



Evaluering av kampanje for felleskap og sosial støtte

Utdrag fra sluttrapport utarbeidet av Rambøll Management Consulting for Helsedirektoratet.

frivillig.no

Rambøll Management Consulting har, på oppdrag fra Helsedirektoratet, gjennomført en følgeevaluering av Kampanje for fellesskap og sosial støtte. Evalueringen har strukket seg over tidsrommet desember 2016 – februar 2019. Dette er utdrag fra sluttrapporten.

FRIVILLIGHET NORGE

Frivillighet Norge er et samarbeidsforum for frivillige organisasjoner i Norge som arbeider for en helhetlig frivillighetspolitikk, og for å sikre vekst og utvikling i frivilligheten.

Frivillighet Norge ble stiftet i 2005 og har i dag mer enn 300 medlemsorganisasjoner, som til sammen representerer over 50.000 lag og foreninger over hele landet. Om lag 10 prosent av medlemmene er minoritetsorganisasjoner.

Frivillighet Norge anses som en nøytral og profesjonell aktør

De aller fleste organisasjonene har kjennskap til Frivillighet Norge på en eller annen måte, enten det er i forbindelse med Frivillig.no eller gjennom foredrag og kurs. Samtlige av dem vi har snakket med gir uttrykk for at Frivillighet Norge er en kompetent og seriøs paraplyorganisasjon som virker samlende på frivilligheten. Flere trekker også frem at Frivillighet Norge løfter frem og synliggjør frivilligheten på en god måte, og at det oppleves som logisk og naturlig at det er Frivillighet Norge som drifter både kampanjen og Frivillig.no.

“ De har god kompetanse på frivillighet og bidrar til å gi det løftet som trengs så det blir mer enn å hekle sokker. Det blir veldig profesjonelt ”
- Frivillig organisasjon

FRIVILLIG.NO

Frivillig.no er en oppslagstavle for frivillige oppdrag. Frivillig.no ble startet av Frivillighet Norge i desember 2015. Plattformen gjør det enklere for frivillige organisasjoner å rekruttere frivillige og enklere for personer som ønsker å bli frivillig å finne frivillige oppdrag.

Plattformen legger til rette for at personer som ønsker å bli frivillige kan:

- Se gjennom oppdrag i nærheten av der de bor
- Melde interesse til organisasjonen bak oppdraget
- Bli frivillig og gjøre en forskjell!

Plattformen legger til rette for at organisasjonene kan:

- Registrere organisasjonen og legge ut behov for frivillige
- Svare på meldinger fra potensielle nye frivillige og invitere dem inn i organisasjonen
- Få hjelp og oppfølging fra teamet bak Frivillig.no

Alle frivillige organisasjoner, frivillighetssentraler, menigheter og kulturfestivaler kan legge ut oppdrag de trenger frivillige til.

Frivillig.no drives av de frivillige organisasjonene selv gjennom Frivillighet Norge, og er støttet av Helse- og omsorgsdepartementet, Kulturdepartementet, Oslo Kommune, Gjensidigestiftelsen og Sparebankstiftelsen DNB.

KAMPANJEN FOR FELLESSKAP OG SOSIAL STØTTE

I 2015 fikk Frivillighet Norge forespørsel fra Helse- og Omsorgsdepartementet om å ta ansvar for *Kampanje for fellesskap og sosial støtte*. Frivillighet Norge står for koordineringen av kampanjen.

Det er Frivillighet Norge som står for forvaltningen av de 6 millionene som er gitt som øremerket tilskudd til kampanjen i Statsbudsjettet årlig i perioden 2016 til 2018.

Koordineringsrollen utføres gjennom drift av Frivillig.no, informasjon til organisasjonene, kurs- og foredragsvirksomhet, samt profilering og markedsføring av kampanjen og dens virkemidler. Kampanjens hovedverktøy er nettsiden Frivillig.no; en nettportal for frivillige oppdrag.

Rambøll Management Consulting har, på oppdrag fra Helsedirektoratet, gjennomført en følgeevaluering av *Kampanje for fellesskap og sosial støtte*. Evalueringen har strukket seg over tidsrommet desember 2016 – februar 2019.

Følgeevalueringen har vært inndelt i tre faser som har resultert i totalt tre rapporter. De to første delrapportene ble overlevert Helsedirektoratet i henholdsvis juni 2017 og mars 2018. Evalueringens innretning gjort det mulig for Helsedirektoratet og Frivillighet Norge å benytte foreløpige funn til å styre og definere resultatmål etter behov gjennom evalueringsperioden.

Historier fra frivilligheten



Frivillig.no har kontinuerlig samlet og formidlet historier fra organisasjoner som har brukt Frivillig.no, og folk som har blitt frivillig. Historiene forteller hva den frivillige innsatsen betyr både for organisasjonen og den frivillige selv.

Målsetning med kampanjen

Formålet med kampanjen er å fremme sosialt fellesskap, inkluderende møteplasser og deltagelse i frivillige organisasjoner. Målet er å senke terskelen for deltagelse i allerede eksisterende fellesskap i frivilligheten for å styrke sosiale nettverk og motvirke ensomhet.

I tråd med dette er målet å senke terskelen for deltagelse i allerede eksisterende fellesskap i frivilligheten for å styrke sosiale nettverk og forebygge ensomhet. Dette betyr at kampanjen har to målsettinger:

- Å engasjere flere i frivillig arbeid
- Å forebygge ensomhet gjennom å styrke sosiale bånd

Målgruppen for kampanjen er derfor *hele* befolkningen, samtidig som kampanjen retter seg inn mot inkludering av personer som står i fare for å oppleve ensomhet og utenforskap.

Forskning viser at det finnes flere risikofaktorer for utenforskap som gjør at enkelte er mer utsatt for ensomhet eller sosial isolasjon, enn andre. Slike risikofaktorer knytter seg blant annet til alder, men også til sosialt nettverk, helse og sosial situasjon. Eksempelvis kan personer som har et lite sosialt nettverk, personer

som mangler tilknytning til arbeidslivet, personer med helsemessige utfordringer og personer med flyktningbakgrunn og pensjonister i større grad være utsatt for ensomhet enn andre. Samtidig kan i teorien hvem som helst – og i ulike faser i livet – føle seg ensom eller utenfor. Det er derfor viktig at kampanjen favner et bredt spekter av befolkningen.

Frivilligheten er kjent for å yte tjenester til svakerestilte eller utsatte grupper i samfunnet, og har dermed et bredt repertoar av aktiviteter. Under *Kampanje for fellesskap og sosial støtte* ønsker Helse- og omsorgsdepartementet i fellesskap med Frivillighet Norge å åpne frivilligheten for personer som ønsker å ta del i det fellesskapet som eksisterer i frivilligheten gjennom å rekruttere mennesker fra et bredere spekter i samfunnet til deltagelse i frivillig arbeid.

