeligheder. Implementeringen af projektet i 2009-10 var en stor udfordring. Det kneb med opbakning og efterspørgsel. Men i 2011 lykkedes det at finde nøglen til succes. Vi tog ved lære af de indledende erfaringer gennem evalueringer og workshops med de tilbageblevne kulturmødeambassadører. Rom blev heller ikke bygget på én dag. Men evalueringerne og workshoppen kom til at danne grundlag for den videre strategi: Lydhørhed over for de frivilliges ideer og kritik, inddragelse af de frivillige og ejerskab til projektet er fundamentet, vi står på i dag. Det er fundamentet, som jeg i denne artikel vil tage mit afsæt i. Denne artikel handler om, hvordan vi arbejder i dag – projektleder og frivillige. Klogere af begyndervanskelighederne og med friske øjne.

GRÆNSEFORENINGENS KULTURMØDEAMBASSADØRER I DAG

Korpset er landsdækkende og består af 35 unge aktive frivillige mennesker. De er alle studerende og fordelt mellem København, Odense, Aarhus, Aalborg og Esbjerg. Kulturmødeambassadørerne tager ud og holder dialogmøder rundt om i landet, hvor de fortæller om det at leve i én kultur og have en anden kultur i bagagen. Vi har gennemsnitligt otte dialogmøder om måneden. Og evalueringerne fra dialogmøderne indikerer stor succes.

Det er altså lykket at få etableret et kulturmødeambassadørkorps på et frivilligt grundlag, som mange kender og som nyder bred opbakning, også fra baglandet. I det følgende vil jeg gå mere i dybden med, hvilke erfaringer, vi har gjort, og dele ud af vores gode erfaringer. Til sidst vil jeg også give nogle eksempler på det, der ikke er lykkedes.

OM GRÆNSEFORENINGEN

Grænseforeningen blev grundlagt umiddelbart efter Genforeningen i 1920 for at støtte det danske mindretal syd for grænsen. Indtil 1990'erne var fokus i foreningen indsamling til og oplysning om det danske mindretal. I centrum stod modsætning og afgrænsning i forhold til det tyske. I dag argumenterer Grænseforeningen ud fra en moderne dagsorden. Globaliseringen er anerkendt som et vilkår for alle - også for det danske mindretal og andre nationale mindretal. I det dansk-tyske grænseland omgås kulturmødet på en konstruktiv måde. Man har bevæget sig fra et 'mod hinanden' til et 'med hinanden'. Denne historie og nutid burde være en væsentlig inspiration for det øvrige Danmark. Globaliseringen og øget fokus på det at leve i en flerkulturel verden med hyppige sprogsift og identitetsfølelse har dannet en ny platform for Grænseforeningens oplysningsarbejde om mindretallet. Et af initiativerne til at formidle dette er Kulturmødeambassadørprojektet, som går i dialog om nationalitet, identitet og medborgerskab. Grænseforeningen består i dag af ca. 15.000 medlemmer fordelt på 70 aktive lokalforeninger i hele Danmark. Læs mere på www.graenseforeningen.dk

EVALUERING GØR EN FORSKEL

Evaluerer, mod til at lytte til kritik, til at prøve nyt, evaluering igen, inddragelse, lydhørhed, og tilpasning. Og mere evaluering. Dette er selvfølgelig det nemme og meget overordnede svar. Men vi var næppe nået derhen, hvor vi er i dag, hvis vi hverken havde inddraget kulturmødeambassadørerne noget mere, eller løbende havde stoppet op og set på, hvad der virker, og hvad der ikke virker samt *hvorfor*.

Hvordan evaluerer vi så? Det gør vi på flere planer:

INTERN EVALUERING

Vi evaluerer internt med kulturmødeambassadørerne. Dels evaluerer de selv hvert dialogmøde, når de er ude. Dvs. at det er obligatorisk, at de bruger en halv time i forlængelse af et dialogmøde på at evaluere arrangementet og hinanden. Dette sker ud fra en afkrydsningsseddel, som de selv har været med til at formulere. Dels evaluerer vi på vores produkt og interne kommunikation på halvårige seminarer¹. Derudover har et markedsanalysebureau, i slutningen af sidste projektperiode, udarbejdet en evalueringsrapport af kulturmødeambassadørernes udbytte. Den viden, vi indhenter gennem disse evalueringer, er uundværlig. Den synliggør nemlig, hvad der motiverer vores frivillige. Men den viser også vores frivillige, at vi lytter til dem, og samtidig kan de se, deres indsats gør en forskel.

EKSTERN EVALUERING

Deltagerne på dialogmøderne evaluerer også vores indsats. Deltagernes evaluering sker altid med udgangspunkt i et evalueringsskema. Resultaterne bruger vi dels til at afrapportere til de instanser, der finansierer os, og dels til at evaluere os selv, når vi mødes på vores halvårige weekendseminar. Hvis vi er ude hos nye målgrupper, følger projektlederen typisk også op på dialogmødet efterfølgende ved at kontakte aftagers kontaktperson for at høre, hvordan de oplevede forløbet.

HVAD ER DER KOMMET UD AF EVALUERINGERNE?

For det første fandt vi ud af, at den geografiske placering af de frivillige er vigtig. Mange af de unge synes, at de bruger for lang tid på transport. For os er det derfor afgørende at have fokus på at holde rejsetid og transportudgifter nede. Med hele Danmark som 'arbejdsplads' kan der hurtig gå meget tid med i toget. Vi har dialogmøder fra Bornholm til Sydslesvig til Blokhustil hovedstaden. Vi tilstræber derfor i dag at rekruttere kulturmødeambassadører fra forskellige dele i landet. Derved sparer vi nogle rejseomkostninger, ligesom vi også kan gøre brug af vores frivilliges netværk og kendskab til de forskellige regioner i arbejdet med at skaffe flere dialogmøder.

For det andet har vi lært at tænke i forskellige rekrutteringsstrategier. Baseret på vores evalueringer har vi måttet sande, at rekrutteringsarbejdet og den indledende kontakt er afgørende for det videre forløb. For at finde de helt rigtige ambassadører og for at sikre, at forventningsafstemningen kommer i spil fra begyndelsen, begynder vores samarbejde med, at de interesserede kandidater sender en



Foto ► Nicolai Mørk



ansøgning. Nøjagtig som skulle de søge et lønnet job. Derefter kommer de til en uddybende samtale.

I opslagene fremhæver vi følgende kriterier for en kulturmødeambassadør:

1. Mindretals- eller minoritetsbaggrund
2. Mellem 18-25 år
3. Studerende
4. Mod på at udfordre og blive udfordret

Dertil er der et kriterium, som ledelsen usagt udvælger efter:

5. Vi skal have puslespillet til at gå op, således at der er en ligelig fordeling mellem det jyske, fynske og sjællandske.

Vi tager i princippet alle ind til den uddybende samtale. Og i langt de fleste tilfælde bliver kandidaten også optaget som en del af korpset. Men vores erfaring er, at det er vigtigt med ansøgningen og samtalen, da det viser os, om det er en frivillig, der virkelig vil det her, og det viser den frivillige, at vi tager denne alvorligt.

REKRUTTERING

Personligt netværk rekruttering

Den geografiske spredning af kulturmødeambassadørerne bruger vi også strategisk i forbindelse med rekruttering. En stor del af vores ambassadører er rekrutteret af kulturmødeambassadørerne selv. Enten gennem deres personlige netværk eller via opslag på uddannelsesinstitutionen. Fokus på begreberne ejerskab og medbestemmelse har muliggjort en løbende rekruttering af nye kulturmødeambassadører blandt deltagere på dialogmøderne. Vores kulturmødeambassadører har lært at 'opdage' nye kulturmødeambassadører blandt deltagerne på dialogmøderne. Ejerskabs- og medbestemmelsesfølelsen giver ansvar og gør, at vores frivillige tør slå til og sige: 'er det her ikke noget for dig?' Samtidig véd de frivillige, at projektlederen følger op på det, som de evt. sætter i gang. Der er også en tredje gruppe under rekruttering via personlige netværk, nemlig rekruttering af grænseandets nationale mindretal (det danske og det frisiske mindretal i Sydslesvig, og det tyske mindretal i Sønderjylland). Da det er en meget specifik gruppe, og da de hverken synligt skiller sig ud, eller er særligt mange, så er det personlige netværk særligt i spil her. Derudover er vores strategi dels at informere om projektet, mens de stadig er elever på mindretalsgymnasierne, dels at rekruttere via vores søsterprojekt, Grænseforeningens elevambassadørkorps.

Rekruttering via uddannelsesinstitutioner

Ét kriterium for at blive kulturmødeambassadører er, at man er studerende (årsagen hertil bygger bl.a. på, at det kræver en stor tidsmæssig fleksibilitet at indgå i korpset, da dialogmøderne typisk ligger i dagtimerne), har det været helt oplagt at benytte diverse uddannelsesinstitutioner som platform

for rekruttering. Dette har både været via fysiske opslag på uddannelsesinstitutionerne og især via skriftlige henvendelser til studieadministrationen. Dette har altid båret frugt, men samtidig har det aldrig båret så meget frugt som håbet på. Dvs. at indsatsen sjældent står mål med resultatet, hvilket er en præmis, vi har indstillet os på. Dette skyldes bl.a., at det ikke er alle studier, der videresender henvendelserne, f.eks. på grund af en bestemt politik på området.

Rekruttering via foreninger

Lejlighedsvis benytter vi os af forskellige foreninger til at rekruttere. Mange minoritetsgrupper har etablerede foreninger, og derfor er det oplagt for os at benytte denne indgang. Dette foregår typisk ved en skriftlig henvendelse, hvor opslagene målrettes lige netop denne minoritetsgruppe.

Rekruttering via Facebook og hjemmeside

Ca. hvert halve år er vi ude og rekruttere en håndfuld nye kulturmødeambassadører. Vores annonce opslås både på vores hjemmeside og på vores Facebook-side. Facebook er uden tvivl det mest effektive af de to netværk, ikke mindst fordi kulturmødeambassadørerne typisk også lægger linket ud på deres Facebook-profiler, og derved erannoncen hurtigt ude hos mange tusind, hvoraf mange er målgruppen.

Rekruttering ved direkte henvendelser

Da vi søger engagerede unge, som reflekterer over deres flerkulturelle baggrund, er det flere gange sket, at vi har taget direkte kontakt til en mulig kandidat, som måske har skrevet en kronik i et dagblad, eller på anden måde har udvist tydelige kvalifikationer som kulturmødeambassadører i det offentlige rum. Denne strategi har i langt de fleste tilfælde været en succes.

Rekruttering via Word of mouth

I dag får vi også lejlighedsvis ansøgninger fra unge, som ønsker at blive optaget i korpset, som ikke umiddelbart lader sig placere i ovennævnte kategorier. Disse kandidater kan meget vel have oplevet kulturmødeambassadørerne på et dialogmøde, læst om dem i medierne eller noget helt tredje. De kan kategoriseres som frivillige via *word of mouth*. Vi har nu været inde på, hvordan vi har fået rekrutteret frivillige fra alle dele af landet. I det følgende skal vi se nærmere på, hvordan vi formår at fastholde dem.

EVALUERINGERNE GAV OS YDERLIGERE INSPIRATION TIL AT STYRKE SAMMENHÆNGSKRAFTEN I KORPSET

Der kan være nogle udfordringer ved at have et landsdækkende korps, hvis vi ikke er opmærksomme på afstandene. Det giver sig selv, at det er en udfordring at motivere og fastholde frivillige, som er spredt over hele landet, da de ikke har daglig, ugentlig og nogle gange ikke månedlig fysisk kontakt

med hinanden eller projektlederen. Derfor er det afgørende for os at arbejde meget målrettet med at skabe en anden form for kontakt og en følelse af sammenhængskraft. Ikke mindst fordi vores type projekt, hvor det tager tid at uddanne kulturmødeambassadørerne, er ekstra skrøbeligt, hvis vi kun kan fastholde de unge et halvt år ad gangen. Én af strategierne er at sørge for, at korpset føler sig som en del af en gruppe – en levende gruppe vel at mærke. Det kommer vi omkring på flere måder:

Facebook

Ved at have en intern Facebook-gruppe, som bruges til at dele billeder, relevante artikler og til at huske på nogle arrangementer/deadlines og lign. Projektlederen bruger også platformen til at vide-resende ros fra deltagere eller opfordre til, at links til projektets begivenheder deles på deres egne profiler. Yderligere har gruppen fået sit eget sociale liv i kraft af, at kulturmødeambassadørerne, på eget initiativ, inviterer til sociale arrangementer, som projektet på sin vis intet har med at gøre. Ligesom nye kulturmødeambassadører typisk præsenterer sig for de andre dér. Udover vores interne gruppe, har vi også en officiel Facebook-side. At kulturmødeambassadørerne tager ejerskab i forhold til den, prioriterer vi også meget højt. Det har taget noget tid, men det virker nu, bl.a. hjulpet af at de alle løbende skal skrive et blogindlæg på vores hjemmeside, og linke til det på Facebook-siden. I dag lægger mange af vores frivillige relevante artikler, arrangementer og billeder fra dialogmøder ud løbende, ligesom de 'liker' meget på siden. Det giver korpset et ejerskab af siden og en følelse af at være med deres med-ambassadører rundt til dialogmøder. Samtidig har de næsten daglig kontakt med hinanden og projektet.

Nyhedsbrev

Udover den mere uformelle kontakt på Facebook, er vi gået fra at have en lind strøm af mails, til at have et ugentligt nyhedsbrev. Det er projektlederen, der er afsender, og i nyhedsbrevet samles al den vigtige info fra ugens løb: Nye dialogmødestillinger, nyt PR-materiale til afhentning på kontoret, anbefalinger til nye dialogøvelser, eller hvad der nu måtte være af relevans. At samle alle disse oplysninger har gjort arbejdet som frivillig langt mere overskueligt, og mindre stressende, end hvis der dagligt klikker en mail ind med noget nyt, kulturmødeambassadørerne skal forholde sig til – ved siden af studie, job og alt det andet, de laver. Tjansen som frivillig må aldrig blive en sur pligt. Idéen til nyhedsbrevet kom fra en af kulturmødeambassadørerne.

Box

Nyhedsbrevene og alle vores andre dokumenter samler vi på en online platform, Box², som er lukket, sådan at det kun er de frivillige og Grænseforeningen, der har adgang. Platformen er let overskuelig. Opdelt i forskellige mapper, såsom f.eks. 'Adresseliste', 'Gode råd', 'inspiration og viden til kulturforståelse', kan den enkelte kulturmødeambassadør let gå ind og finde lige det dokument, han/hun skal bruge. Der er tilmed en chat/kommentarfunktion, så det er muligt at kommunikere derinde. Denne

funktion bruger projektlederen til f.eks. at kvittere for kulturmødeambassadørernes skriftlige evaluering af et dialogmøde. Platformen er ligeledes et rigtig godt værktøj til at sikre kontinuitet i projektet og til at skabe overblik for nye frivillige.

MOTIVATION SKABER FASTHOLDELSE

Men hvordan skabes motivation?

Vores erfaring er, at det først og fremmest sker ved inddragelse. Noget af det, som vi har lært af projektets begyndervanskeligheder, er, at inddragelse er vigtig. Det er vigtigt, at kulturmødeambassadørerne får mulighed for at påvirke projektet (og derved deres indsats). Den indsigt og de erfaringer, som de indhenter, især på dialogmøderne, er guld værd for projektet. Nu følger vi op på samtlige dialogmøder og kulturmødeambassadørerne inddrages i så høj grad, de vil. Vi forsøger at motivere den enkelte til at udvikle sine evner til gavn for såvel den enkelte som organisationen. Vi tilstræber at skabe en kultur, hvor alle får og tager ejerskab af projektet.

Helt konkret lægger vi i vores arbejde for at motivere vægt på følgende:

MOTIVATIONEN TAGES ALVORLIGT

Samarbejdet med den nye frivillige begynder i vores tilfælde via ansøgningen og den uddybende samtale. Her klarlægges, hvilke forventninger den nye kulturmødeambassadør har, og hvad der motiverer denne til at søge om at blive en del af projektet. For langt de flestes vedkommende handler det om en personlig motivation til at gøre en forskel på et område, der berører dem personligt – nemlig opfattelsen af og behandling af minoriteter. Denne motivation bruger vi i det videre arbejde ved at tilstræbe at skabe rum til, at den frivillige også får udlevet motivationen. Det er især gennem kulturmødeambassadørernes personlige fortællinger på dialogmøderne, at denne motivation indfries. Det er derfor også i den indledende fase, hvor deres oplæg bliver til, at det især er vigtigt for os at føre en åben og dialog med den enkelte frivillige. Igennem ansøgningen, den uddybende samtale og mailkorrespondance udvikler den frivillige, i tæt samarbejde med projektlederen, oplægget, som skal formidle kulturmødeambassadørens personlige oplevelser med at vokse op med flere sprog og kulturer – på godt og ondt. Og ligesom den frivillige fortæller om sin motivation og forventninger, opstiller vi også nogle forventninger til den frivillige. Disse nedfældes i en forventningsafstemningskontrakt, som fornys hvert halve år.

FORVENTNINGSAFSTEMNINGSKONTRAKTEN

Som så mange andre gode ideer er idéen med denne kontrakt kommet fra én af kulturmødeambassadørerne. Kontraktens punkter er ligeledes udarbejdet i samarbejde med vores frivillige. I kontrakten nedfældes tre personlige mål for den frivilliges arbejde for hvert halve år. Kontrakten er med til at skabe gennemsigtighed og hjælper til, at begge parter kan holde hinanden fast på nogle aftaler. Det styrker de frivilliges ejerskab at blive taget seriøst, at vide, hvad der forventes, og hvad man kan

forvente, ligesom det giver projektlederen et indblik i, hvad der skal til for at motivere den enkelte.

OPFØLGNING

I begyndelsen er det hele nyt og spændende. Men efter lidt tid risikerer, især frivilligt arbejde, at lide under, at rutinen tager over. Luften går af ballonen. Er forventningerne ikke blevet indfriet eller føler den frivillige, at han/hun nu har fået det ud af det, som er muligt, er der en stor sandsynlighed for, at projektet forlades til fordel for noget nyt og spændende. Vores erfaring er, at hvis de frivillige skal fastholdes i længere end et halvt års tid, kræver det løbende udvikling. Dette tilstræber vi bl.a. ved en personlig samtale hvert halve år, med udgangspunkt i opfølgning og fornyelse af forventningsafstemningskontrakten. I denne forbindelse formuleres der tre nye mål for det kommende halvår. Dette er et godt redskab. Men det er især på vores halvårige seminarer, at vi får holdt motivation og udviklingen ved lige.

UDDANNELSE

Det halvårige seminar består i en uddannelsesweekend, hvor vi samler alle kulturmødeambassadørerne. Det er en uundværlig del af vores arbejde, da vi her både kan evaluere, udvikle, være faglige og sociale. Seminarerne er sammensat både af programpunkter fra kulturmødeambassadørernes undergrupper (se næste afsnit), af oplæg/workshops fra Grænseforeningens egne ansatte samt af oplæg udefra. Alt sammen krydret med en masse socialt samvær. Det sidste punkt er et af de vigtigste, da det afgørende, at kulturmødeambassadørerne, nye som gamle, kender hinanden og nyder at være sammen, hvis vi skal forvente af dem, at de skal tilbringe en stor del af deres fritid sammen samt bakke op om hinanden på dialogmøderne. Overordnet arbejder vi på de halvårige seminarer med deres oplæg, facilitering, kropssprog og stemmetræning, foruden baggrundsviden om nationalitet, identitet og medborgerskab.

FRIHED UNDER ANSVAR

Som frivillig er du i reglen ikke bundet op på det samme ansvar, som hvis du var ansat i en virksomhed. Det vil også sige, at ledelsen i projektet ikke kan udøve egentlig personaleledelse. Som frivillig kan du i princippet forlade projektet fra den ene dag til den anden. Dette gør arbejdet med frivillige særlig skrøbeligt og stiller nogle andre krav til ledelsen. Vi tror på, at det er lysten, der driver værket. Men vi tror også på, at man godt kan stille krav til hinanden. Vores erfaring viser, at kulturmødeambassadørerne rigtig gerne vil påtage sig en masse opgaver, tage ansvar for projektet, udvikle sig og værne om den interne sammenhængskraft, såvel som projektets ansigt udadtil. Men det kræver, at de føler sig inddraget, lyttet til og det forudsætter også, at de kan se, at de er med til at gøre en forskel. Derfor gør vi meget ud af at give de frivillige ejerskab, samtidig med at vi stiller krav. På en kærlig måde. Det er nemlig også af stor vigtighed, at vi har det godt med hinanden. Det er de frivilliges dyrebare fritid, de bruger på projektet, og vi gør derfor meget ud af, at relationerne bygger på

åbenhed, ærlighed og respekt.

Vi giver kulturmødeambassadørerne rum til at skabe idéer og udvikle dem. Vi opretter løbende undergrupper, som de selv har ansvaret for. Hele vores produkt er jo bundet op på tilliden til, at kulturmødeambassadørerne selv får forberedt sig, kommunikeret sammen, møder op og gennemfører et dialogmøde, der matcher vores interne aftaler. Der er meget administration forbundet med den måde, vi kører kulturmødeambassadørprojektet. Det ville være langt mindre tidskrævende at køre det hele topstyret. Men gjorde vi det, så ville vi også kunne dreje nøglen om. For da ville vores engagerede og dygtige frivillige formentlig forsvinde. Uden dem intet projekt.

EN TIL AT VÆRE TOVHOLDER

Grænseforeningens kulturmødeambassadørprojekt er privilegeret ved at have én person, der er ansat til at være tovholder. Projektlederen sidder med det overordnede ansvar for projektet. Det er en fuldtidsstilling, hvilket vil sige, at midt i al den skrøbelighed, der kan være, når man arbejder med et frivilliprojekt, har vi et anker, som sørger for stabilitet og kontinuitet. Med dette menes, at der findes én, der har det overordnede ansvar og overblik, og som har pligt til at sikre en god overdragelse, hvis ansvaret skifter hænder. Der menes også, at der hos projektlederen altid står en telefon og en computer, man kan ringe/skrive til, både som kulturmødeambassadør og som interessent udefra. Ligeledes er der en, der sørger for at sætte både i søen, som sikrer, at vi sejler og sikrer, at vi kommer i land igen. Det giver en enorm tryghed, ikke mindst for kulturmødeambassadørerne. Denne post kunne sagtens være ulønnet – som i så mange andre frivilliprojekter. Når jeg alligevel fremhæver det, hænger det sammen med, at vi mener, det er vigtigt at holde sig for øje, at vi har organiseret vores frivilligledelse på en måde, der stiller store krav til projektlederen – krav, der måske ikke ville være rimelige og tidsmæssigt mulige, hvis posten var ulønnet.

ANBEFALINGER

Gør frivilligarbejdet så let og gennemskueligt for den enkelte som muligt. Dette modvirker, at den frivillige brænder ud, og det er med til at sikre kontinuitet i al frivillighedens skrøbelighed, med løbende udskiftning.

- » Det, vi har gjort, er bl.a. at sørge for at have en håndbog til kulturmødeambassadørerne, hvor alt praktisk relateret til dialogmøderne er skrevet ned.
- » Vi har udarbejdet noget baggrundsmateriale, som kulturmødeambassadørerne deler ud til alle deltagerne på dialogmøderne. Dette sikrer, at alle deltagere med sikkerhed får info om projektets formål, begrebsafklaring, kontaktinfo. m.m., uanset om det er nye eller garvede frivillige, der er ude.
- » Baggrundsmateriale, sammen med vores redskaber, en ekstra T-shirt (som er kulturmødeambassadørernes uniform, når de er ude), evalueringsskemaer m.m. er i vores kuffert. Denne er altid med på dialogmøderne, da den dels sikrer, at intet bliver glemt til dialogmøderne, dels er en

rekvisit, som er med til at understrege vores formål – at gå i dialog om vores kulturelle bagage.

- » Vi har derudover skabeloner til alt – program til dialogmøderne, evaluering m.m.
- » Slutteligt får holdet af kulturmødeambassadører, der skal ud på et dialogmøde, altid tilsendt en 'kontrakt' med al praktisk info til det pågældende dialogmøde, ligesom vi har udarbejdet et fast slideshow, som de bruger på dialogmøderne.

HVAD VIRKEDE IKKE....FOR OS

Det er vigtigt for mig at understrege, at vores dårlige erfaringer ikke nødvendigvis vil være dårlige erfaringer for alle, eller til alle tider. Der er mange faktorer, der kan spille ind.

