

EN STÆRK
S AFDELING

EN STÆRK AFDELING

INDHOLD

**Velkomst
og introduktion**



Drift af afdelingen



**Kommunikation
i afdelingen**



Synliggørelse



**Rekruttering
og fastholdelse**



Økonomi



EN STÆRK AFDELING

VELKOMST OG

INTRODUKTION



Det er meget svært at sige, hvad det helt præcis er der skaber en stærk afdeling i DUI. For som bekendt, består vores organisation, af en masse forskellige afdelinger, der har vidt forskellige aktiviteter og hver deres måde at gøre tingene på.

Men hvis vi ser nærmere på de DUI-afdelinger, som på den ene eller anden måde har succes, kan vi få en rigtig god idé om, hvad det er, der virker. Men selv om noget virker rigtig godt i en afdeling, virker det ikke nødvendigvis alle steder. Så det gælder i sidste ende om at lade sig inspirere af de gode idéer, prøve det af og tilpasse det til den enkelte afdeling.

På dette kursus "En stærk afdeling" har vi samlet en række gode idéer og tiltag, som er prøvet af i afdelinger med succes. Kurset

kommer omkring rigtig mange emner og forskellige ting, og det er bestemt ikke meningen, at du bare ukritisk skal tage det hele til dig og bruge det i din afdeling. Brug kurset til at blive inspireret med nye idéer og tiltag, og byg så endelig videre på den inspiration du forhåbentlig får, således at det kommer til at fungere bedst muligt i netop din afdeling.

"En stærk afdeling" er et helt nyt koncept, der er udviklet til at styrke det lokale afdelingsarbejde i DUI. Vi håber derfor, at du efter kurset er blevet inspireret og føler dig bedre rustet til de mange udfordringer, som man konstant bliver udsat for som frivillig i DUI.

God fornøjelse!

HVORDAN KOMMER VI IGANG?

Hvis man ikke har prøvet det før, kan det være svært at sætte gang i en positiv udvikling i afdelingen. For hvor skal man starte og hvad skal man fokusere på? Så inden vi for alvor går i dybden med de enkelte områder, er det lidt vigtigt at vide, hvor vi skal tage fat og hvad der er vigtigst at fokusere på.

I 2008 fik vi hjælp af DUF (Dansk Ungdoms Fælleråd) til at lave en undersøgelse af DUI. Undersøgelsen gik kort og godt ud på at finde ud af, hvad det egentlig er, der skaber "Den gode afdeling". Undersøgelsen er lavet ud fra interviews fra 6 DUI-afdelinger med succes. Og selv om man ikke kunne

komme frem til en færdig løsningsmodel for succes, så viser undersøgelsen mange spændende ting, som vi sagtens kan bruge i dag. Der var nemlig rigtig mange fællestræk og sammenholdt med at andre undersøgelser i DUF også viser, at det kun er ca. 20% af medlemstallet i foreningen, der kan forklares ud fra de ydre forhold, såsom familiens indtægt og boligforhold, så kan man altså påvirke helt op til 80% af medlemstallet hvis man fokuserer på det, som rapporten konkluderer.

Undersøgelsen viser at der er 5 succesfaktorer der er med til at skabe "Den gode afdeling".



Undersøgelsen "Den gode afdeling" findes som pdf på www.dui.dk

DE 5 SUCCESFAKTORER

Åbenhed

Vi tager kun lillefingeren

Anerkendelse

Kort vej fra idé til handling

Ildsjæle

Åbenhed

- **Åben overfor nye idéer og måder at gøre tingene på**
- **Parat til at tilpasse sig interesser og behov i afdelingen**
- **Engagere sig i forhold til omverdenen**

Åbenhed lyder nemt, men det kræver, at man er indstillet på konstant at forny sig og er klar til at tage imod nye idéer med åbne arme. I den forbindelse er det også vigtigt, at man kan spotte de enkelte medarbejders talenter, og drage mest mulig nytte af dem, da det skaber en afdeling med aktiviteter af høj kvalitet.

Anerkendelse

Den frivillige indsats kommer ikke af sig selv. Derfor er det vigtigt, at man gør det sjovere at være frivillig og anerkende den store indsats som de frivillige yder. Det være sig både de mere formelle ting såsom medarbejderfester, kurser og andre medarbejder-”goder”. Men også de mere uformelle anerkendelser som et klap på

skulderen og rosende ord i hverdagen. Når man trives godt og er stolt af at være medarbejder, fungerer man nærmest automatisk som ambassadør for afdelingen, idet man positivt fortæller sin omgangskreds om alle de aktiviteter, vi laver.

Vi tager kun lillefingeren

For at få mest mulig ud af de frivillige medarbejdere, er det vigtigt, at man har interesse i det, man laver. Derfor skal man ikke presse medarbejderne til at påtage sig opgaver, de ikke ønsker, eller har tid til. På den måde kan den enkelte selv tilpasse det frivillige arbejde ind i sig egen hverdag. Det betyder også, at der kan være meget stor forskel på indsatsen fra den enkelte frivillige, men på den måde er alle er glade for det de laver og yder dermed mere.

Kort vej fra idé til handling

En af de allerstørste motivationsfaktorer er, når man ser sine idéer blive til virkelighed. Det gælder både medlemmerne og de frivillige medarbejdere. Derfor er det meget vigtigt, at der er kort vej fra idé til handling, at pengene findes hurtigt og at beslutningsprocessen er gennemsigtig.