Formålet med kampanjen er i så måte å motvirke potensiell ensomhet og utenforskap, ved å inkludere målgruppen i frivillig arbeid. Dette fordi frivillig arbeid kan bidra til å styrke sosiale nettverk, gi en opplevelse av tilhørighet og meningsfull tidsbruk, faktorer som man vet har en helsefremmende effekt.¹

1 Tabassum F, Mohan J, Smith P. (2016) Association of volunteering with mental well-being: a lifecourse analysis of a national population-based longitudinal study in the UK. I BMJ Open 2016;6: e011327



Å gjøre noe
for andre,
gjør noe
med deg

Budskapet rundt følelsen av å gjøre noe for andre har gått igjen i mye av kampanjearbeidet. Kampanjene er basert på tekstbudskap for å få flere til å ha lyst til å bli frivillig og forbinde følelsen av å være frivillig med Frivillig.no.

FRIVILLIG SEKTOR

Frivillighet Norges rolle i kampanjeperioden og i fremtiden

Frivillighet Norge har både driftet og markedsført kampanjens virkemidler, og har gjennom dette bidratt til å synliggjøre frivillig sektor, både gjennom å løfte frem enkeltorganisasjoner og deres aktiviteter, og frivilligheten som helhet.

Evalueringen viser at det fremover også vil være behov for en aktør som arbeider med markedsføring og synliggjøring av frivillig sektor. Samtidig er det behov for en aktør som kan bidra til kompetanseheving og kunnskapsformidling i frivilligheten. Basert på dette vurderer vi at Frivillighet Norge også i fremtiden bør ta en aktiv rolle for å videreutvikle denne sektoren.

De bør også i enda større grad arbeide med å gjøre seg og sin kompetanse kjent overfor flere enn sine medlemsorganisasjoner, samt fortsette arbeidet med å løfte frivilligheten, både når det kommer til kunnskaps- og erfaringsdeling, og markedsføring og synliggjøring. Etter vår vurdering vil dette kunne bidra til å sikre bredden i frivilligheten, samt sikre kvalitetsutvikling i sektoren.

Frivilligheten fremheves som en viktig aktør i sivilsamfunnet og vil være en viktig aktør i fremtidens velferdssamfunn. For å lykkes her tror vi det blir viktig å understøtte sektoren slik at den kan vokse og bli mer robust.

Følgeevalueringen viser at Frivillig.no i løpet av kampanjeperioden har blitt en plattform som rekrutterer et bredt spekter frivillige, og gjennom dette bidrar til å synliggjøre og styrke frivillig sektor. Vi ser også i evalueringen at det er behov for en aktør som bidrar til å synliggjøre sektoren, samt arbeider med kunnskapsutvikling og utvikling av sektoren.

Det er utenfor evalueringens rammer å kunne konkludere rundt hvordan og på hvilken måte man skal arbeide med å styrke frivillig sektor i fremtiden, men hvis nasjonale myndigheter ønsker at Frivillighet Norge skal ta en tydelig rolle i arbeidet med utvikling av sektoren må det sikres tilstrekkelig rammevilkår.

Engasjer
deg!



Frivillig.no samlet et knippe frivillige organisasjoner i et eget område dedikert til bærekraftsmål på Norway Cup. Området ble en litt annerledes opplevelse på et arrangement som handler først og fremst om fotball, og budskapet var engasjement.

OPPSUMMERING AV RESULTATER

Hvordan har organisasjonenes arbeid med frivillige endret seg i kampanjeperioden?

Gjennom kampanjeperioden har særlig rekrutteringsportalen Frivillig.no blitt et viktig verktøy for frivillige organisasjoner, og mange har endret sine arbeidsmåter knyttet til rekruttering og arbeidet med å beholde sine frivillige. Evalueringen viser at organisasjonene har endret både strategier for rekruttering, hvilke verktøy som benyttes, samt hvem de rekrutterer.

Bruk av Frivillig.no gjør det lettere å nå **unge mennesker, studenter** og **personer med minoritetsbakgrunn**. Basert på dette vurderer vi at kampanjen har bidratt til at frivilligheten i større grad tilgjengeliggjøres for nye målgrupper som frivillige organisasjoner ikke har nådd ut til tidligere, deriblant personer som **ikke har kjennskap til frivilligheten** fra før.

Evalueringen viser videre at bruk av Frivillig.no som rekrutteringskanal fører til at organisasjonene rekrutterer andre typer frivillige sammenlignet med rekruttering gjennom tradisjonelle kanaler.

Evalueringen viser også at det er en rekke suksesskriterier og barrierer forbundet med å rekruttere og beholde frivillige. Disse er særlig knyttet til bruk av Frivillig.no, og inkludering av nye frivillige. Det er viktig at denne kunnskapen formidles ut til frivillige organisasjoner slik at de kan trekke på andres erfaringer når de selv skal iverksette nye arbeidsmetoder for å nå bredere ut i rekruttering og inkludering av nye frivillige.



Hvilken betydning har kampanjen for markedsføring og synliggjøring av frivillig sektor?

Rapporten viser at kampanjen, og særlig Frivillig.no, har bidratt til å synliggjøre det brede spekteret av aktiviteter og organisasjoner som finnes i frivilligheten.

Stadig flere, både organisasjoner og frivillige, har fått kjennskap til og tatt Frivillig.no i bruk. At de fleste frivillige fra Frivillig.no fikk vite om portalen gjennom sosiale medier og søk på internett gir videre grunn til å tro at Frivillighet Norges satsing på markedsføring gjennom sosiale medier og deres arbeid med å oppnå bedre synlighet på **Google** har vært vellykket.

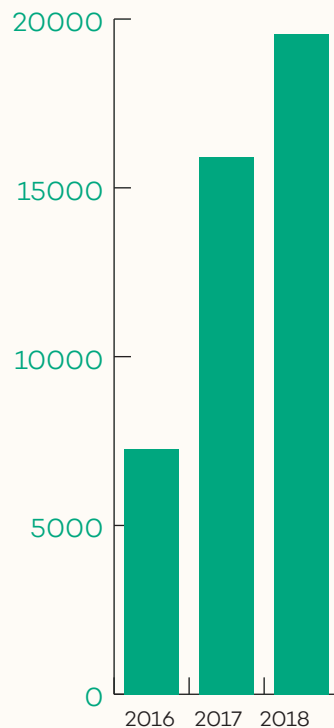
Dette støttes ytterligere ved at mange av de frivillige organisasjonene som inngår i evalueringen mener at markedsføringen Frivillighet Norge har drevet i kampanjeperioden løfter frem frivilligheten i samfunnet, viser hva det kan innebære å være frivillig, og dermed også senker terskelen for deltagelse i frivillig innsats.

