



# Ledenwerving die werkt!

Tips voor een geslaagde ledenwerving

<b>De beste ledenwerving = leden houden!</b> .....	<b>3</b>
<b>1 Ledenbinding door een goede KLJ-werking</b> .....	<b>3</b>
1.1 Werken aan een goede afdelingswerking (intern).....	3
1.2 Een goede KLJ-werking naar buiten toe (extern).....	5
<b>Ledenwerving die werft!</b> .....	<b>6</b>
<b>1 Bezint eer je begint</b> .....	<b>6</b>
1.1 Bekendheid en imago.....	6
1.2 Contacten.....	7
<b>2 Acht stappen naar een ledenwerving die werft</b> .....	<b>9</b>
2.1 Welke doelgroep wil je bereiken?.....	9
2.2 Wat is je doelstelling?.....	9
2.3 Hoeveel energie wil je investeren in je wervingsactie?.....	9
2.4 Is je promomateriaal meer dan papier?.....	10
2.5 Welke activiteiten zal je in het kader van de actie opzetten?.....	11
2.6 Weet je hoe je de contacten zal uitbouwen na een eerste kennismaking/activiteit?.....	13
2.7 Zul je je actie herhalen of werk je zelfs met verschillende acties?.....	14
2.8 Al aan een actieplan gedacht?.....	14
<b>3 Ledenwerving per leeftijdsgroep</b> .....	<b>15</b>
3.1 Ledenwerving –9.....	15
3.2 Ledenwerving –12.....	17
3.3 Ledenwerving –16.....	20
3.4 Ledenwerving +16.....	22
3.5 Ledenwerving +20.....	24
<b>Tussentijdse ledenwerving</b> .....	<b>27</b>
<b>1 Tussentijdse ledenwervingsacties</b> .....	<b>27</b>
1.1 Open activiteit.....	27
1.2 Open kamp.....	29
<b>En de binding?</b> .....	<b>30</b>

# De beste ledenwerving = leden houden!

Of met andere woorden: zorg dat je leden blijven komen en graag blijven komen, dan doen de uitstraling van een fantastisch leuke groep en mondelinge reclame de rest!

## 1 Ledenbinding door een goede KLJ-werking

Nieuwe leden werven alleen is niet genoeg. Het ook de bedoeling dat de leden die er al zijn, bij KLJ blijven, dat ze zich goed voelen in KLJ en dat ze KLJ onmisbaar vinden.

Dit bereik je niet zomaar met je groep. Een fantastische groep is eerder een resultaat van een reeks houdingen en afspraken binnen het bestuur, een aantal duidelijke, bewuste en weloverwogen initiatieven tegenover je groep en een aantal vaste aandachtspunten doorheen je werking.

Je kan hier zowel in je afdelingwerking als naar buiten toe (relatie met de buitenwereld) werk van maken.

### 1.1 Werken aan een goede afdelingswerking (intern)

#### 1.1.1 Leden verliezen of leden behouden?: 12 tips voor je afdeling

KLJ heeft, speciaal op maat van een KLJ-afdeling, een aantal tips, methodieken, activiteiten...uitgewerkt rond ledenbinding en samengebracht in de bundel 'Leden verliezen? Óf Leden behouden?'. 12 verschillende thema's om jouw afdeling te helpen je leden te behouden.

De bundel kan je downloaden op [www.kl.be](http://www.kl.be).

Volgende thema's komen aan bod:

- Was Jef op de activiteit vorige week? Over aanwezigheid van leden op de activiteiten.
- Sfeer in de groep. Werken aan groepsdynamica.
- Je leden in de watten leggen? Geven van kleine attenties.
- Een activiteit van meerdere weken? Werken met doorlopers.
- Je lokaal, je thuis? Tips voor een echt KLJ-lokaal.
- Willen leden méér dan alleen maar spelletjes? Betrekken van je leden bij de KLJ-werking.
- Onze KLJ, niets om over naar huis te schrijven? Fier zijn op je KLJ-afdeling.
- Wat vinden de leden van KLJ? Ledeninspraak.
- Wat gaan we volgende week doen? Werken met een jaarplanning.
- Gaan we alweer voetballen? Het activiteitenaanbod.
- Wie zetten we bij wie? Leiding zijn.
- Voelen ze zich in de steek gelaten? Onthaal van nieuwe leden.

#### 1.1.2 Leeftijdgericht werken: een belangrijke factor voor ledenbinding

Leeftijdgericht werken of het opsplitsen van je ledengroep in verschillende leeftijdsgroepen met eigen, specifieke activiteiten, een eigen lokaal ingericht naargelang de leeftijd en vaste leiding, draagt ertoe bij dat de leden zich thuis en veilig voelen en dus graag komen en blijven komen. Heel wat factoren (aantal leiding/bestuursleden, infrastructuur, aantal leden, de cultuur binnen de afdeling...) bepalen mee of en in hoeverre een afdeling leeftijdgericht te werk kan gaan. Toch is het belangrijk, in de eerste plaats voor het lid, maar op langere



termijn voor de groei en het voortbestaan van je afdeling, om hier zo veel als mogelijk werk van te maken.

Het werken met leeftijdsgroepen loopt echter niet altijd van een leien dakje en het is onmogelijk om een indeling te vinden waarin ieder lid zich goed voelt.

Hieronder formuleren we een aantal moeilijkheden, vastgesteld uit de praktijk, en een aantal mogelijke oplossingen.

- Heel wat kinderen en jongeren haken af wanneer ze 'moeten' overstappen naar een volgende leeftijdsgroep. Ze zijn bang om in een groep opnieuw de jongste te zijn, ze voelen zich er niet thuis, de activiteiten zijn totaal anders, enz.  
Mogelijke oplossingen...
  - Belangrijk is om ervoor te zorgen dat kinderen en jongeren er naar uitkijken om naar een volgende leeftijdsgroep over te gaan. Bewaar spannende activiteiten (bv. survivalweekend, dropping, bezoek aan een pretpark) of privileges (bv. buitenlands kamp) exclusief voor een bepaalde leeftijdsgroep en herinner je leden af en toe aan deze privileges. Op die manier zullen je leden niet spreken van 'ik moet naar de +16', maar 'ik mag eindelijk naar de +16'.
  - Probeer ook extra attent te zijn voor de nieuwe en jongste leden in een leeftijdsgroep. Zorg dat ze zich welkom en thuis voelen, pols regelmatig of ze tevreden zijn met het activiteiten aanbod en probeer, samen met hen, een oplossing te zoeken als dat niet zo is.
  - Om de angst voor 'de overgang' bij de leden weg te nemen, kun je af en toe (bv. op kamp) een activiteit of een deel ervan (enkel het start- en slotmoment) gezamenlijk laten verlopen, zo leren de verschillende leeftijdsgroepen elkaar en hun activiteiten toch een beetje kennen.
  
- We merken dat kinderen of jongeren afhaken wanneer het leeftijdsverschil binnen een leeftijdsgroep (naar hun gevoel) te groot is. Het is belangrijk om te beseffen dat een 12-jarige totaal andere activiteiten leuk vindt dan een 15-jarige en een activiteit organiseren die zowel een 7-jarige als een 12-jarige boeit is niet vanzelfsprekend.  
Mogelijke oplossingen...
  - Probeer voldoende afwisseling in je activiteiten te brengen, zodat je de verschillende leeftijden blijft aanspreken. Het is een kunst om zowel de jongste als de oudste leden van je leeftijdsgroep te blijven boeien. Vaak merk je dat de oudste leden de activiteiten na een paar jaar niet meer uitdagend genoeg vinden, pols hiernaar regelmatig bij deze leden, zeker wanneer je merkt dat ze vroeger steevast op post waren en nu maar af en toe verschijnen.
  - Een oplossing kan zijn om af en toe een activiteit te organiseren waarbij de groep opgesplitst is volgens leeftijd. Dit mag echter geen negatieve invloed hebben op de groepsbinding!
  - Je kan er ook voor opteren om de oudste leden mee verantwoordelijkheid te geven voor de jongste leden, zo voelen de oudste leden zich gewaardeerd en voelen de jongste leden zich veilig en welkom.
  - Ten slotte kan het een zeer boeiende oefening zijn om eens grondig de indeling van de leeftijdsgroepen in je afdeling te evalueren. Het ledenverloop van je afdeling zal duidelijk aantonen op welke leeftijd je het meeste leden verliest. De oplossing kan misschien liggen in het anders indelen van je leeftijdsgroepen of het creëren van een extra leeftijdsgroep. Voor deze laatste oplossing moet je natuurlijk voldoende begeleiding en leden hebben!

### **!!Aandachtspunt!!**

Leeftijdsggericht werken mag geen doel op zich worden, het moet een middel zijn om de leden meer activiteiten te kunnen aanbieden die

overeenkomen met hun leeftijd en hun interesses. Bijgevolg is het verkeerd om blindelings en altijd de gangbare leeftijdsgrenzen toe te passen bij alle leden. Soms komt het een lid ten goede als hij/zij nog een jaartje langer in een bepaalde leeftijdsgroep mag blijven of een jaartje eerder mag overgaan (bv. wanneer iemand heeft moeten zitten blijven of een jaartje heeft overgeslagen op school).

## **1.2 Een goede KLJ-werking naar buiten toe (extern)**

Ledenbinding en het streven naar een goede KLJ-werking heeft ook te maken met de relatie met de buitenwereld:

- Onderhoud goede contacten met de andere bewegingen in het dorp en de parochie. Zij kunnen voor de nodige ondersteuning zorgen.
- Ook de relatie met de ouders van de leden is essentieel. Zij zorgen ervoor dat de leden komen en blijven komen. Daarnaast is ook hun hulp in bepaalde gevallen onontbeerlijk.

# Ledenwerving die werft!

## 1 Bezint eer je begint

Werven is meer dan die ene actie in de naburige school waarbij je hoopt op een aantal nieuwe leden. Werven is een constant proces doorheen het hele jaar, waarin zowel concrete acties passen als algemene 'kenmerken' van je werking. Breng je gevarieerde activiteiten op maat van de leden? Staat je werking voldoende open? Is je KLJ-afdeling bekend in de buurt? Welke imago heeft je groep? Hoe verloopt het contact met de ouders, andere dorpsbewoners, de plaatselijke pastoor...?

### 1.1 Bekendheid en imago

Om leden te werven is er meer nodig dan een goede uitnodiging en een aantrekkelijke startactiviteit. Dat merk je maar al te goed als je zelf wordt uitgenodigd om lid te worden van een vereniging. Je hebt een beeld van die vereniging en op basis van dat beeld overweeg je om al dan niet lid te worden. Zo gaat het ook met KLJ. Jongeren en/of hun ouders vormen zich een beeld over de plaatselijke afdeling en overwegen op basis daarvan of ze al dan niet ingaan op de uitnodiging.

Vooraleer te starten met een grootse ledenwervingsactie, moet je jezelf, als afdeling, een aantal vragen stellen: Welk beeld hebben buitenstaanders van ons? Is dat een beeld dat we willen behouden, nog aansterken of net ombuigen? En wat bepaalt dat beeld? Kennen de mensen ons wel?

Het is belangrijk om eerst deze zaken uit te klaren en pas daarna energie te steken in het opzetten van een ledenwervingsactie.