Ildsjæle

Det er ofte ildsjæle, der er med til at få hele "maskineriet" til at fungere i en afdeling. Samtidig er det også ofte ildsjælene, der tiltrækker og fastholder medlemmer. De yder en stor indsats og er bl.a. i stand til at inspirere og mobilisere folk. De tager initia-

tiv til at starte nye ting og deres engagement smitter.

Men undersøgelsen viser også at der er 4 meget vigtige og fundamentale ting, som man skal have styr på i afdelingen for at de 5 succesfaktorer kan komme ordentlig i spil og være med til at skabe vækst.

DE 4 FORUDSÆTNINGER

Traditioner

Det sociale

God økonomi

Gode lokaler

Traditioner

Det er tydeligt, at de afdelinger, der har årligt tilbagevendende begivenheder, som medlemmerne og medarbejderne kan se frem til, har et større fælleskab og en større fælles identitet. Det er dog vigtigt, at traditionerne ikke bliver en sovepude, så man ikke længere udvikler afdelingen med nye idéer og tiltag.

Det sociale

Noget af det tydeligste fra undersøgelsen er vigtigheden af det sociale. Hvis det sociale fungerer godt i medarbejdergruppen, forplanter det sig i hele afdelingen og rigtig mange ting bliver meget lettere at gennemføre.

God økonomi

En god økonomi er også en vigtig forudsætning. For det første skal man ikke bruge

så mange kræfter på at skaffe penge, og derved kan man koncentrere mere om det, der er sjovt – selve aktiviteten. Desuden understøtter en god økonomi også den åbne indstilling til at prøve nye idéer og tiltag, idet der bliver kortere vej fra idé til handling.

Gode lokaler

Det er også en vigtig forudsætning for vækst, at afdelingen har gode lokaler. Det er meget forskelligt, hvad gode lokaler er. Men som udgangspunkt skal det være lokaler der giver afdelingen mulighed for at lave det, I gerne vil. For nogle afdelinger er det den fysiske placering i byen, der er vigtigere end det at få et stort hus - det er meget forskelligt. Men hvis man ikke føler, at man har gode lokaler, kan motivationen for at sætte nye initiativer i gang være meget lille.

AMBITIONER FOR AFDELINGEN

Det vigtigste af alt for overhovedet at få nogen form for vækst i afdelingen, er ambitioner. Man skal simpelthen have ambitioner på afdelingens vegne for at skabe det drive, der skal til for at få vækst og udvikling. Hvis man hele tiden er opsat på at gøre tingene lidt bedre og større end tidligere og ikke tænker "vi gør som vi plejer", er mulighederne for vækst langt større.

Desuden viser erfaringerne også, at det er de afdelinger, der løbende laver pejlemærker i form af planer for afdelingens udvikling, der har den største vækst. Og når først der er vækst og succesoplevelser i afdelingen, så skaber det ofte øget engagement og ekstra drive til nye ting, og man har skabt en positiv udvikling, der meget hurtigt kan blive selvforstærkende.



EN STÆRK AFDELING

DRIFT AF

AFDELINGEN



Hvis man ikke allerede har kendskab til, hvad det er der skal til, for at drive en frivillig forening, kan det være svært at vide, hvordan man skal gribe det an, og hvad man skal fokusere på. Som udgangspunkt kan man starte med at dele drift af en DUL-afdeling op i to dele.

Den administrative del

Der er mange administrative opgaver i en afdeling. Udover de mere kendte opgaver som budget, regnskab, ansøgninger, årsberetning m.m. så dækker denne del bl.a. også over mail korrespondancer med kommunen og kontakt til andre samarbejdspartnere.

DE 2 DRIFTSDELE

Den administrative del

Den aktivitetsmæssige del

Den aktivitetsmæssige del

Det er uden tvivl aktiviteterne, der som udgangspunkt tiltrækker nye medlemmer og holder fast på de gamle. Derfor er det også vigtigt, at det fungerer godt. Hvad enten der er tale om de ugentlige aktiviteter, weekendture eller de mere arrangementsprægede, så er aktiviteterne en lige så vigtig del som det at kunne få økonomien til at slå til.

Og selv om der mellem de 2 dele sagtens kan være overlap, så kan man sige at det typisk er bestyrelsen, der skal have styr på de administrative opgaver, og medarbejdergruppen, der skal have styr på de mere aktivitetsmæssige ting. Men for at afdelingen kan fungere godt, er det vigtigt, at man har nogenlunde styr på begge dele.

De frivillige

Udover at have styr på det administrative og det aktivitetsmæssige, så er noget af det allervigtigste, man skal være bevidst om, når man driver en afdeling naturligvis, at det hele drives af frivillige medarbejdere. Der er rigtig stor forskel på, hvor meget tid den enkelte medarbejder ønsker at bruge på DUI, og det skal man respektere.

Erfaringerne viser, at det er de afdelinger, der kun tager lillefingeren og ikke hele armen fra de frivillige, der fungerer bedst. Men erfaringerne viser også, at man ved hjælp af medarbejderpleje og en anerkendende tilgang til de frivillige, kan øge medarbejdernes engagement, og derved få mere ud af den enkelte medarbejder.



Man skal derfor altid huske på, at det er frivillige man har med at gøre, og man må aldrig vride armen om på nogen for at få dem til at gøre noget. Det har nemlig den stik modsatte effekt.

Ansvarsfordeling

For at det ikke bliver formanden eller kassereren i afdelingen, der kommer til at lave det hele og køre sur i det, er det rigtig godt at lave en ansvarsfordeling, så opgaverne bliver delt ud på flest muligt. Udover at lette arbejdsbyrden for de mere udsatte bestyrelsesposter, skaber det samtidig en større fællesskabsfølelse, da man løfter i flok.