Med bakgrunn i funn fra de frivillige organisasjonene både gjennom undersøkelsen og intervjuer, samt de frivilliges svar på spørsmål om hvor de fikk høre om Frivillig.no, vurderer vi at kampanjen og arbeidet med markedsføring og promotering av denne og dens virkemidler har ført frem.

I så måte er det nærliggende å tro at kampanjen, i det minste i noen grad, har betydning for markedsføring og synliggjøring av frivillig sektor. Videre er det også grunn til å anta at Frivillig.no som verktøy og Frivillighet Norges arbeid med markedsføring av kampanjen har bidratt til å synliggjøre muligheten for å være frivillig, samt til å gjøre sektoren som helhet mer kjent i befolkningen.

Et av de viktigste grepene for inkludering en organisasjon kan ta er å åpne opp for flere frivillige ved å rekruttere bredt og gjennom flere kanaler. På denne måten blir de frivillige i mindre grad avhengige av å ha et nettverk eller kjenne noen som allerede er frivillig for å bli invitert med inn.

Basert på dette vurderer vi at Frivillig.no kan være et egnet verktøy til å rekruttere målgruppen. Dette underbygges også ved at evalueringen viser at mange av de som registrerer seg på Frivillig.no ikke tidligere har erfaring fra frivilligheten.



Antall interesselmeldinger på Frivillig.no pr.år.

Note: Datagrunnlag tilsendt fra Frivillighet Norge

Hvordan påvirker kampanjen arbeidet med målgruppen for kampanjen?

Forskning viser at det finnes flere risikofaktorer for utenforskap som gjør at enkelte er mer utsatt for ensomhet eller sosial isolasjon, enn andre. Slike risikofaktorer knytter seg blant annet til alder, men også til sosialt nettverk, helse og sosial situasjon. Samtidig kan i teorien hvem som helst – og i ulike faser i livet – føle seg ensom eller utenfor.

Her viser evalueringen at man gjennom kampanjeperioden har lyktes med å nå bredt ut, og at man gjennom Frivillig.no i stor grad også har lyktes med å rekruttere personer som ikke har vært frivillige tidligere. Gjennom Frivillig.no når organisasjonene i særlig grad ut til yngre målgrupper, og det er også mye som tyder på at man også når en del personer med minoritetsbakgrunn.

Imidlertid ser det ut til at færre organisasjoner har rekruttert direkte fra sårbare grupper som særlig står i fare for utenforskap. Samtidig viser evalueringen at mange organisasjoner oppgir at de i dag er blitt mer opptatt av inkluderende rekruttering enn tidligere, og som mener de kan spille en viktig rolle som inkluderingsarena for særlig utsatte grupper. Mange organisasjoner oppgir at de i de senere årene har hatt økt oppmerksomhet rundt å inkludere frivillige fra flere samfunnslag.

Frivillig kaffeprat



Har Norge blitt varmere eller kaldere? En pratsom enkemann ba fremmede på kaffe. Fra et reklameskilt i et busskur. Filmen fikk overveldende respons på Facebook og noen måneder etterpå ble hele kommentarfeltet invitert på kafé for å drikke kaffe med mannen. En ting er å love noe på internett. Noe annet er å stille opp i virkeligheten. Ville folk bidra til et varmere samfunn, helt frivillig?

UTFORDRINGER

Barrierer for rekruttering og ivaretagelse av frivillige

Organisasjonene ble også spurt om hvilke barrierer de har erfart i forbindelse med å rekruttere og beholde frivillige. En del av disse omhandler utfordringer ved bruk av Frivillig.no, mens noen av barrierene er av en mer generell karakter.

Følgende punkter trekkes frem som særlig utfordrende:

- Lav terskel for interesselmeldinger gir større frafall blant de som har meldt seg
- Rekruttering via Frivillig.no krever mye oppfølging
- Vanskelig å synliggjøre egen organisasjon og aktiviteter
- Manglende digital kompetanse til hinder for synliggjøring av organisasjonen
- Vanskelig å nå ut til innvandrergupper
- Nettverk av bekjente kan gi en homogen gruppe frivillige
- Vanskelig å få tak i frivillige som vil bli i organisasjonen over lengre tid
- Høye krav til de frivillige; omfattende opplæring og kursing
- Liten tilknytning til organisasjonen

Lav terskel for interesselmeldinger gir større frafall blant de som har meldt seg

Organisasjonene oppgir at Frivillig.no er en lavterskel-plattform som gjør det enkelt for de frivillige å melde seg til oppdrag. En utfordring med dette er at organisasjonene opplever at flere av de frivillige er vanskelig å nå og at de ofte forsvinner raskt ut igjen.

Rekruttering via Frivillig.no krever mye oppfølging

Organisasjonene oppgir at de kan få mange henvendelser på ett oppdrag, og at det derfor krever mye ressurser å følge opp de som har sendt interesselmelding.

Vanskelig å synliggjøre egen organisasjon og aktiviteter

Organisasjonene gir uttrykk for at de synes det er vanskelig å synliggjøre seg og sine aktiviteter. De opplever at de konkurrerer med andre, større og mer allment kjente organisasjoner, og at de derfor ikke får så stor andel av de potensielle frivillige som de bedre kjente organisasjonene.

Her trekkes Frivillig.no frem som et godt verktøy, fordi frivillige kan søke på sted, og få en oversikt over alle organisasjonene i området.

Manglende digital kompetanse til hinder for synliggjøring av organisasjonen

Organisasjoner som har en høy gjennomsnittsalder blant sine frivillige, oppgir at de ikke har den digitale kompetansen som må til for å kunne benytte digitale kanaler i promotering av egen organisasjon. Dette er det flere som mener er til hinder for å nå ut til potensielle frivillige.

Vanskelig å nå ut til innvandrergupper

Flere av organisasjonene vi snakket med opplever det som vanskelig å rekruttere innvandrere, særlig gjennom digitale rekrutteringskanaler. Enkelte organisasjoner sier at de på bakgrunn av dette også forsøker å bruke andre kanaler for å nå ut til denne gruppen, som eksempelvis plakatoppslag og flyers.

Nettverk av bekjente gir homogen gruppe frivillige

De fleste organisasjonene som inngår i undersøkelsen rekrutterer blant annet gjennom bekjente og nettverk. I tillegg er et flertall av organisasjonene vi har intervjuet opptatt av at de ønsker mangfold blant sine frivillige. Men organisasjoner som i liten grad supplerer med andre rekrutteringskanaler, vil på sikt få en frivilligbase bestående av en svært homogen gruppe.

Slike nettverk er heller ikke uuttømmelige, noe enkelte av organisasjonene vi har snakket med har fått erfare. Organisasjonene dette gjelder har til felles å ha en høy gjennomsnittsalder. Disse oppgir å ha utfordringer med å fornye seg, og med å få inn nye og yngre medlemmer og frivillige.