Een aantal aandachtspunten:

- **Het beeld dat mensen zich vormen van je afdeling wordt constant gevormd.** Het is iets waar je voortdurend aandacht voor moet hebben, niet alleen tijdens de ledenwervingscampagne.  
Enkele concrete voorbeelden:
  - De leden van KLJ X hangen rond in het dorp, de verveling staat op hun gezicht te lezen of de leden van KLJ Y zijn enthousiast een dorpspel aan het spelen.
  - Een aantal bestuursleden van KLJ X staan bekend als vechtersbazen op elke fuif in het dorp of de bestuursleden van KLJ Y tappen elk jaar op de parkfeesten en zorgen voor een gezellig feestje!
  - Het KLJ-lokaal is een schande voor het dorp, net een vuilnisbelt of de bestuursleden hebben met steun van de gemeente hun lokaal zelf opgeknapt.
  - De grote afwezigheid op de jeugdraad zijn altijd die van de KLJ of de hele bestuursploeg van KLJ ijvert mee voor een veilige en geluidsdichte fuifzaal in het dorp.
- Door het feit dat **mensen je afdeling, of aspecten ervan, niet of onvoldoende kennen, sluiten ze zich niet aan bij je afdeling.** Af en toe eens wat info (bij grote activiteiten, evenementen: contacteer de pers!) over je afdeling verspreiden kan een en ander zeker verhelpen.  
Enkele concrete voorbeelden:
  - Het is goed mogelijk dat bepaalde mensen in je dorp je KLJ niet kennen of verwarren met andere jeugdbewegingen.
  - Vaak kennen de jongeren jullie fuif wel, maar weten ze niet eens dat er een +16-werking in je afdeling is, waar ze zeer welkom zijn.
  - Sommige ouders in het dorp weten niet dat jullie jaarlijks op kamp gaan tegen een democratische prijs en sturen hun kinderen mee op reis met een of andere organisatie die hopen geld vraagt.

- **Een goede naam verwerf je niet van vandaag op morgen.** Door regelmatig positieve klanken vanuit je afdeling de wereld in te sturen, kan je er wel aan bouwen. Verder kan je proberen negatieve bijklanken zoveel mogelijk te vermijden. Enkele concrete voorbeelden:
  - Bouw aan een positief imago door een geslaagde ouderavond, verwen de ouders eens extra met iets lekkers.
  - Een fuif met een goede naam (letterlijk en figuurlijk), verzorgde affiches en promoborden en zonder buurtoverlast is een heel belangrijke stap naar een goed imago.
  - Vermijd dat je KLJ-lokaal eerder op een vuilnisbelt lijkt!
  - Let erop dat je leden de man op de straat, tijdens een dorpspel bijvoorbeeld, altijd beleefd en vriendelijk aanspreken.

**Hoe beter je bekendheid en je imago, hoe groter je werfkracht!**

## 1.2 Contacten

Het hebben en onderhouden van goede contacten met een aantal 'partners' uit je verre of dichte omgeving is belangrijk om leden te werven en te houden.

Welke zijn nu de belangrijkste partners van een KLJ-afdeling?

- **De leden**

Het klinkt misschien raar om je leden als partners te zien, maar zij zijn één van de belangrijkste kanalen om aan ledenwerving te doen. Het onderhouden van goede contacten met je leden, het binden van je leden aan je afdeling, is dus van levensbelang. Dikwijls komen nieuwe leden uit de kennissenkring van je huidige leden. KLJ'ers die zich goed en thuis voelen in een afdeling vertellen immers honderduit over KLJ en dat motiveert jongeren uit hun omgeving om ook lid te worden. Zo komen schoolkameraden, vrienden uit het jeugdhuis, en zelfs neefjes en nichtjes uit het ander dorp aanwaaien bij KLJ.

Bij een wervingscampagne kan je hierop inspelen door bijvoorbeeld een open activiteit te organiseren waarvoor je uitnodigingskaartjes meegeeft aan je leden om uit te delen. Zo ondersteun je de mondelinge reclame die de leden maken.

- **Ouders**

Ook goede contacten met de ouders van je leden speelt een belangrijke rol. Dit geldt vooral bij de jongere leden, maar ook bij de oudere leden blijven ouders het belangrijk vinden dat hun kinderen in een goede en veilige omgeving vertoeven.

Ouders beslissen of hun kinderen naar jullie KLJ komen of niet. Wees er maar zeker van dat burens, vrienden of familie hun kinderen niet naar de KLJ sturen als ze te horen krijgen van de ouders dat het bestuur/de leidingploeg een onverantwoordelijk bende is.

Jouw contact met de ouders loopt echter in de eerste plaats via het kind, je overtuigt hen dus grotendeels door je werking. Wat de zesjarige Milan thuis vertelt, is het eerste en het meest voorkomende signaal dat de ouders krijgen. Zijn het toffe activiteiten, gepaste activiteiten, originele activiteiten? Werden de kinderen goed opgevangen, heeft de leid(st)er genoeg aandacht voor het kind?

Er zijn nog tal van andere **onrechtstreekse contacten**: Hoe origineel en verzorgd is het afdelingskrantje? Was de uitnodiging creatief én op tijd? Was de activiteit op tijd gedaan? Ook hier vind je weer een belangrijke mogelijkheid om het vertrouwen van de ouders te winnen (of te verliezen).

Zoals reeds hierboven vermeld, KLJ-leid(st)er ben je altijd en overal: op straat op weg naar de winkel of het lokaal, op een fuif, op school/op het werk, enz. Nog voor je de mensen ontmoet, hebben ze al heel wat van jou gezien!

Naast het onrechtstreekse contact met de ouders, is het werken aan een goed **rechtstreeks contact** met de ouders even belangrijk of misschien zelfs nog belangrijker. Dit is echter, zeker voor jonge bestuursleden/leiding, niet altijd even gemakkelijk: babbeltjes voor en na de activiteit, huisbezoeken, brieven aan ouders, een oudercontact organiseren, een bonte avond, een praatje op de eetdag, een toevallige ontmoeting in de winkel of het dorpscafé, enz.

Dit kunnen hele fijne, losse babbels zijn, waarin ouders vaak hun appreciatie naar jullie vrijwillig engagement tonen. Het gebeurt echter ook dat ouders klachten hebben of eens willen praten over de pesterijen waarmee hun kind geconfronteerd wordt.

Plots staan die ouders voor je neus met een lastige vraag of opmerking, dan is het de kunst om rustig, eerlijk en altijd beleefd te reageren. Niet altijd gemakkelijk, maar zo'n manier van communiceren met de ouders brengt je wel het verste.

Een belangrijk **aandachtspunt** ten slotte: hou gescheiden ouders allebei op de hoogte, ga er niet van uit dat de ouders elkaar wel op de hoogte brengen!

- **Parochie en de proost**

Veel groepen hebben nog een nauw en goed contact met de parochie via hun proost, ook al kampt jullie dorp met een verschralend en vergrijzend parochieleven, toch blijft die band belangrijk in functie van werving en bekendheid.

Denk maar aan de catechesewerking voor de eerste of plechtige communicanten, de parochiale kleuterschool waar je een praatje kan slaan met de juf van de derde kleuterklas, de jeugdviering van de +13-werking of een andere jeugdpastorale vereniging, het Broederlijk Delenfeest waar je de kinderanimatie mag verzorgen (mét KLJ-sjaaltje), enz.

- **Andere verenigingen, al dan niet gelinkt aan de parochie** (KVLV, Groene Kring, Landelijke Gilden, sportvereniging, het jeugdhuis, andere jeugdbewegingen, enz.)

Verder is het niet onbelangrijk ook je contacten met andere verenigingen te onderhouden. Zo vergroot je je kennissenkring en door op een positieve manier samen te werken kan je ook het imago van je afdeling verbeteren. Het komt ook regelmatig voor dat de volwassenenbewegingen een goed woordje doen voor je afdeling of een handje toesteken.

- **Gemeente**

De gemeente zorgt er mee voor de je groep kan blijven draaien, voornamelijk door subsidies. Goede contacten zijn dus belangrijk. Zij bepalen ook mee het beeld van je groep en dus of je makkelijk nieuwe leden aantrekt of werft. Goed contact met de gemeente begint met het actief aanwezig zijn op de jeugdraad. Daar je stem laten horen, toont dat je begaan bent met het welzijn van je afdeling.

- **KLJ-structuur** (gewest – provincie – nationaal)

Groepen die zich daarin engageren door naar gewestactiviteiten te gaan of de activiteiten mee te organiseren, naar kadervorming te gaan, mee te doen of te supporteren op sportfeesten, te helpen én te feesten op de provinciale fuif, enz. weten sneller waar en bij wie ze terecht kunnen voor vragen of bij problemen. Ze bepalen op die manier mee hun naam en bekendheid bij de naburige afdelingen (en verder) en ze leggen ook zelf heel wat leerrijke en nuttige contacten met andere afdelingen en vrijwilligers/beroepskrachten binnen KLJ.

***Hoe meer én beter je contacten, hoe groter je werfkracht!***



## 2 Acht stappen naar een ledenwerving die werft

Welke actie je zal ondernemen, wanneer, waar, voor wie... wordt bepaald door de jouw antwoorden op onderstaande vragen. Wanneer je de volgende acht stappen doorlopen hebt, kun je starten met een weloverwogen ledenwervingsactie, op die manier vergroot je de kans dat je actie een succes wordt.

### 2.1 Welke doelgroep wil je bereiken?

Stel jezelf hiervoor 2 vragen:

- Moeten we extra werk maken van onze bekendheid en ons imago? Bij wie vooral? Een ledenwervingsactie is niet altijd uitsluitend toegespitst op kinderen en jongeren (onze potentiële leden), maar deze kan evengoed gericht zijn op alle dorpsbewoners of de ouders van de kinderen en jongeren. Vooral van jonge kinderen bepalen vaak de ouders of de leden al dan niet lid worden.
- Bij welke leeftijdsgroepen moeten we werven? Maak hiervoor een analyse van je ledenbestand. Welke leeftijdsgroepen zijn fors gedaald of heel zwak vertegenwoordigd? Het is belangrijk om niet enkel naar een leeftijdsgroep in zijn geheel te zien, maar ook naar bepaalde leeftijden binnen een groep die sterk onder vertegenwoordigd zijn. Dit kan later problemen geven bij het vormen van de bestuursploeg/leiding.

Voor een analyse van het ledenbestand van je afdeling stel je jezelf volgende vragen:

- Hoeveel leden telt onze afdeling momenteel? Dit aantal is ten opzichte van vorig jaar gedaald/gestegen en met hoeveel leden?
- Wat is de verhouding jongens/meisjes?
- Hoeveel verschillende gezinnen bereiken we met onze werking?
- Zitten onze leden verspreid over het hele dorp of beperkt dit zich tot een deel van het dorp?
- Als we het ledenaantal uitsplitsen over de verschillende leeftijdsgroepen. Welke groep vormt dan de grootste/kleinste groep? Zijn er bepaalde leeftijdsgroepen in vergelijking met vorige jaren flink gedaald?
- Van welke leeftijd hebben we heel weinig tot geen leden?
- ...

Na het overlopen van bovenstaande vragen, formuleer je zo concreet mogelijk je doelgroep (bv. de jongeren tussen de 16 en 20 jaar die wonen in de regio X). Bij het bepalen van je actie (zie 2.4 en 2.5) is het noodzakelijk om jezelf de vraag te stellen of de actie afgestemd is op de omschreven doelgroep.

### 2.2 Wat is je doelstelling?

Hoeveel nieuwe leden wil je met de actie bereiken? Durf straffe doelstellingen te formuleren. Maak daarnaast je doelstelling zo concreet mogelijk, zodat je die achteraf gemakkelijk kan evalueren en nagaan of de doelstelling bereikt is.