I bestyrelsen er det f.eks. kassererens opgave, at der bliver lavet regnskab, men hvis det ikke sker, står afdelingen i en situation, som i yderste konsekvens kan blive meget kedelig i form af mistet tilskud fra kommune og lignende. Derfor er det vigtigt at huske på, at det er hele bestyrelses ansvar, at der bliver lavet et regnskab. Opgaven ligger godt nok hos kassereren, men skulle det ske, at der ikke bliver lavet regnskab, må bestyrelsen gribe ind og tage affære, så situationen ikke løber løbsk.

Men man skal hele tiden huske på, at det hele er et fælles projekt, og at alle er frivillige. Hvis en medarbejder ikke løser sit ansvarsområde tilfredsstillende, nytter det ikke at pege fingre eller skælde ud. Man skal derimod være løsningsorienteret, og hjælpe hinanden, så opgaverne bliver løst bedst muligt.

Og det er ikke kun i bestyrelsen, at en ansvarsfordeling er en god ting. Den kan med stor fordel også bruges i medarbejdergruppen, så arbejdsbyrden bliver lettere.

Strategiplan

En stor hjælp til at lave en ansvarsfordeling i afdelingen, og som samtidig kan være med til at holde styr afdelingens planer og målsætninger for året, er udarbejdelse af en strategiplan. Det er meget tydeligt, at de afdelinger, der laver en eller anden form for plan for afdelingens udvikling, der har størst vækst.

For mange lyder en strategiplan som noget meget stort og uoverkommeligt at gå i gang med. Men det er et yderst vigtigt redskab, som kan give et rigtig godt overblik for afdelingen opgaver og målsætninger. Og der er mange måder at lave en strategiplan på, så det gælder om at finde den helt rigtige model, der passer bedst til lige netop din afdeling.

F.eks. kan man bare ved at samle afdelingens opgaver på et stykke papir, få et godt overblik over de opgaver, der ligger. Det

alene kan for nogle afdelinger være nok til, at man løser flere opgaver, end hvis man ikke gjorde det. Så det kan klart anbefales, at der laves en eller anden form for strategiplan for afdelingen.

Og det, der er vigtigt i forbindelse med udarbejdelsen af sådan en plan er, at alle føler, at de har medindflydelse på indholdet. På den måde får de nemlig ejerskab og yder langt mere til selve gennemførelsen af planen. Om så man gennemfører et årligt strategimøde, løbende tilretter planen på medarbejdermøderne, eller gør det på en helt tredje måde, er mindre vigtigt. Find den model, der passer bedst til din afdeling, men sørg for at alle bliver hørt, så kan det ikke gå helt galt.

Men selv om afdelingen får udarbejdet en plan, er det ikke sikkert at alt i planen bliver gennemført. Det er dog meget tydeligt at de afdelinger der udarbejder en plan får meget mere gennemført end ellers.



Samarbejde med andre

For at lette arbejdsbyrden for de frivillige i afdelingen, er det en rigtig god tommelfingerregel, altid at gøre opgaverne så lette som muligt. I den forbindelse kan der være meget arbejde at spare hvis man samarbejder med andre der hvor det kan lade sig gøre.

Et sted hvor det er meget vigtigt, at man aktivt deltager, hvis det altså findes lokalt, er i BUS (Børne- og Ungdomsorganisationernes Samråd). Det er en paraplyorganisation hvor der er et politisk samarbejde og netværk mellem De grønne pigespejdere, Danske Baptisters Spejderkorps, KFUM spejderne, Det Danske Spejderkorps, KFUM og KFUK, FDF og DUI-LEG og VIRKE.

På landsplan samarbejder vi på mange forskellige områder, men lokalt er der meget mere at hente for den enkelte afdeling. Dels kan det være, at man kan samarbejde om forskellige lokale aktiviteter, og dels står man stærkere, som en samlet flok over for kommunen, hvis de f.eks. varsler ændringer af tilskudsreglerne. De afdelinger, der aktivt deltager i det lokale BUS, meddeler, at det er et rigtig godt sted at sidde, specielt når kommunen varsler ændringer. Der er flere eksempler på, at en kommune simpelthen har trukket forringelser tilbage, efter at BUS er gået ind i sag.

Men udover at deltage i det lokale BUS, skal man være opmærksom på lokale aktiviteter man kan koble sig på. Det kunne f.eks. være at der afholdes et lokalt loppemarked, en kulturnat, en torvedag eller noget andet spændende. Hvis arrangementet tiltrækker mange mennesker, og man kan få lov til stå der med en stand, er det en meget nem og "billig" måde at blive set på. Man undgår

selv at stå med alt det tunge, planlægning, opsætning, ansøg om tilladelser m.m. Så det kan varmt anbefales at tænke i de baner.

Men det kan også være at I selv står med en fantastisk idé, men ikke føler at I magter opgaven. I den forbindelse kan man, mange gange med fordel, tænke en eller flere samarbejdes partner ind i projektet.

Kampagner

Det, man med stor fordel også kan bruge et lokalt arrangement til er f.eks. at reklamere for et åbent hus-arrangement i afdelingen eller man kan skyde en medlems- eller medarbejderkampagne i gang. På den måde kommer I ud med jeres budskab til mange flere på engang.

Det er klart at man i forbindelse med en kampagne, skal lægge en slagplan for selve udførelsen. Men i den kan et eller flere arrangementer sagtens indgå, da man kommer bredere ud med sine budskaber på en nem og "billig" måde.



