

Mensen activeren

**Hoe activeer je mensen om een rol of
taak in jouw organisatie te nemen en
om vervolgens te blijven?**

Inleiding

Campagnevoeren en sociale verandering is mensen werk. En dus zijn we altijd op zoek naar nieuwe mensen om mee te helpen. En gelukkig: heel veel mensen willen iets betekenen en willen zich vrijwillig inzetten voor een goed doel. De twee belangrijkste motieven hiervoor zijn: een verschil willen maken en gelijkgestemde mensen vinden. Toch is mensen vinden, actief krijgen en actief houden vaak lastig.

Er zijn twee problemen die Stroomversnellers vaak ziet binnen organisaties die dit lastig maken. Als we mensen vragen om actief te worden in onze organisatie, stellen we de vraag vaak niet duidelijk genoeg en hebben we de randvoorwaarden om ze duurzaam actief te houden niet op orde. Het helpt om systematisch na te denken over elke stap in het proces. Van eerste belangstelling tot actief worden, en de stappen daarna, waarin iemand een plek vindt in de organisatie. Hieronder een systematische aanpak om dat te doen.

Stap 1: Mensen vinden

Je wilt een vijver maken om de juiste mensen uit te vissen. En je wilt om allerlei redenen weten wie zich ook wil inzetten voor de verandering die jij wil bewerkstelligen. Dat betekent op de eerste plaats dat je een goed verhaal nodig hebt van je plan om te winnen. Hoe wil je verandering tot stand brengen en wat gaat er dan beter zijn? En vervolgens wil je ervoor zorgen dat je die mensen makkelijk kunt bereiken met de stappen die je wilt nemen. Dat noemen we *list-building*. Je wilt op een systematische manier contactgegevens van mensen verzamelen die het met je eens zijn en die willen helpen. Zodat je een steeds grotere groep mensen om hulp kunt vragen. Zonder contactgegevens kun je mensen geen vraag stellen.

En contactgegevens vragen kan op allerlei manieren. Bijvoorbeeld in een gesprek, of door op al je bijeenkomsten en acties mensen te vragen zich in te schrijven voor je nieuwsbrief, of door bij een online petitie te vragen om een e-mailadres. Zie voor meer details onze [handleiding persoonlijke data voor people power](#).

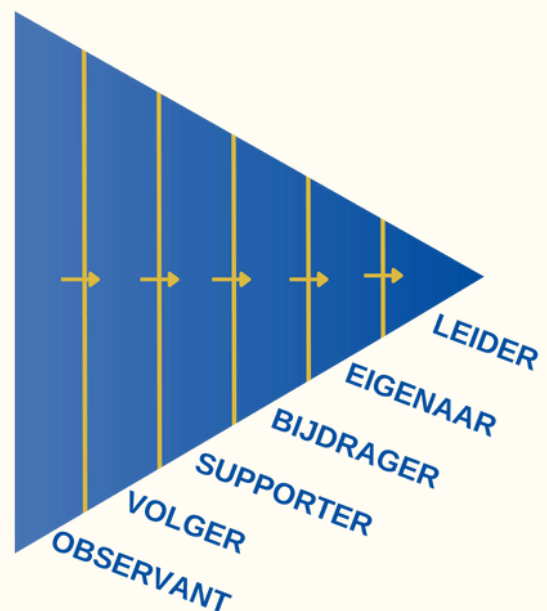


Stap 2: Vraag de juiste persoon om actief te worden op een niveau dat bij hen past

Er zijn heel veel mensen die mee willen helpen. Maar niet iedereen wil dat op dezelfde manier. Soms vanwege gebrek aan tijd, soms omdat ze je organisatie eerst beter willen leren kennen. Soms omdat ze nog moeten leren hoe ze bij kunnen dragen. Veel mensen zullen stapje voor stapje actiever moeten krijgen. En het helpt om die stappen systematisch aan te bieden. Van een instapniveau die weinig tijd kost en weinig risico geeft, tot uiteindelijk medeverantwoordelijk zijn voor het reilen en zeilen van je organisatie. We noemen dat een betrokkenheidsreis.