Zoals hierboven beschreven kan een actie ook eerder gericht zijn op de algemene naambekendheid van je KLJ of het werken aan een positief imago. Zo'n actie zorgt op langere termijn wel voor meer leden, maar het moeilijker om bij zo'n actie concrete doelstellingen te formuleren. Vaak zijn de resultaten pas jaren later zichtbaar zijn.

### 2.3 Hoeveel energie wil je investeren in je wervingsactie?

Denk groot, wild en vernieuwend, maar neem niet te veel hooi op je vork. Wervingsacties die net iets té groot opgezet zijn en er daarom maar half staan, kunnen soms meer schade aanbrengen dan dat ze je ledenwinst opleveren. Hou er rekening mee dat je

gewone KLJ-werking ook veel energie vraagt en ga dus goed na hoeveel energie en tijd het bestuur/de leiding van de afdeling nog extra heeft om een actie op poten te zetten. Als je beslist om iets groots op te zetten (wat wij alleen maar kunnen toejuichen), maak er dan een absolute prioriteit van en besef dat er andere zaken zullen moeten wijken of wachten.

## 2.4 Is je promomateriaal meer dan papier?

Welke middelen wil je gebruiken? Met enkel papier spreek je zelden of nooit kinderen en jongeren aan. Zelf ouders zullen sneller geprikkeld zijn door 'net dat ietsje meer'. Een zevenjarige die je ontmoet op de muziekschool, de sportclub, het speelplein of de intrede van Sinterklaas stuur je niet naar huis met een foldertje met uitleg over je KLJ-afdeling. Na je voorbeeldspel stop je hem/haar bijvoorbeeld een KLJ-ballon in de hand, gevuld met helium. Aan het touwtje kan dan wel een folder hangen met info over je KLJ-afdeling, zodat de ouders ook nog wat achtergrondinformatie kunnen lezen.

- **Uitnodigingen**

Een uitnodiging voor een activiteit is meestal het visitekaartje van je afdeling. Een verzorgde, originele en leuk-ogende uitnodiging zegt reeds veel over de leiding en de activiteit die op stapel staat. Zorg er ook voor dat alle gegevens er duidelijk op staan en dat de uitnodiging tijdig bij de leden geraakt.

- **Folder of brochure**

Een KLJ-afdeling heeft nood aan een geschreven voorstelling. Dit kan via een beknopte folder of een uitgebreide brochure. Maak ze wel zo dat deze door de mensen gelezen en bewaard wordt. Belangrijk hierbij is dat je een goede voorpagina hebt, sprekende foto's en een overzichtelijke tekst die verstaanbaar, kort en concreet is en die op een positieve luchtige manier wordt gepresenteerd.

Algemene voorstellingsfolders van KLJ kun je bestellen via het nationaal KLJ-secretariaat (meer info: [www.klj.be](http://www.klj.be)).

- **Affiche**

Affiches kunnen een evenement aankondigen met een specifieke plaats en datum erbij, maar kunnen evengoed een ondersteunende rol spelen in je globale imagocampagne. Het is belangrijk dat de affiche opvalt door middel van een opvallende foto of een vlotte slogan of contrastrijke kleuren. Zorg er ook voor dat ze op de goede plaatsen te vinden zijn.

Waar kun je ze kwijt?

- Scholen
- Sportcentra
- Jeugdhuizen/-cafés
- Aanplakborden
- Winkels
- Kerk
- Wachtzalen van artsen, kappers, banken, ...
- Cultuurcentra
- In lokalen andere jeugdwerkorganisaties (jeugdpastoraal, speelpleinwerking,)
- Digitaal op websites van andere verenigingen en jeugddiensten
- In de media (krant)
- Op festiviteiten in het dorp
- ...

Ook KLJ biedt ledenwervingsaffiches aan, je kan ze bestellen via het nationaal KLJ-secretariaat (meer info: [www.klj.be](http://www.klj.be)).

- **Informatiestand**

Een infostand moet overzichtelijk en begrijpelijk zijn en er professioneel en jeugdig uitzien. Een goede infostand werkt met enkele in het oog springende titels, grote en duidelijke foto's en een beperkt aantal kleine stukjes tekst in een voldoende groot lettertype. Om de aandacht naar je infostand te trekken, kan je wat animatie voorzien,



bijvoorbeeld een spelletje waarbij de deelnemers een aandenken (sticker, ballon, ...) ontvangen.

- **Kranten en tijdschriften**  
Probeer per jaar enkele gelegenheden te vinden om in de pers te komen. Lokale media hebben behoefte aan lokaal nieuws, zolang het maar niet saai is. Voorzie daarom concrete items.
- **Gemeentelijk informatieblad**  
Dit is een medium dat gratis in alle bussen komt en doorgaans uitblinkt door de saaiheid van de artikels. Voor KLJ is het een niet-onbelangrijk informatieblad. Je kan er een advertentie in plaatsen of een artikel over je KLJ. Zorg er echter wel voor dat de artikels beknopt, leesbaar en concreet worden gehouden (dit geldt in grote mate ook voor de artikels voor het parochieblad: Kerk en Leven).
- **Afdelingstijdschrift**  
Een afdelingstijdschrift vergt vrij veel tijd en engagement voor de redactieploeg. Toch is het tweemaandelijks verschijnen voor de meeste afdelingen een haalbaar minimum. Zorg er wel voor dat het vormelijk en inhoudelijk aansluit bij het imago dat je als afdeling nastreeft.
- **Televisie en radio**  
Belangrijk hierbij is dat je je boodschap concreet en levendig overbrengt waarbij je ook zorgt voor een goede radiostem en/of een 'goed' gezicht.
- **Nog enkele andere ideetjes**  
Videomontage, grote panelen langs de kant van de weg (wel altijd aanvragen), diamontage, mondelinge reclame, opendeurdag, geluidswagen, sandwichman en – borden, stickers, ...

## 2.5 Welke activiteiten zal je in het kader van de actie opzetten?

Hieronder worden beknopt een aantal activiteiten, die je kan opzetten in het kader van je ledenwerving, aangehaald. Voor concrete voorbeelden van acties: zie punt 3 'Ledenwerving per leeftijdsgroep'.

- **Startactiviteit**  
Dit is de meest bekende soort. De nieuwe en de oude leden worden uitgenodigd op een startactiviteit waar ze mekaar wat beter leren kennen en waar ze ook wat nader kennis kunnen maken met KLJ. Zorg dat je startactiviteit is opgebouwd rond een sprekend thema aangepast aan je leeftijdsgroep. Je kan hiervoor het jaarthema gebruiken en de jaarthema-activiteiten.

Enkele aandachtspunten:

- Halen we iedereen op aan huis of komt men naar het lokaal?
- Houdt er zich iemand bezig met de vragen van de ouders die hun kinderen brengen?
- De opvang van de deelnemers in afwachting tot iedereen er is
- Kennismaking tussen de deelnemers onderling bevorderen
- Voorstelling van de leiding, de werking van KLJ en van de leeftijdsgroep
- Afspraken die er binnen KLJ-gelden
- Eventueel inspraak in het activiteitenprogramma van het komende jaar of voorstelling van een paar bijzonderheden uit dat jaarprogramma
- Voorstelling van het jaarthema
- Allerlei spelen en opdrachtjes
- Geen dooptoestanden, dit kan nieuwe leden afschrikken
- Een welkomstdrankje/snoep/gebakje, ...
- Afsluiting van de activiteit en afspraak voor de volgende activiteit(en)
- Ledenadministratie
- ...



- **Langsgaan in de scholen**

De school is dé plek om alle kinderen en jongeren te bereiken. Je kan KLJ voorstellen in de scholen door een spelletje, een korte uitleg, een diareportage, een sketch, animatie tijdens de speeltijd..., maar vraag **altijd eerst toestemming aan de directie!**

Hou er rekening mee dat **niet alle leerlingen in de school, ook in je wijk/dorp wonen**. Zeker bij secundaire scholen gaat dit verre van op. Misschien kun je de handen in elkaar slaan met andere KLJ-afdelingen uit de buurt en kun je bovendien een grotere, meer opvallende actie opzetten (bv. een festivalletje in een secundaire school).

Het kan voorvallen, jammer genoeg, dat je **als KLJ-afdeling de toestemming niet krijgt om in de school/klas een actie op touw te zetten**, dit om heel uiteenlopende redenen. Geef het echter niet te snel op! Sta open voor de argumenten van de directie, maar vraag ook dat zij jouw argumenten begrijpen. Probeer samen naar een alternatief of oplossing te zoeken.

Lukt het dit jaar niet, vraag het dan volgend jaar opnieuw. Blijf echter altijd vriendelijk en beleefd.

Enkele belangrijke tips:

- **Gebruik je contacten** (parochiepriester) of probeer contact te leggen met enkele leerkrachten, zij kunnen misschien een inrijpoort zijn.  
Wanneer de directie een actie in de school blijft weigeren, kan je altijd kiezen – mits toestemming- voor een schoolpoortactie, met zo'n actie bereik je niet alleen de kinderen en jongeren, maar ook de ouders.
- Vaak zal de directie argumenteren dat, wanneer ze één jeugdbeweging toelaat, ze dan ook ruimte moet maken voor KSJ, Chiro, Scouts en Gidsen Vlaanderen, het FOS, maar ook sportclubs, enz. Scholen hebben geen zin om een heel jaar lang opendeurdag te houden. Het kan een goede optie zijn om **samen te werken met andere jeugdbewegingen** die ook graag op die school zouden willen werven. Je kan een grootse actie uitwerken met een kerngroepje van de verschillende jeugdbewegingen, op die manier werf je misschien leden voor de Chiro, maar ook het omgekeerde is waar. Uiteindelijk beslissen de kinderen/jongeren (en hun ouders) dan nog zelf, op basis van de leuke folder, uitnodiging, enz. die ze meekregen naar welke jeugdbeweging hun voorkeur gaat.
- Wanneer je geen actie mag doen tijdens de speeltijd of in de klas, kun je vragen of het mogelijk is om **een actie te doen in de refter (quiz per tafel), of een actie (filmpje, brochures) tijdens het oudercontact**. Ook **een actie voor de leerkrachten** kan een goed alternatief zijn: je kan KLJ aan hen voorstellen door een filmpje en vragen of **zij een gadget in hun klas willen uitdelen voor alle leerlingen**. Vraag hen ook of ze even tijd willen maken om in de klas de KLJ-werking kort toe te lichten.
- Het **meeste indruk zal je natuurlijk nalaten als je én de ouders, én de leerkrachten én de kinderen bereikt met je actie**. Zo weten de ouders waarover hun kinderen het hebben, als ze enthousiast thuis komen van school en kan de leerkracht bijkomende vragen beantwoorden.
- Ten slotte kan je ook aanbieden om **tijdens het schoolfeest/Sinterklaasfeest** met een activiteit de kinderen te animeren of je kan deelnemen aan de grote playbackshow, enz.

- **Huisbezoek**

Wil je echt een intensieve werving voeren, ga dan na je klas-/schoolbezoek ook nog eens op huisbezoek. Je kan er nog eens hetzelfde foldertje afgeven of –nog beter– een andere folder, als vervolg op de vorige folder. Weer er maar zeker van dat de kinderen je nog zullen herkennen.