Standarder

For at lette arbejdsgangen i de administrative opgaver er det smart at bruge nogle standarder, som er lette at bruge og enkle at overskue. Og for ikke at alle afdelinger, skal bruge for meget tid og for mange kræfter på at opfinde egne standarder til brug i det administrative afdelingsarbejde, har vi nu samlet en masse standarder til fri

afbenyttelse på nettet - og vi vil løbende lægge flere op.

Så hvad enten du står og skal bruge en skabelon til en dagsorden, et evalueringsskema eller en årsmødeindkaldelse, så kan du finde den på nettet. Du skal blot downloade og tilrette skabelonen, så er du godt kørende. Klik ind på **www.dui.dk** - vælg **intra** i toppen og afd-redskaber til højre

The screenshot shows the top navigation bar of the DUI website. On the left, the letters 'KE' are visible. In the center, there are navigation links: 'HYTTER', 'AFDELINGER', and 'MELD DIG IND'. To the right of these links is a red button labeled 'INTRA', which is circled in orange. Above the navigation bar are social media icons for Facebook, Twitter, Google+, YouTube, and RSS. Below the navigation bar, the 'MELD DIG IND' section is visible, featuring a 'Log ind' heading, input fields for 'Brugernavn' and 'Kodeord', a 'Husk mig' checkbox, and a red 'LOG IND' button. A dropdown menu is open below the login section, listing several links: 'AFD-REDSKABER', 'PR-REDSKABER', 'Refusion', and 'Regler'. The 'AFD-REDSKABER' link is circled in orange.

EN STÆRK AFDELING

KOMMUNIKATION

I AFDELINGEN



Man kan lave nok så mange planer for afdelingens vækst og udvikling, men hvis man ikke er gode til at kommunikere, går det ofte galt. Derfor er det også vigtigt, at man fokuserer på at have en god kommunikation i afdelingen.

Da en god kommunikation både er med til at tiltrække og fastholde medlemmer, er det alt kommunikation i afdelingen, der er vigtigt. Hvad enten det er i bestyrelsen, blandt medarbejderne, til medlemmerne eller til de potentielle nye medlemmer, skal kommunikationen være god.

Hvis en afdeling er god til at kommunikere sine aktivitetstilbud ud, kan det være med til at tiltrække nye medlemmer. Når så først man er blevet medlem, er det vigtigt, at man kan følge med i, hvad der sker i afde-

lingen, ellers føler man sig ikke oplyst eller engageret, og det ender på et eller andet tidspunkt med en udmeldelse. Så en god kommunikation i afdelingen er vigtig på mange niveauer.

Og hvor skal man så tage fat, hvis man vil skabe en god kommunikation i afdelingen? Det er igen meget forskelligt, hvad der helt præcist virker i den enkelte afdeling. Så man må prøve sig lidt frem, med forskellige tiltag. Men det kræver i hvert fald, at de medarbejdere, der får opgaven er engageret og går systematisk til værks.

Man kan starte med at lave en liste over, hvornår der er et behov for at kommunikere i afdelingen, så er man allerede nået meget langt. Efterfølgende skal listen naturligvis gennemgås, og for hvert område skal der

tages stilling til, hvordan der skal kommunikeres, og hvem der har ansvaret for det.

Mindre kan også sagtens gøre det. Det vigtigste er, at man har tænkt nogle tanker omkring kommunikationen i afdelingen, og man skal sørge for at lave en nem, enkel og overskuelig kommunikationsstrategi, hvis det skal fungere i praksis. Herefter kan man have den i baghovedet og skele lidt til den, når der skal meldes noget ud.

På den måde sikrer man sig i hvert fald at der er en plan. Udfordringen bliver, som med så meget andet, selve udførelsen, men ved at lave en plan er der meget større sandsynlighed for, at det bliver gennemført, og at man vil opleve en kommunikation der virker.

Nogle af de steder, hvor man med fordel kan lave en kommunikationsstrategi, eller som minimum lave nogle faste aftaler om, hvad der skal ske er de følgende:

Velkomst mail

- Mail, brev

Når man melder et nyt medlem ind, så send en velkomstmil eller brev, hvor der ønskes velkommen til afdelingen. Fortæl kort om praktiske ting, såsom de aktiviteter de nu har adgang til, hvordan I kommunikerer i afdelingen og selvfølgelig lidt om kontingentopkrævning og tilmelding til PBS. Lav en standardmail og send den, når I har tastet et nyt medlem ind i systemet. Det er utroligt nemt og ligetil, men det er meget effektivt, og det giver folk et godt første-handsindtryk af afdelingen.

Pæn afsked

- Mail, brev

Når man melder sig ud af afdelingen, er det også lidt vigtigt at det gøres ordentligt så man ikke smækker døren bag den udmeldte. Send en mail eller et brev, hvor I kort takker for deres medlemskab og fortæl, at de er meget velkomne igen, hvis det skulle blive aktuelt. Det giver mere, end I regner med, og erfaringen viser, at det kan betale sig.



Fortæl om tilbuddene

- Facebook, Nyhedsbrev, hjemmeside, blad, folder, plakater, pressemeddelelser, infokanaler

Noget af det der i den grad fastholder og tiltrækker nye medlemmer, er de mange fantastiske aktiviteter, vi laver. Men hvad nytter det, hvis vi ikke gør reklame for dem? I DUI fokuserer vi ofte alle vores kræfter på selve aktiviteten, men hvis vi ikke fortæller om de aktiviteter, vi laver, kan det være svært at tiltrække nye medlemmer. Selvom det, naturligvis, i første omgang, er afdelingens eksisterende medlemmer, der skal informeres, skal man hele tiden også forsøge at lave ekstern PR.