Men med det forbehold in mente, vil jeg her nævne nogle af de initiativer, det ikke lykkedes for os at få succes med:

- » Vi forsøgte en enkel gang at evaluere via Fokusgrupper. Ideen er god, men den er også omkostningsfuld, både administrativt og økonomisk. Fokusgrupperne bestod af tidligere deltagere, som havde givet tilladelse via evalueringsskemaerne, til at blive kontaktet med henblik på videre evaluering. Det viste sig umuligt at få det antal deltagere med, som var målsætningen. Derfor blev det kun til én fokusgruppe. Til gengæld bidrog denne med mange gode input til det videre forløb, bl.a. udviklingen af kulturmødeambassadørernes blog og tydeligere formidling af vores formål.
- » Socialt-faglige arrangementer. Idéen til disse opstod på evalueringsworkshoppen, som blev holdt med kulturmødeambassadørerne ved projektleaderskifte. De frivillige efterspurgte flere aktiviteter, hvor de dels kunne lære hinanden bedre at kende, dels kunne blive styrket som ambassadører. Vi oprettede derfor tre bygrupper (København, Aarhus og Odense), og fordelte de frivillige i disse, ud fra hvor i landet de boede. Disse bygrupper skiftedes til at holde et socialt-fagligt arrangement. Tanken var, at der skulle afholdes ét hver anden måned. Vi fik nogle arrangementer op og køre. Men fremmødet var begrænset, og initiativerne flød ud for til sidst at forsvinde. Vores evalueringer viste, at det var for tidskrævende oven i alt det andet.
- » Varieret brug af dialogøvelser. Vi har gennem tiden udviklet en del forskellige dialogøvelser til dialogmøderne. De fleste af disse står i vores håndbog. Men vores erfaring viser, at det altid er de samme to, som kulturmødeambassadørerne tyr til. Måske skyldes det, at det er de bedst egnede. Det er nok mere sandsynligt, at det bliver for uoverskueligt og utrygt hele tiden at inddrage nyt. Der foregår i forvejen en masse usikkert på dialogmøderne, når de f.eks. skal ud til en ny målgruppe eller holdet er sammensat på en måde, hvor ingen har været ude med hinanden før.
- » Rekruttering af mange forskellige minoritetsgrupper. Vores ambition er at have så mange forskellige minoritetsgrupper repræsenteret som muligt, dels fordi det vil gøre administrationen af dialogmøderne lettere, da vi sammensætter holdene ud fra, at alle 3-4 kulturmødeambassadører har forskellige baggrunde, og dels for at tydeliggøre lighederne midt i al forskelligheden. Der er stadig en del minoritetsgrupper, det ikke er lykkedes at rekruttere til trods for stor ihærdighed, bl.a. den jødiske minoritet, romaer, den kinesiske, den islandske m.fl.



HENVISNINGER

1 Hvert halve år samles alle kulturmødeambassadørerne til en uddannelsesweekend.

2 www.box.com



OM FORFATTEN

Maya Bram Sommer er 35 år, cand.mag. i kultur & sprogødestudier og ansat som projektleder for Grænseforeningens kulturmødeambassadørprojekt. Maya har specialiseret sig i kulturmødet. Især gennem det frivillige arbejde har hun opnået den viden og erfaring, som hun trækker på i sit professionelle arbejdsliv i dag. Maya har arbejdet med frivillige og ledelse af disse i over 15 år. Bl.a. har hun været tovholder på et projekt i Mjølnerparken, København, for Dansk Flygtningehjælp. I gennem tre år har hun koordineret et udviklingsprojekt i Peru for AXIS NGO, som sendte frivillige danske studerende af sted hvert semester.



DET DANSKE SPEJDERKORPS

– livslang læring og ansvar

Af Mathias Lysholm Faaborg og Anne Sandbeck

SPEJDERLOVEN

Den, der er med i spejdernes fællesskab, gør sit bedste for:

- » at finde sin egen tro og have respekt for andres
- » at værne om naturen
- » at være en god kammerat
- » at være hensynsfuld og hjælpe andre
- » at være til at stole på
- » at høre andres meninger og danne sine egne
- » at tage medansvar i familie og samfund

Spejderløftet: Jeg lover at gøre mit bedste for at holde spejderloven

DET DANSKE SPEJDERKORPS FORMÅL

Det kan være lidt misvisende at tale om korpset som én ensartet enhed – der er store variationer begrundet i geografi, kultur og traditioner, men der er fælles værdier, metoder og et fælles formål for alle spejdere i Det Danske Spejderkorps. DDS' formål er at 'udvikle børn og unge til vågne, selvstændige mennesker, der er villige til efter bedste evne at påtage sig et medmenneskeligt ansvar i det danske samfund og ude i verden'. Vi er ikke spejdere, fordi det er et mål i sig selv, men fordi vi mener, at de metoder, værktøjer og oplevelser, der anvendes i spejderregi, udvikler børn og unge til voksne, der er i stand til at tage ansvar for deres eget liv og engagere sig i deres omverden. Organisationens kerne er den lokale spejdergruppe, som udgøres af en række spejdere, ledere og forældrevalgte bestyrelsesmedlemmer. Den centrale strukturs fornemste formål er at understøtte det lokale spejderarbejde, det vil sige, at alle i sidste ende arbejder for at gøre en forskel for de børn og unge, der udgør vores medlemmer i grupperne. Det gælder både dem, der er ansatte i den centrale struktur, og dem, der er frivillige. Fra centralt sted er der en stærk forståelse for, at værdien i spejderbevægelsen skabes lokalt, der hvor det enkelte medlem oplever spejderlivet, metoderne og værdierne. Det betyder, at korpsets ansatte primært er udviklingskonsulenter, som understøtter konkrete udfordringer eller muligheder, der skal realiseres i de lokale

OM DET DANSKE SPEJDERKORPS

DDS er en frivillig børne- og ungdomsforening stiftet i 1973 ved sammenlægningen af et drenge- og et pigekorps, begge grundlagt i 1910. Det gør DDS til en af de ældste ikke-partipolitiske frivillige foreninger i Danmark, og DDS er i dag et af de to største spejderkorps i Danmark. Der findes lidt over 400 lokale spejdergrupper. Spejdergrupperne er samlet i 35 divisioner, hvor der i hver division samarbejdes om f.eks. lejre, uddannelse og arrangementer. DDS har også grupper i udlandet og et tæt venskab med Dansk Spejderkorps Sydslesvig.

grupper. De sidder spredt rundt i landet, mens de ansatte, der sidder på kontoret, har en administrativ funktion eller understøtter kommunikationen både internt og eksternt. DDS' udviklingskonsulenter faciliterer processer omkring samarbejde eller udarbejdelse af udviklingsplaner, inspirerer til lokalt arbejde og aktiviteter, der fører til, at gruppen laver bedre spejderarbejde og derigennem fastholder og rekrutterer flere medlemmer og frivillige.

PRINCIPPER OG VÆRDIER

Det Danske Spejderkorps er en værdibaseret bevægelse, der i mere end 100 år har spillet en rolle i Danmark. Der er frivillige i alle aldre, og hele familier er aktive i spejderbevægelsen, på tværs af generationer. Det, der får bevægelsen til at hænge sammen, er i høj grad, at spejderidéen er noget, som ikke bare er et dokument, der hænger på væggen ligesom i mange virksomheder, men er den grundstamme, som arbejdet roterer omkring. Spejderidéen er både værdier, metoder og et løfte om at gøre sit bedste for at overholde spejderloven. Et løfte, der aflægges af både børn og voksne én gang årligt, hvorved alle står lige i at arbejde for at være en god kammerat, at give plads til andre meninger, værne om naturen med videre.

MEDLEMMER OG FRIVILLIGE

På mange måder skelnes der ikke mellem at være frivillig og medlem i forhold til principper og værdier. Der er en grundforudsætning for både medlemmer og frivillige i spejderbevægelsen om, at man hele tiden skal udvikle sig som person. Det sker ud fra princippet om 'learning by doing', sådan at man får lov til at påtage sig et ansvar og udvikle sig i opgaven, selvom man måske ikke har kompetencerne fra begyndelsen af. Læringen sker undervejs, guidet af én, der kan. Det er således en form for mesterlære, man kommer i. Det gælder uanset, om man fungerer som leder, hovedudvalgsformand, instruktør på kurser, løbsleder eller noget helt andet. Det Danske Spejderkorps er kendetegnet ved, at vi giver plads til at fejle, så de frivillige og vores unge medlemmer kan se, at det ikke er jordens undergang, når det går galt, men en værdifuld mulighed for læring, hvis ellers ens base er i orden. Opgaverne kan generelt ses i en større helhed med en klar modtager, uanset om opgaven handler om kreative opgaveløsninger, økonomi, madlavning eller noget helt andet. Typisk indebærer opgaven et ansvar for de medlemmer og frivillige, som man arbejder for og med. I DDS er man frivillig, indtil at man har påtaget sig et ansvar. Derefter har fællesskabet en berettiget forventning om, at der leveres, og at man ikke forlader opgaven, førend den er løst efter bedste evne eller forsvarligt overdraget til en anden. I opgaveløsningen får de frivillige altså mulighed for at prøve sig selv af og bruge deres kompetencer. I arbejdslivet kan man godt tage en projektled Ruddannelse, men der kan gå mange år, før man får lov at være det. Sådan er det ikke i spejderbevægelsen. Her bliver man kastet ud i opgaverne, men med sikkerhed i det netværk, som man er en del af, og som er klar til at hjælpe. Man får plads til selv at udøve medbestemmelse og påtage sig ansvaret for opgaveløsningen, der sjældent er dikteret oppefra. Målsætningerne, som skal indfries, udgår ovenfra. Der

BASIS FOR ENGAGEMENT

DDS stræber efter at sikre '**De 3 M'er**', fordi det skaber frivilligt engagement.

- Mod»** De tør påtage sig et ansvar, fordi der er en læringskultur fremfor en nul-fejlkultur.
- Mulighed»** De oplever, at de har de fornødne ressourcer og kompetencer til at tage ansvar. Der er opbakning til opgaven, og de oplever sig i stand til at løse den.
- Mening»** Opgaven giver mening for den enkelte, og man oplever, at man bidrager ind i en helhed og et klart formål.

er som regel også et økonomisk råderum, der giver mulighed for at løse opgaven. Der er altså tale om, at man som frivillig har en høj grad af fleksibilitet både i sin opgaveløsning, men også i forhold til valg af opgaver. Opgaver, der både kan have lokal, national eller international karakter, og handle om ledelse, udvikling eller drift. Mulighederne er mangfoldige, og de fleste frivillige udnytter muligheden for at flytte rundt og prøve mange forskellige roller og opgaver i deres tid som frivillige. De mange udviklingsmuligheder er med til at fastholde de frivillige, fordi de hele tiden kan finde en ny opgave, der fanger deres interesse, eller et fællesskab, de har lyst til at indgå i. På grund af opgavernes karakter og målrettethed har de mulighed for at beskrive den uformelle og erfaringsbaserede læring i deres CV, som de kan vedlægge ansøgninger til job eller uddannelse. Hvis man er vokset op i spejderbevægelsen, vil en stor del af tiltrækningen være muligheden for selv fortsat at udleve spejderlivet, selvom man er vokset ud af 'medlems'-målgruppen. Det handler både om det meningsgivende og om fællesskabet, som de er en del af. Mange frivillige er en del af en fast gruppe, som ses ud over det daglige spejderarbejde og udgør faste vennegrupper, hvor familielivet med årene bliver en integreret del af fællesskabet.

FRIVILLIGHEDSBEGREBET I DDS

Skelnen mellem at være medlem og at være frivillig er nøglen til at forstå DDS' organisatoriske struktur. Det er ikke nogen italesat eller anerkendt opdeling. Og det er bestemt ikke noget, der fylder i korpsets interne debatter. Det opfattes ikke som en relevant diskussion, da mange ledere kalder sig selv spejdere og er vokset op i og med spejderbevægelsen. Det fylder mest, når vi skal spejle os i omverdenens frivillighedsforståelse og forventninger. Alligevel er det et centralt element i korpsets selvforståelse: Nogle er frivillige (lederne) og tager ansvar for medlemmernes udvikling (spejderne). Dét er også forklaringen på, at DDS har mange voksne medlemmer, og samtidig har det som en central værdi og fast overbevisning, at vi er en børne- og ungdomsorganisation:

De voksne er til for børnene.

Korpsets definerede målgruppe er børn og unge fra 6-23 år, men når medlemmerne bliver 17-18 år, vil aldersgruppen både indeholde medlemmer og frivillige, afhængigt af position og funktion. Nogle

vil både være medlemmer af en enhed, kaldet en klan, i en lokal gruppe og være frivillig, f.eks. på løb, i arbejdsgrupper eller som leder i de yngre grene. Spejdere fra alderen 6-16 år er alle betalende medlemmer. Afhængig af den lokale organisering i gruppen inddeles medlemmerne efter alder i afdelinger som f.eks. mikro-, mini-, junior- og storspejdere. Spejderne 'ledes' af spejderledere i alle aldre med meget forskellige baggrunde, der deler en passion for spejderlivet og for at udvikle selvstændige og ansvarlige børn og unge. Det kan både være forældre, der træder til og ledere, der er vokset op med og i spejderbevægelsen. At lede skal i denne kontekst forstås bredt, dvs. en leder har ansvar for, at spejderne trives og har det godt, udfordres og lærer nyt, samarbejder på tværs, og at alt dette sker gennem spejdermetoden. Samtidig er det også lederens opgave at være med til, i samarbejde med de andre ledere og forældrene, at sikre driften af gruppen og sammenhængen på tværs af aldersgrupper, også kaldet den røde tråd. Et 'typisk spejderforløb' i forhold til, hvad det enkelte medlem lærer indholdsmæssigt, findes ikke, da de lokale grupper har stor autonomi, hvor udformningen af aktiviteterne dermed er overladt til de frivillige ledere. Aktiviteterne er ikke målet i sig selv, men de metoder, aktiviteterne afvikles efter, skal sikre målet om at lære børnene om samarbejde, ledelse og spejderværdierne. Det generelle aktivitetstilbud til et medlem i DDS spænder over uddannelse i brug af kniv, økse, sav, teltslagning, pionerarbejde, overlevelse, madlavning, samarbejde, historie, samfundsfag og orientering til oplevelser på land, skov og fjeld, om dagen og om natten, både nationalt og internationalt. Alt sammen noget, der på forskellig vis understøttes af frivillige kræfter, der ikke nødvendigvis skal besidde al viden selv, men skal være i stand til at bruge sine medledere eller andre med viden om et område. En frivillig leder bruger typisk ca. seks timer om ugen på en normal spejderuge (herunder planlægning og afvikling af et spejdermøde, der kan vare 2-3 timer), men det kan variere kraftigt, og særligt i sommerperioden kan det blive til mange dage, når man som leder er med sine spejdere på sommerlejre og weekendture. Alle ledere i Det Danske Spejderkorps er frivillige og dermed ulønnede. Dog bliver udgifterne forbundet med arbejdet, f.eks. transport, dækket, hvilket gør det muligt for flere at være frivillige. Det frivillige engagement skaber sociale netværk og unikke oplevelser – mange ledere finder venner for livet i løbet af spejderårene.

OVERGANGEN FRA MEDLEM TIL FRIVILLIG

Det er personlige og dermed meget varierende årsager, der driver overgangen fra medlem, f.eks. fra

BASIS FOR ENGAGEMENT

- » Den enkelte: Spejderen har ansvaret for sin egen udvikling.
- » Omverdenen: Spejderen viser respekt for medmennesket, er hjælpsom og viser ansvar over for naturen og det samfund, vi er en del af.
- » Det åndelige: Spejderen bestræber sig på at finde en tro, et åndeligt princip, der er større end mennesket.

seniorspejder til frivillig f.eks. leder. Oftest sker overgangen flydende og uden nogen eksplicit overvejelse hos den enkelte. I alderen 16-23 år er man senior-spejder, eller 'klan-spejder', dvs. at man deltager i en selvorganiserende gruppe, ofte kaldet 'klanen', der centrerer sig om spejderaktiviteter såsom lejre, ture, løb og konkurrencer. Mange er seniorspejdere langt op i 20'erne og bliver aldrig ledere; mens andre starter som hjælpe-ledere allerede i 16-års alderen og skifter dermed fra at være 'medlem' til at være frivillig. De spejdere, der med tiden ønsker at blive frivillige ledere, begynder i alle aldre. De lokale grupper tager imod frivillige med alle typer baggrunde, blot de kan støtte op om formålet, kan navigere i børnehøjde, hvis de skal lede børn, og ønsker at lære spejderideen – og metoderne at kende. Medlemmerne (spejderne) tiltrækkes af det fællesskab, de kender og genkender, når de møder spejdere fra andre grupper, regioner eller lande, f.eks. når de deltager i en verdensspejderlejr med 40.000 spejdere fra stort set hele verden – et mini-FN. Variationerne i, hvordan metoderne og værdierne tolkes, skaber grobund for nysgerrighed og mulighed for at finde sit eget standpunkt ved at spejle sig i de andre. Desuden tiltrækkes spejderne af mening. Den mening, der ligger i at 'tage medansvar for familie og samfund', som i DDS også forstås som medansvar for spejdersamfundet, hvor man måske ønsker at give noget tilbage af det, som man selv har været en del af i sin opvækst. De frivillige ønsker at være med til at gøre en forskel for samfundet, for andre spejdere. I stort omfang ses et ønske om at skabe en forskel selv og prøve sig selv af i forhold til projektledelse, facilitering, organisering, kommunikation og meget andet. Meningselementet er generelt den stærkeste driver for, hvornår DDS' medlemmer forvandles til frivillige. Forvandlingen kan ske, når der er behov for hjælp til at udvikle eller afvikle tilbud til medlemmerne – afviklingen af 'Spejdernes Lejr 2012', som var Danmarks første tværkorpslige spejderlejr med 35.000 deltagere, forvandlede mange seniorspejdere til frivillige ledere, aktivitetsansvarlige, områdeansvarlige og mange andre. Spejdernes Lejr 2012 blev afviklet med seks ansatte; resten var ulønnede frivillige spejdere.

PROJEKT- OG PROCESFRIVILLIGE

Mange unge spejdere flytter til en anden by for at læse og søger derfor nye fællesskaber. Det betyder, at mange bliver ledere eller kommer ind i en ny klan for unge. Når medlemmerne når senioralderen, vil mange også søge udfordringer, der ligger uden for gruppen, for at bruge deres erfaringer som spejdere på en anden måde. I det hele taget er der mange indgange til at være frivillig i DDS, hvilket bevirker, at mange er aktive som frivillige flere steder samtidig. På det lokale niveau er mange frivillige i gruppen enten som ledere, i bestyrelsen, materialeansvarlig eller som arrangør af ture, lejre med videre. På divisionsplan er det også muligt at sidde med i ledelsen af divisionen eller hjælpe med at lave arrangementer, uddannelse til unge og ledere og meget mere. Både på gruppe- og divisionsniveau er engagementet bundet op på det nære, hvor det handler om at gøre noget for børn og unge, som man kender, og hvor indsatsen styrker ens egen gruppe. På det nationale niveau er der mange muligheder for at blive frivillig, inden for det man enten brænder for eller gerne vil blive klogere på. Det kunne f.eks. være nogle af de arbejdsgrupper eller udvalgene, der, som tidligere nævnt, udfører

arbejde for korpsledelsen. De frivillige opgaver på dette niveau handler ofte om en mere strategisk planlægning af indsatserne, f.eks. samarbejde med spejderkorps i andre lande, uddannelse til spejdere og ledere, økonomi, kommunikation, men kan også dække over en konkret afvikling af et kursus, en lejr eller international tur. Den typiske leder er en procesfrivillig, der løfter en væsentlig, løbende opgave lokalt. DDS har derudover en del frivillige, der kan karakteriseres som projektspejdere, der beskæftiger sig med en mere afgrænset opgave, der dog kan have en tilbagevendende karakter. Det er ofte spejdere, der er frivillige i forbindelse med planlægningen af spejderløb, store arrangementer eller kurser. DDS har en række spejdercentre rundt omkring i landet, hvor en fast stab af frivillige laver lejre, kurser og arrangementer for medlemmerne, der gør det lettere for lederne at tage på lejre. Her er det drevet af en blanding af, at det er en afgrænset opgave, hvor man kan finde kreative løsninger, og se dem udført samtidig med, at man indgår i et fællesskab. Fællesskabet er ofte centreret omkring en fast gruppe af mennesker. Mange frivillige er aktive på flere niveauer, hvilket giver en god synergi. Der er brug for folk i det nationale arbejde, der ved, hvordan arbejdet foregår i grupperne, så initiativerne ikke kommer for langt væk fra den virkelighed, som de skal give mening i. Omvendt så spredes viden om, hvad der sker på nationalt plan, til det lokale niveau, hvilket fremmer implementeringen af initiativerne. En del frivillige finder selvstændig værdi i at bevæge sig på flere niveauer for at tilfredsstille behovet for, dels at mødes med børn og unge, dels at være med til at udvikle spejderarbejdet. Eksempelvis er der mange frivillige i alderen 20-29 år, der laver kurser i efterårsferien for de 12-23-årige medlemmer. I DDS er der 4-500 instruktører, som laver kurser for medlemmer og for frivillige. Det gør de næsten altid samtidig med, at de laver andet spejderarbejde. Det er ofte i gruppen, at de er aktive som ledere eller som medlemmer i en klan. De kan også lægge energien i nationalt spejderarbejde, som medarrangør af løb eller som centerspejder.

UDVIKLINGSTILBUD OG STØTTE TIL FRIVILLIGE

Det Danske Spejderkorps afvikler – via frivillige – løbende en række arrangementer, kurser og events, der alene er tilbud til de frivillige og altså ikke medlemmerne. Det kan være arrangementer målrettet gruppeledere, kursusaktiviteter og lederdage, som ofte afholdes i divisionerne. Flere af arrangemen-

TILBUD AF OG FOR DE FRIVILLIGE

- » Det Danske Spejderkorps sikrer, enten gennem frivillige eller ansatte kræfter, at der løbende henover kalenderåret er tilbud om udvikling, inspiration samt mulighed for at engagere sig i projekter eller arrangementer.
- » For den frivillige betyder det, at der altid er mulighed for at se meningen med sit engagement og for at indgå i nye fællesskaber.

Begge er nogle-elementer for at rekruttere og fastholde frivillige.

terne er arrangeret af lokale 'spejdergrupper', der ikke har aktive medlemmer som de fleste andre grupper, men som alene har til formål at afvikle arrangementer. Sådanne særlige grupper lever typisk for at afvikle kurser (f.eks. 'Fjeldvandring'), uddannelsesforløb eller større landsdækkende spejderløb (f.eks. 'Solaris' eller 'Alligator-løbet') eller spejdercentre, der har en gruppe af frivillige tilknyttet. Hovedparten af aktivitetstilbuddene til de frivillige er dog understøttet, arrangeret og afviklet af de frivillige, der arbejder på nationalt plan, altså medlemmer af hovedudvalg eller underudvalg under korpsledelsen. DDS Uddannelse, som er et hovedudvalg, udsender årligt et kursuskatalog med uddannelses tilbud af kortere eller længere varighed for frivillige på alle planer i korpset. Mange af tilbuddene er dog målrettet ledere i grupperne. Ca. tre gange om året afholdes der 'uddannelsesmarked' forskellige steder i landet, hvor lederne kan få udviklet deres kompetencer inden for ledelse, børns udvikling, spejderideen eller få ny inspiration til spejderarbejdet gennem aktivitetsmoduler, som f.eks. træklating, orientering, GPS, mad på bål og meget mere. Her er det muligt for hele ledergruppen at komme på kursus sammen, selvom de vælger forskellige moduler. Igennem deltagelsen på kurserne får de frivillige løbende tilført nye kompetencer, og DDS sikrer en fælles retning i udviklingen af spejdermetoden. I slutningen af 00'erne satte DDS f.eks. særligt fokus på den anerkendende tilgang, som allerede indgik i mødet med spejderne, men ikke på en bevidst måde. Denne blev udbredt og bevidstgjort bl.a. gennem DDS-lederuddannelse. Ud over de rent uddannelsesmæssige tilbud, som korpset har til de frivillige, er der nedsat arbejdsgrupper, som afvikler nationale arrangementer, der skal inspirere og aktivere de unge frivillige (menings-aspektet); og samtidig opbygge og styrke venskaber (fællesskab-aspektet). Et stærkt eksempel på dette er DDS årlige nationale event 'Refleks', der har til formål at 'skabe en stor spejderoplevelse af fællesskab, inspiration og udvikling med udgangspunkt i seniorspejderne'. Målgruppen er seniorerne, som er de 16-23-årige, dvs. medlemmerne, men da mange af disse også er frivillige på forskellig vis, er det med til at skabe gejst til at blive frivillig i forskellige sammenhænge gennem relationerne og inspirationen fra aktive unge frivillige. 'Refleks' gæstes typisk af oplægsholdere, der kan være alle lige fra politikere til motivationscoaches, jægersoldater og kunstnere – alle sammen nogen, der skal give medlemmer og frivillige lyst til fortsat at tage ansvar. I tråd med værdien om at tage ansvar videregives i øvrigt formands- og arrangørstafetten hvert år til et nyt team, typisk blandt deltagerne af det forgangne års refleks. På den måde får nye unge mulighed for at prøve kræfter i praksis med projektledelse, ledelse og arrangementsplanlægning. Den metode har virket siden 2009, hvor det første 'Refleks' blev afholdt. Et andet arrangement er Uddannelsesweekenden, der afholdes en gang årligt for alle instruktører i DDS-uddannelsen. Her samles ca. 200 instruktører på tværs af kursustype og alder. Det er et arrangement, der dels handler om at anerkende deres indsats ved at give dem nogle gode oplæg udefra, dels handler om at give dem plads til at deltage frem for at arrangere selv. De får uddannelse, inspiration, diskussion og netværk i løbet af weekenden. Det er begejstring og glæde. Det er et ambitiøst program, men det er også en weekend med stor søgning, fordi de får noget igen for deres indsats, som de også kan bruge i andre sammenhænge. På samme måde afholdes der 'Åben Bevægelse' fire gange årligt, hvor

der laves et fælles program, men ellers er det muligt for de frivillige at lægge en uforpligtende indsats i en weekend på et bestemt projekt. Det kan være arbejdsstof, en sangbog eller noget helt andet, der arbejdes med. Da det både bliver et arbejds- og et socialt fællesskab, giver det gejst og energi til det fortsatte arbejde. Lederuddannelsen i DDS favner både den nye leder og den erfarne leder. Indledningsvis tager man mere praktiske kurser og gradvist bevæger man sig mere over i den personlige ledelse og egne værdier. Det sidste ledelseskursus kaldes 'Gilwell', opkaldt efter det første ledertræningssted i England. Kurset er en personlig rejse, et selvudviklingskursus, med fokus på den frivilliges holdninger, værdier, drømme og adfærd. Forløbet sættes hele tiden i relation til samfundet og spejderarbejdet. Det er et forløb på et halvt år med et indlagt selvvalgt projekt, der skal have relevans for spejderarbejdet. Der investeres altså betydelige ressourcer, både fra DDS' og fra den frivilliges side, i sådanne kurser.