Enkele belangrijke tips:

- Het voordeel van een huisbezoek is dat de ouders meteen hun vragen aan jou kunnen stellen, maak hier dan ook tijd voor.

- Aanbellen en de folder persoonlijk afgeven kost iets meer tijd dan gewoon in de brievenbus deponeren, maar je bent er wel zeker van dat de folder minstens eenmaal bekeken werd.
  - Neem gerust ook wat kampfoto's, uitnodigingen, foto's van activiteiten, een foto van het lokaal...mee op huisbezoek. Je zal merken dat zowel de ouders als de kinderen er geïnteresseerd zullen zijn.
  - Het afleggen van huisbezoeken is leuker wanneer je met twee of drie kan gaan.
- **Langsgaan in jeugdhuisen, jeugdcafés, sportclubs, enz.**  
Hier geldt opnieuw de regel: vraag steeds toestemming aan de verantwoordelijken. In een jeugdhuis of jeugdcafé kan je werken met leuke flyers of een korte, sprekende fotoreportage. In een sportclub kan je, net zoals op school, een aantal leuke spelletjes spelen. Voor oudere leeftijdsgroepen kan je ook hier werken met een flyer en een fotoreportage.
  - **Animatieavond**  
Je zou een ontspanningsavond kunnen verzorgen in het jeugdhuis, of deelnemen aan een vrijpodium of karaoke (mét sjaltje). Ook een ouderavond kan in het kader van je ledenwerving veel betekenen.
  - **Een open activiteit**  
Het gebeurt nogal eens dat een bepaalde activiteit aangekondigd wordt in het ganse dorp en dat iedereen eraan kan deelnemen. Bijvoorbeeld een sportief tornooi, een uitstap naar een pretpark (waarbij voor één keer ook niet-leden aan een verminderde prijs meekunnen), een quizavond, een zoektocht, ...
  - **Een informatieavond**  
Sommige afdelingen probeerden reeds een infoavond in te richten voor jongeren en ouders die KLJ beter willen leren kennen. De ervaring leert dat een dergelijke avond best gecombineerd wordt met iets interessants voor de eigen leden en hun ouders, bijvoorbeeld een diavoorstelling over het voorbije kamp. Leden en hun ouders kunnen dan geïnteresseerden meebrengen.
  - **Een opendeurdag houden**  
De hele dag het lokaal openstellen voor de verschillende leeftijden.  
's Morgens kun je beginnen met een lekker ontbijt en voor de -9 en -12 kun je bijvoorbeeld een verrassing voorzien. In de namiddag organiseer je een vrij podium, met terrasjes, een alcoholvrije cocktailbar, wat muziek op de achtergrond... (dit spreekt meer -16 en +16 aan).  
In de vooravond kun je barbecueën of een frietenbak houden en 's avonds sluit een kampvuurtje het geheel af. Zo bereik je alle leeftijden op één dag.  
De eigen leden krijgen kaartjes om uit te delen in hun klas en vriendenkring en als hun kameraden zo'n kaartje die dag meebrengen, krijgen ze per kaartje een gratis cocktail of een hapje.

## 2.6 Weet je hoe je de contacten zal uitbouwen na een eerste kennismaking/activiteit?

Wanneer die babbel aan de schoolpoort, het bezoekje aan huis, het jeugdhuis, enz. het kind/de jongere (en de ouders) ervan overtuigen om jouw afdeling een kans te geven, dan ben je al heel ver. Toch zijn de contacten na de eerste activiteit/de eerste kennismaking misschien nog belangrijker.

Zorg op de eerste activiteit/tijdens de eerste kennismaking voor iets waardoor ze hun naam (en adres/e-mail/gsm-nr.) moeten achterlaten.

Enkele ideetjes:

- -9: een ballonwedstrijd organiseren, waarbij alle kinderen hun gegevens op het strookje aan de ballon moeten schrijven en op een strookje dat in een ton verdwijnt. Op die manier heb je alle gegevens van de aanwezigen en uit de ton kan je een naam trekken die een extra prijs krijgt.

- –12: een tekenwedstrijd, waarbij alle aanwezige kinderen hun gegevens aan de achterkant van de tekening moeten schrijven.
- – 16: bij het betreden van het terrein waar de startactiviteit plaatsvindt, moeten alle aanwezigen zich inschrijven bij twee bekende rocksterren/filmsterren/.... Wanneer ze zich ingeschreven hebben, krijgen ze een ‘festivalbandje’ met de naam van de KLJ erop.
- + 16: de actie hierboven beschreven voor –16 kan ook gebruikt worden bij de +16. Daarnaast kan het ook leuk zijn als ze, bij aankomst, hun naam en gsm-nr. zelf met spuitbussen mogen schrijven op een groot plakkaat.

Zorg voor een goede uitnodiging voor de volgende weken, bel eens (mail, sms bij oudere leden) of ga even kort langs.

## 2.7 Zul je je actie herhalen of werk je zelfs met verschillende acties?

Wanneer mensen een boodschap een aantal keer zien of horen, blijft die veel beter hangen. Zo is het ook met je ledenwervingsactie: herhaal je actie kort nadien en/of een paar maand later.

Altijd exact hetzelfde doen, valt uiteindelijk ook niet meer op. Als je met verschillende acties dezelfde doelgroep probeert te bereiken op verschillende momenten in het jaar, verhogen je kansen dat men je gezien heeft aanzienlijk.

## 2.8 Al aan een actieplan gedacht?

Een actieplan voor je ledenwervingsactie bundelt eenvoudigweg al je antwoorden op bovenstaande stappen. Het is een leidraad voor het uitvoeren van je ledenwervingsactie en het vermijdt dat je stappen vergeet. Een actieplan zorgt er dus mede voor dat je ledenwervingsactie een geslaagde actie wordt.

Inhoud van je actieplan:

- Een concrete omschrijving van de doelgroep waarop je actie is gericht
- Een duidelijke omschreven doelstelling
- Welk promomateriaal wil je gebruiken
- Welke activiteiten wil je opzetten (herhaling?, verschillende activiteiten?)
- Tijdschema: wat gebeurt wanneer
- Taakverdeling: wie dat wat, wie neemt contact op met wie
- Hoe zal je de contacten uitbouwen na een eerste kennismaking/ activiteit
- ...

Het is belangrijk dat dit actieplan is opgesteld samen met het hele bestuur/de leidingsploeg. Indien het bestuur/de leidingsploeg hiervoor te groot is, kan je er ook voor kiezen om de ledenwervingsactie door een kleinere werkgroep te laten uitwerken. Dan is het wel noodzakelijk dat de rest van het bestuur/de leidingsploeg het uitgewerkte actieplan goed doorneemt, zodat iedereen op de hoogte is van de actie en zich erachter kan scharen.

### 3 Ledenwerving per leeftijdsgroep

In dit hoofdstuk geven we een aantal richtlijnen, methodieken en tips voor het werven in de verschillende leeftijdsgroepen. Voor concrete voorbeelden van ledenwervingsmateriaal en ledenwervingsacties kun je terecht op de website [www.klj.be](http://www.klj.be).

#### 3.1 Ledenwerving –9

- **Waar vind ik adressen van –9 KLJ'ers in spe?**

Wanneer je met je afdeling aan ledenwerving bij -9 begint, stap je best eens naar **de pastoor** of de plaatselijke **lagere school** om de adressen op te vragen van alle 6 tot 9jarigen in je dorp.

Ga zeker ook eens langs bij de **kleuterschool**, zij kunnen jullie de adressen bezorgen van de kinderen van het derde kleuterklasje die zes jaar geworden zijn en/of het volgend schooljaar naar het eerste leerjaar gaan. Let wel, enkel kinderen vanaf 6 jaar (of die 6 jaar worden tussen september en eind december van het werkjaar dat ze lid worden) kunnen lid worden van KLJ.

Je kan eventueel ook op het **gemeentehuis** naar een lijst vragen, maar het is niet zeker dat je die ook krijgt wegens de wet op de privacy.

- **Promo-/wervingsmateriaal voor –9**

Als je –9'ers wil werven moet je rekening houden met **twee partijen: het kind en de ouders**. Toch zullen het hier, bij zo'n jonge kinderen, in de eerste plaats de ouders zijn die beslissen of hun kind al dan niet lid wordt van jullie afdeling. Een kind van 6 jaar kan zich moeilijk een beeld vormen van wat een jeugdbeweging is, maar het kan wel aangesproken worden door een leuke tekening, een knotsgek spel, enz. Het komt er dus op aan om op de een of andere manier de aandacht trekken van het jonge kind, maar het zal toch vooral een kwestie zijn van het overtuigen van de bezorgde en liefhebbende ouders om hun kind aan jullie toe te vertrouwen.

De –9'er, enkele belangrijke kenmerken..

- Ze schrijven en lezen nog niet zo vlot.
- Ze kunnen nog niet goed verbanden leggen.
- Ze zijn heel nieuwsgierig en leergierig.
- Ze kunnen soms nog niet goed verwoorden wat ze denken.
- Ze hebben pakken fantasie. Ze houden van sprookjes en fabeltjes, maar weten eigenlijk wel dat deze niet allemaal echt zijn. Toch geloven ze er graag in. Fantasie is voor hen een 'spelletje'.
- Ze hebben nood aan eenvoudige spelletjes zonder al te veel (ingewikkelde) regeltjes.

Een folder voor –9...

Je kan een folder voor –9'ers aanmaken, hou wel rekening met volgende aandachtspunten:

- Maak de folder zo aantrekkelijk mogelijk voor –9. Pas dus je schrijfstijl en taalgebruik aan, gebruik eenvoudige, korte zinnen en vermijd veel tekst.
- Zorg vooral voor leuke, speelse afbeeldingen en foto's en gebruik indien mogelijk een aantal kleurtjes.

- Het is leuk om een folder uit te werken in het thema van de startactiviteit of de eerstvolgende activiteit, zorg er dan ook voor dat er duidelijk op de folder aangegeven is waar en wanneer de activiteit doorgaat.
- Een leuk gadget die je aan je foldertje hangt is altijd mooi meegenomen. Het trekt extra de aandacht.

### ➤ Ledenwervingsacties voor –9, enkele tips

#### ○ **Schoolpoortactie**

Het is jammer als je niet verder geraakt dan de schoolpoort, maar sommige scholen staan hier nu eenmaal niet voor open. Een oplossing dan kan zijn, om een schoolpoortactie te organiseren, hiermee bereik je de kinderen van de school én de ouders: twee vliegen in één klap dus! Let wel, ook hiervoor moet je de toestemming van de directie krijgen, maar dat zal waarschijnlijk gemakkelijker toegelaten worden. Bovendien bestaat er de kans dat je door enkele leuke, originele schoolpoortacties de directie kan overtuigen om jullie de volgende keer toch binnen de schoolmuren te laten werven.

Stel je verkleed op aan de schoolpoort (eventueel in het thema van je startactiviteit) en verras de kinderen met een act. Gebruik je act en de figuur om ook contact te leggen met de ouders, maak het interactief.

Je kan bijvoorbeeld een leuk uitzierend ruimtewezen zijn dat op zoek is naar kinderen die iets bijzonders goed kunnen en die dat dan in de KLJ willen leren aan de andere ruimtekinderen. Voorzie een aantal ballen, pen en papier, enz. zodat de kinderen meteen al hun 'kunsten' kunnen tonen, ook de ouders kan je hierin betrekken.