Et nyhedsbrev kan man f.eks. gøre åbent, således at alle også ikke-medlemmer kan få det tilsendt. På den måde bliver aktiviteterne mere synlige, og kan synliggøres

direkte til potentielle medlemmer. Man har jo med en tilmeldingen til nyhedsbrevet, vist en vis form for interesse i afdelingens aktiviteter.

Møderne

- Facebook, Mails, Skype, telefon, sms

Det er vigtigt for, at en bestyrelse fungerer optimalt, at man aftaler hvordan der kommunikeres på og ikke mindst imellem møderne, og at alle deltager aktivt og svarer tilbage, specielt hvis der er tale om skrivende medier såsom sms, mail og facebook. Ellers føler afsenderen ikke, at de andre er engagerede. Man skal samtidig være opmærksom på, at man på disse medier også hurtigt kan blive fejltolket, så undgå store og indviklede debatter via de skriftlige medier. De egner sig bedst face-to-face eller til de talende medier.

The screenshot shows the Facebook interface for the organization 'DUI-LEG og VIRKE'. At the top, the Facebook logo and search bar are visible. The user 'Joachim Lærke Lyager' is logged in. The page header includes the organization's name, a 'Tidslinje' dropdown, and an 'Administratorpanel' button. The main content area features a large photo of a group of people sitting on a grassy field. Below the photo is the organization's profile picture, a red logo depicting stylized figures. The page name 'DUI-LEG og VIRKE' is displayed, along with statistics: '533 Synes godt om-tilkendegivelser · 20 taler om dette · 34 har været her'. There are buttons for 'Synes godt om' and a settings icon. At the bottom, there are navigation buttons for 'Om', 'Billeder', 'Synes godt om', 'Kort', and 'Tilmeld dig nyhedsbr...'. The 'Om' button is highlighted.

EN STÆRK AFDELING

SYNLIGGØRELSE



Erfaringen viser, at synlighed spiller en stor rolle, hvis man vil opbygge en stor og stærk afdeling. Og det er ofte de afdelinger, der er gode til at skabe synlighed, der klarer sig bedst.

Men selv om synlighed er en vigtig ting for, at en afdeling kan få succes, er det desværre også her, at vi som DULere ofte kommer til kort. Vi er rigtig gode til at lave en masse spændende aktiviteter, men vi glemmer ofte også at fokusere på synligheden. Og derved får vi ikke fuld valuta ud af vores anstrengelser. Det er rigtig synd, for det kræver nemlig ikke det store at tænke lidt synlighed ind i vores daglige rutiner.

Synlighed er rigtig mange ting og man behøver absolut ikke mestre dem alle for at få mærkbare resultater. Selv om synliggørelse

DE 4 HOVEDOMRÅDER

Generelle oplysninger

Pressemeddelelser

Arrangementer

Kampagner

internt i afdelingen også er meget vigtig, så vil vi alligevel koncentrere os mest om afdelingens eksterne synlighed her, da det som oftest er der, det halter mest.

Den eksterne synlighed kan deles op i 4 hovedområder:

Generelle oplysninger

For at få et fast sted på nettet og et ansigt udadtil, er en flot, nem og enkel hjemmeside en rigtig god ting. Og sådan en har alle afdelinger via dui.dk. Det behøver ikke kræve det store at vedligeholdelse siden, da det hele, hvis man ønsker det, kan laves som en statisk side, der ikke skal rettes i. Men det vil helt klart være bedre hvis man får en lidt mere levende side. Man skal så blot udpege en eller flere webmastre i afdelingen, der skal stå for vedligeholdelsen. Systemet er meget enkelt, nemt at betjene og der er altid hjælp at hente på forbundskontoret.

Noget af det, der de sidste par år har vist sig, at have rigtig stor effekt for en afdeling, er hvis man benytter sig af de sociale medier, såsom facebook, twitter og youtube. Det er meget hurtigt at komme ud med sine budskaber, og de spredes meget nemt, hvis de deles, likes eller kommenteres. Derudover er de også nemme at implementere på afdelingens hjemmeside, som på den måde også bliver mere levende.

De sociale medier er meget effektive og kan varmt anbefales hvis man endnu ikke benytter dem. Fælles for dem alle er dog, at de kræver væsentligt mere vedligeholdelse, end en hjemmeside. De skal nemlig hele tiden holdes i gang, så de ikke "dør hen" og bliver kedelige. Derfor er det en rigtig god ide at udpege en eller flere, der har til ansvar at holde liv i jeres sociale medier. Men lige netop her kan alle i afdelingen hjælpe til med at siderne holdes i gang. Når man deltager i DUI-aktiviteter kan man f.eks. tage et billede med mobilen og uploade det op med en lille kommentar.

Udover synlighed på nettet, er det et rigtig godt supplement, hvis man også har noget trykt materiale om afdelingen og dens faste aktiviteter. Det kan nemlig deles ud når man afholder eller deltager i arrangementer. For at skabe en synergieffekt skal alle de trykte materialer naturligvis henvise til jeres sider på nettet.



Pressemeddelelser

Hver eneste gang, at I laver et åbent arrangement eller en åben aktivitet, som f.eks. åbent hus, loppemarked, fastelavn, Skt. Hans eller julestue er der mulighed for at komme i de lokale medier. Man skal blot huske på at fortælle dem om det.

Start med at få overblik over medierne i lokalområdet. Lav en liste over jeres lokale aviser, radiostationer, tv-stationer, infokanaler m.m. Udover deres kontaktoplysninger er det også meget vigtigt, at I har styr på deres deadlines, så I kan time en presseudsendelse rigtigt.