DE ANSATTE UNDERSTØTTER DET FRIVILLIGE, LOKALE ARBEJDE

Korpskontoret med 20 ansatte understøtter også de lokalt engagerede frivillige. Hovedparten af de frivilliges engagement i DDS lægges ikke på lejre, til arrangementer eller kurser, men i den lokale spejderhytte sammen med medlemmer i forskellige aldre. Korpskontoret arbejder derfor løbende med at udvikle nye tilbud og derigennem støtte de frivillige ledere i deres arbejde. Et af de mest succesfulde eksempler var tiltaget 'Den Attraktive Spejdergruppe', der er et grundigt studium i 'best practice' – hvad der kendetegner de bedste spejdergrupper i DDS. De attraktive spejdergrupper skal her forstås som grupper med mange medlemmer, uden ledermangel, med et stærkt fællesskab i lederkollektivet og et godt samarbejde med gruppens forældrebestyrelse. Dataene er samtidig rensset for elementer, der kan tilskrives geografien i et område. Undersøgelsen konkluderede, at de attraktive spejdergrupper havde følgende fællesnævner:

- Holdånd»** Et godt og fleksibelt samarbejde i ledergruppen.
- Ambitioner»** Spændende og udfordrende aktiviteter for spejderne.
- Forenkling»** Gode rutiner, så ledernes arbejde er simpelt og overskueligt.
- Ledelse»** Solid og visionær gruppeledelse.

Undersøgelsen førte til, at DDS etablerede 'Rejseholdet', en gruppe af frivillige, der ud fra et fast koncept rejser rundt til de lokale grupper og faciliterer et udviklingsforløb, der skal styrke de fire fællesnævner. Samtidig tilbyder 'Inspirationsholdet', som er et andet tiltag, oplæg på ca. én time om et relevant emne, der afholdes lokalt i gruppen, som inspiration til handling. Alle fire elementer handler om at gøre det nemmere og sjovere for både ledere og spejdere at være aktive i gruppen. Ambitionen handler om valg i forhold til at udforme indholdet i spejderarbejdet, hvor de tre andre elementer alle handler om at skabe bevidsthed om, hvordan ledelsen agerer sammen som hold og som overordnet ledelse, der hjælper hinanden med at fokusere på indholdet fremfor på rutinearbejde. Det giver bedre

spejderarbejde for medlemmerne og fastholder flere spejdere, fordi de bliver i stand til at fokusere på det, der giver mening. Den grundlæggende præmis er, at de ansatte er til for de frivillige, der omvendt er til for medlemmerne. Det er også en insisteren på at lære ud fra et styrkebaseret perspektiv, hvilket har drevet og vil drive udviklingen af Det Danske Spejderkorps i årene fremover.

TILBUD TIL DE DEDIKEREDE

Det Danske Spejderkorps tilbyder kurser særligt tilpasset erfarne, dedikerede spejdere, der stræber efter mere – også selvom de har været spejdere i 20 år eller mere. Eksemplet med Gilwell-kurset illustrerer vigtigheden af at understøtte og udvikle alle typer af frivillige; også dem, organisationen nemt tager for givet.



OM FORFATTEN

Mathias Lysholm Faaborg, 29 år, Program Manager TDC, M.Sc. Political Economy of Development, Formand DDS Relationer, tidligere bestyrelsesmedlem i Dansk Ungdoms Fællesråd for DDS.

Anne Sandbeck, 36 år, Jurist og master i organisationspsykologi, chefkonsulent hos Hein, Degn & Partner, Formand for lederuddannelse i DDS, tidligere medlem af hovedbestyrelsen i Det Danske Spejderkorps.

FRIVILLIGE BANEDE VEJEN FOR GENERATIONSSKIFTE

Af Sigrid Soelberg Vestergaard

I vinteren 2012 var Vedvarende Energis medlemmer primært i aldersgruppen 50+. I dag har organisationen 60 unge frivillige, en veletableret ungdomsafdeling – og et prisvindende ungdomsprojekt bag sig. Her er historien om, hvordan frivillige banede vejen for et generationsskifte i en dansk NGO.

Vedvarende Energi er en dansk miljøorganisation, som udspringer af bevægelsen mod atomkraft i 70'erne. Vores organisation har haft loyale medlemmer siden opstarten, og vi plejer at joke med, at folk kun falder fra, når de dør. Situationen ved årsskiftet 2012 var, at størstedelen af vores medlemmer var over 50 år. Med andre ord var et generationsskifte tiltrængt. Derfor besluttede vi i januar 2012 at etablere en frivilligplatform for at tiltrække nye, unge kræfter.

DE FØRSTE SKRIDT TIL EN PLATFORM FOR FRIVILLIGHED

Målet med vores nye frivilligplatform var at finde frivillige til vores sekretariat i Aarhus, som kunne løse en række konkrete opgaver – og i særlig grad var håbet at finde unge, som kunne være med til at definere og med tiden koordinere Vedvarende Energis ungdomsaktiviteter. En ting var meget vigtig for os i den indledende fase:

At åbne dørene for frivillige skulle ikke kun handle om at organisationen fik fornyede kræfter – det skulle i lige så høj grad handle om at give de frivillige 'noget'.

Deltagelse og ansvarlighed er grundlæggende værdier i al vores arbejde, og uanset om vi arbejder i Nairobi eller Ringkøbing, fokuserer vi på borgerinddragelse. For os gav det god mening, at de værdier også gennemsyrede vores arbejde med frivillige – og det ultimative mål var, at de frivillige gennem deres arbejde for organisationen skulle få oplevelsen af, at én person rent faktisk kan gøre en konkret forskel.

OM VEDVARENDE ENERGI

Vedvarende Energis overordnede formål er såvel lokalt, nationalt som globalt at arbejde aktivt for en bæredygtig, integreret energi- og miljøpolitik, der sigter mod 100 % energiforsyning fra vedvarende energi og lokale ressourcer. Vedvarende Energi er paraplyorganisation for 17 lokale energi- og miljøforeninger og sammen med disse foreninger varetages driften af seks regionale kontorer. Arbejdet på de regionale kontorer brandes under navnet Energitjenesten. Vedvarende Energi har en årlig opsætning på ca. 30 mio. d. kr. fordelt ligeligt mellem det danske og det internationale arbejde. Finansieringen foregår primært gennem flerårige projektbevillinger fra danske og internationale puljer. Eks. Energisparepuljen, PSO-midler, Danida og EU.

40 FRIVILLIGE PÅ TO MÅNEDER

Med disse tanker in mente interviewede vi organisationens ansatte for at undersøge, hvor der var potentielle muligheder for at integrere frivillige. Vi formulerede de første frivilligopslag, oprettede en jobbank på vores hjemmeside og en profil på frivilligjob.dk – og så begyndte de frivillige ellers at melde sig. To måneder efter havde vi 40 unge i Vedvarende Energi. I begyndelsen havde vi samtaler med hver enkelt frivillig – om deres ønsker om nye kompetencer, deres interesseområder og deres baggrund – og gav dem opgaver, der matchede deres ønsker. Men snart måtte vi sande, at denne model ikke fungerede, når interessen var så stor. Vi var nødt til at sætte det mere i system.

BÆREDYGTIG UNG

Vores erfaring blev hurtigt, at frivilligheden i vores organisation fungerede bedst, hvis de unge blev organiseret i teams omkring et konkret projekt. Vi oplevede, at de frivillige gik til den konkrete opgave med gejst, når de fik et reelt ansvar for det konkrete projekt – og at det samtidig var medarbejderne mindst muligt til last, idet de frivillige praktisk talt blev selvkørende. Et af de projekter var Bæredygtig Ungdomsuddannelse – som senere kom til at hedde Bæredygtig Ung.

Idéen til Bæredygtig Ung opstod efter et besøg på et gymnasium i Aarhus, hvor vi deltog i et Projekt Frivillig-arrangement sammen med en række andre organisationer. Overvældende mange af de fremmødte elever var interesserede i vores sag, og ét spørgsmål gik igen: Hvordan kan man som elev gøre noget for en mere bæredygtig skole? Tilbage på sekretariatet stod det klart for os, at vores organisation rent faktisk kunne give de unge et svar – at vi havde kapaciteten til et projekt, der gav eleverne værktøjer til at arbejde for en mere bæredygtig skole. De næste par måneder arbejdede vi intenst på projektet, og det lykkedes to af vores mest engagerede frivillige, Anne Sofie Østergaard og Clement Noe, at rejse 200.000 kr. til at virkeliggøre projektet, som blandt andet blev givet fra Dansk Ungdoms Fællesråd, Europa-Kommissionen og Energifonden. Kulminationen var, da projektet modtog Energifondens Studiepris på 100.000 kr., som blev overrakt af Klima- og energiminister Martin Lidegaard.

Konceptet i projekt Bæredygtig Ung er, at Vedvarende Energi uddanner en række forandringsagenter, frivillige unge på 18-30 år, som derefter tager rundt på skoler i Danmark og laver præsentationer f.eks. til morgensamlinger. I præsentationen fokuseres der på de unge, og hvad de konkret kan gøre i deres hverdag for at leve mere bæredygtigt. Under deres besøg på skolerne får forandringsagenterne kontakt til en række elever, som har lyst til at lave frivilligt arbejde på skolen i form af at arrangere events og aktioner for en mere bæredygtig skole – blandt andet får de gennem projektet mulighed for at tilbyde skolens ledelse et gratis energitjek. Forandringsagenterne hjælper eleverne med at komme i gang – og udsteder et Frivilligbevis, når eleven har udført en konkret opgave på minimum 20 timer. Det utroligt fine ved Bæredygtig Ung er, at projektet i alle led er udført af unge frivillige: To unge frivillige udtænkte og skaffede midler gennem fundraising, 12 unge udførte projektet gennem oplæg på gymnasier og kontakt til elever – og nu videreføres projektet af gymnasieelever i hele landet.



Clement Noe og Anne Sofie Østergaard fra Ung Energi får overrakt pris af Klima- og energiminister Martin Lidegaard.

VIRKELIGGØRELSE AF BÆREDYGTIG UNG

I august måned 2012 rekrutterede vi unge til forandringsagentrollen. Som altid slog vi vores opslag op gennem frivilgjob.dk, som har fungeret helt ideelt. Det strømmede ind med ansøgninger. Vi fik 30 kvalificerede ansøgninger fra unge, som gerne ville være frivillige i projektet. Heraf udvalgte vi 12, som var særligt motiverede. De 12 unge er mellem 16 og 30 år, heraf går tre på en gymnasial uddannelse, mens resten er under videregående uddannelse – og læser alt fra statskundskab til jura. I arbejdet med de 12 frivillige forandringsagenter var det selvfølgelig vigtig for os at klæde dem på til formidling om energi og miljø – men det var mindst lige så vigtigt, at de fik en høj grad af ejerskab for projektet og selv var med til at udvikle værktøjerne til arbejdet for en bæredygtig skole. Det var jo netop vores mål, at forandringsagenterne fik oplevelsen af, at de som enkeltpersoner og som gruppe gjorde en konkret indsats, der betød en konkret ændring. Derfor var uddannelsen af forandringsagenterne tilrettelagt sådan, at de unge fik lige så meget undervisning i procesledelse og gruppedynamik – som de fik viden om klimaforandringer og vedvarende energi. Allerede under den første indledende 3-dages workshop i november 2012 skete det magiske:

Bæredygtig Ung gik fra at være vores projekt til at være deres projekt.

Og det har været fantastisk at opleve, hvordan denne gruppe af unge har taget ansvar for at formidle projektets budskab til andre unge – og mest fantastisk at opleve, hvordan de 12 unge er vokset med opgaven og nu kommer ind i et rum med langt større pondus end for et år siden, da projektet startede. 'Det, der bl.a. er så fedt ved at være med i projektet, er, at vi kan få lov til at præge det så meget. Det er ikke bare projektkoordinering, men projektudvikling', fortæller Line Lage, som er en af vores 12 forandringsagenter. Fra november 2012 til januar 2013 har de unge forandringsagenter holdt oplæg på 14 skoler, etableret grupper af frivillige på syv skoler og koordineret energitjek af fem gymnasier, der tilsammen viste sig at kunne spare 4,5 millioner kr. på energibesparelser. På skoler rundt om i landet har unge arrangeret tøj-bytte-dag, bæredygtig fredagsbar og energitjek af skolens energiforbrug – blandt andet på Egaa Gymnasium, hvor to af skolens elever nu kan være stolte af at være direkte årsag til installationen af et 300 kvm. stort solcelleanlæg. Vores vurdering er, at omkring 60 unge er direkte involveret i projektet på landets gymnasier.

DE FRIVILLIGE INTEGRERES I ORGANISATIONEN – OG SKABER UNG ENERGI

Siden er andre spændende frivilligprojekter kommet til. Frivillige, der samarbejder med Roskilde Festivalen om en solcelle-workshop i Dream City, er i gang med at udvikle en international frivilligplatform og arrangerer tøj-bytte-events. Alle frivillige har fået opgaver med udgangspunkt i vores tanker om, at de skal lære af de opgaver, de får ansvar for – og allervigtigst, at de får oplevelsen af at gøre en konkret forskel.

Størstedelen af de frivillige, der har meldt sig i regi af Vedvarende Energi, er unge mennesker – og vores beskedne ønske om at etablere en ungdomsgruppe er for længst opfyldt. I dag har vi en decideret ungdomsafdeling, Ung Energi, med 30 medlemmer mellem 15 og 35 år. I opstartsfasen

diskuterede vi meget, hvordan de nye unge skulle kobles sammen med resten af organisationen. Ville de unge blive afskrækket af mænd over 50 år med fodformede sko og en 'det har vi prøvet' attitude? Vores bekymringer blev manet til jorden. De unge synes, at de gamle er seje, fordi de brænder for den samme sag som dem selv. Hvad den nye generation i organisationen har bidraget til er, at den ældre del af organisationen har fået fornyet gejst, fordi denne har fået syn for, at den yngre generation rent faktisk også brænder for miljø sagen. Vi kan mærke, at aktivitetsniveauet stiger, fordi gejsten stiger. Det har været en stor oplevelse at se tankerne blive til virkelighed, at se en ungdomsafdeling blive skabt og at se, at tankerne om frivillighed fungerer i praksis. Men mest fantastisk er oplevelsen af de unge, der vokser med de konkrete erfaringer, de får igennem deres frivillige arbejde. De frivillige går ranke ud af døren. Vores projekt har gjort en forskel.

HVAD VAR DET, DER LYKKEDES SÅ GODT?

Noget af det, der virkelig er lykket for os, er, at skabe et miljø, der er præget af gejst og 'vi gør en forskel' attitude. Det har helt klart været tillokkende, at de frivillige i den grad tages seriøst og får rigtige opgaver og rigtige titler – og at opgaverne handler om noget, de brænder for. 'Det er fantastisk, at nye ideer altid mødes med en 'can do'-holdning', fortæller Clement Noe, frivillig i Ung Energi. Det er klart, at det har kunnet lade sig gøre, fordi hele organisationen har været åben over for projektet, men det handler i høj grad om, at vi fra starten af har været meget bevidste om vores måde at møde frivillige på.





AFSLUTNING: FEM GODE RÅD TIL FRIVILLIGHED

1. Rigtige opgaver - rigtige titler

Frivillige skal have opgaver, hvor han/hun kan bruge sin uddannelse og/eller interesse. Tænk den frivillige som en del af jeres arbejdsplads og giv dem rigtige titler som kommunikationsmedarbejder eller projektleder.

2. Noget man brænder for

En stor motivationsfaktor for frivilligt arbejde er at arbejde med noget, man brænder for. Det kan enten være sagen eller arbejdsopgaverne. Vær opmærksom på, hvad der motiverer den enkelte frivillige.

3. Ejerskab

Det er federe at være frivillig, hvis man får ansvar for en konkret opgave. På den måde vil den frivillige opleve, at han/hun er vigtig – og det skaber ejerskab.

4. Når man har tid

Som frivillig har man nogle gange masser af tid – og andre gange eksamen, ferie eller stort arbejdspress. Tag højde for det og tilpas opgaverne, så det passer med den frivilliges kalender.

5. Sjovt og socialt

En vigtig del af at være frivillig handler om at være sociale sammen. Skab rammerne for et levende frivillig-miljø, for eksempel med fællesspisning eller fredagskage.

OM FORFATTEN

Sigrid Soelberg Vestergaard er Foreningskoordinator i Vedvarende Energi.

Hun er initiativtager til Vedvarende Energis frivilligplatform. Sigrid er cand. mag i Medievidenskab.



AT SKABE SIT EGET

- tilblivelsen af en ny ungdomsorganisation

Af Lars Feldvoss

NOGET NYT BLIVER TIL

Idéen til DFUNK opstod i 2008 på Dansk Flygtningehjælps årsmøde for frivillige. En gruppe unge frivillige fra forskellige dele af landet havde i løbet af festmiddagen fundet sammen, og samtalerne afslørede, at mange følte sig meget alene som unge i deres frivilligrupper. De andre frivillige var typisk ældre mennesker. Selvom arbejdet med at hjælpe flygtninge og indvandrere i deres lokalområde var både interessant og meningsfuldt, savnede mange at arbejde sammen med andre unge med det samme engagement i flygtningesagen. Hvorfor ikke lave noget, der kunne binde unge fra Dansk Flygtningehjælps grupper sammen? Idéen rumsterede videre, og en kollega og jeg selv, der på det tidspunkt arbejdede som frivilligkonsulent i Dansk Flygtningehjælp, blev inddraget. I slutningen af 2008 tog en gruppe på seks frivillige initiativ til det første arrangement, en DFUNK-fest i Vesterbro Kulturhus, og i marts 2009 mødtes 30 unge – både frivillige fra Dansk Flygtningehjælp og andre interesserede – i en spejderhytte i Jonstrup Skov for at stifte landsforeningen DFUNK. Samtidig arbejdede vi på at sikre opbakning i morderorganisationen og den økonomiske støtte, der skulle gøre det muligt at skabe en selvstændig ungdomsorganisation. Ledelsen i Dansk Flygtningehjælp kunne heldigvis godt se potentialet. I april 2010 blev jeg ansat til at understøtte udviklingen af DFUNK. Sammen med bestyrelsen kunne jeg tage fat på arbejdet med at omsætte alle de gode idéer til virkelighed. Samtidig med, at der skulle tænkes store tanker og udkastes visioner for fremtiden, skulle der bygges op nedefra. Der var på dette tidspunkt allerede skudt små lokale grupper af DFUNK'ere op i de største byer. Udfordringen var nu at finde ud af, hvordan man bevæger sig fra det overordnede ønske om at gøre noget for at forbedre flygtninges forhold til faste aktiviteter, der har håndgribelig nytteværdi og kan samle og motivere andre unge.

BYGGESTENENE

Skal man skære ind til benet, kræver en levedygtig ungdomsorganisation tre elementer:

1. Meningsfulde, frivilligt bårne aktiviteter, der gør en forskel.
2. Organisatoriske rammer, der giver unge mulighed for at engagere sig og tage ansvar.
3. En forankring i samfundet, der kan sikre et stabilt økonomisk fundament under organisationen.

OM DFUNK

DFUNK er Dansk Flygtningehjælps Ugenetværk – en forening af unge, der arbejder for at forbedre flygtninges vilkår i Danmark og internationalt. DFUNK står for en bred vifte af aktiviteter. Nogle er landsdækkende projekter, der samler DFUNK'ere fra hele landet, men de fleste er lokale aktiviteter forankret i DFUNK's fem regionsforeninger og andre steder i resten af landet. Initiativerne fordeler sig på områderne: Unge flygtninge, oplysning, debat, politisk arbejde, kultur, events og indsamling.

De første år har været en stadig balancegang imellem disse tre faktorer – til tider Bambi-agtigt vaklende, men gennemgående med en indbyrdes dynamik, der gør, at organisationen nu står relativt sikkert på de tre ben. Først gjaldt det om at finde ud af, hvad DFUNK's grundlæggende eksistensberettigelse skulle være – på hvilke områder ville vi arbejde for at forbedre flygtninges vilkår? Her var fokus fra begyndelsen på to områder:

Dels behovet for at skabe mere opmærksomhed i befolkningen om flygtningesagen og rykke ved holdninger til flygtninge og integration.

Dels behovet for ung-til-ung socialt arbejde for den store gruppe af unge flygtninge – bl.a. mange såkaldt uledsagede mindreårige, der netop i de år søgte asyl i Danmark.

Begge indsatsområder viste sig at være så væsentlige, at de i dag udgør grundstammen i DFUNK's arbejde. Dertil kom et tredje område, der i kraft af sin samlende kraft har haft stor betydning for opbygningen af organisationen. Nemlig vores pantsamlingsprojekt på Roskilde Festival, der i de første vigtige år gav mulighed for at tiltrække mange nye medlemmer og bruge festivalbegivenheden til at brande organisationen. Skal man skabe en økonomisk bæredygtig ungdomsorganisation i Danmark, er der ingen vej udenom tipsmidlerne. Derfor blev spillereglerne for DFUNK's opbygning i høj grad sat af Dansk Ungdoms Fællesråd og den bekendtgørelse, tipsmidlerne uddeles ud fra. Der skal samles et vist antal betalende medlemmer, og der skal opbygges et vist antal selvstændige lokal- eller regionsforeninger, før man kan kalde sig en landsdækkende ungdomsorganisation og få adgang til de livsvigtige tipsmidler. Udfordringen er at få de formelle krav til at spille sammen med hensynet til de frivilliges engagement og de frie dynamikker, der opstår omkring aktiviteterne. Selv om systemet i det store og hele tilbyder en god hjælp til at få noget til at ske, vil man, i en organisation under opbygning, ofte finde sig selv i en svær balancegang – skal tiden bruges på at langtidssikre organisationen i forhold til de formelle krav, eller skal man investere energien i det, der sker her og nu – de konkrete aktiviteter, som det hele handler om? Når det er lykkedes, både at leve op til de ydre krav, såsom hensynet til økonomien, at sætte meningsfulde aktiviteter i søen, og det at tiltrække flere hundrede unge landet over, skyldes det først og fremmest den gruppe af visionære initiativtagere, der har lagt en exceptionel mængde af deres tid og energi i DFUNK: De allerførste idéfolk, dem, der gik ind i den første landsbestyrelse, dem, der dannede DFUNK's første regionsforeninger, alle projektmagerne med de skøre idéer, dem, der tog ansvar for de første lokale aktiviteter; og siden hen dem, der overtog stafetten fra den første generation og målrettet arbejdede videre med at styrke organiseringen på lokalt, regionalt og nationalt plan, dem, der i 2012 kunne ansætte DFUNK's første egenfinansierede konsulent, og som nu sidder og lægger strategi for, hvordan vi kan sikre, at organisationen også findes om fem, ti og tyve år.

Hvor kom dette utrolige engagement fra?