#### ○ **Speelplaatsactie**

Indien de directie van de plaatselijke school wat jeugdbewegingsgezind is, kan het geen probleem zijn om **een activiteit te verzorgen** tijdens het speelkwartier. Zorg ervoor dat je een leuke, dynamische indruk nalaat bij de kinderen.

De ruimtewezens, uit het vorige voorbeeld, kunnen op de speelplaats een aantal korte spelletjes organiseren. Het is belangrijk dat deze spelletjes kort en niet te moeilijk zijn, je hebt weinig tijd om veel kinderen iets uit te leggen en aan het spelen te krijgen. Ga er niet van uit dat iedereen weet over welk spel je het hebt. Je hoeft ook niet iedereen te verplichten om mee te spelen. Zorg dat kinderen de tijd krijgen om te 'ontdooien' en eventueel kunnen invallen wanneer ze zich op hun gemak voelen en merken dat het leuk is. Dat is veel sterker dan ze dadelijk te verplichten en negatief te laten starten.

Je kan ook kiezen voor **vrij spel** door wat uitdagend spel- en sportmateriaal mee te brengen. Hou wel de veiligheid in het oog en help de kinderen met het spel of doe het even voor, zo leg je meteen de eerste contacten. Een voorbeeld: verkleed je als clown en leer de kinderen jongleren.

#### ○ **Klasbezoek**

Een bezoek aan de klas heeft als voordeel dat het minder chaotisch verloopt. Wanneer je de toestemming krijgt om een actie in een klas te doen, kun je ook beter vertellen (op een ludieke, speelse manier) waar KLJ nu echt voor staat. Verveel de kinderen niet met een uitgebreid exposé, maar toon hen bijvoorbeeld een leuk filmpje of maak een kleine, sprekende fotostand. Je kan hen ook een aantal liedjes aanleren die jullie vaak bij de KLJ zingen. Je kan hen ook een puzzelopdracht geven, waarop ze dan uiteraard hun gegevens moeten schrijven. Op de eerstvolgende activiteit wordt dan een prijs voor de winnaar uitgereikt.

Zowel bij een schoolpoortactie als een school- of klasbezoek is het belangrijk om de kinderen iets mee te geven (folder met gadget) voor henzelf en hun ouders, met een leuke uitnodiging voor de eerstvolgende activiteit. Daarnaast wordt je actie dubbel zo sterk wanneer je erin slaagt de kinderen 's morgens de ontmoeten voor schooltijd en ze 's avonds weer uit te wuiven en uit te nodigen.

Opgepast: Denk eraan dat jouw afdeling niet de enige is die de klassen of de scholen bezoekt. Ook de plaatselijke Chiro-afdeling is waarschijnlijk op hetzelfde



idee gekomen. Zorg er dus voor dat de kinderen jullie voorstelling in de klas en jullie foldertje het aantrekkelijkst vinden. Als iemand uit een bepaalde klas al KLJ lid is, laat hem dan tijdens je klasbezoekje honderduit vertellen over KLJ.

Zeg nu zelf, wat is er betere reclame dan een enthousiast lid.

- **Andere: een actie in de sportclub, teken- of muziekacademie, enz.**

- **De ouders**

Stel je even in de plaats van een –9-ouder. Ook jij zult je kind niet aan de eerste de beste jeugdbeweging toevertrouwen. Ouders zenden hun kinderen pas, als ze vertrouwen hebben in de leiding. Dat vertrouwen moet je dus proberen te winnen. In de communicatie naar de ouders toe moet je dus informatie verstrekken die dat vertrouwen aanwakkert.

Een folder voor de ouders van –9...

- Heb je in je afdeling een volwassen of pastoraal begeleider? Zijn er volwassenen die af en toe een handje toesteken (kookouders, oudergroep...)? Vermeld dit dan zeker in je communicatie. De betrokkenheid van volwassenen bij je afdelingswerking wekt immers vertrouwen
- Een getuigenis van een tevreden ouder kan wonderen doen
- Wanneer je leidingsploeg kadervorming volgde kan je dit ook vermelden. Ouders hechten er belang aan dat hun kinderen begeleid worden door leiding die een opleiding volgde om jeugdbeweging te maken
- Vermeld ook zeker het tijdstip, de datum en de plaats waar jullie activiteiten doorgaans plaatsvinden
- Hoeveel kost een jaar KLJ-lid zijn? Wat krijgen de kinderen daarvoor terug?
- Adressen van bestuursleden waar ouders terecht kunnen met hun vragen over KLJ

Is het nodig een aparte folder te maken voor de ouders?

Nee, helemaal niet. Maak gerust een foldertje aan waar een deel voor de –9'ers en een deel voor de ouders voorzien is. Ouders kunnen ook overtuigd worden door wat je voor –9 schrijft.

### 3.2 Ledenwerving –12

- **Waar vind ik adressen van –12 KLJ'ers in spe?**

Wanneer je met je afdeling aan ledenwerving bij -12 begint, stap je best eens naar de **pastoor** of de plaatselijke **lagere school** om de adressen op te vragen van alle 6/9 tot 12-jarigen in je dorp.

Je kan eventueel ook op het **gemeentehuis** naar een lijst vragen, maar het is niet zeker dat je die ook krijgt wegens de wet op de privacy.

- **Promo-/wervingsmateriaal voor -12**

Als je –12'ers wil werven moet je eveneens rekening houden met **twee partijen: het kind en de ouders. Meer dan bij een –9'er zal nu ook de stem van de –12'er doorslaggevend zijn** voor het al dan niet lid worden van jullie afdeling. De beslissing ligt uiteindelijk nog bij de ouders, maar het is belangrijk dat de -12'er zelf ook echt zin krijgt om naar KLJ te komen. Een tien- of elfjarige kan zijn twijfelende ouders vast wel over de schreef halen als ze horen en zien hoe graag hun kind naar KLJ zou gaan! Het blijft natuurlijk belangrijk om de ouders ervan te overtuigen dat ze hun kinderen met een gerust hart aan jullie mogen toevertrouwen

De –12'er, enkele belangrijke kenmerken...

- Voelt zich goed in zijn vel
- Lichamelijke veranderingen komen bij sommigen op gang
- Veel energie, avontuurlijk, vermoeibaar, echte, hevige kinderen
- Vrolijk en onbezorgd
- Spelen graag in grote groep
- Trekken graag de aandacht op zichzelf, wil populair zijn, leidertypes komen boven
- Kliekjesvorming
- Meer beïnvloeding door vriendjes en groep
- Beseffen dat gestelde regels, waarden en normen overal anders zijn
- Hechten veel belang aan spelregels
- Enorm leergierig en nieuwsgierig
- Leggen verzamelingen aan
- Kijken op naar tv-helden

De –12'er heeft vooral interesse voor wat er te beleven valt bij KLJ en wie er nog allemaal bij is van zijn leeftijd.

Een folder voor –12 ...

- Maak de folder zo aantrekkelijk mogelijk voor –12. Pas dus je schrijfstijl en taalgebruik aan.
- Zorg voor sprekende foto's, je kan ook gebruik maken van –12-idolen voor het aantrekkelijk maken van je folder (bv. striphelden die de –12'er uitnodigen om naar jullie KLJ te komen, zangers, kinderfilm-/tekenfilmsterren, enz.).
- Net zoals bij –9 is het leuk om een folder uit te werken in het thema van de startactiviteit of de eerstvolgende activiteit, zorg er dan ook voor dat er duidelijk op de folder aangegeven is waar en wanneer de activiteit doorgaat.
- Ook een –12'er is blij verrast wanneer de folder vergezeld is van een leuk gadget, weliswaar aangepast aan de interesses van een –12'er.

- **Ledenwervingsacties voor –12, enkele tips**

Eerst en vooral willen we meegeven dat ledenwervingsacties voor –9 heel vaak ook toegepast kunnen worden voor –12, mits enige aanpassing aan de interesses van een –12'er.

- **Schoolpoortactie**  
Ook een –12'er vindt het leuk als hij/zij een gekke, vermomde KLJ-leid(st)er tegen het lijf loopt bij het verlaten van de school.  
Voor –12'ers kan je ervoor kiezen om je te verkleeden in een stoer, rappend ruimtewezen of een of andere –12-idoel. Let er opnieuw op om ook de ouders aan te spreken en te betrekken.
- **Speelplaatsactie**  
Indien de directie van de plaatselijke school wat jeugdbewegingsgezind is, kan het geen probleem zijn om **een activiteit te verzorgen** tijdens het speelkwartier. Zorg ervoor dat je een leuke, dynamische indruk nalaat bij de kinderen.  
De ruimtewezens, uit het vorige voorbeeld, kunnen op de speelplaats een aantal korte spelletjes organiseren. Het is belangrijk dat deze spelletjes kort en niet te moeilijk zijn, je hebt weinig tijd om veel kinderen iets uit te leggen en aan het spelen te krijgen. Ga er niet van uit dat iedereen weet over welk spel je het hebt. Je hoeft ook niet iedereen te verplichten om mee te spelen. Zorg dat kinderen de tijd krijgen om te 'ontdooien' en eventueel kunnen invallen wanneer ze zich op hun gemak voelen en merken dat het leuk is. Dat is veel sterker dan ze dadelijk te verplichten en negatief te laten starten.

Je kan ook kiezen voor **vrij spel** door wat uitdagend spel- en sportmateriaal mee te brengen. Hou wel de veiligheid in het oog en help de kinderen met het spel of doe het even voor, zo leg je meteen de eerste contacten. Een voorbeeld: verkleed je als clown en leer de kinderen jongleren.

- **Klasbezoek**

Kies ook hier voor een leuk filmpje of maak een kleine, sprekende fotostand. In plaats van de puzzelopdracht, kan je de –12'er een kleine quiz voorschotelen, waarop ze hun gegevens moeten schrijven. Op de eerstvolgende activiteit wordt dan een prijs voor de winnaar uitgereikt.

Zowel bij een schoolpoortactie als een school- of klasbezoek is het belangrijk om de kinderen iets mee te geven (folder met gadget) voor henzelf en hun ouders, met een leuke uitnodiging voor de eerstvolgende activiteit. Daarnaast wordt je actie dubbel zo sterk wanneer je erin slaagt de kinderen 's morgens de ontmoeten voor schooltijd en ze 's avonds weer uit te wuiven en uit te nodigen.

- **Andere: een actie in de sportclub, teken- of muziekacademie, enz.**

Deze acties kunnen gelijkaardig zijn als de acties die je in of rond de school doet.

- **De ouders**

Zoals hoger aangegeven, blijft het ook bij een –12'er belangrijk om de ouders ervan te overtuigen dat hun spruit in veilige handen is bij jullie. Ook hier is het dus belangrijk om in de communicatie naar de ouders toe, informatie te verstrekken die het vertrouwen aanwakkert.

Hou dezelfde aandachtpunten als bij een folder voor ouders –9 in het achterhoofd:

- Heb je in je afdeling een volwassen of pastoraal begeleider? Zijn er volwassenen die af en toe een handje toesteken (kookouders, oudergroep...)? Vermeld dit dan zeker in je communicatie. De betrokkenheid van volwassenen bij je afdelingswerking wekt immers vertrouwen
- Een getuigenis van een tevreden ouder kan wonderen doen
- Wanneer je leidingsploeg kadervorming volgde kan je dit ook vermelden. Ouders hechten er belang aan dat hun kinderen begeleid worden door leiding die een opleiding volgde om jeugdbeweging te maken
- Vermeld ook zeker het tijdstip, de datum en de plaats waar jullie activiteiten doorgaans plaatsvinden
- Hoeveel kost een jaar KLJ-lid zijn? Wat krijgen de kinderen daarvoor terug?
- Adressen van bestuursleden waar ouders terecht kunnen met hun vragen over KLJ

Is het nodig een aparte folder te maken voor de ouders?