Vanskelig å få tak i frivillige som vil bli i organisasjonen over lengre tid

På mange måter kan denne problemstillingen sies å relatere til enkelte organisasjonenes holdninger og forventninger til frivillige innsats, hvor idealet hos enkelte organisasjoner synes å være en frivillig som vier mange år til frivillig arbeid i deres organisasjon. Det er imidlertid eksempler på mange organisasjoner som forsøker å tilpasse aktivitetene sine slik at de egner seg bedre for frivillige som i mindre grad ønsker å binde seg til lengre oppdrag.

Høye krav til de frivillige; omfattende opplæring og kursing

Flere av organisasjonene vi har intervjuet stiller krav til kurs og opplæring før den frivillige kan komme i gang med aktiviteten den frivillige har meldt seg til. Obligatoriske kurs kan gi inntrykk av at aktiviteten er forpliktende og krevende, noe som kan gjøre at den frivillige raskt kan føle seg bundet. Kurs og opplæring kan også være til hinder for rask oppstart av aktiviteter, noe som øker faren for at de frivillige mister interessen før de kommer i gang med aktiviteten.

Liten tilknytning til organisasjonen

Flere organisasjoner påpeker at det finnes mange gode organisasjoner der ute, med mange attraktive aktiviteter. De sier at de yngre frivillige, og frivillige som ikke har knyttet seg til organisasjonene gjennom medlemskap eller et lengre samarbeid, velger aktivitet basert på interesse og tilgjengelighet, og mangler tilknytning til organisasjonen.

INKLUDERENDE REKRUTTERING

Gjennom kampanjeperioden har særlig rekrutteringsportalen Frivillig.no blitt et viktig verktøy for frivillige organisasjoner, og mange har endret sine arbeidsmåter knyttet til rekruttering og arbeidet med å beholde sine frivillige.

Kort oppsummert er hovedfunnene fra kapittelet som følger:

- Fremdeles mye rekruttering gjennom personlig nettverk og bekjentskap
- Økt bruk av digitale rekrutteringsverktøy
- Økt bruk av Frivillig.no
- Noen organisasjoner bruker Frivillig.no som hovedstrategi for rekruttering, andre som et supplement
- Frivillig.no tilfører organisasjonene andre typer frivillige og frivillige med spesifikke kompetanser
- Økt fokus på integrering og inkludering i flere av organisasjonene
- En del rekrutterer fra flere miljøer og samfunnslag

Mange av organisasjonene forteller at de opplever Frivillig.no som en effektiv rekrutteringskanal. Portalen gir mulighet for å henvende seg til potensielle frivillige med konkrete oppdrag. På denne måten er det lettere å rekruttere til bestemte aktiviteter, og flere av organisasjonene tenker i større grad aktiviteter som en inngang til rekruttering, heller enn medlemskap. Det er de mest konkrete og best kjente aktivitetene som får best respons.

Erfaringspunkter for inkluderende rekruttering:

- Være på arenaer der målgruppen er
- Rekruttere bredt og gjennom flere kanaler
- Benytte Frivillig.no som rekrutteringskanal
- Tenke på språk og innhold i utlysningene



- Samarbeide med sentrale personer i ulike miljøer
- Rekruttere deltagere på egne aktiviteter og arrangementer
- Samarbeide med aktører som arbeider med målgruppen
- Ansette en frivilligkoordinator
- Vise fleksibilitet, tilrettelegge og avstemme forventninger
- Legge lista lavt for deltagelse i frivillig arbeid
- Opprette en fadderordning
- Snakke om inkludering i organisasjonen
- Personlig oppfølging av frivillige
- Invitere til arrangementer som styrker de sosiale relasjonene

Inkludering

Til tross for at det er bred enighet blant organisasjonene om de ikke har endret synet på hvem en frivillig kan være, oppgir flere organisasjoner at de har hatt økt fokus på inkluderende rekrutteringsstrategier parallelt med kampanjen.

Selv om inkluderende rekruttering ikke er en bevisst strategi fra organisasjonenes side, medfører bruk av Frivillig.no at man rekrutterer andre typer frivillige enn organisasjonen har fra før, og at man således får tilgang på et bredere spekter av frivillige. Funnene tyder på at det har blitt enklere å rekruttere unge, personer med spesifikk kompetanse, studenter og personer med flerkulturell bakgrunn.

Å gjøre noe
for andre,
gjør noe
med deg



1 av 3 studenter er ensomme. Frivillig.no presenterte en løsning for felleskap, og at frivilligheten har plass til fler.

EKSEMPLER PÅ KAMPANJETILTAK

Ett minutt snillhet

Ett minutt snillhet er en serie filmer om frivillig innsats der det legges vekt på følelsen man får av å være frivillig. Serien består av 12 filmer med forskjellige frivillige og forskjellige former for frivillighet.



Og det har vært en fornøyelse.

Vil du spille en viktig rolle i andres liv?

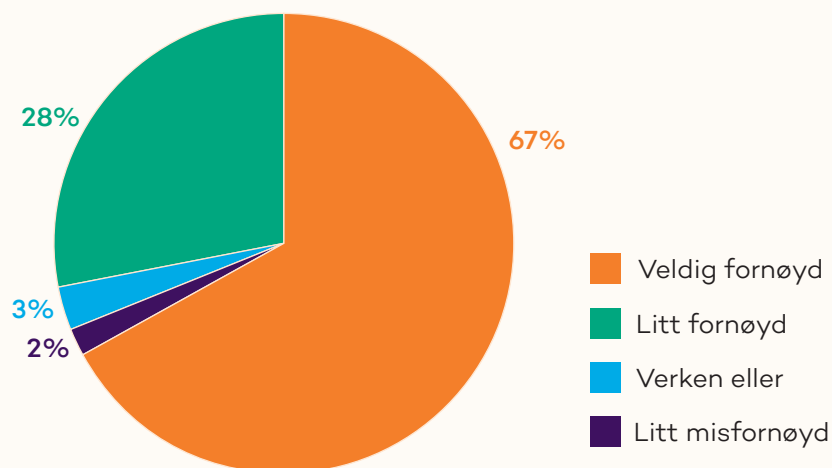
Budskapet «Vil du spille en viktig rolle i andres liv» ble brukt i forbindelse med Årets nykommer i frivilligheten 2018, samt i nyttårskampanjen. Tre kjente skuespillere spilte rollen som de nominerte til Årets nykommer, og inspirerte nye til å bli frivillige.



| Mohamad

... og jeg er 25 år.

DELTAGERE PÅ KURS OG FOREDRAG ER FORNØYDE



Frivillig.no har arrangert over 200 kurs og seminarer i løpet av kampanjeperioden.

Note: Figuren inkluderer svar fra kurs- og foredragsdeltakere fra hele evalueringsperioden (n=378). Spørsmålet var som følger: Hvor fornøyd var du med foredraget/kurset?