DRIVKRAFTEN I AT SKABE SIT EGET

Da de første idéer spirede frem, om at Dansk Flygtningehjælp, ligesom Dansk Røde Kors og Red Barnet, skulle have sin egen ungdomsorganisation, skabte det både begejstring og bekymring i moderorganisationen. Ville man med en særlig organisation for unge risikere, at Dansk Flygtningehjælps frivilligrupper – alle de mere end 200 lokale lektiecaféer, netværksordninger, foreningsguidegrupper, rådgivningssteder, cykeltræningshold mm. – blev drænet for unge frivillige? Det var ingen interesseret i. Derfor udgjorde fra begyndelsen en del af tanken med det ny ungenetværk, at det, ved at tilbyde aktiviteter for unge på tværs af Dansk Flygtningehjælps frivilligrupper, netop skulle være med til at styrke det lokale engagement for den del af DFUNK-medlemmerne, der allerede var engageret der. Her godt fire år efter må vi nok indse, at lige præcis den del af projekt DFUNK kun har været en begrænset succes. Ud af de godt og vel 700 unge, der i dag er medlem af DFUNK, er kun en lille del samtidig aktive i en af Dansk Flygtningehjælps grupper. Til gengæld er der nok heller ingen, der i dag vil beklage, at DFUNK trækker de unge frivillige ud af disse grupper. Tilfældet er nemlig, at DFUNK har givet mulighed for at mobilisere en ny og stor gruppe af unge frivillige – unge der før måske potentielt var lige så interesserede i at arbejde for flygtningesagen, men som først med de nye organisatoriske rammer finder det attraktivt nok til, at de nu gør noget ved det. I takt med at flere og flere DFUNK-aktiviteter er skudt frem, ikke mindst den sociale indsats, der retter sig mod unge flygtninge, er gevinsten for den fælles sag så indlysende, at de oprindelige bekymringer har opløst sig. Og selv om det måske endnu ikke er lykkedes at gøre DFUNK til et interessant tilbud til unge frivillige i Dansk Flygtningehjælp, er der masser af andre måder, hvorpå DFUNK og Dansk Flygtningehjælp samarbejder og supplerer hinanden.

Hvad er så det nye, der gør, at vi med DFUNK har kunnet tiltrække og engagere så mange nye unge frivillige? Er det det sociale udbytte i at lave frivilligt arbejde sammen med andre unge? Ja, det er helt sikkert en del af grunden – selv om jeg også tror, de fleste unge vil være glade for at arbejde sammen med mindre unge frivillige. Skyldes det, vores aktiviteter er mere spændende for unge? Sikkeret også. Som ungdomsorganisation har vi jo mulighed for at tilbyde aktiviteter, der er specifikt målrettet unges interesser, hvorimod Dansk Flygtningehjælp nødvendigvis må favne bredere. Men den vigtigste årsag, tror jeg, ligger et andet sted, nemlig i selve selvstændigheden, selve det at få mulighed for at skabe sin egen organisation. Den mulighed har skabt en helt særlig dynamik, hvor de mest engagerede frivillige hele tiden har trukket andre med sig, og hvor energien i at udtænke nye projekter, arrangere nye events og bygge nye organisatoriske rammer har skabt en stemning omkring hele foretagendet, som har været exceptionel motiverende for mange at være en del af.

Før jobbet som konsulent for DFUNK har jeg arbejdet i fem år med Dansk Flygtningehjælps frivilligindsats. Selvom jeg har oplevet mange dybt engagerede frivillige i det regi, har jeg aldrig oplevet noget på niveau med det engagement, vi har set i DFUNK. Det har bredt sig som ringe i vandet – først

fra landsbestyrelsen, siden fra bestyrelserne i vores regionsforeninger og fra de projektgrupper og lokale tovholdere, der har været med til at drive aktiviteterne frem. Jo længere man kommer ud i det lokale arbejde, des mere er der naturligvis også brug for frivillige, der bare lægger deres to ugentlige timers frivillige arbejde, uden de nødvendigvis gør det til et stort personligt projekt. Men selv her tror jeg, at den pionerånd, der har præget organisationen som helhed, ofte er med til at sætte stemningen. Det prøver vi i hvert fald på at lade den gøre, således de frivillige fornemmer, at de er med i et større fællesskab, der har taget sagen i egen hånd. Noget af det, der bliver mest spændende at se i fremtiden, er, om vi kan bevare denne fornemmelse i takt med, at organisationen vokser. Og hvorvidt vi ønsker at vokse, hvis prisen er, at den svækkes.

Med til historien om pionerånden, der har båret projektet frem, hører, at DFUNK tidligt besluttede at være en organisation, hvor det holdningsmæssige spiller en central rolle. Selvom hovedparten af aktiviteterne har et rent socialt eller oplysende formål, har landbestyrelsen lagt mange af sine kræfter i også at tegne en politisk profil – bl.a. med et sæt af grundholdninger og et politisk udvalg - og i at iværksætte kampagner og andre holdningsbaserede aktiviteter. Det har været med til at mobilisere en gruppe af unge, der er indigneret over den aktuelle flygtninge- eller integrationspolitik, og som er parate til at lægge deres kræfter i en organisation, hvor de selv kan tale flygtninges sag. Selvom det til tider giver ekstra arbejde med at sikre, at det sociale, det oplysende og det politiske formål ikke blandes sammen på en uhensigtsmæssig måde, har det generelt været med til at give en god dynamik, at de politisk/aktivistisk interesserede på den måde arbejder side om side med de mere praktisk/socialt interesserede, der gerne bare vil hjælpe.

Som sagt har engagementet spredt sig som ringe i vandet. Men det er vigtigt i en frivillig organisation, at der også går en bevægelse den anden vej: At nogle af de frivillige, der til at begynde med lægger deres engagement i det håndgribelige lokale arbejde, med tiden får lyst til at rykke ind mod centrum i organisationen og deltage i det mere overordnede organisatoriske arbejde. Der er altid brug for flere, der har lyst til at løfte det mere overordnede ansvar (i hvert fald så længe vi vokser). Det er et vedblivende arbejde at åbne organisationen op for nye kræfter og invitere nye frivillige, der har tid, lyst og evner, til mere deltagelse. Det er noget, samtlige led i organisationen skal være med på. Det kræver ikke bare gode kurser og en stadig konsulentindsats. Det kræver også, f.eks. at de lokale bestyrelser og koordinatore er opmærksomme og gode til at inddrage. Derfor er det heller ikke altid, det lykkes. Men når det alt i alt alligevel er tydeligt, at der er en slags centripetaleffekt, der trækker de mest motiverede ind mod centrum af organisationen, tror jeg, den primære årsag er selvstændigheden, de særlige muligheder for selv at tage initiativ og ansvar, som DFUNK netop i kraft af selvstændigheden kan tilbyde.

Jeg tænker her ikke blot på almindelig interesse for at få frivilligt arbejde på CV'et. Det kan ellers også være en helt fin motivationsfaktor. Men mit indtryk er, at det for de mest engagerede handler

om noget meget mere gennemgribende end det. Nemlig det i det hele taget at finde sig selv som et arbejdende menneske, som en person, der har et ansvar over for andre end sig selv, og som i og med ansvaret kan være med til skabe noget med stor potentiel betydning for andre. For mange - ikke mindst for studerende på meget teoretiske videregående uddannelser - er det vigtige erfaringer at kunne gøre sig. Det er der i hvert fald mange tilkendegivelser fra kernefrivillige, der tyder på.

'ORGANISATORISK SELVSTÆNDIGHED - MEN SAMMENHÆNG I INDSATSEN'

Netop fordi selvstændigheden har været så essentiel en motivationsfaktor, har det især været den, DFUNK'ernes egen bekymring undervejs har drejet sig om. Det er selvfølgelig en speciel situation at være en selvstændig ungdomsorganisation, samtidig med at man (som man nødvendigvis måtte være i de første år) er økonomisk afhængig af en moderorganisation, der naturligt nok har visse forventninger til, hvad der skal komme ud af at investere i unge. I det første år af min ansættelse var noget af det vigtigste for udviklingen af organisationen derfor at gennemføre en grundlæggende forventningsafstemning.

Fordelene ved et tæt samarbejde har hele tiden været så indlysende, at ingen i DFUNK har været interesseret i at bevæge sig langt væk fra Dansk Flygtningehjælp og finde sin helt egen arena at lave frivilligt arbejde på. Men der var en fase, hvor det, at Dansk Flygtningehjælp tydeligvis også havde interesser i DFUNK's aktiviteter, kunne skabe en frygt hos nogle DFUNK'ere for, at selvstændigheden skulle blive kompromitteret. Derfor var der brug for at finde en formel for relationen, der gjorde det helt tydeligt for begge parter, at man godt kunne have et tæt samarbejde, uden at det rokkede ved selvstændigheden. I den forbindelse var det gavnligt at nå frem til formuleringen 'Organisatorisk selvstændighed - men sammenhæng i indsatsen'. Med den i baghovedet kunne DFUNK's landsbestyrelse gå til forhandlinger med Dansk Flygtningehjælp-ledelsen om, på hvilke betingelser de kunne regne med fortsat økonomisk opbakning.

Forhandlinger kan være gode til at gøre det klart, at det er OK at have interesser, og at der, i selve det at sætte sig til forhandlingsbordet, ligger en gensidig respekt for modpartens selvstændighed. Forventningsafstemningen og forhandlingerne var afgørende for at frigøre energi til udviklingen af selve arbejdet. Den samarbejdsaftale, der kom ud af det, har givet fine muligheder for at skabe aktiviteter og fællesskaber, der er DFUNK's helt egne - selv om de af og til er støttet af og til dels udviklet i samarbejde med moderorganisationen. I takt med, at DFUNK har kvalificeret sig til at modtage tipsmidler og har søgt fundraising til andre projekter, er den økonomiske afhængighed blevet gradvist mindre. Men det betyder ikke, at de gensidige fordele ved et tæt samarbejde er mindre indlysende for nogen af parterne.

EN POLARISERET UNGDOM?

I medierne tegner der sig i øjeblikket et ret modsætningsfyldt billede af unges sociale og samfunds-mæssige engagement. Den ene dag hører man én ekspert juble over, at unge i dag er mere engagerede i samfundet end nogensinde før - at de er bedre uddannet, har mere global bevidsthed og tager langt mere ansvar for andre, end både deres forældres og bedsteforældres generation gjorde. Den næste dag hører man det modsatte – danske unge af i dag er *Paradise Hotel-generationen*, forkælede narcissister, der tror hele tilværelsen handler om, hvem der har været sammen med hvem, og hvem der stemmer hvem hjem. Det er en ret frustrerende diskussion at høre på. For begge parter har jo set rigtigt for den del af de unges vedkommende, som de nu lige har valgt at fokusere på. Så hvis de bare ville opgive generaliseringerne og give hinanden ret.

Skal man sige noget generelt om 'ungdommen', er det måske netop, at den er præget af en stærk polarisering imellem én del med en meget høj grad og en anden del med en meget lav grad af samfundsengagement. I mit arbejde er det i sagens natur især den første, jeg har med at gøre, og min begejstring over deres engagement og deres evner er ikke mindre end begejstringen hos dem, der gør sig til optimister på hele generationens vegne. Men det ændrer ikke ved, at der nok kun er tale om en stor minoritet. Og at det overskud, som denne del af de unge udviser, er udtryk for, at netop de har nydt godt af en social og familiær opbakning, som langt fra alle unge har kunnet regne med. Og at netop de har fået udbytte af et uddannelsessystem, der lægger vægt på den enkeltes kreativitet og selvstændighed.

Polariseringen er et samfundsproblem, som ungdomsorganisationerne kun i begrænset omfang kan være løsningen på. Men vi kan prøve at gøre vores. Nok ikke så meget ved at gøre den mindre engagerede del af ungdommen til en *målgruppe* for vores frivillige aktiviteter – for man kan nok ikke sådan opløse polariseringen ved at sætte den ene pol til at redde den anden, men derimod ved lidt efter lidt at udvide gruppen af dem, der selv er aktive. Ved hele tiden at invitere nye typer af frivillige ind i arbejdet, og organisere og kommunikere det på en måde, så de bliver klar over, at det er værd at deltage. Det er ungdomsorganisationernes store udfordring: Ikke at blive en klub for en bestemt type af unge, men at vise, at uanset hvilket socialt og kulturelt segment, du tilhører, giver det mening at engagere sig. Og at det kun kan blive mere interessant af, at det foregår sammen med andre, der er anderledes end én selv.

Måske det er klogest ikke at forstå opgaven sådan, at man skal ud og motivere unge, der slet ikke er interesserede, til at lave frivilligt arbejde. Måske bør vi hellere begynde med alle dem, der i princippet er motiverede, men af forskellige årsager ikke har fundet den rigtige sammenhæng at lægge deres kræfter i. Her ser vi det i DFUNK især som en naturlig opgave - i kraft af vores fokus på flygtninge- og integrationsområdet - at skabe rammer for, at unge, der selv har flygtninge- eller indvandrerbaggrund, side om side med andre unge kan engagere sig i de samfundsspørgsmål, der ligger dem mest

på sinde. Der er i forvejen mange minoritetsunge, der organiserer sig i etniske ungdomsforeninger, og som laver et vigtigt stykke arbejde, for at give deres etniske gruppe en stemme og hjælpe kommende generationer på vej. Vi ser også, at relativt mange går ind i partipolitik og forsøger at opnå indflydelse ad den vej. Men der har manglet en platform imellem de to niveauer, hvorpå nydanske unge, der interesserer sig for flygtninge- og integrationsspørgsmål - måske i kraft af deres egen families møde med det danske samfund - kan indgå aktivt i en indsats, der ikke kun handler om deres specifikke etniske gruppes behov og interesser. Det, tror jeg, er en del af baggrunden for, at vi i DFUNK allerede nu har en stor andel af frivillige med etnisk minoritetsbaggrund.

Men nydanske unge er ikke den eneste gruppe, der ikke nødvendigvis har fået frivilligt arbejde ind med modernismen, og som det derfor kræver en bevidst indsats at involvere i en organisation som DFUNK. Så snart vi bevæger os ud over vores kernesegment – studerende på videregående uddannelser, ofte kvinder, børn af veluddannede forældre – møder vi kulturelle barrierer for deltagelse, som det er vores opgave at minimere. Både fordi målgruppen for vores aktiviteter har brug for en varieret sammensætning af frivillige (f.eks. kunne de mange mandlige flygtninge, vi arbejder med, godt tænke sig flere mandlige frivillige at mødes med), og fordi mange andre typer af unge, end dem vi automatisk tiltrækker, har noget vigtigt at bidrage med, og selv kan få noget vigtigt ud af at deltage.

Det er en stor opgave, som vi lige så stille arbejder videre med, ligesom de andre ungdomsorganisationer utvivlsomt gør det. Arbejdet bliver imidlertid ikke nemmere af en aktuel politisk dagsorden, der ønsker at stramme mest muligt op om danske unges uddannelsesforløb. Jeg tror ikke, alle politikere gør sig klart, hvor meget samfundsnytte og ubetalelig skabelse af parathed til både arbejdsmarked og samfundsengagement, der kommer ud af den tid, der går under navnet 'fjumreår'. Jeg frygter egentlig ikke, at stramningerne vil få de typiske frivillige til at holde op med at prioritere deres frivillige engagement. De har opdaget, hvor vigtig en hjælp det er, til at finde den rigtige karrierevej. Men man kan være sikker på, at det vil modarbejde vores bestræbelser på at engagere nye og måske mindre ressourcestærke grupper. Når alle skal drives igennem uddannelsessystemet på rekordtid, vil det i endnu højere grad blive den samme gruppe af unge – dem med de veluddannede og velstillede forældre – der vil have økonomisk overskud til at gå ind i frivilligt arbejde. På bare lidt længere sigt er det ikke nogen god forretning for det danske samfund.



OM FORFATTEN

Lars Feldvoss, f. 1974, er konsulent på sekretariatet hos DFUNK. Siden 2005 konsulent i Dansk Flygtningehjælps Frivilligafdeling og fra 2010 konsulent for DFUNK. Startede som frivillig i Dansk Flygtningehjælps Netværksgruppe i København i 2003, først som lektiehjælper og sprogtræner, siden som bestyrelsesmedlem og formand. Lars er uddannet i litteraturvidenskab.



INDVANDRERNE ER FREMTIDENS FRIVILLIGE

Af Frederik von Sperling

Ungdommens slidstærke position som doven og egoistisk er de senere år falmet til fordel for beundring hos foreninger, kommuner og virksomheder, der kaster ressourcer i Facebook-tiltag, fedt tøj og flotte flyers. Men hvad er sandheden om ungdommens samfundsmæssige engagement, og hvordan undgår vi myter og blind beundring, når vi skal lade dem bruge deres ansvar? En af 00'ernes helt store hype-numre er streetsporten, og det er der en god grund til. Streetsporten – gedefodbold, parkour, skateboard osv. – tegner nemlig nogle grundlæggende træk ved vores ungdom:

Den er attitude-båret, den vil ses og måske vigtigst: Den er multikulturel.

Enhver større by med respekt for sig selv har fået et parkouranlæg. Uden tvivl: streetsport boomer. Ifølge en rundspørge fra 2011 er der op mod 40.000 streetsoccer spillere i Danmark (målt på antal personer, som spillede mindst én kamp på asfalt samme år, jf. DGI Underground). Og det er ikke tilfældigt. For selvom rappere til 70'ernes blok-fester i New Yorks forstæder virker som fjern fortid, har de – pudsig nok – alt at gøre med den nye danske frivilligsektor. Skønt få melder sig ud af de traditionelle foreninger, daler medlemstallet alligevel i disse år, fordi de unge ikke melder sig ind. Det giver således et svagere grundlag for rekrutteringen af fodboldtrænere, engagerede bestyrelser mv. Men alarmklokkerne klinger alligevel hult, da streetsportens samfundsmæssige engagement er enormt. De over 300 frivillige i DGI Underground – DGI's afdeling for streetsport – arrangerer hvert år stævner, træning, mini-turneringer og selvopfundne events ud fra devisen, at en spontan, fleksibel og handlekraftig indstilling skaber de stærkeste fællesskaber. Og så gør det ikke noget, at folk møder op. I 2012 var der over 15.000 unge i gang, hvilket gør DGI til en af landets største aktører inden for streetsport.

Et overvældende fåtal af aktiviteterne ligger hos en forening. F.eks. er op mod 80 % af de såkaldte 'Street Agents' unge, der er tilknyttet en fritidsklub i bycentrum eller i, hvad man i total

OM DGI UNDERGROUND

Danske Gymnastik- og Idrætsforeninger (DGI) er hovedorganisation for 5.000 lokale foreninger, der tæller 1,3 millioner idrætsudøvere og ca. 90.000 frivillige. DGI Underground er afdelingen for street sport og blev oprettet i 2009 med fokus på uddannelse, events og træning af unge i street-kulturen. Særligt aktivitetsfokus:

- » Ski og snowboard: www.facebook.com/undergroundjibarena
 - » Gedefodbold: www.facebook.com/dgistreetsoccer
 - » Internationalt: <http://europeanstreetcup>
 - » Øvrigt: www.underground.dk
-

misforståelse kalder 'ressourcesvage' boligkvarterer. 'Street Agents' er en praksisuddannelse, der er udviklet af DGI Underground, og netop udbudt på tredje år. Mindst to unge Street Agents i alderen mellem 18- 25 år modtager en uddannelse over tre x fem-timer i konflikthåndtering, kommunikation og regler mv. Og til sidst får de en træningstaske i hånden. Bevæbnet med bolde, kegler, stopur og turneringsskemaer gennemfører de en to-timers træning hver eneste uge i sommerens fire måneder på deres egen lokale bane. Grundtanken er at give kvalitet og lokal kompetence inden for aktiviteter, som i forvejen foregår rundt om i lokale miljøer. Indtil nu har ca. 200 unge været igennem uddannelsen. I agenternes taske ligger der også klistermærker og flyers. Med disse beskedne værktøjer, foruden et par opslagstavler, Facebook og nogle lygtepæle, har vi oplevet det som ekstremt let for Street Agenterne at samle endog store grupper af spillere til træning. Indeværende år taget i betragtning, har der over hele landet deltaget ca. 5.000 unge i træning. Når man tager det korte og temmelig ekstensive uddannelsesforløb i betragtning, virker det derfor som om, at streetsportens frivillige har en naturlig og enormt stærk organisationsevne. Indsatsens erfaringer er, at der i de hersens resourcesvage boligkvarterer findes en bemærkelsesværdig ressource i forhold til via få telefonopringninger og et par SMS'er at samle rigtig mange mennesker – et fænomen man i andre sammenhænge blot kan sukke efter.

Hvad angår indholdet i det 'slutprodukt', som DGI Undergrounds gadefodboldarbejde leverer, fandt vi hurtigt ud af, at præstation er afgørende. En streetsoccer spiller vil ikke lære, han vil kunne. Dermed basta. Den udfordring tog vi op og formede den ugentlige træning som egentlige stævner, dvs. med rene og skære kampe i aldersgrupper, som Street Agenten skaber ud fra de fremmødte på dagen. Vi bibeholdt naturligvis læring som et hovedmål. Udover at afvikle og dømme kampe trænes Street Agenterne også i en række øvelser, angreb, taktik, samspil, skud mv., men ene og alene bundet op på konkrete situationer i en kamp, der netop er spillet. Succesfuld læring inden for det unge gadefodboldmiljø – og givetvis i andre genrer inden for ungdomssport – bør give udslag i synlige resultater her og nu, helt tæt på den oplevede relevans. Med andre ord kan læringskurvens top ligge meget på niveau med de konkurrencer, der findes. Et væsentligt element i DGI Undergrounds indsats blev derfor lynhurtigt konkurrencer på tværs af boligområder og byer. Resultatet blev otte regionale mesterskaber landet over, afsluttende med et Danmarks mesterskab i august måned. Det er vores soleklare erfaring, at vi uden konkurrencerne ikke kunne 'lokke' de hundredvis af unge til træning hver uge, og dermed ville vi gå glip af de lagvarige og forankrede fællesskaber, der altid vil være hovedmålet.

Den opmærksomme læser skimter streetsoccers udvikling fra gadehjørnet for måske fem-otte år siden i Danmark, til by-mesterskaber og så regionale mesterskaber. Vi har hele tiden insisteret på et stærkt udviklingsperspektiv for de unge – både de frivillige Street Agents og deres spillere – og har derfor taget initiativ til at løfte fællesskabet op på et europæisk plan med et EM i gadefodbold i sommeren 2013. En ung indvandrer tilbydes dermed muligheden for at klæde sig i rød jersey og hvide

shorts i en turnering, hvor han/hun repræsenterer Danmark. Vi lavede en mindre udgave i 2011, og effekten af denne repræsentation var kolossal. En af spillerne på landsholdet kaldte det: Den bedste oplevelse i sit liv. Dette ligger heller ikke langt fra arrangørernes oplevelse. Ydermere var det stærke sager at være involveret i en gruppe på 80 unge fra forskellige boligområder i hele Europa, som hyggede og skabte venskaber på kryds og tværs.

VISUEL KULTUR

Badmintontrænerens primære kommunikationskanaler – klubbladet, opslagstavlen og måske forældrene efter træning – er alle centreret omkring hallen og dermed også et bestemt tidspunkt, hvor man er samlet. Selvom særlige baner er foretrukne, har streetkulturen ikke det samme fysiske holdepunkt. I stedet er man fælles om Facebook-sider, You Tube-klip, ligesom de afgørende friheds- og fællesskabsværdier identificeres i logoer, sko, videoer, sproglige og grafiske fremstillinger, kort sagt personlige og kollektive fremtoninger.

En stor del af DGI Undergrounds arbejde centrerer sig derfor omkring visuel identitet og med Facebook-siden 'DGIstreetsoccer' som det centrale medium – klubhuset om man vil. Da de fleste medarbejderes erfaring med Facebook begrænsede sig til upload af feriebilleder, lavede vi en aftale med nogle af spillerne i vores aktiviteter. Til en løn, som afbalancerede forholdet mellem arbejde og passion, findes nu en opdeling, hvor spillerne lægger indhold ud omkring fodbold, aktiviteter osv., mens vi andre blot står for information om stævner, datoer, resultater osv. Vi er nået op på ca. 7.000 likes og en side, som virker spændende selv for os, som hverken kan leve eller dø for fodbold. Men igen: Siden havde været ugyltig uden høj ambition på logo, grafik, billedkvalitet og visuel identitet.