Net zoals bij –9 kan je kiezen om een aparte folder te maken, maar je kan er ook voor kiezen om een deel van de folder voor de –12'er te reserveren voor de ouders. Zo krijgen de ouders de leuke, flitsende folder voor hun kind te zien en krijgen ze nog wat extra informatie die hen ervan overtuigt dat jullie KLJ een degelijke afdeling is.

### 3.3 Ledenwerving –16

- **Waar vind ik adressen van –16 KLJ'ers in spe?**

Wanneer je met je afdeling aan ledenwerving bij –16 begint, stap je best naar de **pastoor** of de **plaatselijke school** om de adressen op te vragen van alle 12- tot 16-jarigen in je dorp (een lagere school heeft vaak nog leerlingenlijsten van enkele jaren terug, deze zijn meestal nog wel bruikbaar voor je werving). Je kan eventueel ook op het **gemeentehuis** naar een lijst vragen, maar het is niet zeker dat je die ook krijgt wegens de wet op de privacy.

Een handige tip: Meestal publiceert het plaatselijke **parochieblad** de namen en adressen van de mensen die hun **plechtige communie** doen. Als je deze lijsten jaar na jaar spaart, heb je na verloop van tijd een mooi adressenbestand verzameld.

- **Promo-/wervingsmateriaal voor -16**

Ook als je –16'ers wil werven moet je rekening houden met **twee partijen**. Enerzijds de –16'er zelf, deze moet echt zin krijgen om naar KLJ te komen. Anderzijds de ouders van de –16'er, deze moeten voldoende vertrouwen stellen in jullie KLJ om hun kind aan jullie toe te vertrouwen. Een 12-jarige zal nog zeer sterk afhankelijk zijn van de beslissing van de ouders, een 16-jarige al iets minder. Dit wil echter niet zeggen dat ook bij een 16-jarige de ouders geen doorslaggevende rol kunnen spelen.

De –16'er, enkele belangrijke kenmerken...

Het hebben van vrienden en het behoren tot een bepaalde groep is heel belangrijk voor de –16'er. Binnen deze vriendengroep voelt hij zich geborgen en kan hij zijn gemakken en ongemakken van het opgroeien kwijt.

KLJ vormt een uitstekende plaats voor deze leeftijdsgroep om elkaar te ontmoeten. Het is heel belangrijk dat je je als leiding hiervan bewust bent. Dit ten eerste omdat je je activiteiten aanbod hier kan op afstemmen (ledenbinding!), ten tweede omdat je dit als belangrijke troef kan uitspelen tijdens je ledenwervingsactie. Denk er bijvoorbeeld aan dat twaalfjarigen de plaatselijke lagere school verlaten en naar het middelbaar onderwijs trekken, meestal ligt die niet meer in het eigen dorp maar in een nabijgelegen stad. Zo kunnen vriendengroepjes van de lagere school uit elkaar vallen. Als KLJ kan je daar iets aan doen! Via jullie wekelijkse of veertiendaagse activiteiten is KLJ in staat deze vrienden en vriendinnen weer bij elkaar te brengen. Gebruik dit argument dan ook op je folder, je huisbezoek en je actie.

Een folder voor –16 ...

- Maak de folder zo aantrekkelijk mogelijk voor –16. Pas dus je schrijfstijl en taalgebruik aan.
- Zorg voor sprekende foto's, je kan ook gebruik maken van –16-idolen voor het aantrekkelijk maken van je folder (bv. filmhelden die de –16'er uitnodigen om naar jullie KLJ te komen, pop- of rocksterren, bekende tv-gezichten, enz.).
  - Net zoals bij –12 is het leuk om een folder uit te werken in het thema van de startactiviteit of de eerstvolgende activiteit, zorg er dan ook voor dat er duidelijk op de folder aangegeven is waar en wanneer de activiteit doorgaat.
  - Ook een –16'er is blij verrast wanneer de folder vergezeld is van een leuk gadget, weliswaar aangepast aan de interesses van een –16'er.
  - Benadruk in de folder zeker het 'groepsgebeuren'.
  - Een greep uit het activiteiten aanbod kan zeker niet ontbreken op je folder.

- **Ledenwervingsacties voor –16, enkele tips**

- **Schoolpoortactie**

Een leuk idee voor een ledenwervingsactie bij –16 is het uitdelen van blitse krasbiljetten aan de schoolpoort. Ze krassen plaats, datum en uur van de startactiviteit plus een code waarmee ze in de prijzen kunnen vallen op de eerste activiteit of op jullie eigen KLJ-website.

- **Speelplaatsactie**

Voor een speelplaatsactie zou het mooi zijn als je erin slaagt om uit te pakken op school met een minifestivalletje, een vrij podium, een swingpaleis, enz. Je trekt zeker de aandacht wanneer je met wat podiumelementen, wat spots en een installatie de speelplaats (of feestzaal) opfleurt en er een korte, krachtige show kunt (laten) opvoeren. Lijkt dit moeilijk haalbaar, dan kan je misschien beter aansluiten bij schoolactiviteiten die al opgezet worden zoals een schoolfeest.

- **Klasbezoek**

In middelbaar hebben klassen geen vaste leerkrachten, dus dat kan het toegang krijgen tot een klas misschien bemoeilijken. Aan de andere kant kan het ook eenvoudiger zijn om een leerkracht ervan te overtuigen een deeltje van zijn les aan jullie over te laten, als je kan argumenteren dat het thuishoort in zijn vakgebied (bv. geschiedenis, godsdienst, cultuur-en gedragswetenschappen...). De **dag van de jeugdbeweging** kan ook een mooie gelegenheid zijn om in elke klas (of in de gang, refter, studiezaal...) een filmpje of fototentoonstelling aan te bieden.

Zowel bij een schoolpoortactie als een school- of klasbezoek is het belangrijk om de kinderen/jongeren iets mee te geven (folder met gadget) voor henzelf en hun ouders, met een leuke uitnodiging voor de eerstvolgende activiteit. Daarnaast wordt je actie dubbel zo sterk wanneer je erin slaagt de kinderen/jongeren 's morgens de ontmoeten voor schooltijd en ze 's avonds weer uit te wuiven en uit te nodigen.

- **Andere: een actie in de sportclub, teken- of muziekacademie, enz.**

Deze acties kunnen gelijkaardig zijn als de acties die je in of rond de school doet.

- **De ouders**

Net zoals bij –12 moeten we ook voor deze leeftijdsgroep het vertrouwen van de ouders zien te winnen. Ook hier telt dat ouders hun kinderen pas naar KLJ laten gaan als ze vertrouwen hebben in de leiding. Het is dus van enorm belang dat je dit vertrouwen van de ouders kan winnen. Zorg er steeds voor dat je informatie het vertrouwen wekt bij de ouders (ga dus op je wervingsfolder geen reclame maken voor kroegentochten en dergelijke meer).

Een folder voor de ouders van –16...

- Heb je in je afdeling een volwassen of pastoraal begeleider? Zijn er volwassenen die af en toe een handje toesteken (kookouders, oudergroep...)? Vermeld dit dan zeker in je communicatie. De betrokkenheid van volwassenen bij je afdelingswerking wekt immers vertrouwen
- Een getuigenis van een tevreden ouder kan wonderen doen
- Wanneer je leidingsploeg kadervorming volgde kan je dit ook vermelden. Ouders hechten er belang aan dat hun kinderen begeleid worden door leiding die een opleiding volgde om jeugdbeweging te maken
- Vermeld ook zeker het tijdstip, de datum en de plaats waar jullie activiteiten doorgaans plaatsvinden
- Hoeveel kost een jaar KLJ-lid zijn? Wat krijgen de kinderen daarvoor terug?

- Adressen van bestuursleden waar ouders terecht kunnen met hun vragen over KLJ.

Is het nodig een aparte folder te maken voor de ouders?

Ook –16 is dat helemaal niet nodig. Maak dus ook hier gerust een foldertje aan waar een deel voor de –16'ers en een deel voor de ouders voorzien is. Ouders zijn zeker te overtuigen door de leuke folder met een overzicht van de activiteiten die je aanmaakte voor hun zoon of dochter.

### 3.4 Ledenwerving +16

- **Waar vind ik adressen van +16 KLJ'ers in spe?**  
Wanneer je met je afdeling aan ledenwerving bij +16 begint, stap je best eens naar de **pastoor** of de **middelbare scholen** in de buurt om de adressen op te vragen van alle +16-jarigen in je dorp. Je kan eventueel ook op het **gemeentehuis** naar een lijst vragen, maar het is niet zeker dat je die ook krijgt wegens de wet op de privacy.

- **Promo-/wervingsmateriaal voor +16**

De +16'er, enkele belangrijke kenmerken...

+16'ers beslissen meestal al zelfstandig of ze al dan niet naar KLJ willen komen. Denk eraan dat je huidige groep +16'ers je belangrijkste pr-doelgroep is voor je werving. Nieuwe leden zullen vooral via de contacten van je huidige +16 naar KLJ komen. Het is dus goed een pr-actie op te zetten gericht op deze doelgroep waarbij haar motivatie aangewakkerd wordt. Dit kan o.a. door in samenspraak met hen het nieuwe jaarprogramma op te stellen. Dat programma zet je dan in een voorstellingsfolder van +16, of op een kaartje. Die laat je verspreiden aan vrienden en kennissen van je +16'ers samen met een uitnodiging voor een activiteit.

Een folder voor +16 ...

- Maak de folder zo aantrekkelijk mogelijk voor +16. Pas dus je schrijfstijl en taalgebruik aan
  - Ook in een +16-folder zijn aantrekkelijke tekeningen of foto's van je activiteiten op hun plaats
  - Een duidelijke uitnodiging voor je startmoment. Eventueel kan je foldertje uitgewerkt worden in het thema van je startactiviteit
  - Een leuk gadget die je aan je foldertje hangt is altijd mooi meegenomen. Het trekt extra aandacht
  - Een greep uit het activiteiten aanbod kan zeker op je folder
  - Een getuigenis van een aantal +16'ers kan wonderen doen.
  - Vermeld ook zeker het tijdstip, de datum en de plaats waar jullie activiteiten doorgaan plaatsvinden
  - Hoeveel kost een jaar KLJ-lid zijn? Wat krijgen de +16'ers daarvoor terug?
  - Adressen van bestuursleden waar +16'ers terecht kunnen met hun vragen over KLJ
- **Ledenwervingsacties voor +16, enkele tips**
    - **Schoolpoortactie**  
Een leuk idee voor een ledenwervingsactie bij +16 is het uitdelen van een (kortings)kaart of gratis drankbonnetjes van jullie KLJ-fuif aan de schoolpoort. Je kan ook werken met een wedstrijdformulier met een aantal vragen over jullie KLJ, waarbij de winnaar een gratis kaart voor de fuif wint.