Send en pressemeddelelse nogle uger før arrangementet, gerne med billeder fra sidste års arrangement. Og følg op med en ny pressemeddelelse straks efter arrangementets afholdelse, med nye "friske" billeder.

Pressemeddelelser til lokale medier er en af de nemmeste måder at opnå synlighed på. Det er derfor noget, man bør indarbejde som en fast del i sin planlægning. Sørg derfor altid for, at der er en som har ansvaret for at tage nogle gode billeder på arrangementet og for at sende noget til pressen. Da øvelse gør mester, kan det anbefales, at det er den eller de samme personer, der altid står for kontakt til pressen. Det skaber også et tillidsforhold mellem jer og den lokale presse, så det med tiden kan blive nemmere at få dem til at bringe jeres historie.



ØLSTYKKE: DUI-LEG og VIRKE i Ølstykke havde sammen med anderledes søndag for børnene. De kunne nemlig se nærmere på brandvæsnet, ligesom brandvæsnet gav børnene lov til at sidde bag rattet.



STOR BIL OG GLADE BØRN: I DUI-Ølstykke-afdeling har der længe været et ønske om, at man lavede nogle små spændende en-dags arrangementer for børnene og deres familier. I søndags var så første gang med sådan et arrangement, hvor der blev inviteret på tur til beredskabsgården i Ølstykke. DUI-LEG og VIRKE i Ølstykke havde sammen med Egedal Beredskab arrangeret det sådan, at børnene kunne se nærmere på noget af redningsudstyret. Søndag eftermiddag havde børnene mulighed for at se nærmere på den store brandbil, hvilket børnene uden tvivl var utrolig glade for, oplyser Joachim Lærke Lyager fra DUI-LEG og VIRKE i Ølstykke.

Arrangementer

Hvis man f.eks. afholder et åbent hus-arrangement i DUI-hytten, er der nok ikke så meget tvivl om, hvem der står for arrangementet. Men hvis man derimod f.eks. står på det lokale torv eller deltager i et større arrangement med mange forskellige foreninger, er det rigtig vigtigt, at man også synliggør sig på selve stedet.

Det kan gøres på mange måder. Man kan bruge plakater, banner, stormflag eller t-shirts bare for at nævne nogle. Hvordan man gør det, er mindre vigtigt, men det gælder om at deltagerne i arrangementet kan se, hvem I er. Og gør man det hver gang, skaber det genkendelse og dermed en syngeffekt til endnu større synlighed.

Kampagner

Hvad enten man laver en medlems- eller en medarbejderkampagne, er det en rigtig god idé, at tænke synlighed på arrangementer ind. Det er nemlig på diverse arrangementer, at der som regel er mange mennesker. Og man kan derfor ofte få en rigtig god syngeffekt, ved at slå to fluer med et smæk.

Hvis der er tale om en medlemskampagne, viser erfaringerne at man med et intro-medlemsskab kan gøre det yderst attraktivt at blive medlem på arrangementet. Ikke mindst hvis man kombinerer indmeldelsen på et givent arrangement med et ekstra godt tilbud. Det kunne f.eks. være, at man afholder et børnekræmmermarked, hvor børnene skal betale for at få en stand. Hvis man så inkluderer et intromedlemsskab i deres stand-køb, kan man lave et tilbud, som kan være meget svært at sige nej til.

Altid hjælp at hente

Uanset hvilken form for synlighed, vi taler om, kan man altid få hjælp, hvis man henvender sig til landsforbundet.

Desuden er vi i fuld gang med at opbygge en selvhjælpsportal på vores hjemmeside. Her findes forskellige standarder, man selv kan rette i og bruge i sit synlighedsarbejde.

Man kan også med fordel oprette en profil på Flickr.com og blive medlem af gruppen "DUI-LEG og VIRKE" da det giver adgang til en masse DUI-billeder som man kan bruge til sin synlighed.

The screenshot shows a Flickr page for a set titled "Aktivitetsfestival 2012" by user Jolke1973. The page includes navigation links like "You", "Contacts", "Groups", and "Explore". Below the set title, there are options for "Thumbnail", "Detail", and "Comments". A grid of 21 photos is displayed, showing various activities and people at the festival. A caption below the photos reads: "ca. 300 DU'ere deltog i Aktivitetsfestival 2012 i Horsens". There are also options for "Slideshow", "Share", and a "Feed" subscription link.

EN STÆRK AFDELING

REKRUTTERING OG FASTHOLDELSE



Der hersker vel næppe nogle tvivl om, at en af de absolut vigtigste grundsten i vores organisation er vores mange sjove og spændende aktiviteter. Det er det, vi er her for, det er det, vi er fælles om og det er det, der så smukt samler os på tværs af alder og andre skel, som i mange andre sammenhænge skiller os ad. Det er vores aktiviteter i afdelingen, der giver os en identitet og noget at være fælles om.

Derfor er det også vigtigt, at man i afdelingen holder et flot aktivitetsniveau. Både rent kvalitetsmæssigt, men også mængden af aktiviteter er vigtig i afdelingen. Da det er dem, der i høj grad rekrutterer og fastholder medlemmerne.

Planlægning

Hvad enten der er tale om enkeltstående aktiviteter eller faste gruppeaftener, er det altid en rigtig god idé at finde en eller flere aktivitetsansvarlige for de enkelte aktiviteter. På den måde bliver det mere sandsynligt, at aktiviteten kommer i mål. Det betyder ikke, at andre ikke kan hjælpe til. Men det er den eller de ansvarlige, der skal sørge for, at der sker noget.