STÆRKT LEDERSKAB

Det er nemt at skyde denne ungdomskultur ned som overfladisk. Vores analyser har imidlertid ført os frem til nogle stærke pointer i forhold til samfundsansvar blandt streetkulturen. Og også nogle uvante pointer, der går på et opgør med en traditionel velfærdsstats tyrkertro på, at et stærkt kollektiv reguleres gennem fintmaskede systemer. Snarere end individer i et system, kan man se os som personer i et fællesskab. Den frivillige i streetsport har derfor store ambitioner om at træde i karakter og vise sig frem, gerne med stærk attitude. Herved ser vi en ny måde at styre et fællesskab på, nemlig gennem personlig gennemslagskraft frem for henvisning til regler; hvad enten det f.eks. er den kommunale fordeling af haltider eller tidsfrist for indsendelse af forslag til bestyrelsen. I øvrigt har vi oplevet en særlig social mulighed i dette forhold, nemlig i forhold til nogle for tiden så ombejlede som 'rødder'. Uanset hvad, så har rødder, gangstertyper, bandemedlemmer m.fl. ubetvivleligt nogle særlige egenskaber i form af stort mod, beslutningskraft, evne til at handle hurtigt og argumentere overbevisende. Da vi opdagede sammenfaldet i netop disse egenskaber hos vores streetsoccer trænere, besluttede vi os for at tage dem på ordet. Derfor udviklede vi en overbygning kaldet Street Academy, som giver

fuldt ansvar for både idé, udvikling, projektbeskrivelse og gennemførelse af egne events. Første step er at indsende en eventidé på én linje, f.eks. street basket stævne i Hillerød. Over syv moduler føres deltagerne så igennem brainstorm, projektbeskrivelse, ansøgning, PR, afvikling og evaluering af deres projekt, som de selv er juridisk ansvarlige for. Det er en ressourcekrævende uddannelse, da transmissionen af førnævnte handlekraft fra 'gaden' til systemet kan være svær, altså hvad betyder forankring, hvordan stiller man et budget op, hvad er en pressemeddelelse osv. Vi besluttede derfor at skalere event-anbefalingerne ned til mindre begivenheder i en størrelsesorden på 5.000 – 10.000 kr. Der kommer ca. ti unge igennem til en event hvert år, og udbyttet har været højt for deltagerne.

Populært sagt er forskellen på 'rod' og en 'frivillig' det samme som et minus og et plus; indholdet synes identisk.

MULTIKULTURELT FÆLLESSKAB

I forlængelse af erfaringerne om streetfællesskabets forbindelser til de såkaldt 'udsatte' kan det være relevant at diskutere mulighederne omkring det multikulturelle fællesskab. I det bredere samfund er tilbageslag fra Dansk Folkeparti efterhånden ikke unormalt, og 00'ernes hårde opgør med særlige kulturer kunne være overstået. Laver man succesfuld opbakning til gade fodbolden, får man samtidig en mulighed for ikke blot at overstå et opgør, men faktisk at udbygge en pro-aktiv multikulturel subkultur i Danmark. En poppet side af DGI Street Soccer-programmet dækker sloganet 'Fra Mohammed i Gellerup til Mohammed i Hellerup', da vi har oplevet en fifty-fifty fordeling af etniske danskere og etniske udlændinge ved især stævneaktiviteterne. Ved siden af lyshårede drenge med røde kinder spiller indvandrerknægtene. Selvom der er en opdeling på hold – altså, at man kommer med sine egne – ændrer det ikke ved, at kampe og al socialisering uden for banen går på tværs af etniske skel i en samlet passion for spillet og livet omkring det. Under aktiviteten udtrykker de sig som primært gade fodboldspillere, og først derefter som henholdsvis dansker og indvandre.

Om gade fodbold betegner en sjælden hjemmebane for indvandrerne er ikke til at sige. Men det er et faktum, at spillet har arnested i udsatte boligområder med høj population af indvandrere, som dermed har ramt nogle generelle strømninger i dansk ungdomsliv. Multikultur har en særlig og til tider svært begribelig egenskab, nemlig at der er flere forskellige ting indeholdt deri. En enkelt joke mellem to spillere til fodboldstævne i Nordvest både karikerer og understreger pointen: Da de to spillere opdager, at fortovet er gravet op pga. noget vejarbejde, siger den ene til den anden: 'Åh nej, det er paki'erne der spiller cricket igen'. Umiddelbart en hoven og kategoriserende kommentar, men den udtrykker også en varm og humoristisk udlægning af folk fra Pakistan som en gruppe med egen identitet. Tit står også det personlige for skud, ikke mindst ved en overflod af kælenavne: F.eks. sigøjner, tykke eller boomerang, hvilket blot understreger, at man kollektivt og individuelt arbejder aktivt på at skabe hinanden som forskellige og dermed særlige.



Foto ► Peter Harley

Man kunne givetvis konceptualisere og arbejde med denne multikulturelle egenskab via projektrammer og SWOT-analyser, men en stor del har givet at gøre med den almenmenneskelige omgang med hinanden i hverdagen og måder at være sammen på. I hvert fald er det vigtigt at undgå den automatiske angst for en kategorisering, der ligger sprogbruget 'os' og 'dem', men derimod imødekomme den, og derved fremme de positive udgaver til fordel for slagsiderne, som jo altid vil være racisme og mobning. Efter en sæson på baner og til uddannelser lærer man nemlig, at det modsatte af 'dem og os'-kategorien også er farligt, nemlig når medmennesker ignorerer os – og ikke forholder sig aktivt til, hvem vi er. Det er jo her, at ensomheden, depressionen og frustration opstår for at tage modsætningen til racisme.

FRIVILLIGHEDENS FREMTID

Meget arbejde med unge frivillige kan måske inspireres af streetsportens brug af visuel identitet og stærke attitude, ligesom den kan være irrelevant i mange andre sammenhænge. I arbejdet med indvandrere og selvorganiserede aktiviteter har DGI Underground opnået den klare erfaring, at unge frivillige lægger uanede kræfter i aktiviteter, som er perfekt indpakket, og hvor de får lov at fylde noget, enten med råb eller larm og en meget rap replik. Det betyder dog ikke, at f.eks. en traditionel og mere regelbåret foreningstilgang er udspillet – dem, som tror dette, lever i en osteklokke af overgearret event-tankegang og projektitis. Krav om gratis aktiviteter, store præmier og fuld løn er en slagside ikke mindst i streetkulturen. I stedet for finansiering i store blokke fra kortvarige fondsdonationer ligger foreningslivets finansieringsstruktur helt tæt på 'slutbrugeren' f.eks. med foreningskontingentet. Det er i enheden af ca. to millioner danskeres foreningstanke og de få visionære selvorganiserede grupperinger, at fremtidens ansvarlige og bæredygtige frivillige i idrætssektor skal findes.

OM FORFATTEN

Frederik von Sperling (f. 1975) er Projektleder i DGI Underground, uddannet sociolog. Initiativtager til fotoprojektet Ojo de Pez for unge udsatte i Argentina. Tidligere GAM3, Familieplejen Danmark, mellemfolkeligt arbejde i Mellemfolkeligt Samvirke mv.



MED MERE MANGFOLDIGHED KAN VI GØRE DET BEDRE

Tre eksempler på nytænkning af frivillignetværk.

Af Claes Horne Kjældgaard

I Danmark er mere end hvert 7. barn udsat. Det vil sige, at de lever med problemer, der kan have store negative konsekvenser for både deres barndom, ungdom og resten af deres liv. Det kan være fra det lille barn, der vokser op med forældre, der ikke har ressourcerne til at tage sig af det, til unge mennesker, der lever med misbrug eller er havnet i kriminalitet. I Ungdommens Røde Kors ved vi, at det gør en kæmpe forskel for det enkelte barn eller ung at møde de frivillige på vores forskellige aktiviteter. Her oplever de at få nærvær, tryghed og at indgå i et positivt fællesskab samtidig med, at de kan få hjælp til at håndtere problemerne derhjemme, i skolen eller på det personlige plan. Hvert år hjælper vi 12.000 børn og unge alene i Danmark. Men der er mange flere, der har brug for vores hjælp. Vi ved, hvad der skal til, men det kræver, at endnu flere bakker op om vores arbejde. Derfor er vi hele tiden meget optaget af, at vi for det første holder fast i vores nuværende frivilligskare og hele tiden får rekrutteret nye og flere frivillige til aktiviteterne. Derfor er vi meget beviste om, at vi skal indrette en bredtfaavnende organisation, hvor der er plads til alle, og hvor alle føler sig hjemme.

MEDLEMSUNDERSØGELSEN

Dansk Ungdoms Fællesråd gennemførte i 2006 en stor medlemsundersøgelse blandt seks af organisationens medlemmer. Ungdommens Røde Kors var en af de medlemsorganisationer, som deltog i undersøgelsen. Undersøgelsen viste, at Ungdommens Røde Kors var en rummelig organisation, den organisation, som medlemmerne oplever som mest fleksibel, og den organisation, hvor medlemmerne oplevede mindst modstand mod nye ideer. Undersøgelsen viste dog også, at sammensætningen af Ungdommens Røde Kors' frivilligruppe var relativt homogen. Den viste f.eks. at:

- » 67 % af de aktive frivillige lå i aldersgruppen 21-28 år
- » 75 % af de frivillige var kvinder
- » 75 % af de frivillige blandt de unge boede i de fem storbyer: København, Aarhus, Aalborg, Odense og Esbjerg
- » 63 % af de frivillige var studerende på en længere videregående uddannelse.

Karakteristikken af Ungdommens Røde Kors' frivilligsammensætning mindede meget om den sammensætning, som man fandt i mange andre humanitære organisationer. Denne frivilligheds-

OM UNGDOMMENS RØDE KORS

Ungdommens Røde Kors (URK) er Danmarks største humanitære ungdomsorganisation. URK har 50 års erfaring i at drive sociale aktiviteter for udsatte børn og unge over hele Danmark. Den stærke frivillig- og organisationskultur er gradvist bygget op. De frivillige hjælper hver dag udsatte børn og unge med problemer som ensomhed, misbrug, fattigdom og vold. URK's 4.500 frivillige driver aktiviteter fra lektiehjælp og ferielejre til chat og væresteder. Formålet er at skabe øjeblikke, der forandrer fremtiden for udsatte børn og unge.

profil skyldtes, at mange af vores daværende rekrutteringsmetoder var rettet mod studerende på videregående uddannelser. De frivillige hos Ungdommens Røde Kors rekrutterede primært fra de nære netværk, hvilket ofte var blandt venner, der lignede dem selv. Dette gjorde de via mailinglister på studierne og ved at hænge flyers op på diverse kollegier. De rekrutterede dér, hvor de selv kom, og hvorfra de fik adgang til samme netværk, som de selv var en del af. Grunden til, at vi anvendte denne metode, var, at vi på daværende tidspunkt var en af landets mindre organisationer. Vi havde ikke det store økonomiske råderum og dermed mulighed for at iværksætte større professionelle rekrutteringskampagner. Som en lille frivilligdrejet græsrodsorganisation kunne vi som organisation spare både tid og kræfter ved at trække på de frivilliges egne netværk.

ØKONOMISK KRISE OG NYE TIDER

Da den økonomiske krise begyndte, var Ungdommens Røde Kors en noget mindre organisation, end vi er i dag. På daværende tidspunkt talte vores frivilligskare ca. 1.800 frivillige på landsplan, antallet af aktiviteter lå omkring de 50, og vores sekretariat bestod af 10 ansatte, hvoraf 1/3 var løst ansatte. Krisen medførte, at efterspørgslen efter Ungdommens Røde Kors' sociale aktiviteter steg. Vi ville gerne påtage os vores del af ansvaret med at løse mange af de sociale udfordringer, som pludselig opstod. For at kunne matche den stigende efterspørgsel ville det kræve, at vi skulle udvide antallet af aktiviteter for udsatte børn og unge og dermed antallet af frivillige drastisk. Dette kunne kun lade sig gøre, hvis vi tænkte i nye og alternative rekrutteringsbaner.

Da vi diskuterede, hvilke metoder vi skulle benytte os af, gik ordet netværksrekruttering ofte igen. Ud over at tænke i de frivilliges egne netværk ville vi også prøve at udvide radaren og tænke i at rekruttere via andre allerede eksisterende netværk. Denne rekrutteringsmetode er for det første meget anvendelig, når der skal laves en plan for, hvordan man får flere frivillige ind i organisationen. For det andet er denne fremgangsmåde også med til at sikre, at organisationens frivilligsammensætning bliver mere varieret og mangfoldig. Vi besluttede os for at tænke i nye netværk og mangfoldighed.

MANGFOLDIGHED I FRIVILLIGGRUPPEN

Der er ingen tvivl om, at det ofte er lettest at arbejde sammen med frivillige, der ligner en selv. Men der kan være mange fordele ved at være en mangfoldig frivilliggruppe med mange forskellige typer frivillige. Hos Ungdommens Røde Kors ser vi det som en styrke at have en mangfoldig frivilliggruppe. Vi er overbeviste om, at vi kan gøre mere, gøre det bedre og nå længere i vores arbejde for udsatte børn og unge, hvis vores frivillige kan byde ind med forskellige kompetencer i kraft af deres sociale baggrund, erhvervs erfaring, køn, etniske herkomst, uddannelse, alder osv.

Mangfoldighed i frivilliggrupper vil ofte betyde, at:

- » Der kommer flere forskellige idéer og løsningsforslag til problemstillinger og dermed mulighed for bedre løsninger

- » Brugere af aktiviteterne får mulighed for at være sammen med frivillige, der kender deres baggrund og forstår deres situation
- » Frivillige med meget forskellige baggrunde får mulighed for at blive rollemodeller for hinanden og for brugerne.

Mangfoldige frivilliggrupper kan på denne måde bidrage til udvikling og social inklusion blandt de enkelte frivillige såvel som hos brugerne og i Ungdommens Røde Kors arbejde generelt.

HVORDAN KAN MAN ØGE MANGFOLDIGHEDEN I FORENINGEN?

For at øge mangfoldigheden i en frivilliggruppe kan det være en god idé at tænke over, hvor man finder de frivillige. Hvis man f.eks. altid rekrutterer på den samme uddannelsesinstitution eller i det samme lokalområde, kan det være en god idé at udvide rekrutteringsstrategien og forsøge at tænke i andre alternative retninger. Hos Ungdommens Røde Kors har vi gjort os en række erfaringer med at rekruttere mangfoldigt og i andre netværk. Jeg vil i de kommende afsnit præsentere tre forskellige cases fra Ungdommens Røde Kors. Cases, som har hver deres fokusområde, og som hver især har bidraget til, at mangfoldiggøre Ungdommens Røde Kors' frivilligprofil markant.

Case 1: Corporate Volunteering

Flere og flere virksomheder oplever fordelene ved at involvere sig aktivt i det samfund, de er en del af. Her har vi de seneste år udviklet og indgået en række strategiske partnerskaber med en række af landets virksomheder.

Flere undersøgelser viser, at frafaldet på danske handelsskoler er enormt. Næsten halvdelen af landets handelsskolelever falder fra på deres erhvervsuddannelse, og det kan have store personlige omkostninger for den pågældende elev. Ungdommens Røde Kors satte sig for at tilrettelægge en indsats, som skulle bidrage til at afhjælpe problemet gennem en lektiehjælpsordning for elever på en række HHX-uddannelser rundt om i landet.

Brugerne af lektiehjælpsordningen på HHX-uddannelserne efterspurgte frivillige, som for det første kunne hjælpe dem med lektierne fra undervisningen. Derudover havde de også brug for frivillige, som kunne give dem inspiration og rådgivning til, hvordan de kunne få fodfæste på arbejdsmarkedet efter uddannelsen. Ungdommens Røde Kors iværksatte derfor aktiviteten, 'Y Faktor'. Da vi skulle finde de rette frivillige til at løfte denne indsats, fandt vi dem, hvor vi ikke tidligere havde søgt frivillige, nemlig i virksomhedsnetværk og hos revisions- og rådgivningsfirmaet KPMG. Med partnerskabsaftalen 'Læring for livet' arbejder Ungdommens Røde Kors tæt sammen med KPMG om at få flere unge studerende til at gennemføre deres HHX-uddannelse. KPMG tilbyder sine medarbejdere at give mentorstøtte og lektiehjælp til handelsskoleelever i Odense og Vejle inden for rammerne af Ungdommens Røde Kors' aktivitet, Y Faktor. En faglig og kvalificeret indsats for de unge skal medvirke til, at de øger deres chance for at gennemføre deres uddannelse. Udgangspunktet for partnerskabet er Corporate Volunteering. KPMG tilbyder sine medarbejdere at arbejde frivilligt i arbejdstiden fyrrer timer

om året. Medarbejderne kan blive aktivitetsledere eller almindelige frivillige på aktiviteten Y Faktor og en række andre aktiviteter i Ungdommens Røde Kors.

Hvem er de frivillige, og hvad tilfører de Ungdommens Røde Kors?

De ansatte fra KPMG, som deltager som frivillige i aktiviteten, bidrager med en ekspertise, netværk, viden og faglighed, som der er mest behov for i dette projekt, og som kommer brugerne til stor gavn. De unge får først og fremmest styrket deres faglighed gennem lektiehjælpen, men de får også et styrket netværk og bredere kendskab til arbejdsmarkedet samt en forstærket tro på deres fremtidsmuligheder. Alt sammen noget, der bidrager massivt til at øge deres jobperspektiver.

Case 2: De frivillige guldreserver i udsatte boligområder

Mange af landets udsatte boligområder er præget af fattigdom, stor ledighed og isolation fra det omkringliggende samfund. Andelen af børn og unge er stor i udsatte boligområder. I nogle områder er lidt over en tredjedel af beboerne børn og unge under 18 år. Områderne er desuden præget af omfattende sociale problemer, som kun er blevet værre under den økonomiske krise. Ungdommens Røde Kors og flere andre af landets humanitære organisationer har derfor de seneste år intensiveret indsatsen og tilstedeværelsen i disse områder. Ungdommens Røde Kors har udvidet antallet af områdeløftende og boligsociale aktiviteter i mange af de områder, som slår mest ud på det sociale udsathedsbarmometer. Aktiviteterne omfatter en rekord i antal af lektiecafeer, klubber og mentorprogrammer for børn og unge, der vokser op i boligområderne. Men, hvor vi tidligere rekrutterede de frivillige til aktiviteterne fra det omkringliggende samfund, har vi de seneste år fokuseret målrettet på at rekruttere lokale frivillige fra netop de udsatte boligområder, hvor aktiviteterne finder sted. Det har vi bl.a. gjort i tæt samarbejde med lokale aktører i området, f.eks. den boligsociale indsats, biblioteker, det lokale beboerdemokrati, lokale foreninger og netværk m.fl.

Hvem er de frivillige, og hvad tilfører de Ungdommens Røde Kors?

Når medierne bringer en historie fra et af landets udsatte boligområder, er det for det meste ud fra en mindre positiv vinkel. Indslagene tager ofte udgangspunkt i historier a la containerafbrændinger begået af en gruppe rodløse unge drenge eller nye skudepisoder i forbindelse med en eskalerende bandekonflikt. Derfor er det de færreste, der sidder tilbage med en fornemmelse af, at der også bor unge ildsjæle i de almene boligområder, som hver dag gør en kæmpe frivillig indsats for aktivt at gøre områderne til et bedre sted at bo. Det er en synd og skam, at de almene boligområder for det meste bliver fremstillet negativt. Sandheden er nemlig, at det netop er i disse områder, at foreningslivet trives bedst, og hvor borgerne involverer sig i fællesskabet og hjælper hinanden. Det har vi opdaget hos Ungdommens Røde Kors. Vi har derfor siden 2008 startet en lang række aktiviteter og lokalafdelinger i de danske almene boligområder. I Brøndby Strand startede vi en lokalafdeling i 2009, hvor vi udelukkende rekrutterede lokale frivillige fra nærområdet, og hvoraf ni ud af ti frivillige havde forældre af anden etnisk herkomst. Nogle gik på handelsskolen, andre på gymnasiet og enkelte læste på Københavns Universitet, men modsat mange andre danske unge, havde de valgt at blive boende i

Brøndby Strand – selvom de læste i København.

Ved at gøre brug af netværk i boligområdet, herunder biblioteket og den boligsociale indsats, samlede vi en stor skare af frivillige, der fungerede som lokale Ungdommens Røde Kors ambassadører. Inddragelsen af lokale frivillige i formuleringen af, hvilke aktiviteter vi skulle starte op i området, havde stor værdi. De unge fra Brøndby Strand havde for det første et indgående kendskab til behovene i lokalområdet. Derudover havde de mange gode ideer til potentielle samarbejdspartnere, samt hvor vi kunne rekruttere brugere til aktiviteterne. Inden der var gået to år, havde de startet tre aktiviteter. En lektiecafé, en pigeklub og en børneklub. Aktiviteter til stor glæde og gavn for børnene i området, og som fungerer på bedste vis den dag i dag. Flere af de lokale frivillige fra Brøndby Strand er siden blevet aktive på bl.a. nogle af Ungdommens Røde Kors' internationale aktiviteter, og det er nogle af de dygtigste og mest engagerede frivillige, jeg personligt har arbejdet sammen med. Mange spørger mig, hvordan vi rekrutterede dem. Lavede vi en målrettet kampagne rettet mod nydanske unge i boligområderne? Mit svar på spørgsmålet er, at vi blot spurgte dem, om de ville være frivillige i Ungdommens Røde Kors. Vi spurgte dem ganske på samme måde, som vi spørger alle mulige andre unge. Grunden til, at de aldrig havde været frivillige før, var, at de aldrig var blevet spurgt.

Case 3: Børnefamilier og rollemodeller

I efteråret 2012 lancerede Ungdommens Røde Kors et nyt projekt kaldet 'Dynamo'. I et samarbejde med Københavns kommune tilbyder Ungdommens Røde Kors forløb med erhvervsfarne mentorer til i alt 75 unge i alderen 13 til 17 år fra de udsatte boligområder i Tingbjerg, Amager, Sjælør, Folehaven og Sydhavnen. Brugere af projektet er typisk unge, der har mange ressourcer og talenter, og som kommunale klubmedarbejdere og/eller de unges skolelærere mener, kan vokse med en mentorordning. De unge kan være i risikozonen for ikke at færdiggøre deres uddannelse, havne i misbrug eller bandemiljø m.m. Projektet Dynamo skal være med til at forebygge, at de unge havner i marginalisering. De frivillige mentorer i projektet fungerer som rollemodeller, der skal støtte de unge i at gennemføre en uddannelse, håndtere livskriser og være med til at fremme de unges livsmestring og positive selvidentitet. Det er med andre ord hensigten, at Dynamo skal hjælpe de unge til at foretage målrettede valg.

Med udgangspunkt i dualismen mellem lighed og forskel i mentorrelationen gik vi målrettet efter at rekruttere voksne frivillige til projektet – fortrinsvis voksne i arbejde og med familier. Som medlemsundersøgelsen fra 2006 indikerede, er der hos Ungdommens Røde Kors en markant overrepræsentation af kvinder og studerende i vores frivilligskare. I dette projekt var der fortrinsvis behov for, at vi rekrutterede voksne, mandlige frivillige. Så for at løfte opgaven skulle vi tænke i andre baner og i nye netværk. Vi indledte derfor et samarbejde med en række udvalgte fagforbund og handelstandsforeninger i København for, i samarbejde med dem, at rekruttere frivillige beskæftiget inden for specifikke arbejdsområder, som kunne være interessante for de unge at få kendskab til.

Hvem er de frivillige, og hvad tilfører de Ungdommens Røde Kors?

Selvom det som udgangspunkt virkede som en umulig opgave at rekruttere voksne mandlige frivillige i arbejde, da de lå uden for vores typiske frivilligprofil, viste det sig, at det var det ikke. På relativt kort tid fik vi rekrutteret ca. 75 frivillige mentorer til projektet, hvoraf 2/3 lå i aldersgruppen 35-59 år. Derudover havde 15 % af de frivillige en erhvervsuddannelse og 14 % en professionsbachelor. Med dette projekt fik vi en tilgang af frivillige, som var et andet sted i livet og kom fra fag- og beskæftigelsesområder, som var anderledes fra det, som den brede skare af vores eksisterende frivillige kom fra. Fælles for de nye mentorer var, at de kunne bidrage med både en livs- og erhvervserfaring, der passede til netop dette projekt. Disse frivilliges erfaringer kom brugerne af projektet til stor gavn, og ville ikke have været til stede, hvis ikke vi havde prøvet at bryde med vores vante rekrutteringsmønster og rekrutterede nye frivillige fra alternative netværk.

TALLENE PÅ BUNDLINJEN

Casene viser, at det kan betale sig at udvide sin vanlige horisont i forhold til rekruttering af frivillige. Hos Ungdommens Røde Kors har vi haft stor succes med at tænke i alternative netværk. Netværk, hvori vi har fundet kompetencer og ressourcer, som vi ikke selv havde i organisationen i forvejen. Vi har forstået at bruge disse kompetencer og ressourcer på en måde, så det også har givet stor værdi for nye samarbejdspartnere og nye frivillige. De mange nye projekter og nye fokusområder, hvoraf jeg har præsenteret tre her, har mangfoldiggjort Ungdommens Røde Kors' frivilligprofil betydeligt. Hvilke fordele har det så givet os at have en mere mangfoldig frivilligskare?