Die begint bij mensen die je organisatie alleen maar kennen uit de media, observanten. Een volger is iemand die bijvoorbeeld op een nieuwsbrief of via social media jouw organisatie volgt. Een supporter is lid of donateur. Een bijdrager komt naar je bijeenkomsten en acties. Een eigenaar heeft daar ook een taak. En een leider neemt verantwoordelijkheden en coördinatie op zich. Voor elk niveau van betrokkenheid wil je iets aanbieden. En binnen elke stap in die betrokkenheidsreis wil je mensen een aanbod doen om meer te gaan doen, en een trede hoger te gaan. Sommige mensen zullen daar ja op zeggen, maar niet iedereen. Er zullen altijd meer observanten zijn als eigenaren en leiders.

Als je dit op een systematische manier toepast binnen elke campagne dan bied je in elke communicatie-uiting of activiteit mensen een stap aan om mee te gaan doen. Dat betekent ook dat je altijd een volgende stap in je campagne hebt klaar staan. Want hoe langer mensen moeten wachten op een voor hen passende volgende stap, hoe meer mensen weer afhaken. Een betrokkenheidsreis heeft ook een ander voordeel: jij kunt als organisatie mensen eerst beter leren kennen, ze stap voor stap kennis laten maken en inwerken, en zeker als het gaat om eigenaren en leiders, een hele bewuste keuze maken wie je welke functie aanbiedt.



Uit: [Handleiding Ladders van Betrokkenheid](#)



Tot slot, het geeft je ook een kans om mensen te betrekken die om hele legitieme redenen (zoals te druk met werk en gezin, of niet het privilege te hebben veel risico te nemen) niet veel bij kunnen dragen op andere manieren te betrekken. Dat zijn mensen die misschien wel willen doneren, een petitie willen tekenen of iets anders kleins willen doen.

Stap 3: Stel een harde en 'precieze' vraag

Stel een harde vraag. Een vraag waar alleen ja of nee op geantwoord kan worden. En accepteer dat een nee even waardevol is als een ja. En veel beter als een niet gemeente ja of een misschien. Dat betekent dat je een goede inschatting moet kunnen maken van waar iemand aan toe is. Hoeveel tijd heeft iemand? Hoeveel risico durft iemand aan? Wat zijn kwaliteiten die iemand in huis heeft?

De vraag 'wil jij actief worden in mijn organisatie?' is vragen om een algemeen en eindeloze commitment en kan op tientallen manieren uitgelegd worden. De vraag of je 5 uur per week wil besteden aan social media werk, en of je dan op woensdagavond op het overleg kan zijn, kan alleen maar met ja of nee beantwoord worden.

Stap 4: Organiseer een kennismaking en inwerkingsfase

Of het nu een nieuwsbriefabonnee is of iemand die een werkgroep gaat coördineren, geef mensen de tijd om bekend te raken met je organisatie op dat niveau, en met wat er van ze verwacht wordt. Vraag ze wat ze willen doen, wat hen motiveert en waar ze goed in zijn. Leer ze de vaardigheden die ze nodig hebben om mee te doen en hun taak te vervullen. Maak ze wegwijs in je organisatie en hoe die werkt. Besteed aandacht aan de cultuur binnen een organisatie, en wanneer je mensen een taak geeft: geef heldere kaders mee en maak duidelijk wat je aan resultaten van iemand verwacht. Hoe meer je van iemand verwacht, hoe meer je aandacht en tijd moet stoppen in een goed inwerkproces.



Stap 5: Hoe houd je mensen vast

Ontmoeting: zorg dat mensen op regelmatige basis op leuke en effectieve bijeenkomsten komen waar ruimte is voor onderling contact.

Impact: mensen willen het verschil maken, dus bevestig ze daarin en vertel ze wat ze kunnen bijdragen.

Verwelkom nieuwkomers: bijvoorbeeld door ze op grotere bijeenkomsten expliciet te noemen. Een groeiende groep zorgt voor het succesgevoel dat mensen vasthoudt.

Geef mensen een taak en plek in de organisatie: mensen willen iets betekenen in de groep en hun eigen talent ontwikkelen. In een groep waar dezelfde mensen altijd alles doen, voelen anderen zich buiten gesloten.

Groepsprocessen: geef voldoende aandacht aan hoe mensen met elkaar omgaan en samenwerken. Bespreek wat teamleden van elkaar en het team verwachten aan tijd, committent en inzet.

Doe meer, vergader minder: vergaderingen zijn bedoeld om het werk voor te bereiden en af te stemmen. Zorg voor een gezonde balans.