Planlægning er som bekendt det halve arbejde, og det er det også her. Hvis man sørger for at holde møder, finde hjælpere og bestille eventuelle aktivitetsmaterialer hjem i god tid, bliver hele processen meget mindre stressende og resultatet ofte mange gange bedre.

Det gælder også selvom der er tale om årlige begivenheder. Planlæg i god tid så der er plads til eventuelle fornyelser og forbedringer. Når der er tale om årlige begivenheder, er det nemlig ekstra vigtigt, at man evaluerer aktiviteten, således at den kan udvikle sig. Sørg derfor altid for at bruge sidste års evaluering i din planlægning. Al erfaring viser, at man ofte har tendens til at glemme alt om sidste års evaluering, når man igen skal i gang med planlægningen.

Samarbejde med andre

For at være en attraktiv forening er det vigtigt, at man hele tiden udvikler sig, også på aktivitetsområdet. Det kan være svært at finde på noget nyt, men prøv alligevel at bruge lidt kræfter på det. For lykkes det at finde noget nyt og spændende kan det virkelig sætte gang i afdelingens udvikling.

Prøv at tænke lidt ud af boksen, f.eks. har samarbejde med andre lokale foreninger om nye aktiviteter vist sig som en god ide flere steder. Det er ikke noget, vi i DUI gør så meget i, men størstedelen af de steder, hvor der er oprettet et samarbejde med andre lokale foreninger om en aktivitet, har det virkelig sat gang i en positiv udvikling. Det kan være i forbindelse med de faste ugentlige aktiviteter, men også i særdeleshed de større arrangementer. Ved at indgå

i et samarbejde om de større arrangementer, står man ikke med det hele selv, og arrangementerne har tendens til lidt oftere og hurtigere at blive en succes, da man er flere som arbejder for, at det skal blive godt.

Inspiration til aktiviteter

I dag findes der et hav af muligheder for at få nye idéer til aktiviteter. Hvis man søger på google, kan man finde masser af spændende forslag til aktiviteter. Alt lige fra forskellige børnelege til sjove og kreative hobbyaktiviteter. Der findes også masser af bøger med forslag til aktiviteter, som man enten kan købe eller låne på biblioteket. Og på youtube kan man finde videoer, som viser, hvordan man kan lave forskellige ting.

Man kan naturligvis også udnytte sit DUI-netværk og finde inspiration der. Deltag f.eks. i Aktivitetsfestivalen. Der plejer faktisk at være nogle gode og spændende aktiviteter med. Men ligesom med så mange andre ting, er det på aktivitetssiden også meget forskelligt fra afdeling til afdeling. Det afhænger meget af medarbejdernes og medlemmernes behov og interesser. Nogle afdelinger laver mange hobbyaktiviteter, mens andre tager en tur i svømmehallen hver uge.



Åbent hus

Uanset hvilke aktiviteter I laver i jeres afdeling, er det altid en god idé, en gang imellem at afholde et åbent hus-arrangement. Et åbent hus er nemlig en meget nem og effektiv måde at synliggøre jeres aktiviteter på, oven i købet i jeres egne lokaler, så det efterfølgende er lettere at få gæsterne til at komme igen, idet de jo allerede ved hvor I holder til og har mødt jer.

Når I planlægger hvornår det skal afholdes, så husk at tage højde for ferie og helligdage. Weekender er gode, men en hverdagsaften, hvor I normalt har aktiviteter, er langt at foretrække. Dels er I sikre på, at de besøgende også kan på den pågældende ugedag efterfølgende, og dels vil det være nemmere at skaffe frivillige, da de jo alligevel skulle komme.

Det kan det være en god idé, at have flere forskellige aktiviteter på et åbent hus. Men

det afhænger af det enkelte arrangement, og om I evt. har nogle aktiviteter, som I særligt gerne vil vise frem. Det er vigtigt, at der er frivillige nok. Hellere skære en aktivitet fra end at risikere man står i en situation, hvor der mangler folk på selve dagen.

Synliggør arrangementet ved at lave og opsætte plakater, sende en pressemeddelelse og give jeres medlemmer besked om arrangementet. Husk at tage billeder under arrangementet, så I kan sende en ny pressemeddelelse efter arrangementet.

Under arrangementet er det også vigtigt, at der er en eller flere frivillige, som kun har til opgave at tale med de nye. Da det jo gerne skulle ende med, at I fik medlemmer ud af jeres anstrengelser. Derfor kan et intromedlemskab med et særligt tilbud den pågældende dag være en rigtig god idé - giv dem et tilbud, de ikke kan sige nej til.



EN STÆRK AFDELING

ØKONOMI



Det er vigtigt, at alle i en bestyrelse løfter i flok, også hvad angår det økonomiske. Selv om det selvfølgelig er kassereren, der f.eks. har til opgave at lave selve regnskabet, er det vigtigt at huske på, at det er hele bestyrelsens ansvar, at der er styr på afdelingens økonomi.

Der er ingen tvivl om, at hele det økonomiske område i en afdeling er meget vigtigt. Og noget man altid bør have fokus på.

Det er naturligvis først og fremmest vigtigt, at der er styr på afdelingens regnskab og budget. På den måde ved man hvad man har og hvad man kan regne i det kommende år. Desuden er et årlig godkendt regnskab meget vigtigt for afdelingens eksistens.

Både DUIs landsforbund og kommunen skal nemlig hvert år modtage et godkendt regnskab for at man fortsat kan være en godkendt forening.