- » Vi har fået mange nye samarbejdspartnere, bl.a. kommuner, virksomheder, interesseorganisationer, boligselskaber, fordi vores netværk er blevet bredere
- » Vi har udviklet os, fordi nye mennesker har været med til at forny vores aktiviteter
- » Vi har fået flere frivillige, fordi der er flere grupper at rekruttere frivillige fra
- » Vi har generelt fået det sjovere, fordi forskellighed giver dynamik og stemning
- » Vi har fået flere færdigheder nu, fordi flere kan noget forskelligt.

Vi er vokset fra at have 1.800 frivillige til i dag 4.500 frivillige. Vi er gået fra at have 25 lokalafdelinger til i dag 90 spredt ud over hele Danmark, ligesom antallet af aktivitetskoncepter er fordoblet. Vores omsætning er tredoblet, og medlemstallet er steget fra 2.000 i 2008 til 16.000 i dag. En fremgang, som er med til at sikre, at vi kan nå ud til endnu flere udsatte børn og unge og med endnu bedre aktiviteter. Jeg er overbevist om, at denne fremgang ikke havde kunnet lade sig gøre, hvis det ikke havde været fordi, vi bevidst lavede handleplaner for, hvordan vi som organisation kunne udvide vores vante netværk og arbejde strategisk på at blive en mere mangfoldig organisation.

Hvordan kan man ellers finde mangfoldigheden?

De tre cases, jeg har præsenteret i denne artikel, udgør kun et lille udpluk af vores indsatser med fokus på mangfoldighed. Vi har i dag etableret partnerskaber og samarbejder med en lang række virksomheder, som alle tilfører Ungdommens Røde Kors stor værdi i form af bl.a. deres viden og kompetencer inden for bestemte fagområder. Den ultimative succesoplevelse hos Ungdommens

Røde Kors er, når én af brugerne af vores aktiviteter ender med selv at blive frivillig. Her har vi de seneste år fået tilgang af flere og flere frivillige, som i deres barndom enten er kommet i én af vores lektiecafeer eller har været med på én af vores ferielejre. Vi modtager også løbende henvendelser fra tidligere asylansøgere, som gennem deres opvækst på et af landets asylcentre har haft stor gavn og glæde af den hjælp, som vores frivillige gav dem. De har nu forladt centrene og etableret sig i det danske samfund og føler nu, at de har overskud til at give igen og hjælpe andre mennesker, der har brug for det. Måltallet at rekruttere tidligere brugere er noget af det, vi gerne vil sætte mere fokus på i Ungdommens Røde Kors i de kommende år.

Hvis I beslutter jer for at arbejde med mere mangfoldighed i jeres forening, vil jeg helt klart anbefale, at I undersøger muligheden for at inddrage og rekruttere flere udsatte grupper i jeres frivilligskare.

MANGFOLDIGHED KAN VÆRE UDFORDRENDE!

Mangfoldighed i frivilligruppen kræver tålmodighed. Ikke alle frivillige har de samme forudsætninger eller erfaringer med at indgå i et fællesskab omkring frivilligt socialt arbejde, og det kan derfor være en udfordring at få samarbejdet og forventningerne i gruppen til at harmonere. Selvom det kan være udfordrende og nogle gange svært, opvejer fordelene næsten altid ulemperne ved at have en mangfoldig og varieret frivilligskare.

Lige meget om der er tale om nye frivillige fra et virksomhedssamarbejde, et boligområde, en tidligere bruger eller en anden type, som ikke minder om jeres forening nuværende frivilligprofil, vil inkluderingen af nye typer frivillige i jeres foreningsfællesskab ofte betyde, at I som forening bliver rigere og langt mere farverig.



OM FORFATTEN

Claes Horne Kjældgaard (f. 1979) er National konsulent hos Ungdommens Røde Kors, uddannet Cand.Scient.Soc (Bachelor i historie og kandidat i udvikling og internationale relationer fra Aalborg Universitet). Claes har tidligere arbejdet hos BØRNEfonden og UNESCO i Jakarta (Indonesien). Han har selv været frivillig fra tidlig ungdom hos Danmarks Socialdemokratiske Ungdom (DSU) – hvor han har siddet i en række lokalafdelingsbestyrelser samt været valgt ind i DSU's internationale udvalg.

MØD DE UNGE, HVOR DE ER

- om online-rekruttering af frivillige

Af Marie Tolstrup Rasmussen

De seneste tal viser, at knap 57 % af de frivillige er unge under 30 år. I aldersgruppen 30-49-årige finder man 30 % af de frivillige, mens de 50+-årige kun udgør 13 %.

Hvis du sidder med denne bog i hånden, fordi din forening gerne vil engagere flere unge i jeres arbejde, genkender du nok ikke ovenstående fra dit eget foreningsliv. Og konsulterer man statistikker over aldersfordelingen blandt de danske frivillige, viser de da også et markant andet billede – nemlig, at de 30-49-årige er mest frivillige, mens unge under 30 og de 50+-årige er frivillige¹ i lige høj grad. Alligevel er tallene øverst hverken pure opspind eller en fremtidsutopi. De viser ganske vist ikke aldersfordelingen blandt de frivillige i Danmark

– men de viser aldersfordelingen blandt de frivillige, der finder deres frivillige arbejde på nettet.

Tallene stammer fra Frivilligjob.dk, Danmarks største jobportal for frivilligt arbejde². Hvis en forening søger frivillige her, er det 20 gange mere sandsynligt, at den finder en frivillig, der er først i 20'erne, end at den finder en, der er først i 60'erne. Derfor vil jeg vove den påstand, at unge ikke er mindre tilbøjelige til at melde sig som frivillige end de lidt ældre generationer. Men de skal rekrutteres på en anden måde – vil I have de unge med, så mød dem der, hvor de er: Online.

DE DIGITALT INDFØDTE

Den generation af unge, som foreningslivet i dag forsøger at rekruttere, er vokset op med it og internettet som en naturlig del af hverdagen. De er, hvad Marc Prensky³ i starten af det nye årtusinde døbte *Digital Natives*, eller digitalt indfødte – en generation, der har haft PC og netforbindelse på børneværelserne, og som i deres ungdom har taget internettet med på farten med smartphones og iPads. De digitalt indfødte kommunikerer med deres netværk på en anden måde end de, der er lidt ældre (dem, Marc Prensky kalder digitale immigranter): Man mødes, man taler i telefon – eller man sender en sms, skriver en opdatering på Facebook, tweeter eller chatter. Og man er 'på' hele tiden.

De unge kommunikerer online, og det giver gode muligheder for at møde dem der. I dag behøver man ikke nødvendigvis stille sig ned på det lokale gymnasium eller lægge foldere på biblioteket, hvis man vil rekruttere unge frivillige. Man kan også f.eks.:

OM FRIVILLIGJOB.DK

Frivilligjob.dk er Danmarks største jobportal for frivilligt arbejde. Formålet er at vise bredden i det frivillige arbejde og inspirere mennesker til at finde netop det frivillige arbejde, der matcher deres interesser og kompetencer. I 2012 blev sitet besøgt mere end en halv million gange og skabte mere end 10.000 kontakter mellem organisationer og mennesker, der vil engagere sig i frivilligt arbejde. Frivilligjob.dk er et non-profit projekt under Frivilligcentre og Selvhjælp Danmark.

- » Lægge jobopslag på foreningens egen hjemmeside, Frivilligjob.dk og/eller Projektfrivillig.dk
- » Linke til et jobopslag på foreningens Facebook-side og håbe, at dem, der følger foreningen på Facebook er interesserede i at blive frivillige – eller at de kender nogen, der er, og deler det med dem.
- » Opfordre sine frivillige til at omtale foreningen eller det, I søger frivillige til, på deres egne blogs, Twitter- eller Facebook-profiler.

Men internettet, de sociale medier og den måde, unge i dag kommunikerer og tænker på, giver ikke kun rekrutteringsmuligheder. Det udfordrer også foreningerne. Amerikanerne Beth Kanter og Allison H. Fine udgav i 2010 bogen *The Networked Nonprofit*. Her beskriver de på en – synes jeg – meget fin måde forskellen mellem de yngre frivillige (den generation, de kalder Millennials – unge født mellem 1978 og 1992) og de lidt ældre generationer:

'Kombinationen af idealisme og en ubesværet tilgang til sociale medier gør, at 'The Millennials' er passionerede om sager, men ikke nødvendigvis passionerede om nonprofit organisationer. Fordi de ser verden gennem en linse af sociale medier og sociale netværk, er de mindre interesserede i institutioner, end deres forældre var. De ser ikke vægge dér, hvor andre gjorde det, for i deres verden er informationsdelingen og magten blevet flyttet over til individet'⁴.

Med andre ord: De unge vil gerne gøre en forskel, og de brænder ikke mindre for sager end generationerne før dem. Hvad enten deres passion er fodbold eller hjemløshed, vil de gerne engagere sig. Men de forbinder ikke nødvendigvis deres sag med en forening, forstået på den måde, at hvis de gerne vil gøre en forskel for miljøet, er det ikke givet, at de melder sig ind i Greenpeace. De søger information og vælger selv, hvordan de vil støtte op om sagen – måske bliver de frivillige (hvis foreningen vel at mærke tilbyder et frivilligt job, der passer dem), måske 'liker' de Greenpeace på Facebook, og måske starter de en underskriftsindsamling om en miljøproblematik på Twitter. For de unge kan det at 'like' være en måde at udleve sit engagement; selv om indsatsen er lille, føler de, at de har støttet op om sagen. Og den ubesværede tilgang, de har til sociale medier, gør, at det for dem er lige så oplagt selv at gøre noget – f.eks. at starte en underskrifts- eller pengeindsamling – som det er at blive frivillig. De har jo netværket og ved, hvordan man aktiverer det.

Internettet og de sociale medier har således både skabt nye måder at nå ud til de frivillige og nye måder at engagere sig i frivilligt arbejde. Hvordan arbejder man bedst med det i sin forening? Det vil jeg forsøge at give nogle lavpraktiske bud på i det følgende:

GOOGLE DIN FORENING

Adskillige undersøgelser og bøger peger på den personlige rekruttering – opfordringen eller rekrutteringen ansigt-til-ansigt – som den mest effektive. F.eks. angiver hele 31 % af de adspurgte i *Den*

frivillige sociale indsats. Årsrapport 2010 'Jeg blev opfordret' som den primære anledning til, at de kom i gang med frivilligt arbejde.

Det er tal, der taler et tydeligt sprog: Personlige opfordringer virker, og det gælder også de unge: Nok er de online meget af tiden, men man kan stadig møde dem offline. Og rekrutteringsmetoder, som man har brugt i mange år, som f.eks. at rekruttere i sit netværk eller invitere potentielle frivillige til et spændende foredrag, virker naturligvis stadig. Men hvis I vil have de unge med, bør I alligevel overveje, hvordan I fremstår online: I kan nemlig være ret sikre på, at de unge googler jer, inden de begynder i foreningen. Og det betyder noget for dem, hvad de ser. En opdateret hjemmeside, tilstedeværelse på Facebook eller Twitter og positiv omtale af foreningen tæller, når de unge vælger frivilligt arbejde – fordi det at være synlig på nettet (på en god måde) giver troværdighed.

Derfor er dette en god øvelse: Gå ind på Google og søg på de forskellige søgeord, som jeres målgruppe af potentielle frivillige kunne finde på at søge på (fx Hedensted IF, fodbold i Hedensted, frivillig Hedensted). Og prøv så at sætte dig i modtagerens sted:

- » Kan du finde foreningen i dine forskellige søgninger?
- » Er det nemt finde den information, du skal bruge (f.eks. om ledige frivilligjobs)?
- » Virker det attraktivt at melde sig som frivillig?

DE OPSØGENDE OG DEM, I SELV SKAL OPSØGE

Online-rekruttering er på mange måder det samme som offline-rekruttering: Der er nogle frivillige, der nærmest kommer af sig selv (fordi de bliver nysgerrige, når de går forbi jeres lokaler, eller fordi de har hørt andre tale godt om foreningen) og nogle, der skal opfordres (ved at være til stede på uddannelsessteder, eller ved at 'prikke' mennesker i jeres netværk). Det samme gør sig gældende på nettet. Der er nogle, der aktivt søger det frivillige arbejde (ved at google, besøge jeres hjemmeside eller på frivilligjob.dk), og der er nogle, der skal opfordres (på Facebook, Twitter eller LinkedIn).

Det siger sig selv, at den første gruppe – dem, der selv er opsøgende – er langt den nemmeste at nå, uanset om man rekrutterer on- eller offline. Hvis I kan svare ja til spørgsmålene i google-øvelsen ovenfor – altså, hvis I er nemme at finde, og hvis I formidler de frivillige jobs hos jer på en attraktiv måde – når I sandsynligvis allerede ud til denne gruppe. Og det er en stor gruppe: I 2012 blev der på frivilligjob.dk sendt en ansøgning til en organisation mere end 10.000 gange, og sitet bliver besøgt 30-40.000 gange om måneden.

Online-udgaven af den opsøgende, personlige rekruttering (f.eks. gennem netværksrekruttering eller ved at være synlig på uddannelsesinstitutioner) er de sociale medier. Facebook, LinkedIn og Twitter er for mange, unge som ældre, blevet medier, som vi bruger til at pleje og udbygge vores personlige

netværk. Fordelen ved at rekruttere her er, at I hurtigt kan sprede jeres budskab til en stor gruppe mennesker – f.eks. ved at opfordre dem, der allerede er frivillige hos jer, eller jeres følgere på Facebook eller Twitter, til at dele et frivilligt job med deres online-netværk. Når budskabet kommer fra en, man kender, har det en anden troværdighed, end hvis kilden er 'anonym' eller ukendt. Det er en enorm fordel på nettet, fordi vi er blevet meget kritiske over for den information, vi modtager. Det, at vi kender en, der står inde for informationen, øger sandsynligheden for, at vi læser den.

Men det kræver, at jeres netværk har lyst til at dele. Rent praktisk er det en lille ting at gøre (man har jo alligevel sin smartphone i lommen, og det tager to sekunder at trykke del) – men man gør det kun, hvis man har lyst til at identificere sig med foreningen og det, den står for, og man gør det ikke, hvis man føler sig presset til det. Her er troværdighed et nøgleord:

TROVÆRDIGHED OG TILGÆNGELIGHED

Troværdighed er central i god online-rekruttering. Det er det, der får folk til at klikke, læse og måske i sidste instans kontakte jer for at høre mere om det frivillige arbejde. Det er en troværdighed, I skaber ved at være autentiske i jeres kommunikation: Selv om I skal skabe opmærksomhed om jeres budskab for at slippe igennem den informationsmængde, vi bliver bombarderet med på nettet (f.eks. ved at lokke med kurser, muligheden for at få noget på CV'et eller andet, der tiltaler de unge frivillige), er det særdeles vigtigt, at det fremgår, hvem I er, og hvad I står for: Hvad brænder I for? Hvad er jeres sag? Og hvilken forskel gør I (og dermed den, der melder sig som frivillig)?

Men troværdighed på nettet handler også om at kende 'spillereglerne'. Det er ikke autentisk at prøve at tale 'de unges sprog', hvis I ikke selv er unge. I bliver gennemskuet med det samme, hvis I skriver knus med z eller bruger chat-forkortelser, som I ikke er fortrolige med. Det er ikke de ord, I bruger, der er vigtige – det er jeres online-adfærd. Fordi de unge er digitalt indfødte, har de nogle forventninger til, hvordan man gebærder sig på nettet.

Et par eksempler fra frivilligjob.dk: Hvis en ung, potentiel frivillig ser et opslag, der er blevet lagt på for et par måneder eller et halvt år siden, vil hun sandsynligvis overveje, om opslaget mon stadig er aktuelt. Hun stoler ikke på alt, hvad hun læser, fordi hun er vant til selv at skulle være kritisk og sortere de relevante informationer fra de irrelevante. Hvis hun så alligevel kontakter organisationen bag opslaget, forventer hun hurtig respons. Hun er jo vokset op med e-mail, sms, chat og Facebook og er vant til, at det er nemt og hurtigt at svare. Hvis der så går et par uger eller mere, før hun hører noget, sker der to ting; for det første har hun allerede mistet interessen. Det næste spændende frivilligjob, eller den næste sag at engagere sig i, er kun et klik væk, og derfor er det vigtigt, at I som forening reagerer, mens interessen stadig er der. For det andet føler hun sig respektløst behandlet – og jeres troværdighed som forening har, i hendes øjne, fået et knæk.

Ovenstående virker måske logisk, men ikke desto mindre kan vi se, at de unges krav om aktualitet og

hurtig respons ikke harmonerer med virkeligheden i mange foreninger. Det kan være en stor opgave for foreningerne altid at skulle tænke i, om opslagene nu virker aktuelle (vi mangler jo altid besøgsvenner, så hvorfor bruge tid på at opdatere det opslag?). Og vi kan se, at foreningerne har svært ved at give hurtige svar: Kun halvdelen af de frivillige oplever at få svar inden for en uge, og 18 % oplever, at der går mere end to uger, før de hører fra foreningen. Det kan skyldes mange ting; måske har den frivillige eller ansatte, der står for at tage kontakt til de nye frivillige, travlt, er syg eller på ferie. Det er virkeligheden i mange foreninger, at det er de samme ildsjæle, der tager opgaverne på sig – og online-delen bliver ikke altid prioriteret. Men: Hvis I vil nå ud til de unge frivillige, bør I fokusere på at holde information opdateret (hvad enten det er på frivilligjob.dk, jeres hjemmeside eller på Facebook) og at vælge kontaktpersoner, der har mulighed for at respondere hurtigt på e-mails, ansøgninger og Facebook-kommentarer.

LANGE TEKSTER – FLERE FRIVILLIGE?

Internettet er et medie, der ofte 'tvinger' en til at fatte sig i korthed – hvis man ikke fanger læserens interesse med det samme, klikker han sig videre. Alligevel er det vores erfaring, at opslag, hvor man rekrutterer frivillige ikke nødvendigvis fungerer bedst, når de er korte. Forklaringen på det er simpel: Når I rekrutterer online, har I ikke samme mulighed for at uddybe og svare på spørgsmål, som I har, når I rekrutterer ansigt-til-ansigt. I skal med andre ord opfylde det behov for informationer, som jeres potentielle frivillige har. Det kan I gøre ved at lade jeres tekst svare på følgende spørgsmål (samt evt. andre spørgsmål, som er relevante for jeres forening):

- » Hvorfor skulle jeg melde mig som frivillig her?
- » Hvor meget tid skal jeg bruge på det frivillige arbejde – kan jeg få det til at passe ind i den fritid, jeg har?
- » Hvad er det for en organisation – kan jeg identificere mig med den?
- » Hvem er brugerne? Hvilke situationer kommer jeg til at stå i?
- » Hvad forventer organisationen af mig – som menneske og fagligt?
- » Hvad kommer min indsats til at betyde – for mig selv og for dem, jeg hjælper?

Selv om teksten skal give svar, bør I sikre jer, at jeres tekster er overskuelige og letlæselige – de skal kunne skimmes. Konkurrencen på nettet er hård, og hvis ikke man hurtigt finder den information, man søger, klikker man sig videre. Derfor:

- » Brug underoverskrifter og skriv korte afsnit.
- » Lav punktopstillinger.
- » Link til mere information, f.eks. på jeres hjemmeside.

NYE MÅDER AT ENGAGERE SIG

I starten af denne artikel citerede jeg Beth Kanter og Allison H. Fine for at skrive om de unge, at: 'De

ser ikke vægge der, hvor andre gjorde det, for i deres verden er informationsdelingen og magten blevet flyttet over til individet'. Internettet har ændret den måde, vi forholder os til information: Vi er ikke længere blot læsere og modtagere – vi er skribenter og medproducenter. Vi bruger nettet til langt mere end informationssøgning, og det er blevet en naturlig del af vores online-adfærd at kommentere, skrive statusopdateringer, 'like' og dele.

Det betyder både, at vi kan aktivere vores netværk på en anden måde, når vi rekrutterer frivillige til 'traditionel' frivillighed (dvs. hvor de frivillige møder op i foreningen og tager del i arbejdet) – ved at opfordre vores netværk til at dele information. Men det betyder også, at vi kan involvere de frivillige i vores arbejde på nye måder. Et eksempel på det er, hvad man i f.eks. USA og England kalder microvolunteering; altså frivillige opgaver, der kan løses på kort tid fra en smartphone eller iPad, mens den frivillige f.eks. sidder i bussen på vej til arbejde eller studie. I en dansk kontekst er det relativt nye projekt TAG DEL et eksempel på dette. På sitet Tagdel.dk kan foreninger, kommuner eller borgere lægge udfordringer ud, som brugerne af sitet i fællesskab bidrager til at løse ved at skrive ideer og konstruktive indspark til udfordringerne. Det er en ny måde at engagere sig, som adskiller sig markant fra den traditionelle frivillighed.

Et andet eksempel på de muligheder, teknologien skaber, er virtual volunteering. Virtual volunteers, eller virtuelle frivillige, løser konkrete opgaver for en forening hjemmefra, måske uden nogensinde at have mødt foreningen. Opgaverne kan være mange: Fundraising, it-opgaver, online-rådgivning mv. I skrivende stund ligger der 50 opslag på Frivilligjob.dk, hvor foreninger søger virtual volunteers. Det er en måde at engagere frivillige, der giver nye rekrutteringsmuligheder; fordi de frivillige ikke skal møde op, bliver jeres rekruttering ikke begrænset af geografi. Og fordi arbejdet ofte er meget fleksibelt, kan I ramme en målgruppe af frivillige, som måske ikke ville have tid eller lyst til et traditionelt frivilligt arbejde, men som gerne vil bidrage med deres viden og kompetencer i nogle rammer, der passer ind i deres hverdag.

Teknologien; det, at stort set alle har en PC, smartphone og iPad, skaber således mange nye muligheder for foreningslivet – nye måder at nå de frivillige, der kan supplere eller til tider erstatte den traditionelle rekruttering, og nye måder at gøre brug af de frivilliges kompetencer. Og jeg er sikker på, at vi kun har set begyndelsen, og at online-rekruttering og online-involvering af frivillige kun vil vokse i takt med, at foreningslivet tilpasser sig og begynder at høste fordelene af de nye teknologier.

HENVISNINGER

- ¹ Tallene stammer fra Center for frivilligt socialt arbejde: Den frivillige sociale indsats. Årsrapport 2010. Socialministeriet, 2011, p. 21. Rapporten fokuserer på frivilligt socialt arbejde, men de anvendte tal stammer fra en undersøgelse af befolkningens frivillige arbejde på alle områder.
- ² Tallene stammer fra Frivilligjob.dks brugerundersøgelse fra efteråret 2012: <http://www.frivilligjob.dk/om-os/frivilligprofilen-2012.aspx>
- ³ Marc Prensky: Digital Natives, Digital Immigrants. I: From On the Horizon (MCB University Press, Vol. 9 No. 5, October 2001)
- ⁴ Beth Kanter & Allison H. Fine: The Networked Nonprofit. Connecting with Social Media to Drive Change. John Wiley & Sons, Inc. 2010, p. 15 (citater oversat af Marie Tolstrup Rasmussen).
- ⁵ Tallene stammer fra Center for frivilligt socialt arbejde: Den frivillige sociale indsats. Årsrapport 2010. Socialministeriet, 2011, p. 26
- ⁶ Tallene stammer fra Frivilligjob.dks brugerundersøgelse, efteråret 2012.

OM FORFATTEN

Marie Tolstrup Rasmussen er cand. mag i Dansk/Nordisk og Dansk Virksomhedskommunikation. Hun har været en del af Frivilligjob.dk siden 2004 og er i dag projektleder. Marie har været aktiv i Ungdommens Røde Kors som formand for en lokalafdeling, i et nationalt udvalg samt på flere projekter, bl.a. ensomung.dk, et socialt forum for ensomme unge. Desuden har Marie været frivillig på Den Sociale Skadestue i Aalborg og i en forældrebestyrelse.

OPERATION DAGSVÆRK

Af Rune Nordstrøm Pedersen

Da jeg blev bedt om at skrive denne artikel, blev jeg bedt om at beskrive, hvordan vi arbejder *med* unge frivillige. Min første indskydelse var, at vi ikke arbejder med frivillige. Som organisation består vi af frivillige. Jeg kan godt blive ramt af en vis form for splittelse, når jeg får dette spørgsmål: Som lønnet medarbejder arbejder jeg sammen med frivillige til daglig. Det ligger dybt i min egen og i den gængse opfattelse i vores sekretariat, at det er de frivillige, som er 'subjektet' i vores arbejde. Halvdelen af medarbejderne på vores sekretariat er frivillige. Vi arbejder derfor ikke med de frivillige, men rettere *for* de frivillige. At sige 'med' i stedet for 'for', føles som at begå helligbrøde. Det er derfor en væsentlig sondring, der er meget sigende om kerneværdierne i Operation Dagsværk, der som organisation og forening har eksisteret i 28 år.