95 prosent av deltagerne som har besvart undersøkelsen sier de er veldig eller litt fornøyd med kurset. I tillegg svarer 94 prosent at de ville anbefalt kurset/foredraget til andre organisasjoner.

FORDELENE VED FRIVILLIG.NO:

- Frivilligheten blir tilgjengelig gjennom Frivillig.no
- Bruk av portalen er en fin måte å promotere egen organisasjon på
- Det er lettere å rekruttere mange frivillige
- Organisasjonene kan få et bredt spekter av ulike typer frivillige
- Det er enkelt å dele annonsene fra Frivillig.no i andre digitale kanaler
- Frivillig.no gir annonsene profesjonell utforming

- Flere opplever å nå ut til potensielle frivillige som ikke kjenner organisasjonene fra før
- Frivillig.no gir en god brukeropplevelse og er lett å administrere
- At man kan søke etter type aktivitet øker sannsynligheten for at de som registrerer seg brenner for aktiviteten
- Organisasjonene opplever å kunne rekruttere bredere geografisk

Evalueringen viser også at man kan lykkes med inkluderende rekruttering gjennom å differensiere mellom hvilke typer oppgaver som gis, og hvilke krav man stiller, til de frivillige. Eksempelvis er det mange oppgaver som ikke krever formelle kvalifikasjoner, eller politiattest, og da er det heller ikke nødvendig å etterspørre dette.

HVORDAN REKRUTTERE NYE FRIVILLIGE

Suksesskriterier for rekruttering av frivillige

Gjennom evalueringsperioden har vi i intervjuene spurte organisasjonene om hvilke suksesskriterier som må til for å lykkes med rekruttering av frivillige.

Følgende punkter trekkes frem som særlig viktige:

- Synliggjøre organisasjonen og aktivitetene
- Ulike rekrutteringskanaler tiltrekker ulike typer frivillige
- Bruk av nye, digitale rekrutteringskanaler for å nå studenter og unge voksne
- Konkrete og godt beskrevne oppgaver i oppdraget
- Rask respons fra organisasjonen
- Ressurser til å ta imot nye frivillige
- Tilpasning og forventningsavklaringer
- Invitere til utprøving av aktiviteter og ikke låse de frivillige

Synliggjøre organisasjonen og aktivitetene

Flere organisasjoner sier de jobber med å synliggjøre organisasjonen sin for lokalmiljøet. De står på stand, er tilstede på lokale arrangementer, oppdaterer sosiale medier og nettsider. Flere sier videre at de linker til oppdragene sine eller organisasjonssiden sin på Frivillig.no. Ut over dette nevnes også omtale i lokalavis som et grep som gir synlighet i lokalsamfunnet.

Ulike rekrutteringskanaler tiltrekker ulike typer frivillige

Flere organisasjoner er opptatt av å ivareta de tradisjonelle rekrutteringsmetodene for å nå ut til samfunnsgrupper som ikke er like aktive brukere av internett og digitale plattformer. De hyppigst nevnte gruppene her er eldre og innvandrere.

Ved å benytte et bredt spekter av rekrutteringskanaler og metoder vil det være lettere å nå ut til ulike typer frivillige. Organisasjonene nevner her både rekruttering



gjennom bekjente og nettverk, stand, lokalavis, digitale plattformer, samarbeid med introkurs eller NAV og rekruttering av deltagere fra egne aktiviteter.

Bruk av nye, digitale rekrutteringskanaler for å nå studenter og unge voksne

Mange av organisasjonene som benytter digitale rekrutteringskanaler sier de får mange henvendelser fra unge mennesker som ønsker å bidra med frivillig arbeid. Særlig blir Frivillig.no trukket frem som et verktøy som gir god rekruttering av unge.

Konkrete og godt beskrevne oppgaver i oppdraget

Flere informanter forteller at de opplever å få best respons på oppdrag med konkrete og godt beskrevne oppgaver. Dersom de som kikker på annonsene forstår hva oppgaven går ut på og hva som kreves for å være frivillig på den aktuelle aktiviteten, er det lettere å se for seg hvordan det kan være. Flere mener også at språket bør være enkelt og direkte, slik at også de som ikke har så gode norsksferdigheter kan forstå budskapet.

Rask respons fra organisasjonen

Mange organisasjoner er opptatt av at rask respons på frivillig engasjement. Rask respons er av høy betydning for at de frivillige skal føle seg velkomne og fortsatt ønske å være frivillige i organisasjonen. Her understrekes det også at den enkelte bør få komme raskt i gang med aktiviteten, og ikke blir sittende å vente på oppgavene.

Ressurser til å ta imot nye frivillige

Rask respons krever at organisasjonen har ressurser til å svare på henvendelser, og til å ta imot nye frivillige. Dette er særlig viktig ved mottakelse av frivillige i form av for eksempel oppstartssamtaler og opplæring av nye frivillige. Noen frivillige krever mer oppfølging enn andre, og motivasjonen for frivillig innsats varierer fra person til person.

Tilpasning og forventningsavklaringer

Det er ikke alltid de nye frivillige har helt klart for seg hva oppgavene de skal gjøre innebærer, og av og til kan man finne ut at de frivillige passer bedre til – eller har mer lyst til – å gjøre noen litt andre oppgaver

som frivillig i organisasjonen. Flere organisasjoner anbefaler derfor å snakke med de frivillige og sørge for forventningsavklaring, slik at organisasjonen både får bedre innsikt i hva den frivillige kan og ønsker å bidra med, samtidig som det gis retningslinjer og avklaringer på hva som kreves for å være frivillig.

Invitere til utprøving av aktiviteter, ikke låse eller forplikte de frivillige for tidlig

Det kan, ifølge noen av organisasjonene vi snakket med, lønne seg å tilby potensielle frivillige en utprøving av aktivitetene. Hensikten med dette er at å la de frivillige bli kjent med organisasjonen før de velger aktivitet. Dette fremmes som en måte å vise de frivillige at den frivillige innsats i organisasjonen faktisk er frivillig, og at organisasjonen ikke forsøker å låse de frivillige til seg.