- **Speelplaatsactie**  
Voor een speelplaatsactie zou het mooi zijn als je erin slaagt om uit te pakken op school met een minifestivalletje, een vrij podium, een swingpaleis, enz. Je trekt zeker de aandacht wanneer je met wat podiumelementen, wat spots en een installatie de speelplaats (of feestzaal) opfleurt en er een korte, krachtige show kunt (laten) opvoeren. Lijkt dit moeilijk haalbaar, dan kan je misschien beter aansluiten bij schoolactiviteiten die al opgezet worden. De +16'ers, en vooral de 18-jarigen, zullen onder de indruk zijn als je hun 100-dagen (Chrysostomos) extra in de verf zet door een live rockconcertje.
- **Klasbezoek**  
In middelbaar hebben klassen geen vaste leerkrachten, dus dat kan het toegang krijgen tot een klas misschien bemoeilijken. Aan de andere kant kan het ook eenvoudiger zijn om een leerkracht ervan te overtuigen een deeltje van zijn les aan jullie over te laten, als je kan argumenteren dat het thuishoort in zijn vakgebied (bv. geschiedenis of cultuur-en gedragswetenschappen). De dag van de jeugdbeweging kan ook een mooie gelegenheid zijn om in elke klas (of in de gang, refter, studiezaal...) een filmpje of fototentoonstelling aan te bieden.
- **Een actie in het plaatselijke jeugdhuis of jeugdcafé**  
In een jeugdhuis of jeugdcafé staan vaak een snooker, een tafelvoetbal of zijn er andere leuke spelletjes aanwezig. Je kan er op een avond of vrijdagmiddag na school een spelletjesavond/-middag organiseren. Probeer ook wat vernieuwende (volks)spelen aan te bieden en maak er een plezierige, maar spannende competitie van. De deelnemers moeten vooraf inschrijven (zo heb je meteen hun gegevens) en ze kunnen een fel gegeerde prijs winnen (bv. een gratis kaart voor jullie fuif, een Vipbehandeling op jullie fuif/eetdag, enz.).
- **Andere: een actie in de sportclub, teken- of muziekacademie, enz.**  
Deze acties kunnen gelijkaardig zijn als de acties die je in of rond de school doet.

Bij alle bovenstaande acties is het belangrijk om de jongeren iets mee te geven (infolder met gadget), met een leuke uitnodiging voor de eerstvolgende activiteit.

### 3.5 Ledenwerving +20

- **Waar vind ik adressen van +20 KLJ'ers in spe?**

Om aan ledenwerving te doen bij +20 kun je een lijst opvragen bij de gemeente of eens langsgaan bij de pastoor. Hierbij rijst meteen de vraag of het aanschrijven van alle +20'ers (tot 35) van je gemeente enig effect zal hebben. Vaak is het zo dat iemand die nooit lid is geweest van een KLJ, op zijn 25<sup>e</sup> waarschijnlijk niet meer zal beslissen om toch lid te worden.

Je hebt meer kans op slagen wanneer je selectief een aantal mensen aanspreekt, het liefst via een persoonlijk bezoekje (of een babbeltje op café).

Je kan er bijvoorbeeld voor kiezen om de gegevens op te zoeken van alle +20 **oud-leden**, tot 5 jaar terug, en die nog eens persoonlijk te contacteren. Je kan ook verder teruggaan dan 5 jaar, maar dan heb je de kans dat die personen de voeling met jullie KLJ volledig kwijt zijn en waarschijnlijk ook geen zin/tijd meer hebben om zich opnieuw aan te sluiten.

Je kan ook de **ledenlijsten van de Groene Kring of andere volwassen organisaties** opvragen. Zolang jullie niet hetzelfde aanbod voorzien, hoeven jullie elkaar niet als concurrenten te zien. Het zou wel kunnen dat ze de ledenlijsten niet willen vrijgeven omwille van de privacy.

- **Promo-/wervingsmateriaal voor +20**

De +20'er, enkele belangrijke kenmerken...

Jongeren van 20 jaar of ouder hebben vaak **heel wat om handen in hun vrije tijd**. Dit is immers de tijd waarin je veel mag (je ouders worden wat milder voor je, je bent meerderjarig) maar nog niet zoveel moet (je moet meestal nog geen huishouden of gezin onderhouden). Heel wat vrijheid dus, en die benutten +20'ers volledig. Hun vrije tijd brengen +20'ers voor een groot deel en het liefst door met vrienden, hun lief of het uitvoeren van hobby's.

**Vriendschap** is erg belangrijk voor een +20'er. Hij of zij bouwt vaak een hechte vriendengroep op. Zo'n vriendengroep van een +20'er bestaat uit mensen die elkaar waarderen en dezelfde interesses delen. Nu de middelbare school beëindigd is, kom je immers op verschillende plaatsen met mensen in contact. Deze contacten zijn vrijer. Waar je op school nog vooral vrienden hebt omdat deze nu eenmaal in jouw klas zitten, kom je eens je van school bent vooral met mensen in contact die je zelf bewust gaat opzoeken, vaak omdat je gelijklopende interesses hebt. Of je bent in ieder geval vrijer om al dan niet contacten te onderhouden.

Hun vriendengroep is vaak ook groter dan een vriendengroep van pakweg –16'ers en is hechter omdat +20'ers meer vrijheid hebben en mobieler zijn.

**Op stap gaan met vrienden** is bij de meeste +20'ers erg populair. Voor de ene is op stap gaan een nachtje shaken in een discotheek, de andere houdt het gewoon bij iets gaan drinken.

Andere dingen die men samen met vrienden doet, kan gaan van een uitstapje maken, een weekendje erop uit trekken, een concert bijwonen, samen iets (uit) eten, gaan sporten, enzovoort.

Wanneer je promotie wil maken voor je +20-werking kun je heel sterk op bovengenoemde zaken inspelen, door te benadrukken dat de +20-groep een hechte vriendengroep is die samen leuke en interessante dingen doet, zonder dat dit veel engagement en tijd vraagt.

Ten slotte zul je meer en meer te maken hebben met +20'ers die **een serieuze relatie hebben en dus ook wat tijd bij hun lief willen spenderen**. Je kan ook



hierop inspelen, door een aantal activiteiten (bv. een etentje) open te stellen voor de partners. Op die manier leren ook de partners de vrienden van hun lief kennen.

Een folder voor +20 ...

- Maak de folder zo aantrekkelijk mogelijk voor +20
- Zorg voor sprekende foto's van activiteiten die jullie doorheen het jaar gedaan hebben. Een greep uit het activiteitsaanbod kan zeker niet ontbreken op je folder.
- Steek wat humor in de folder, dat wordt altijd geapprecieerd
- Benadruk in de folder zeker het 'groepsgebeuren': het samen zijn met vrienden en samen leuke dingen doen staat centraal.
- + 20'ers zijn vaak drukbezette mensen (werk, gezin, hobby's...), geef duidelijk aan dat lidmaatschap weinig engagement vraagt en weinig verplichtingen heeft. Zoals reeds gezegd, het samen leuke dingen doen, staat centraal. Het gaat natuurlijk nog altijd om KLJ en bijgevolg wordt er/kan er bij de keuze van de activiteiten ook rekening gehouden met de speerpunten van KLJ.

- **Ledenwervingsacties voor +20, enkele tips**

- **Vertelle het voort**  
Mensen van 20 jaar en ouder worden het meest door vrienden of kennissen gestimuleerd om bij KLJ te komen. Vooral **mond-aan-mondreclame** zal belangrijk zijn om nieuwe +20'ers te werven.
- **Actief op zoek gaan**  
Je kan niet verwachten dat iedereen uit zichzelf de stap naar KLJ zal zetten. Je zal ook met het bestuur actief op zoek moeten gaan naar eventuele nieuwe leden. Ga met de leiding (en enkele leden) op zoektocht langs ontmoetingsplaatsen zoals het jeugdhuis, een café, een sportcomplex. Maak je kenbaar als KLJ'ers en spreek mensen 'tussen pot en pint' aan over wat jullie doen. Dit is een informele manier om leden te lokken en bovendien erg leuk omdat je meteen tussen de jongeren zit.
- **Een actie in het plaatselijke jeugdhuis of (jeugd)café**  
In een jeugdhuis of jeugdcafé staan vaak een snooker, een tafeltennis of zijn er andere leuke spelletjes aanwezig. Je kan er op een avond of vrijdagmiddag na school een spelletjesavond/-middag organiseren. Probeer ook wat vernieuwende (volks)spelen aan te bieden en maak er een plezante, maar spannende competitie van. De deelnemers moeten vooraf inschrijven (zo heb je meteen hun gegevens) en ze kunnen een fel gegeerde prijs winnen (bv. een gratis kaart voor jullie fuif, een Vipbehandeling op jullie fuif/eetdag, enz.).
- **Een actie tijdens het dorpsfeest/carnavalsfeest (prinsen- en prinsessenverkiezingen)/...**  
Op een dorpsfeest, carnavalsfeest, of ander festijn zijn gegarandeerd enorm veel +20'ers aanwezig die graag nog geregeld een ontspannende activiteit ondernemen met leeftijdsgenoten. De ideale werkplaats dus voor +20'ers. Voorzie een ludieke folder, een speelse act, een aantal opvallende foto's/affiches, een grappig filmpje... en zorg ervoor dat elke +20'er stiekem jaloers is dat hij/zij niet bij deze plezierige bende hoort.  
Vaak gebeurt het dat er naar aanleiding van een carnavalsfeest een prinsen- en prinsessenverkiezing plaatsvindt. Waarom niet met jullie +20-groep deelnemen? Iemand van jullie groep kan zich kandidaat stellen en de rest kan helpen met het uitwerken van de show. Verras het publiek met een groots decor, mooie kostuums, zelfgemaakte muziek, enz. Zorg natuurlijk dat iedereen goed gezien heeft dat jullie van KLJ zijn en een machtige +20-bende zijn, en hopelijk winnen natuurlijk!

- **Langsgaan tijdens een activiteit van de plaatselijke Groen Kring**  
Het hoeft geen 'Of/Of-verhaal' te zijn, je kan én lid zijn van Groene Kring én lid van KLJ, zonder dat de ene de leden van de andere afsnoept.  
De Groene Kring is meer op syndicaal vlak actief en verzorgt vorming over landelijke thema's. Sommige Groene Kring-afdelingen organiseren ook ontspannende activiteiten, maar daar ligt het accent niet op. KLJ kan, voor iemand die al lid is van de Groene Kring, bijgevolg deugddoende ontspanning bieden, zonder een groot extra engagement, maar wel met een grote vriendengroep als wederdienst.  
Vraag aan het bestuur van de plaatselijke Groene Kring of jullie eens mogen langsgaan, tijdens een activiteit, om leden te werven. Voorzie een kort en krachtig filmpje, een drankje en een uitnodiging voor de volgende activiteit (met bijvoorbeeld extra korting als het om een consumptieactiviteit gaat).  
Waarschijnlijk zal het bestuur van de plaatselijke Groene Kring nog sneller te overtuigen zijn, als je aanbiedt dat zij dan ook eens op een activiteit van jullie +20 mogen langskomen om hun beweging toe te lichten.

## Tussentijdse ledenwerving

Ledenwerving gebeurt niet enkel bij het begin van het werkjaar. Eigenlijk moet je daar als afdeling voortdurend mee bezig zijn. Kwaliteitsvolle activiteiten, een goede sfeer in de groep, een positief imago naar buiten toe, contacten leggen en onderhouden (sociaal netwerk), regelmatig naar buiten komen in je dorp of gemeente, enz. vormen de grootste waarborg om enerzijds aan ledenbehoud (ledenbinding) te werken en anderzijds telkens weer opnieuw kinderen en jongeren te overtuigen lid te worden van een toffe vriendengroep; de plaatselijke KLJ. **Mond-aan-mond-reclame** blijft nog altijd één van de belangrijkste manieren om nieuwe leden aan te trekken.