Neem de tijd die mensen investeren serieus: je vraagt tijd van mensen die het al druk hebben. Ga er spaarzaam mee om en laat ze niet wachten.

Neem impact en verantwoordelijkheid serieus: vraag mensen om verantwoording af te leggen over wat ze doen en presteren.

Deel taken uit aan buddies: en het liefst aan twee personen die elk iets anders hebben te bieden.

Maak ruimte voor feest en etentjes.

Geef mensen training: en andere vormen van leren.

Vraag om de revolutie: mensen worden enthousiast van grote impactvolle verandering. Dan staat daar tegenover dat je ook een grote bijdrage en risico gaat vragen van mensen. Iedereen voelt aan dat je met een minuut tijdsbesteding aan een petitie, geen enorme impact kan verwachten.

Vorbereiding: bereid mensen voor op de risico's, tegenslag en tegenwerking die je gaat krijgen als je probeert de wereld te veranderen. Leg ze uit wat er kan gebeuren en hoe je dan toch door kan gaan.



Stap 6: Afscheid nemen

Ja ook dat hoort er bij, want niets duurt voor eeuwig. Geef mensen de kans om op een voor jou handig moment afscheid te nemen. Want je hebt niets aan mensen die zeggen dat ze nog steeds gemotiveerd zijn, maar eigenlijk niet meer mee willen doen en langzaam afhaken. Dat heeft ook impact op de rest van het team. Vraag op vaste tijden aan mensen of ze nog steeds in staat zijn en de motivatie hebben om hun taak uit te voeren. En geef ze de gelegenheid om nee te zeggen. Dat geeft je ook de kans om iets te leren van mensen die afhaken. Waar lag dat aan? Had de organisatie iets kunnen doen om dit te voorkomen? En het geeft je de kans om op tijd een opvolger te vinden en een overdracht van kennis en ervaring te organiseren.

Durf ook afscheid te nemen van mensen die niet functioneren of als andere stoorzender meer overlast verzorgen dan iets bijdragen. Je wilt een doel bereiken met je organisatie, je bent geen gezelligheidsvereniging. Bovendien, een stoorzender laten zitten kan betekenen dat andere mensen je organisatie verlaten omdat ze niet willen werken in een team waarin ze steeds last hebben van deze persoon. Dat demotiveert. Op die manier afscheid nemen is nooit makkelijk. En het vraagt om tactiek. Ook een stoorzender is iemand die iets bij wil dragen. Je kunnen beroepen op heldere kaders, omgangsvormen en werkafspraken.



Wij zijn Stroomversnellers

Stroomversnellers is een trainerscollectief van ervaren campaigners, organizers, facilitatoren en trainers. We zijn allemaal actief (geweest) bij milieuorganisaties, burgerinitiatieven, vakbonden of anti-racisme initiatieven. Zo hebben we zelf met vallen en opstaan geleerd hoe je een effectieve campagne organiseert, een organisatie opbouwt en sociale verandering tot stand brengt.

We blijven constant bijleren en delen onze kennis en ervaringen graag met anderen. Want de wereld gaat niet vanzelf de goede kant op, integendeel. Alleen met veel en goed voorbereide mensen komt een andere samenleving dichterbij. Daarom ondersteunen wij allerlei groepen die strijden voor sociale en ecologische rechtvaardigheid met advies, strategie/- of brainstormsessies, (actie)trainingen en workshops. Zo kunnen we samen groeien, onze slagkracht vergroten en de wereld verbeteren!

Toolbox voor bewegingen

Deze handleiding is onderdeel van de 'toolbox voor bewegingen'. Deze toolbox bevat nog meer korte digitale handleidingen, met basiskennis over strategie, bewegingsopbouw, actievoeren en organizing. Een goede basis voor de beginnende activist, maar ook verfrissend voor de gevorderde veranderaar. [Hier](#) vind je ook alle andere reeds gepubliceerde handleidingen.

Ook wij houden van leren

Dus heb je ideeën om deze handleiding te verbeteren of aan te vullen met jouw ervaringen? Laat het ons weten!

www.stroomversnellers.org
info@stroomversnellers.org

IG: [@stroomversnellers](#)
FB: [TrainerscollectiefStroomversnellers](#)
Bluesky: [@stroomversnellers.bsky.social](#)
Linkedin: [Stroomversnellers Trainers](#)

STROOMVERSNELLERS 