“ Flere mener kampanjen har betydning for frivillig sektor, og videre virker samlende for frivilligheten ”

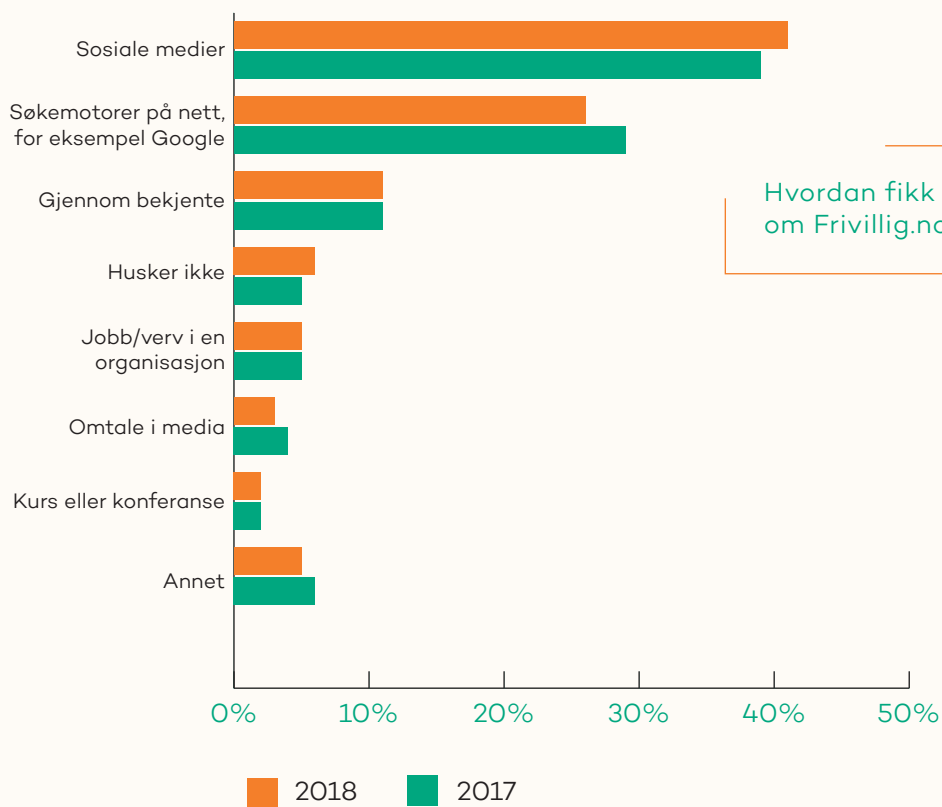
DE FRIVILLIGE – HVEM ER DE?



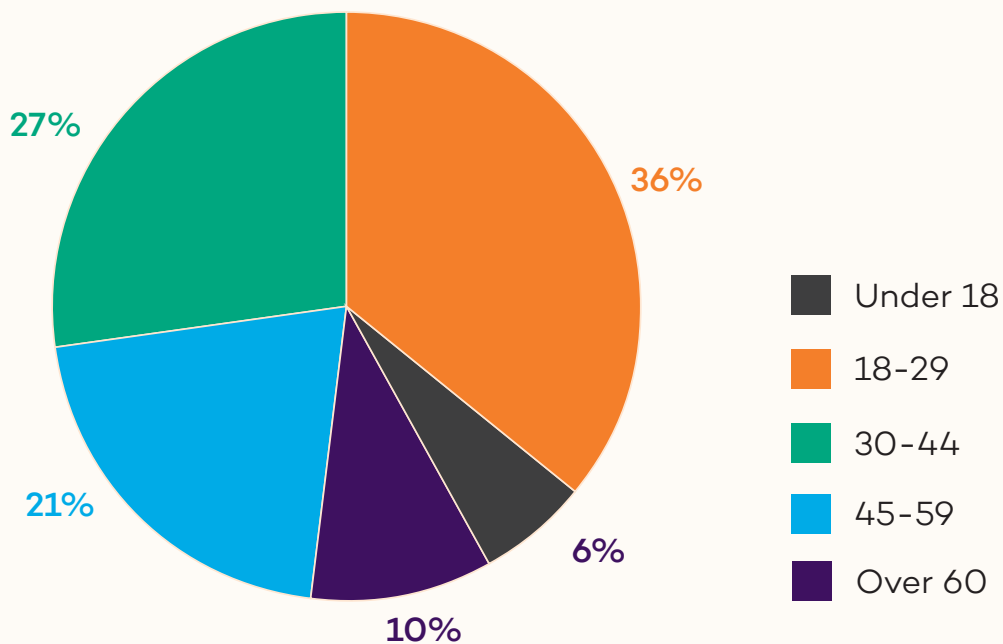
Hvordan fikk den frivillige vite om Frivillig.no?

De fleste frivillige blir kjent med Frivillig.no gjennom sosiale medier og søk på internett. I undersøkelsen utsendt til personer som har sendt interesse melding på Frivillig.no spurte vi om hvordan de oppdaget rekrutteringsportalen. Som Figur O2 viser, svarte hele

41 prosent i 2018 at de hadde fått vite om Frivillig.no gjennom sosiale medier, mens 26 prosent svarte søkemotor på internett. Kun fire prosent svarte at de hadde oppdaget kanalen gjennom media.



Note: Datagrunnlag fra undersøkelse til frivillige som har meldt seg gjennom Frivillig.no, n=3627. Spørsmålet var Hvordan fikk du vite om Frivillig.no?



Alder hos frivillige som har meldt seg gjennom Frivillig.no

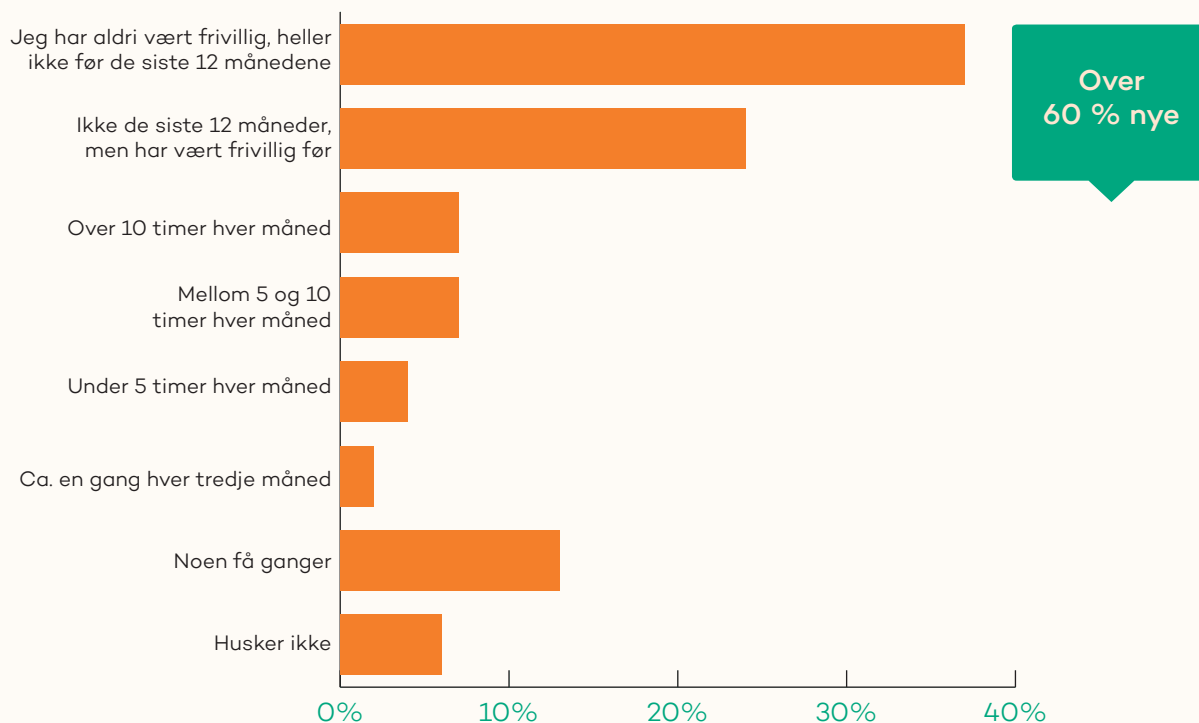
Note: Datagrunnlag fra undersøkelsen til personer som har sendt interesse melding på Frivillig.no, n=3377