Daarnaast kun je ook **specifieke acties** opzetten in de loop van het werkjaar. Deze acties zullen meestal niet zo heel veel verschillen van de acties die je bij het begin van het werkjaar opzet, maar toch zijn er een aantal specifieke tussentijdse ledenwervingsacties. In dit onderdeel willen we een aantal van die acties kort toelichten. Hiermee hopen we jullie warm te maken om doorheen het hele werkjaar aandacht te hebben voor ledenwerving.

### 1 Tussentijdse ledenwervingsacties

#### 1.1 Open activiteit

Bij een open activiteit zijn promotie, onthaal en nazorg heel belangrijk.

Promotie:

- Affiches en flyers in de buurt
- Promo in de lokale media (parochieblad, streekkrant...)
- Mobiliseer leden en ouders om mensen mond aan mond uit te nodigen
- Kies een plek die in het oog springt
- Vergeet toevallige voorbijgangers niet

Onthaal:

- Ontvang de (nieuwe) leden met een drankje en knabbeltje, warm onthaal, enz.
- Ontvang de (nieuwe) ouders eveneens heel hartelijk en geef hen kort al wat info (mbv een folder)

Nazorg:

- Sluit de activiteit af met een klein aandenken voor de (nieuwe) leden, dit is vooral belangrijk bij de jonge leden
- Voorzie dat de ouders nog even kunnen nakaarten aan een 'babbelbar', informeer hen over KLJ en noteer alvast de gegevens van de nieuwe kinderen. Wanneer ouders tijdens het nakaarten bevriende ouders tegen het lijf lopen, zullen ze al sneller geneigd zijn om ook hun kind naar de KLJ te sturen. Oudere leden kunnen evengoed nakaarten aan de 'babbelbar' of toog

#### ➤ **Vriendjesdag of familiedag (-9/-12)**

Heel eenvoudig, de leden mogen elk een vriendje/hun familie meenemen om de activiteit mee te volgen.

Zorg ervoor dat je activiteit extra goed is voorbereid en uitgewerkt. Wees creatief met de **inkleding** (duik in de fantasiewereld van een -9'er of werk met tv-idolen) en probeer iets vernieuwends en uitdagends te brengen. Hou er zeker rekening mee dat je een activiteit op poten moet zetten voor een veel grotere groep dan gewoonlijk!

Het is belangrijk om te weten dat ouders hun kind pas aan een vereniging toevertrouwen als ze weten wie er verantwoordelijk is in de vereniging. Daarom moet je, zeker als het gaat om -9 en -12-ers, ook de ouders benaderen, evenals bij -16ers. Maak voor de gelegenheid een **babbelbar waar ouders** na de activiteit, bij het



ophalen van hun zoon/dochter, **nog even kunnen nakaarten** met andere, bevriende ouders en jullie, de leiding. Een ideale gelegenheid om 'nieuwe' ouders te overtuigen van jullie degelijke werking.

➤ **Sinterklaasactie (-9/-12)**

Maak voldoende reclame en nodig alle kinderen en ouders van de buurt uit voor de intocht van Sinterklaas in het KLJ-lokaal. Zorg voor een uitgebreid programma: liedjes zingen, spelletjes spelen, een act van de leiding, een schminkstandje, knutselen, ravotten met de Pieten...

Je kan dit ook met de -12-groep organiseren. Misschien voelen zij zich te groot voor het verhaal van de Sint en de Piet, maar zij kunnen wel een act opvoeren, het drank- en snoepkraam openhouden, de kleinste kinderen helpen om tot bij de Sint te komen...

➤ **De speelstraat (-9/-12)**

In een speelstraat wordt de hele breedte van de straat voorbehouden voor het spelen. Voetgangers, spelende kinderen en volwassenen krijgen dan voorrang op andere weggebruikers.

Tijdens de speeltijd hebben alleen fietsers en auto's van plaatselijke bewoners toegang tot de straat, en de auto's mogen alleen stapvoets rijden. Je kan met je KLJ-afdeling zo'n speelstraat organiseren en zelf ook de animatie verzorgen. Voorzie opnieuw foldertje, een infostand, een babbelbar, enz. om voorbijgangers en ouders te informeren over je werking.

Je kan natuurlijk niet zomaar een speelstraat organiseren. Wil je deze uitdaging graag aangaan met je afdeling, informeer dan bij je gemeente naar de mogelijkheden. Denk eraan om hiernaar op tijd te informeren (5 of 6 maanden op voorhand).

Het zou leuk zijn mocht je de speelstraat kunnen organiseren in de straat waar jullie lokaal gelegen is. Een speelstraat kan echter alleen in een straat waar een snelheidsbeperking van 50km/u of minder geldt en waar geen openbaar vervoer passeert. Een speelstraat wordt afgebakend met speciale hekken, voorzien van verkeersborden met vermelding 'speelstraat' en de speeluren.

➤ **'Open' volleybal- of minivoetbaltoernooi (-16)**

Niet enkel KLJ'ers, maar iedereen van jouw dorp en omstreken kan als ploeg inschrijven om deel te nemen aan het volleybal/voetbaltoernooi!

Enige voorwaarde: de deelnemers moet tussen de 12 en 16 jaar oud zijn. Dit evenement kan voorzien worden van een hotdogkraam, volledig gemaakt en bemand door de oudste -16 leden. Daarnaast kunnen er sportdrinkjes en gezonde sapjes verkocht worden, er kan ook een massage- en relaxatiestand opgezet worden, enz. Organiseer dit toernooi **op een zichtbare plaats, waar veel mensen voorbijkomen. Zorg dat je een folder bij de hand hebt** om ook de toevallige voorbijganger warm te maken voor KLJ.

➤ **'Open' maffiaspel met verschillende families (-16/+16)**

Een KLJ'er samen met zijn/haar vrienden vormt dan een familie. Hoe groter je familie, hoe meer financiële middelen je krijgt bij de start van het spel. De boodschap is dus: breng zoveel mogelijk vrienden mee!

Niet-KLJ'ers, die op zo'n namiddag merken dat de KLJ-afdeling van jouw dorp toch echt wel een toffe kliek is, zullen zeker de kriebels voelen om ook lid te worden!

➤ **Blind date met open inschrijvingen (-16/+16)**

Laat de leden zelf een uitnodiging maken, de locatie vastleggen, het decor bouwen, een muzikinstallatie reserveren, enz. Zij nodigen hun vrienden en kennissen uit en zorgen voor een spannende en romantische Blind date-aflevering! Misschien kun je deze 'show' opvoeren op het marktplein (bv. op het podium waar de dag erop het dorpsfestivalletje of dorpsfeest plaatsvindt), dan ben je zeker dat je in de kijker staat

en kun je heel wat toevallige voorbijgangers een **folder** van jullie KLJ-werking toestoppen.

➤ **Paintball of bowling of... met vrienden (+16/+20)**

De activiteit 'paintball' wordt opgezet voor vrienden, die eveneens kunnen meegenieten van het voordelige tarief.

Aan elke +16/+20-er worden een 5-tal uitnodigingen voor de activiteit gegeven.

Bedoeling is dat ze deze uitdelen aan vrienden die nog niet bij KLJ zijn. Aan de achterkant van de uitnodigingen komt een opsomming van de activiteiten die de afdeling verder in het werkjaar nog zal doen. Die activiteitenlijst wordt samen met de +16/+20-ers opgesteld.

Wie weet zijn er bij de volgende activiteit enkele nieuwe KLJ'ers aanwezig die liefst zo snel mogelijk lid willen worden!

➤ **KLJ-café (+16/+20)**

Bouw jullie lokaal om tot een heus 'KLJ-café'. Laat de leden hun vrienden uitnodigen, maar maak ook reclame via de streekkrant, affiches en flyers in sportcentra, bibliotheken, cultuurcentra, bij middenstanders....

Hou de prijzen van de drank zo laag mogelijk, winst maken is geen hoofddoel.

Voorzie ook een aantal cafésporten en andere spelen (nagelkloppen, kaarten, vogelpik, gezelschapsspelen, bingo...). Sla met iedereen een praatje en vertel honderduit over jullie gezellige en plezierige KLJ-afdeling. Iedereen krijgt natuurlijk een folder mee naar huis met nog wat extra info.

Hou ten slotte ook een oogje in het zeil op het drank gebruik. Het kan niet de bedoeling zijn dat iedereen met zatte botten terug naar huis gaat. Dit zal bij de ouders (vooral dan bij +16) zeker geen positieve indruk nalaten, ook +20'ers kunnen hierdoor passen.

Bovendien wil je niet als afdeling een ongeval op jullie geweten hebben van een +16'er/+20'er die onverantwoord dronken jullie KLJ-café verliet. Wees maar zeker dat jullie actie dan totaal een negatieve invloed zal hebben op jullie ledenbestand!

## 1.2 Open kamp

Ook 'open kamp' is een vorm van werving. In plaats van de regel te hanteren 'je moet minstens zoveel keer komen naar de activiteit voor je mee mag op kamp', kan je er ook net voor kiezen om nieuwe leden aan te trekken door hen uit te nodigen om mee te gaan op kamp. Misschien zijn ouders en kinderen beter te overtuigen met zo'n vakantie in het vooruitzicht. Als hun zoon/dochter het uiteindelijk geweldig vond, zal het je zeker lukken hem of haar te overtuigen om lid te worden van je KLJ-afdeling.

Het is natuurlijk wel belangrijk om met een aantal zaken rekening te houden, wanneer je je kamp openstelt voor iedereen:

- Je kent het kind/de jongere niet vooraf en zij kennen jou en de groep niet. Hou hiermee dus rekening de eerste dag, voorzie voldoende ruimte voor kennismaking en maak ook aan de nieuwe leden duidelijk wat de afspraken en regels zijn, dit om misverstanden te vermijden.
- De communicatie vooraf met de ouders en het lid moet extra goed en grondig gebeuren. Ga er niet van uit dat iedereen zomaar weet wat het is om op kamp te gaan met KLJ en specifiek met jouw afdeling.
- Maak ook goede afspraken met de leden die wel al het hele jaar lid zijn. Licht hen hierover in en vraag hen om open te staan voor nieuwe leden op kamp. Het is sowieso belangrijk om vooraf met de volledige leidingploeg of het bestuur goed na te denken of je je kamp wil openstellen voor iedereen en daarnaast hoe je dat zal aanpakken (het vraagt meer intensieve begeleiding van de leden en de ouders en dus meer tijd).
- Belangrijk: **vergeet deze leden niet in te schrijven, zodat ze verzekerd zijn**, dit zijn zomerleden (vanaf 15 maart), dus zij moeten maar de helft van het inschrijvingsgeld betalen.

## En de binding?

Werven eindigt niet daar waar je de leden veroverd hebt, maar begint dan pas. Het is reeds gezegd: leden houden is misschien wel de belangrijkste manier van werven! Wie ervoor kan zorgen dat de leden blijven en gebonden zijn aan hun KLJ-afdeling, zal al snel een aantrekkingspool worden voor nieuwe leden. Trouwens, wat haalt het uit nieuwe leden aan te trekken als je er tegelijk verliest? En hiermee zijn we terug bij waar we begonnen.

Als afsluiter, twee vuistregels om boven je bed te hangen:

1. Een goede KLJ-werking is de basis van alles
2. Leden behouden is de beste ledenwerving

Hou deze twee vuistregels in ere en mondelinge reclame doet de rest!