Operation Dagsværk er med andre ord en udpræget græsrodsorganisation, som består af mere eller mindre decentrale og autonome grupper af aktive medlemmer, som er elever på ungdomsuddannelserne. Disse autonome grupper af aktive medlemmer på skolerne kalder vi dagsværksgrupper. Disse dagsværksgrupper svæver i forskellige kredsløb om sekretariatet, nogle er tættere på, nogle er længere væk. I centrum står, at de er selvbestemmende. Operation Dagsværk er eleverne på de danske ungdomsuddannelsers egen oplysnings- og solidaritetsorganisation. Unge frivillige udvikler og gennemfører årligt en oplysningskampagne målrettet eleverne på de danske ungdomsuddannelser. Kampagnen relaterer sig til og er til fordel for et internationalt udviklingsprojekt, der udføres af en dansk udviklingsorganisation som f.eks. IBIS, Folkekirkens Nødhjælp eller lign. Et udviklingsprojekt, der suverænt vælges af eleverne selv.

Vi oplever ofte, at mange forbinder Operation Dagsværk med vores årlige Dagsværkdag. Men vi arbejder hele året netop med udviklingen og gennemførelsen af vores oplysningskampagne. Dagsværkdagen er blot kulminationen på dette helårsarbejde. På sekretariatet er vi to lønnede fuldtidsmedarbejdere, der hjælper bestyrelsen med at drive organisationen. Vi er de eneste lønnede

OM OPERATION DAGSVÆRK:

Operation Dagsværk voksede i 1985 ud af elevbevægelsen DGS ud fra devisen om at give én dag af sin egen uddannelse, for at unge uden samme muligheder kunne få en uddannelse et andet sted i verden. Da studerende traditionelt set ikke har mange penge, valgte man en form, hvor man i stedet for at lave en traditionel indsamling eleverne imellem skulle give et 'dagsværk'. Man skulle for en enkelt dag udføre et stykke forefaldende arbejde, og indtjeningen skulle så gå til et udviklingsprojekt. Alle kan således være med. Grundideen i Operation Dagsværk er stadig den samme her 28 år efter, hvor vi i mellemtiden har indsamlet over 128 millioner kr. til udviklingsprojekter over hele verden. Operation Dagsværk laver ikke sine udviklingsprojekter selv, men samarbejder med danske udviklingsorganisationer som Folkekirkens Nødhjælp eller IBIS, som står for udførelsen af projekterne. Operation Dagsværk udgøres af ca. 1.800 medlemmer af dagsværksgrupper på skolerne og 20.-30.000 frivillige på selve dagsværkdagen.

fuldtidsansatte i Operation Dagsværk, som sammen med en håndfuld studentermedhjælpere og en gruppe af unge fuldtidsfrivillige (unge, der netop har afsluttet en ungdomsuddannelse) udgør sekretariatet. Langt hovedparten af aktiviteterne i Operation Dagsværk er altså drevet af frivillige.

Mit sigte med denne artikel er at beskrive og forklare, hvordan vi i Operation Dagsværk fungerer som en græsrodsbaseret ungdomsorganisation, hvor unge frivillige udgør organisationens 'subjekt', et subjekt, som hvert år opstår på ny. Hvordan kommunikerer vi i en organisation, hvor 'subjektet' skabes på ny hvert år? Hvordan når kommunikationen ud til de autonome dagsværksgrupper? Hvordan forholder vi os til det faktum, at vi er en organisation baseret på frivilligt arbejde, og hvilke tanker knytter vi til konceptet om frivillighed i Operation Dagsværk?

I Operation Dagsværk har vi ikke nedskrevet, direkte udtalt eller udspecificeret noget som helst om, hvordan vi arbejder for og 'med' de frivillige. Men der er i organisationen nogle klare forventninger til, hvordan dette arbejde skal foregå - en form for organisationskultur eller værdisæt. Det følgende er derfor primært baseret på mine egne iagttagelser og oplevelser af Operation Dagsværk. Løbende har jeg dog rådført mig både med nogle af de nuværende og tidligere frivillige. Det er med andre ord de frivillige, særligt dem på skolerne, som jeg hovedsageligt vil koncentrere mig om i det følgende. Det er nemlig de ca. 1.800 aktive elever, der indgår i det, vi kalder for dagsværksgrupper, som står for dag til dag kampagnen ude på skolerne. Det er dem, som er den bærende enhed i vores oplysningskampagne, som munder ud i selve Dagsværkdagen. Dagsværksgrupperne er selve fundamentet for Operation Dagsværk.

OPLYSNINGSKAMPAGNEN

Oplysningskampagnen er, som allerede indikeret, en kerneopgave i dagværksgruppernes arbejde. Vores kampagne er en kampagne, som 100 % udvikles og udføres af unge.

Af unge for unge.

Formålet med vores kampagne er dels at oplyse om de særlige vilkår og forhold, som gør sig gældende for projektets målgruppe, og dels at motivere eleverne til at arbejde til fordel for projektet på den årlige Dagsværkdag. Vores kampagne er ikke som mange andre landsdækkende kampagner. Kampagnen er ikke medieåret, men udgøres af konkrete oplysningsaktiviteter, som kun foregår på ungdomsuddannelserne. Da vi kun sjældent optræder via de gængse medier, sidestilles Operation Dagsværk derfor ofte med selve Dagsværkdagen. Men vi er mere end det.

VORES KAMPAGNE BESTÅR AF FIRE GRUNDLÆGGENDE ELEMENTER, SOM VI GENNEMFØRER HVERT ÅR:

Første element – undervisningsmaterialer

For det første laver vi undervisningsmaterialer til brug i ungdomsuddannelserne. Disse materialer er målrettet enkelte fag som eksempelvis naturgeografi, samfundsfag og engelsk. Fagene varierer fra år til år. Materialernes tematiske udgangspunkt er årets projekt og projektland.

Andet element – fællestimer

Det *andet* element består af oplæg af en times varighed om projektet og målgruppen, oplægget inkluderer selvproducerede film, musik og billeder, som vi turnerer rundt med på skolerne.

Tredje element – temadage

Det *tredje* element består af afholdelsen af temadage med workshops og undervisning for en hel årgang, en hel dag. Temadagens aktiviteter er relateret til projektets problemstillinger. Den blander klassisk faglighed med kreative tiltag, eksempelvis i vores journalistworkshop, hvor man både skal skrive, tage billeder og sælge en historie til et lokalt medie. Eller i vores rapworkshop, hvor tekstskrivning og live fremførelse af det skrevne står i centrum. Temadagene varierer fra år til år, men i centrum står, at eleverne aktivt inddrages i udformningen af et givent indhold og produkt, som vises f.eks. via radio, web og udstillingsspot.

Fjerde element – elevbårne aktiviteter

Det *fjerde* og måske vigtigste element består af alle de forskellige aktiviteter, som vores dagsværksgrupper gennemfører på skolerne. Aktiviteterne kan tælle alt mellem himmel og jord. Det kan eksempelvis være afholdelse af debat- og filmaftener, Dagsværk-tema-fredagsbar, kagesalg og diverse indslag i kantinen.

Hvor de tre første elementer – undervisningsmaterialer, oplæg og temadage – udvikles og afvikles af unge frivillige på sekretariatet, er det dagsværksgrupperne, som fuldfører processen på de skoler, hvor de selv går.

OPERATION DAGSVÆRK SOM KONSTANT CIRKELBEVÆGELSE

Ligesom vores kampagne er bundet til de aktive elever i dagsværksgrupperne, er vi som organisation bundet til årets gang på ungdomsuddannelserne. Det er på skolerne, at vi har vores virke, og det er skolerne elever, som både udgør vores medlemmer og vores målgruppe. Ligesom skolerne, følger Operation Dagsværk skoleåret, der som en tilbagevendende cirkelbevægelse gentages år efter år. I forårssemesteret, mens de fleste elever på ungdomsuddannelserne forbereder sig til årets afsluttende eksaminer, udvikler, designer og forbereder Operation Dagsværks sekretariat årets kampagne. Vi samler et hold af unge frivillige (sekretariatsfrivillige). Typisk er det unge, som netop har afsluttet en ungdomsuddannelse. Frem for at tage på eks. højskole vælger de at være med til at skabe en landsdækkende kampagne helt fra bunden. Sammen med en fuldtidslønnet kampagneleder tager de unge frivillige på researchrejse til årets projektland for at få lejlighed til at stifte bekendtskab med målgruppen for årets projekt. På den måde får de indsigt i de problemstillinger, som projektet omhandler, og de møder de lokale partnere. Formålet med turen er at lave film, tage billeder og indsamle materiale til oplysningskampagnen. På denne baggrund udvikles hovedelementerne til kampagnen. I efterårssemesteret, hvor et nyt skoleår begynder for eleverne på ungdomsuddannelserne, og årets

afsluttende eksaminer stadig er langt ude i fremtiden, skydes Operation Dagsværks kampagne i gang. Vi samler igen et nyt hold af unge fuldtidsfrivillige til sekretariatet (sekretariatsfrivillige), som tager til projektlandet med selv samme formål som det foregående hold. Efterårsholdet turnerer hele Danmark rundt i løbet af efterårssemesteret og afholder oplæg og temadage. Det er ligeledes dem, som laver startskuddet for vores kampagne på et landsmøde i begyndelsen af september. De unge sekretariatsfrivillige præsenterer på landsmødet dagsværkgrupperne for årets kampagne, og de giver dagsværksgrupperne kompetencer i at kunne fortælle andre elever på skolen om projektlandet, projektet og projektets målgruppe. Dette gøres via oplæg og workshops, hvor eleverne præsenteres for projektet og kampagnens hovedelementer. De får ligeledes lejlighed til at udvikle og træne kampagneværktøjer og -teknikker såsom eventorganisering eller talerstolstræning.

Den første onsdag i november kulminerer kampagnen i årets Dagsværkdag. Tempoet er hektisk op til dagen, og modsat, hvad man måske kunne forvente, markerer dagen ikke afslutningen på arbejdet. Efterfølgende skal pengene, som er blevet tjent, nemlig samles ind, hvilket også er et kæmpe stykke arbejde.

Efterårssemesteret når sin kulmination ved årets stormøde, eller rettere generalforsamling, hvor eleverne vælger ny bestyrelse, samtidig med at de vælger det nye projekt, som vil danne baggrund for næste års kampagne. Projektvalget er en omhyggelig proces, som bygger videre på landsmødet i forårssemesteret, hvor de delegerede udvælger fire projekter. På stormødet om efteråret får de fire udvalgte udviklingsorganisationer mulighed for at fremlægge deres projekt. Udviklingsorganisationerne kæmper altså med hinanden om at få eleverne til at stemme for netop deres projekt. Det er en proces, hvor eleverne nøje vender og drejer styrker og svagheder ved de fremlagte projekter. Disse overvejelser munder ud i en række debatrunder, hvor eleverne debatterer projekterne, både alene og med repræsentanter fra udviklingsorganisationerne. Næste års projekt vælges til sidst ved skriftlig afstemning. Projekt og samarbejdspartner er altså suverænt valgt af de unge selv.

Efter årets stormøde i december begynder vi forfra igen i forårssemesteret, nu med et nyt projekt og en ny kampagne. Operation Dagsværk er konstant i bevægelse på vej mod næste Dagsværkdag.

SELVBESTEMMELSEN SOM LØFTESTANG

En græsrodsorganisations levende præmis er, at alt foregår nedefra og op – bottom up. I vores tilfælde er det unge, der udgør græsrodsnettet. Operation Dagsværk er en særdeles levende ungdomsorganisation. Vi består af unge, som vælger at arbejde i Operation Dagsværk og for vores kampagne. Det er elever, som bærer og gennemfører vores kampagne på skolerne. Det er elever, som udgør vores bestyrelse. Det er også elever, som sidder i vores regionale landsråd. Og det er unge frivillige, som bemander vores sekretariat. Vores rødder, foreningens rodfæstende **subjekt**, er dagsværksgruppernes ca. 1.800 aktive medlemmer og elever på ungdomsuddannelser over hele landet. Et subjekt, som egentlig laver frivilligt arbejde. Dog er dette sjældent dagsværksgruppernes egen fortælling eller selvforståelse. Når jeg spørger dagsværksgrupperne, om de opfatter sig selv som frivil-

lige, lyder svaret: 'Nej'. De opfatter sig i højere grad som medlemmer af en dagsværkgruppe, på linje med skolens øvrige udvalg og grupper, som f.eks. elevrådet eller festudvalget. De kan sagtens se, at de laver frivilligt arbejde, når man påpeger det, men de definerer bare sig selv som 'dagsværkere'. Hvis jeg spørger dem, hvorfor de har valgt at arbejde i en dagsværkgruppe, er det selvbestemmelsen, og det at løfte en opgave på egen hånd, som er den gennemgående motivation. Dagsværkgruppen er for mange elever det første sted, hvor de indtræder i et socialt fællesskab af ligesindede, et fællesskab, som er bygget op om at løse en konkret og stor opgave. **Her er ingen lærere, trænere, chefer eller andre voksne, som fortæller, hvordan det skal gøres.** Her er kun dem selv. Dertil kommer, at her er der tale om en 'rigtig' opgave, som skal løses. Det er ikke et tænkt eksempel eller en skoleopgave, og ikke mindst er det en opgave, som involverer mange mennesker. Der hviler således et kæmpe ansvar på deres skuldre, som kun de selv kan løfte, et ansvar, som rækker ud over deres hverdag i skolen.

Opgavens formål er ligeledes af afgørende betydning for eleverne. Hvis 'gør det selv tanken' danner basis for dagsværkgrupperne, danner dét at arbejde for et udviklingsprojekt **overbygningen**. Man arbejder for en sag, som er større end én selv, og man gør en konkret forskel for andre unge et sted i verden. Mulighed for selvbestemmelse og projektets meningsfulde formål hænger uløseligt sammen. Det er to sammenvævede motiver for engagementet. Det ene fungerer ikke uden det andet.

For de fleste elever i dagsværkgrupperne er kampagnearbejdet og organiseringen af Dagsværkdagen en skræmmende stor opgave at løfte. Der knytter sig som regel også en del frustrationer til løsningen af opgaven, men hos de fleste opvejes frustrationerne af det stærke sammenhold og fællesskab i dagsværkgrupperne. Måske er frustrationerne rent faktisk med til skabe dette sammenhold. Følelsen af at lykkes, når man er kommet på den anden side, er uovertruffen. Vi forsøger fra sekretariatets side at vejlede og rådgive hver enkelt dagsværkgruppe ved løbende at være i kontakt med dem og følge op på deres aktiviteter. Vi tilbyder desuden, at de sekretariatsfrivillige kan komme ud og sparre med grupperne og hjælpe dem med efter behov. Men det ændrer ikke ved, at kampagnearbejdet og Dagsværkdagen til syvende og sidst skal løftes af den enkelte gruppe selv.

SELVSTÆNDIGE DAGSVÆRKGRUPPER SOM CENTRALT MELLEMLID

Operation Dagsværks sekretariat forsøger at klæde eleverne i dagsværkgrupperne bedst mulig på til at løfte den store opgave. Kompetenceudviklingen kan f.eks. bestå i følgende: Hvordan laver man en vellykket event, og hvad er realistiske forventninger til en sådan? Hvordan laver man en flashmob, så den virker? Hvordan kan man bedst få sit budskab ud over rampen til en morgensamling, og hvordan skal man egentlig snakke i mikrofon fra scenekanten i kantinen? Men vi kan have nok så mange gode ideer og metoder til kampagneførelsen på den enkelte skole. Fælles for dem alle er, at de kræver, at eleverne selv samler dem op og bruger dem. Det i sig selv kan være en udfordring.

Kommunikation med dagsværkgrupperne kan også give udfordringer. Giver gruppens kontaktperson informationen videre til resten af gruppen? Hvordan forstås den information, som bliver videregivet?

Hvad hvis gruppen ikke forstår, eller ikke er enige i kampagnens budskab? Og til sidst, hvordan linkes informationskampagnen sammen med de aktiviteter, som dagsværkgruppen laver? Vi forsøger at imødegå disse udfordringer ved at have faste kontaktpersoner til den enkelte dagsværkgruppe. Kontaktpersoner, som løbende er i kontakt med gruppen, og som gruppen altid kan ringe til for at få hjælp eller bare svar på spørgsmål. Jo bedre kontakt og tillid, vi kan opbygge mellem kontaktperson og gruppe, des større er muligheden for at kunne imødegå udfordringerne.

De sekretariatsfrivillige laver oplæg og temadage. Men det er jo engangsforeteelser på den enkelte skole. Det lange træk, eller dag-til-dag-kampagnen, udføres af dagsværkgrupperne. Dagsværkgrupperne udgør altså et afgørende mellemlid, mellem Operation Dagsværks sekretariat og den enkelte elev på skolen. Det efterlader kampagnen med to målsætninger. For det første skal den kunne motivere og engagere de aktive elever i dagsværkgrupperne til at viderebringe kampagnens budskaber til skolens øvrige elever. For det andet skal kampagnen også kunne viderebringe sit eget budskab til skolens øvrige elever. Man kan med rette spørge, om det ikke ville være nemmere at kommunikere direkte til eleverne fra sekretariatet? Ud fra ren kommunikativ betragtning ville det nok være nemmere, hvis sekretariatet henvender sig direkte til den brede elevgruppe og springer over dagsværkgrupperne som mellemlid. Men at bruge dagsværkgrupperne som mellemlid, giver os samtidig en klar fordel. Vores kampagne kommunikerer af elever til elever. Vores dagsværkgrupper fungerer til hverdag som ambassadører for vores kampagne ude blandt målgruppen for kampagnen, og de er selv en del af målgruppen. Det er en af årsagerne til, at vi på mange skoler er en helt fasttømret del af skolelivet. **Vi kommer nemlig ikke udefra.**

Det er min personlige overbevisning, at inddragelsen af de unge er den åbne dør til, at vi kan mønstre så mange stærke, engagerede og hårdtarbejdende dagsværksgrupper. Hvorfor skulle man som elev engagere sig, hvis den eneste rolle, man får tildelt, er 'at hænge plakater op'? Hvis ikke eleverne har indflydelse på kampagnens udfoldelse og en afgørende rolle at spille i den, hvorfor så engagere sig i Operation Dagsværk – hvorfor så engagere sig i noget?

I Operation Dagsværk tror vi på, at den enkelte frivillige både kan og vil løfte den store opgave, de står over for. Sekretariatets opgave er at støtte op om foreningens aktiviteter og hjælpe dagsværkgrupperne med at løfte kampagnearbejdet. Igen er det de frivillige, dvs. de decentrale og autonome dagsværkgrupper, som vi på sekretariatet arbejder for. Det betyder, at vi både i tale og i praksis giver ansvar fra os. Vi ved, det kan være svært, men vi ved også, at dagsværksgrupperne både kan og vil.

NÅR 'PLEJER' IKKE FÅR PLADS

Da både vores målgruppe og medlemmer består af elever på ungdomsuddannelserne, gennemgår vi årligt en stor personudskiftning. Operation Dagsværk foregår hovedsageligt inden for skoleregion, hvilket betyder, at de aktive medlemmer som oftest er færdige med Operation Dagsværk, når de er færdige med skolen.

Eleverne går eksempelvis tre år på gymnasiet, inden huen kan sættes på hovedet. De tre år kom-

mer således også til at danne tidsrammen for engagementet i Operation Dagsværk. Med mindre den unge fortsætter som frivillig på vores sekretariat. Det er meget forskelligt, hvor lang tid eleverne er engageret i en dagsværkgruppe. Mit umiddelbare bud er et til to år. Det betyder, at mange af medlemmerne i dagsværksgrupperne er udskiftet, når vi begynder efter sommerferien. De tilbageblivende har ikke nødvendigvis mange år på bagen. Det giver udfordringer! Særligt med hensyn til at opbygge sammenhængende forløb, rutiner og arbejdsgange over flere år. Men det har også sine fordele! Samtidig skaber det nemlig muligheder for nye aktive, idet de ikke bliver mødt med et taktfast: *'Det plejer vi at gøre'*. Den store udskiftning er med til at **skabe et åbent rum præget af mulighed for reel indflydelse og førstegangsoplevelser for nye aktive medlemmer**. De nye ideer bliver ikke blot hørt. Der bliver også arbejdet ud fra dem. Derfor bliver det pludselig spændende at engagere sig. Operation Dagsværk begynder således arbejdet næsten helt forfra hvert år. Vi genopfinder ikke den dybe tallerken. Men det er tæt på! Ulempen er, at vi ofte udfordres af de samme praktiske problemstillinger, som vi gjorde året før, fordi den organisatoriske hukommelse ikke er særlig lang. Fordelen derimod er, at den store udskiftning netop skaber muligheder for og plads til nye frivilliges medbestemmelse og således ejerskab i årets projekt. Hermed dannes basis, som tidligere nævnt, hvor motivationens drivkraft er muligheden for selvbestemmelse og således indflydelse. Basis er trinbrættet til at arbejde for Operation Dagsværk. Den hyppige udskiftning bevirker også, at vi som organisation ikke sander til i 'gamle' medlemmer. Hvert eneste år er vi lige nye og spændende at engagere sig i. Når de fleste i dagsværksgrupperne er nye medlemmer, hvordan sikrer vi os så, at de får den viden, som trods alt er nødvendig for at gennemføre kampagnen? Her spiller vores Landsmøder en central rolle.

LANDSMØDER SOM SAMLENDE OG DANNENDE FIKSPUNKTER

Vi bruger vores tre årlige landsmøder til at vise dagsværkgrupperne det store fællesskab, de er en del af. På Landsmøderne foregår både det mere formelle foreningsarbejde såvel som de kampagneorienterede aktiviteter. Landsmøderne er en øjenåbner. Ofte er det først på landsmødet, at det for alvor går op for de aktive medlemmer i dagsgrupperne, at organisationen primært drives af unge som dem selv. Unge udgør nemlig henholdsvis bestyrelsen, landsrådet og de frivillige på sekretariat. Og det er disse unge, som arrangerer landsmøderne. Landsmøderne er arenaen for de store og vigtige beslutninger. Alle de beslutninger, som har betydning for organisationen. Og det er de unge selv, der træffer beslutningerne f.eks. om projekter og samarbejdspartnere. På landsmøderne træder dagsværksgrupperne for alvor ind i organisationen. De får indblik i, hvordan vi hænger sammen og fungerer via disse møder. For mange elever er det en kæmpe oplevelse at opdage, at de, ved at tage ordet og give deres mening til kende, rent faktisk kan lave konkrete ændringer. Landsmøderne tjener også en anden funktion. Det sociale. De sociale begivenheder er ofte dem, der ofte refereres tilbage til. Landsmøderne giver forum for videndeling på tværs af byer og landsdele. Der udveksles om, hvordan man gør tingene på Sjælland eller i Jylland, både i og uden for de planlagte aktiviteter. Lørdag aften sluttet

altid med en fest, som er mindst lige så vigtigt som det officielle program. Den er med til at skabe en følelse af sammenhold og fællesskab. Ofte er det netop i forbindelse med vores fester, at traditioner holdes i hævd og gives videre til næste 'generation'.

De tre årlige landsmøder udgør vores faste og sikre platform, som vi kan stå på, i en organisation, der konstant er i cirkelbevægelse på vej mod næste Dagsværksdag. På landsmøderne skaber og genfortæller vi vores fortælling om os selv - bevidst og ubevidst. En af de centrale spillere i denne videreformidling af de 'fælles' fortællinger er en stor gruppe af tidligere frivillige, som hjælper med at arrangere og organisere møderne. De står for de helt lavpraktiske gøremål såsom madlavning og rengøring. De gør det, fordi det er sjovt og hyggeligt at genforenes med gamle dagsværkere. Udover at række en kærvkommen hjælpende hånd spiller de også en større rolle. De fungerer som kulturbærere og skabere af en form for kollektiv hukommelse, når de fortæller røverhistorier og anekdoter fra tidligere kampagner og landsmøder. I en relativ 'glemsom' organisation er disse kulturformidlere med til at give **organisationens** subjekt hukommelse og ånd.

Det er Landsmøderne, som er vores fikspunkter, da det ganske enkelt er her, at vi mødes som organisation og forening. Vi kan se, at det er på disse møder, at vores mest aktive og engagerede medlemmer 'tændes'.

MIDLERTIDIGE MEDARBEJDERE FORTRÆNGER OGSÅ 'PLEJER'

Der er ikke kun stor udskiftning i Operation Dagsværks medlemmer som følge af skoleåret og uddannelsens længde. Også vores fuldtidslønnede medarbejdere er ansat for kortere perioder. Som sekretariatsleder er jeg ansat på 3-årig kontrakt, årets kampagneleder for en 1-årig periode, hvilket som udgangspunkt ikke står til forhandling. Som jeg indledte artiklen med, er det en kerneværdi, at vi arbejder med de frivillige som 'subjekt' frem for 'objekt'. For at kunne give plads til de frivilliges ideer, tanker og forslag er det vigtigt, at vi som medarbejdere forholder os åbent og konstruktivt til dem. Organisationen tilhører de frivillige, ikke medarbejderne. Dette er et centralt placeret pejlemærke for os lønnede medarbejdere.