Frivillige fra Frivillig.no har lite erfaring fra frivillig sektor

De som søker seg til frivilligheten gjennom Frivillig.no kjennetegnes av å ha lite erfaring med frivillig sektor fra tidligere.

Den største andelen av respondentene har aldri før vært frivillige, og utgjør 37 prosent av de spurte. I tillegg er det også en relativt stor andel av de frivillige som ikke har vært frivillige i løpet av de siste 12 månedene.

Har du vært frivillig siste 12 måneder før du meldte deg gjennom Frivillig.no?

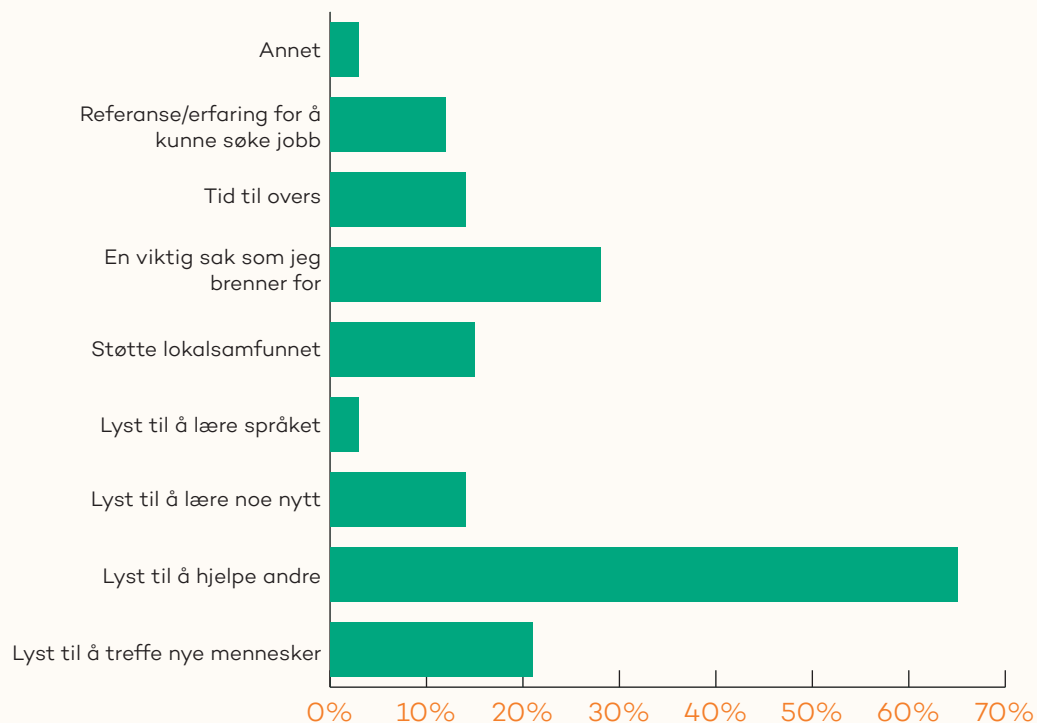


Note: Datagrunnlag fra undersøkelsen til personer som har sendt interesse melding på Frivillig.no, n=1779

De kvalitative intervjuene med organisasjonene ser ut til å underbygge statistikken. Mange av organisasjonene hevder å få kontakt med frivillige som de vanligvis

ikke ville fått kontakt med, og når et bredere spekter i befolkningen gjennom Frivillig.no enn gjennom andre rekrutteringskanaler.

De viktigste årsakene til å bli frivillig



Note: Datagrunnlag fra undersøkelsen til personer som har sendt interesse melding på Frivillig.no, n=1876

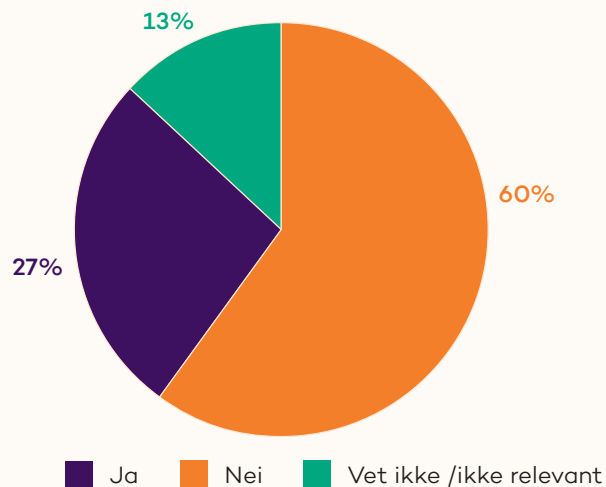
Økt etnisk mangfold blant en fjerdedel av organisasjonene

I sluttpunktundersøkelsen ble organisasjonene spurt om de hadde fått et økt etnisk mangfold blant de frivillige i løpet av de fem siste årene.

27 prosent oppga at de hadde økt andelen med minoritetsbakgrunn blant sine frivillige.

Note: Datagrunnlag fra sluttpunktundersøkelsen, n= 2095

Har organisasjonen ilt de 5 siste årene fått et økt etnisk mangfold blant de frivillige?



Merkedager



Frivillig.no har markert diverse merkedager gjennom året, ved å trekke frem frivilligheten og de flotte folka som bidrar.

BEHOLDE FRIVILLIGE

Suksesskriterier for ivaretagelse av frivillige

De frivillige organisasjonene har opparbeidet seg kunnskap om hva som skal til for å beholde frivillige i organisasjonen. Flere har etablert tiltak eller strategier for dette som de mener gir resultater.