Kommunalt tilskud

Kommunen kræver også, at man skal indlevere et godkendt regnskab for at få tilskud. Tilskudsreglerne i de enkelte kommuner er meget forskellige, så det er vigtigt, at man kender reglerne i sin kommune. Ofte er det skemaer, der skal udfyldes og deadlines, der skal overholdes for, at man kan komme i betragtning til de faste tilskud. Som oftest er der tale om kommunalt aktivitets- og driftstilskud, men mange kommuner yder også etableringstilskud i forbindelse med deltagelse i ture og lejre og uddannelsestilskud når de frivillige medarbejdere deltager i kurser. Desuden er der også mange kommuner, der har en eller anden form for aktivitets- og kulturfond, som man kan søge midler fra, hvis man vil prøve en ny idé af. Så der kan være mange penge, at hente hvis man sætter sig ind i de lokale regler.

Fundraising

Et godkendt regnskab skal også ofte medsendes, hvis man søger økonomiske tilskud andre steder. I DUI er vi desværre ikke så gode til at benytte os af denne mulighed, men der er heldigvis flere afdelinger, der er ved at få øjnene op for muligheden. Det er også en rigtig god idé at søge eksterne midler, der kan nemlig være mange penge at

hente, og set i forhold til arbejdsindsatsen er det det hele værd.

Man skal dog passe på ikke at tage munden for fuld. Nogle steder kræver et tilskud, at man skal aflevere et separat regnskab og redegøre for, hvordan midlerne er brugt. Så sæt jer ind i de betingelser, der er for de enkelte steder, før I søger. Og vær opmærksom på, at der ofte er flere måneders behandlingstid på en ansøgning, så planlæg således, at der er tid til at skaffe de nødvendige midler. Man kan også nogle gange med fordel søge tilskud til samme projekt flere steder på en gang, men har man først modtaget tilskud, der dækker hele projektet, skal man straks give besked de andre steder. Da det ikke er lovligt at modtage dobbelt tilskud, må man altså ikke få penge til det samme flere gange.

Men når man er indforstået med betingelserne, kan det kun anbefales, at man søger alt det, man kan. Og det er nærmest kun fantasien, der sætter grænser for, hvad der kan søges midler til. Der kan nemlig søges til mange forskellige ting, alt lige fra store ombygninger i byg- og anlægsfonden til mindre anskaffelser i lokale butikker. Men husk altid at være ærlig omkring det, I søger.



Konsekvenspuljen

Man kan til en hver tid uopfordret sende en ansøgning til DUIS landsforbund, som vil behandle den på lige fod med alt andet. Men i forbindelse med en strukturændring blev der oprettet en konsekvenspulje, som alle afdelinger med orden i alle papirer til landsforbundet kunne søge. Afdelingerne får direkte besked, når der kan søges og fra år til år er det forskellige ting, der gives støtte til. Ansøgningen skal naturligvis være i orden og tilskuddet skal bevilges efter de gældende regler, men den fungerer lidt efter først til mølle-princippet. Man kan maksimalt søge 5.000,- og puljen plejer at være på 50.000,- det betyder at mindst 10 ansøgere får penge, da der gives penge indtil der ikke er flere.

Lotteri og banko

Men der er også andre måder at tjene penge på til afdelingen. Mange afdelinger

har stor succes med afvikling af et lotteri eller bankospil. Fælles for dem begge er, at man skal søge tilladelse, hvis man har offentlig adgang, og der er regler for, hvordan de skal afvikles. Du må f.eks. kun afholde 2 lotterier om året og samlet indtægt må maksimalt være på 20.000,- pr. gang, og man skal huske at anmelde lotteriet til politiet for at overholde reglerne. Reglerne bliver løbende ændret, så man skal huske at holde øje med, om der er kommet nye.

Organisationsmedlemmer

Enkelte afdelinger har held med at skaffe organisationsmedlemskaber til afdelingen. Det betyder simpelthen, at andre foreninger, virksomheder og lokale erhvervsdrivende tegner et medlemskab af afdelingen. Kontingentet på et organisationsmedlemsskab fastsætter man på afdelingens årsmøde på lige fod med det almindelige kontingent. Og kontingentet er ofte 5-10 gange større, end hvad et en-



kelt medlem betaler. På den måde bliver organisationsmedlemmerne opkrævet årligt sammen med den almindelige kontingentopkrævning for resten af afdelingen. Der skal ikke mange organisationsmedlemskaber til, før det giver et klækkeligt årligt tilskud, som bare skal opkræves.

Udlejning

Der er også afdelinger, som har held med at anskaffe ting, som de kan udleje. En del afdelinger har f.eks. anskaffet sig en hoppeborg. Det er et noget dyrere projekt at gå i gang med, og det kræver både årligt godkendelse og forsikring. Men har man mod på det, skal man være opmærksom på at DUIs HAL-udvalg også låner penge ud til anskaffelse af hoppeborg og lignende.

Arrangementer

Der er også mange afdelinger der skaffer penge med at arrangere eller deltage i kræmmermarkeder, julemarkeder og lignede. Enten sælger de ting som er lavet i afdelingen eller også står de for arrangementet og tager betaling for stande og kaffeboden.

Der er rigtig mange muligheder for at skaffe penge til afdelingen, og det gælder bare om at finde det, der passer til jeres afdeling. Hvis man ligefrem har valgt at budgettere med en ekstern indtægt, har man jo lagt lidt pres på sig selv, men det kan også være det der skal til for at komme i gang.



EN STÆRK AFDELING

NYTTIGE LINKS

Medarbejder kampagne
www.dui.dk/frivillig

Standarder og meget mere
www.dui.dk/123

Mange gode redskaber
www.foreningsredskaber.dk

Legedatabasen
www.fdf.dk/legedatabasen