De bagvedliggende tanker er, at medarbejdere med årelange ansættelser kan komme til at lukke ørerne for de nye frivilliges forslag, fordi ideerne er hørt før og derfor ikke så nye som de frivillige selv. **'Det har vi prøvet før' må aldrig blive et standardsvar.** Det vil i sig selv være i modstrid med organisationens værdier om 'at skabe et frit rum for deltagelse og medbestemmelse for dagsværksgrupper og sekretariatsfrivillige'. Det betyder dog ikke, at vi værner om en kultur hvor 'anything goes'. Som lønnede medarbejdere består vores opgave i løbende at udfordre de frivilliges ideer og være med til at forme dem fra idé til handling. Men produktet, som vi skaber, har altid sit udgangspunkt hos de frivillige og ikke hos de lønnede medarbejdere. De lønnede medarbejdere er fødselshjælpere. Og det er vigtigt, at vi ikke kommer til at tage over, for at vi kan sikre, at Operation Dagsværk fortsat vil vedblive at være en ungdomsorganisation, som drives af de unge selv og ikke af professionelle 'voksne'. Ved at befolke vores sekretariat med unge frivillige, sikrer vi, at vi i sekretariatet ikke svæver for langt

væk fra resten af organisationen. Vores sekretariatsfrivillige vælger at 'sidde på sekten' et halvt år ad gangen for at være med til at udvikle og gennemføre vores kampagne. Arbejdet med kampagnen tager udgangspunkt i de sekretariatsfrivilliges interesser, ønsker og ideer. Det er altså dem, som skaber kampagnen. De laver film, klipper dem og colorgrader dem. Det er dem, som med sikkerhed i stemmen holder foredrag for flere hundrede mennesker. Det er dem, som laver undervisningsmaterialer i overensstemmelse med gældende pensum, og meget meget mere. Vi lønnede medarbejdere, hjælper, støtter og sparrer løbende med de frivillige, vi er fødselshjælpere, sparringspartnere og praktiske grise.

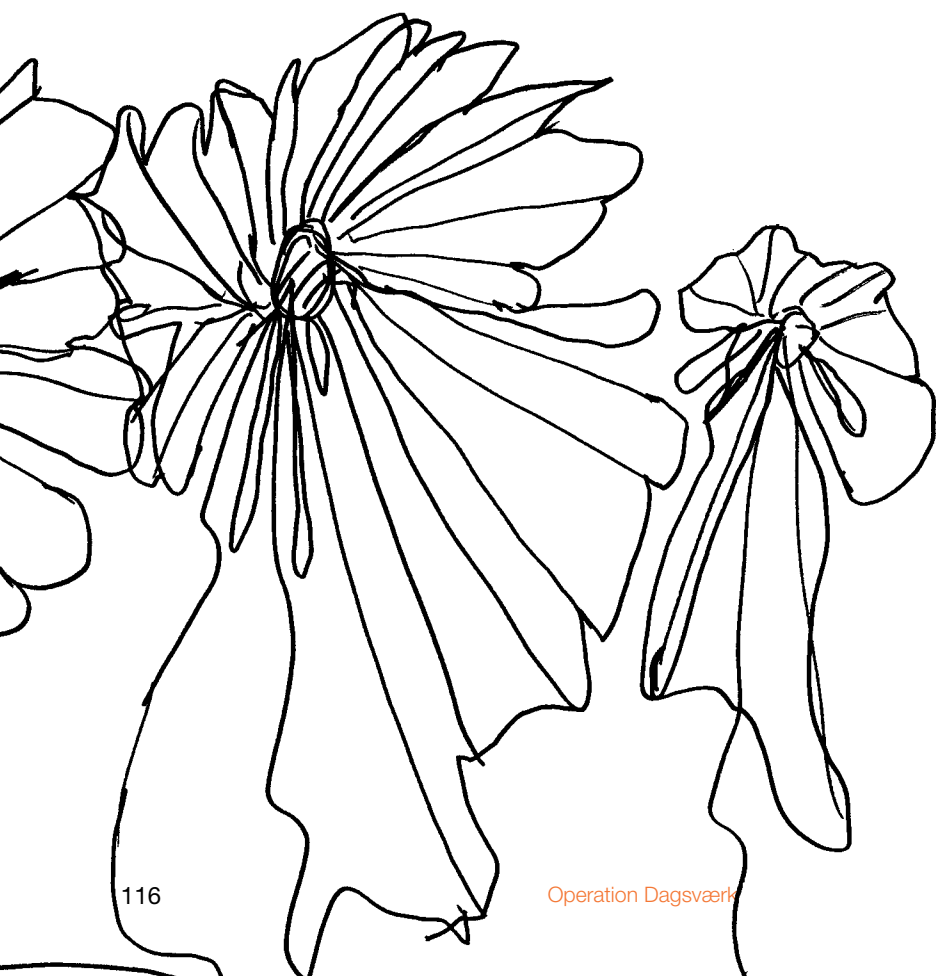
Ligesom ved et 'højskoleophold', sparer de sekretariatsfrivillige op til at sidde på sekretariatet. Nogle bor stadig hos deres forældre, andre har aften og/eller weekendarbejde ved siden af. Sekretariatsarbejdet er et fuldtidsarbejde. Til gengæld får de en helt unik mulighed for at bygge en landsdækkende kampagne op fra bunden, en kampagne, som involverer rigtig mange mennesker, en kampagne, som er til fordel for et udviklingsprojekt et sted i verden. Et sted, de besøger, og hvor de både møder de mennesker, som skal udføre projektet og de mennesker, som projektet er til gavn for. Det er ganske enkelt en oplevelse for livet. Hvor ellers har man mulighed og ansvar for et sådan arbejde, når man er mellem 18 og 22 år? De sekretariatsfrivillige sidder typisk på sekretariatet et halvt til et helt år ad gangen, hvorfor vores kampagne, som det øvrige arbejde i Operation Dagsværk, møder friske øjne og hænder hvert år.

ET KLART DEFINERET MÅL MULIGGØR EN HØJ GRAD AF AUTONOMI

Vi arbejder støt hen imod den næste Dagsværksdag – hver dag. Dette klare mål, som kulmination på vores oplysningskampagne, gør, at vi er i stand til at overleve som organisation og forening, på trods af den store udskiftning i frivillige og medarbejdere. Hvert år skal vi nå samme mål. Men vejene til dette mål er mange. Derfor er det fortsat interessant at være frivillig i Operation Dagsværk. Vi arbejder hen mod et fælles konkret mål, og sammen løfter vi en hel konkret opgave. Udfordringen for de frivillige er fortsat at finde ud af, **hvordan** man bedst kommer i mål. Og sådan vil det også være til næste år. Det fælles mål er grunden til, at vi som organisation kan praktisere og administrere den høje grad af selvbestemmelse, som dagsværkgruppen på skolerne har. Dagsværkdagen som mål 'disciplinerer' så at sige aktiviteterne i organisationen såvel som vores medlemmer. Hvis du ingen interesse har i Dagsværkdagen og vores informationskampagne, er der ingen grund til at melde sig ind. Det klart definerede mål er årsagen til, at alle de forskellige aktiviteter, som sættes i søen af dagsværkgrupperne, refererer til det samme. Målet er i høj grad medvirkende til at skabe sammenhængskraft i de autonome og geografisk spredte dagsværkgrupper. Et klart mål baner vej for midlertidigheden.

Hvert år fortæller vi om vores projekt. Vi får eleverne på ungdomsuddannelserne til at tage stilling til det. Og vi får endda flere tusinde elever til at arbejde på Dagsværkdagen. Samtidig virker vi som 'drivhus' for mange unge 'førstegangsfriwillige', som senere vil indtræde i diverse foreninger: Sports-

klubber, bestyrelser, politiske partier og meget andet, hvor de vil trække på deres kompetencer og erfaring fra Operation Dagsværk.



OM FORFATTEN

Rune Nordstrøm Pedersen er sekretariatsleder i Operation Dagsværk, 31 år og uddannet Cand. Scient. Adm. Rune har en fortid som landssekretær i foreningen IMCC. Han har været aktiv i foreningslivet fra barnsben: som spejder, volleyballspiller og svømmetræner. Senere kastede han sig over at arrangere folkekøkkener, diverse støttefester, koncerter og mindre festivaler.



DET ER SJOVT AT VÆRE KLÆDT UD SOM EN KO

Af Margrethe Thise Ankler

AIDS-Fondet har hvert år flere hundrede unge frivillige engagerede i kampagnen 'Humor mod Aids'. De unge rekrutteres fra år til år og er kun frivillige i en kort periode.

De fleste, som arbejder med frivillige, har det som et af deres succeskriterier at fastholde de frivillige. Jo længere tid en frivillig har været i organisationen des bedre. I langt de fleste sammenhænge giver det virkelig god mening, at der skal gøres en indsats for at fastholde frivillige i så lang tid som muligt. Det vil altid være nemmere at have en frivillig tilknyttet, som ved, hvad det drejer sig om, og har gjort sig sine egne erfaringer som frivillig. Sådan er det på sin vis også med frivillige, der er tilknyttet organisationerne som eventfrivillige. Men der kan også være en klar fordel i at have frivillige, der netop ikke har gjort sig nogen erfaringer. Hvis man som organisation formår at lade nye frivillige få helt frit spillerum, er der stor sandsynlighed for, at der kommer til at ske ting, som man ikke havde anet, var muligt.

EN STOR KAMPAGNE MED ENKLE RAMMER

Humor mod Aids Kampagnen begyndte i Danmark i 2004 som et samarbejde mellem IBIS, Folkekirkens Nødhjælp og AIDS-Fondet. Siden 2009 har AIDS-Fondet haft kampagnen alene. AIDS-Fondet har kørt Humor mod Aids Kampagnen som en ung-til-ung-kampagne. Unge frivillige skaffer penge til unge hiv-smittede ved at sælge røde næser en afgrænset periode i dagene omkring 1. april. For at deltage i kampagnen skal man melde sig som et Vinderhold. Et Vinderhold består af maksimum ti personer. Man melder sig på nettet, får tilsendt materialerne, og så er man i princippet køreklar. **Det er meget enkelt, helt håndgribeligt og nemt at gå til.**

Rekrutteringen af de frivillige til Humor mod Aids Kampagnen foregår i samarbejde med Projekt Frivillig. Frivillighedsvejlederne på ungdomsuddannelserne opfordres til at nævne Humor mod Aids på en morgensamling eller lignende, der sendes plakater og informationsmateriale ud til Frivillighedsvejlederen – og et talepapir, så det er nemt at gå til. Størstedelen af de frivillige, som deltager i Humor mod Aids Kampagnen, har hørt om kampagnen på en morgensamling på deres skole. Morgensamlingerne på skolerne har derfor en høj prioritet ugerne før kampagnen går i luften.

OM AIDS-FONDET

AIDS-Fondet er en privat organisation, som arbejder for en verden uden hiv. AIDS-Fondet arbejder både i Danmark og internationalt og fokuserer på de befolkningsgrupper, der er særligt sårbare og udsatte for hiv. AIDS-Fondet arbejder for at sikre adgang til både forebyggelse, omsorg og behandling for alle, og for at hiv-smittede kan leve fri af fordomme og diskrimination. AIDS-Fondets vigtigste opgaver er at forebygge hiv hos de vigtigste målgrupper, give støtte og rådgivning til de hiv-smittede, der er hårdest ramt, støtte forskning i hiv, og sikre folkelig og politisk opbakning til kampen mod hiv og Aids.

AIDS-Fondet lavede i 2012 en Survey Monkey, som blev sendt ud til de frivillige, der havde deltaget i kampagnen. Det viste sig, at mere end 90 % havde engageret sig i Humor mod Aids primært for at have det sjovt. En ung fyr på 17 skrev en kommentar om, at han kun ville være med for at have en undskyldning for at være klædt ud som en ko. Det er ikke altid til at greje, hvilke ting de frivillige motiveres af. En af styrkerne ved Humor mod Aids er, at det er de frivillige selv, der laver indholdet – og det viste sig, at være et stort hit på alle måder, at man klædte sig ud som en ko. For mange af de unge, vi har med i kampagnen, er det også afgørende, at det er en tidsafgrænset opgave at være frivillig i Humor mod Aids. De unge melder sig til at være aktive i kampagnen i minimum 20 timer. Kampagnen strækker sig over otte dage, og det er i den periode, den frivillige skal afvikle sine timer. Vi sætter nogle helt enkle regler op for kampagnen.

I løbet af otte dage skal du og dit hold skaffe så mange penge som muligt til unge hiv-smittede. Det hold, som skaffer flest penge, vinder en præmie.

I første omgang er det den eneste info, som de frivillige har brug for om kampagnen. Når de har taget stilling til, om de vil være med, kommer der flere informationer om kampagnen og om, hvad pengene går til. Men som udgangspunkt kan man være med, hvis man finder en gruppe venner – maks. ti personer – finder på et navn til gruppen og vælger en til at være kaptajn. Kaptajnen er den i gruppen, som modtager pakken med kampagnemateriale, og den, som vi kontakter for at høre, hvordan det går. Man må i princippet gerne melde sig til kampagnen som enkeltperson. Det har dog vist sig, at det er de store hold på syv til ti personer, som har mest ud af at være med. Det giver en dynamik på holdet, at man er flere om opgaven. Der er et større idé-flow, og man er flere om at holde hinanden til ilden i kampagneperioden.

INFORMATION FRIVILLIGE IMELLEM

I en kampagne, hvor langt de fleste frivillige er nye, er det en udfordring, at der hverken under- eller overinformeres. Som med al kommunikation er det også her afgørende, at man får den information, man har behov for, når man er parat til at modtage den. I arbejdet med de meget løst tilknyttede eventfrivillige, stikker identiteten som frivillig ikke særlig dybt. Der skal derfor ikke meget til, før den frivillige opgiver sit engagement og simpelthen dropper det frivillige arbejde. Det er langt fra alle de løst tilknyttede frivillige, der bruger tid på selv at opsøge informationer, når de har behov for dem. Vi har hvert år frivillige i Humor mod Aids Kampagnen, der går i stå, fordi de ikke af sig selv opsøger informationer, når de har behov for dem. Det kan være helt banale udfordringer, som får de frivillige til at gå i stå i kampagnen. Hvis de ikke umiddelbart har svaret på deres spørgsmål, gør de ikke mere ved det. Det kræver meget af os som organisation at være til stede i præcis de øjeblikke, hvor det er nødvendigt. Det er nok tæt på umuligt at få succes med det projekt, fordi det ikke baserer sig på et godt forarbejde, men på en meget høj grad af held. Derfor er det afgørende for de frivilliges



Foto » Stine Ludvigsen & Steven Kjeld Christensen

oplevelse af forløbet, at de kan hjælpe hinanden på tværs af Vinderholdene. Vi bruger en del energi på, at alle frivillige, som er med i kampagnen, bliver tilmeldt vores Facebook-gruppe. Her kan de gå ind og udveksle ideer og se, hvad de andre frivillige har af planer for kampagnedagene. Hvis vi kan få de frivillige til at 'synes godt om' erfaringsudvekslingen her, kan vi også tage nogle af spørgsmålene i opløbet, så de frivillige ikke går i stå og mister motivationen. Samtidig kan de frivilliges deltagelse i en Facebook-gruppe være med til at vise den frivillige, at der er mange med i kampagnen. De frivillige er spredt over hele landet, og det er afgørende for deres engagement, at de føler sig som en del af noget større – at der er frivillige i den anden ende af landet, som er i gang med det samme som dem selv. Her er Facebook et virkeligt stærkt medie. De unge kan selv gå ind og uploade billeder, skrive om deres egne tiltag og kommentere på hinandens ideer. Vinderholdene kan lære af hinandens ideer og kan finde svar på deres spørgsmål ved at se, hvad andre Vinderhold foretager sig.

I løbet af kampagneperioden lægger vi små ekstra konkurrencer ind til de frivillige på Facebook. På den måde sikrer vi os, at de bliver ved med at have interesse for Facebook-siden og synes, at det er sjovt at være med.

DET ER OK AT STOPPE

Humor mod Aids har et meget lille antal gengangere af frivillige fra år til år. Det er under fem procent af de frivillige, der deltager i Humor mod Aids Kampagnen mere end én gang. Det har aldrig været et mål for kampagnen, at den skulle engagere den samme flok unge fra år til år. Succeskriteriet er for os, at de frivillige, vi har med i kampagnen, synes, det er sjovt at være med til at gøre en forskel. Det er vigtigt, de frivillige er motiverede, at de lærer noget og som indsamlingsorganisation, er det selvfølgelig også vigtigt, at de får skaffet penge til sagen. Det er ikke afgørende, at de frivillige forbliver i organisationen, eller at de vender tilbage og er med igen år efter år. Derfor skal vi kunne sige farvel til dem, når kampagnen er slut. Der ligger ikke en masse skjulte forventninger om, at de fortsat engagerer sig i sagen. Det er en succes for os, at de er med i den periode, de har sagt ja til – hverken mere eller mindre. Det er vigtigt at gøre sig klart, om man som organisation er klar til at give slip på de frivillige, der engagerer sig i en event. De frivillige mærker hurtigt, om der er uskreve forventninger om, at de forbliver engagerede, eller om det er helt i orden, at man ikke har sagt ja til mere, end man har sagt ja til. De meget få frivillige fra Humor mod Aids, som synes, det kunne være sjovt at arbejde yderligere for vores organisation, har ingen problemer med at finde frem til deres muligheder for at forblive som frivillige. Det skal ikke være et nederlag, at frivillige, der synes en event er spændende, ikke engagerer sig yderligere. Dette skal ikke forstås på den måde, at de frivillige ikke skal spørges, om de har lyst at forblive i organisationen som støttemedlemmer eller som frivillige på fast basis. Det er bare vigtigt, at der ikke spørges på en måde, så man som frivillig føler det som et nederlag at sige nej. Det skal også være OK helt at undlade at svare. Det er måske en hurtig indskydelse, som får den frivillige til at melde sig, og det er en lige så hurtig beslutning for den frivillige at stoppe igen. Det er vigtigt, at det er nemt at begynde som frivillig, og det skal være lige så nemt at stoppe igen. Samti-

dig skal man som frivillig have en oplevelse af, at det var sjovt at være med på den måde, man selv havde sagt ja til.

GEJST OG GRAFFITI

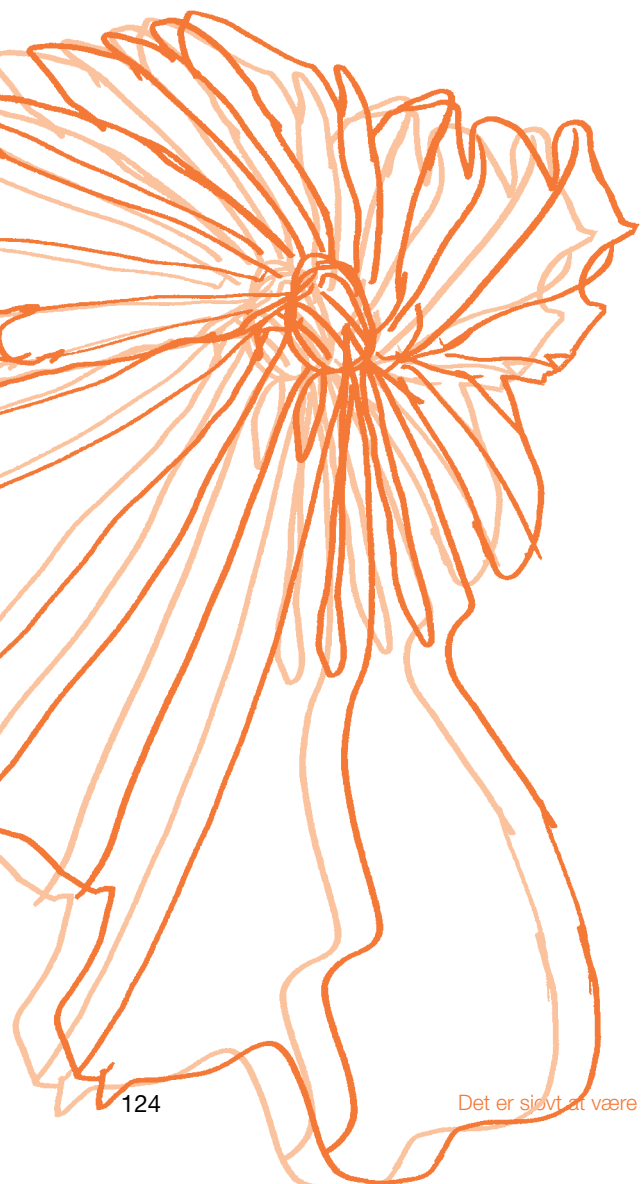
Det er sekretariatets fornemste opgave at motivere de frivillige, så de bibeholder gejsten for kampagnen gennem hele forløbet. Det gør vi ved at udstråle gejst i alt, hvad vi foretager os. Tonen i alt, vi kommunikerer, er glad og fyldt af overskud. Vi skrotter yderst sjældent en idé, som de frivillige kommer med – også selvom vores første tanke er, at idéen tidligere har været afprøvet uden succes. Det overrasker os gang på gang, at idéer, som slet ikke virker for nogle frivillige, kan udføres med stor succes af andre frivillige. Det er med andre ord den enkelte frivillige, der er eksperten. Vores opgave er at bakke op og motivere og måske komme med supplerende ideer, som kan gøre det endnu bedre eller lettere for dem at gennemføre deres egen idé. **Vi sætter de ydre rammer, de frivillige fylder indholdet i.**

De unge frivillige er forholdsvis lette at begejstre. De tænder hurtigt på en idé og er også meget hurtige til selv at bygge videre på ideen. Udfordringen består i at få de frivillige til at bevare gejsten for deres egne idéer og for kampagnen. De frivillige stilles helt frit til selv at fylde indhold i kampagnedagene. De eneste rammer, vi sætter for dem, er, at de skal begynde en bestemt dag og afslutte en bestemt dag. Ellers er det helt op til de frivillige selv, hvordan de griber det an. Ved at lade de frivillige selv fylde indhold i kampagnen, sikrer vi, at det forbliver en ung kampagne. De frivillige skaber noget andet, end det den etablerede organisation kan komme med. En veletableret organisation har altid et kodeks, nogle skrevne og uskreve regler og en særlig fremgangsmåde. Ved at give de frivillige helt frie tøjler opnås der noget andet. De frivillige har ikke de samme forbehold, som den etablerede organisation. Det er ikke altid, de tænker to gange, før de handler. Det giver et talerør, som man ikke ellers ville opnå. De frivillige i Humor mod Aids går helt bramfrit ind i sagen og bruger ikke tid på at overveje, om det er en god idé at tage kontakt til en virksomhedsleder, en kendt rapper eller de lokale medier.

Der er dog en risiko forbundet med at lade de frivillige selv styre showet. Det kan ikke undgås, at der indimellem er frivillige, som bliver grebet af stemningen og laver nogle ting, der er knapt så hensigtsmæssige. Vi har et par eksempler på noget næse-graffiti på biler. Men det er virkelig småting i forhold til den brede vifte af gode tiltag, som de frivillige kommer op med. Det giver ejerskab i forhold til kampagnen, at de frivillige selv står for at fylde indhold i. Det er helt op til dem selv, hvilke ideer, de gerne vil afprøve, hvornår de gør det, og hvem de får til at hjælpe sig. Det betyder, at AIDS-Fondet lægger navn til og har ansvar for ting, som vi umuligt kan kontrollere. Den risiko har vi besluttet os for at løbe. Det er af stor værdi for kampagnen, at den er båret af gejst, og at der er meget vide rammer for, hvad de frivillige kan fylde i af indhold. På denne måde sikrer AIDS-Fondet, at Humor mod Aids Kampagnen altid er en levende kampagne, der aldrig bliver statisk og ufleksibel. En kampagne, der altid formår at være ung i sine ideer og sit udtryk. En kampagne, der viser unge danskere, at frivillig-

hed kan være sjovt, og at det at hjælpe andre ved at bruge sin energi og kreativitet kan være meget inspirerende.

Det er en udfordring at aktivere en stor gruppe unge mennesker for at slippe dem igen kort tid efter. Men gør man det ordentligt, kan det skabe en helt unik kampagne eller event, der er i konstant bevægelse, og som flytter sig derhen, hvor de unge er.



OM FORFATTEN

Margrethe Thise Ankler er 40 år, siden 2006 ansat som frivilligkoordinator i AIDS-Fondet, uddannet religionshistoriker fra Københavns Universitet. Margrethe har været engageret i frivilligt arbejde siden 1990.