Følgende punkter trekkes frem som særlig viktige i forbindelse med å beholde de frivillige:

- Fokus på åpenhet og inkludering
- Meningsfylte aktiviteter
- Anerkjennelse og tillit
- Eierskap og forpliktelse
- Sosialt fellesskap
- Tilgjengelig og variert aktivitetstilbud
- Kompetanseheving

Fokus på åpenhet og inkludering

Et flertall av organisasjonene mener det er viktig å vise at de er åpne og inkluderende i møte med nye frivillige. Ved å ta imot nye frivillige på en imøtekommende og god måte bidrar man til å bygge en inkluderende kultur, og en felles arena for det frivillige arbeidet. Dette vil igjen kunne medføre at de frivillige opplever å være del av et fellesskap, og i så måte får tilhørighet til organisasjonen.

Meningsfylte aktiviteter

De frivillige organisasjonene forteller at muligheten til å gjøre noe meningsfylt er en av de viktigste faktorene for å få frivillige til å bli i organisasjonen.

En meningsfylt aktivitet kjennetegnes av to ting:

Aktiviteten må bidra med noe positivt for noen andre og den frivillige må oppleve at det er verdifullt at han/hun er til stede på aktiviteten. Den frivillige må altså ikke føle seg som overflødig eller ikke å være til nytte.

Dersom de frivillige ikke får konkrete oppgaver og/eller opplever at deres bidrag ikke gir verdi til deltagerne på aktiviteten, vil mange frivillige slutte. Det er derfor også viktig at organisasjonene tar seg tid til å fortelle de frivillige at de setter pris på innsatsen deres og at oppgavene de gjør – selv de minste og mest hverdagslige – er viktige for aktiviteten og organisasjonen.

Anerkjennelse og tillit

Det er, ifølge organisasjonene, viktig å anerkjenne den enkelte frivilliges bidrag for å beholde de frivillige i organisasjonen. Anerkjennelse handler i denne sammenheng både om å få bekreftet at jobben man gjør er viktig og at man gjør en god jobb. Flere organisasjoner har derfor laget rutiner for å vise den enkelte frivillige at innsatsen de gjør blir verdsatt.

I tillegg til anerkjennelse sier flere at det å vise tillit er viktig. Dette kan både handle om å vise tillit til at den frivillige kan ta selvstendig ansvar, tillit til frivilliges nye ideer og forslag og generelt at man stoler på dem.

“ Vi forsøker å bygge en arena for fellesskap og inkludering. Det er viktig at man gleder seg til å komme – et kollegialt fellesskap – at man er en del av [organisasjonen] ”
- Frivillig organisasjon

“Jeg ser at når jeg ser dem ute i aktivitet, så trives de veldig godt sammen. Når en er ferdig så summes det. Man kommer ikke bare inn, gjør en aktivitet og går igjen; de er sammen de frivillige også, og de føler seg ivaretatt av hverandre.”
- Frivillig organisasjon

Eierskap og forpliktelse

Flere organisasjoner fremhever viktigheten av at de frivillige føler eierskap og forpliktelse til aktivitetene de jobber med. Dette henger tett sammen med opplevelsen av å være til nytte, og at oppgavene man gjør er viktige for organisasjonen, og for deltagerne på aktiviteten.

Sosialt fellesskap

For mange frivillige er det frivillige arbeidet en viktig sosial arena, ved at man får møte deltagere og andre frivillige under aktiviteter man bistår på. Dette er det stor enighet om blant organisasjonene som er intervjuet. Derfor er det viktig at organisasjonene av og til kan tilby noe sosialt for de frivillige, slik som sommer- eller juleavslutninger, eller lignende. Samtidig er det viktig at de sosiale arrangementene for de frivillige er valgfrie, slik at de frivillige også kan velge det bort.

Tilgjengelig og variert aktivitetstilbud

Flere organisasjoner forteller at et av suksesskriteriene for å beholde frivillige er at de blir fulgt opp, og at de har frivillige aktiviteter å delta på. De opplever at man mister mange frivillige hvis det tar lang tid før den frivillige kommer i aktivitet etter de er blitt rekruttert, eller hvis det er lange mellomrom mellom aktivitetene de frivillige kan delta på.

Noen organisasjoner sier også at dersom de oppdager at en frivillig virker umotivert, vil de tilby vedkommende å prøve ut andre aktiviteter i organisasjonen. Å koble den frivillige til aktiviteter som oppleves som mer motiverende å delta på eller jobbe med, kan forhindre at vedkommende forlater organisasjonen.

Kompetanseheving

Flere organisasjoner tilbyr de frivillige kompetanseheving eller tilbud om å delta på relevante kurs. Dette kan oppleves motiverende, og gir den frivillig mulighet til å utvikle seg. Gjennom kompetanseheving vil den frivillige også kunne få anledning til å avansere i organisasjonen. Dette gir anledning for personlig utvikling og bidrar samtidig til å holde organisasjonen attraktiv for de frivillige.

Det er videre flere som mener at kurs og samlinger også kan føre til inkludering og styrket sosial tilhørighet. Videre er det flere frivillige som bruker frivillig arbeid som en strategi for å gjøre seg mer attraktive på arbeidsmarkedet. Dette er det flere organisasjoner som er innforstått med, og flere sier at de synes det er fint at aktivitetene deres kan gi arbeidstrening og medvirke til at mennesker kommer seg ut i arbeidslivet.

Sett pris på frivilligheten



Frivillig.no har delt ut den nasjonale prisen "Årets nykommer i Frivilligheten" på Frivillighetens dag. Dette for å sette pris på engasjement og frivillig innsats fra de nye frivillige som har vist at det ikke er så vanskelig å gjøre noe for andre.

Kampanjene rundt feiringen av Frivillighetens dag, 5. desember 2018, handlet om å sette pris på frivilligheten. Kronprinsparet delte ut prisen til «Årets nykommer», organisasjonene priste sine frivillige i sosiale medier og samfunnet støttet opp om det.

AVSLUTNING

På bakgrunn av funnene presentert her vurderer vi at kampanjen har lyktes med å nå bredt ut i befolkningen, og at man gjennom Frivillig.no i stor grad har lyktes med å rekruttere personer som ikke har vært frivillige tidligere. Gjennom Frivillig.no når organisasjonene i særlig ut til yngre målgrupper, og det er også mye som tyder på at man også når en del personer med minoritetsbakgrunn.

Dette betyr at Frivillig.no bidrar til å tilgjengeliggjøre frivilligheten for flere, og organisasjonene forteller at de opplever å få kontakt med nye og *andre* frivillige. Evalueringen viser også at flertallet av organisasjonene opplever at de har et større mangfold i organisasjonen i dag sammenlignet med tidligere.

“ Det er behov for en nasjonal aktør som markedsfører og samler frivillig sektor, flere mener Frivillighet Norge innehar eller bør inneha den rollen. ”



Frivillig.no drives av de frivillige organisasjonene selv gjennom Frivillighet Norge, og er støttet av Helse- og omsorgsdepartementet, Kulturdepartementet, Oslo Kommune, Gjensidigestiftelsen og Sparebankstiftelsen DNB.