



# wensbus

---

12 tips om reizigers en  
vrijwilligers te werven

---



# Inleiding

---

Beste vrijwilliger,

Hartelijk dank voor uw belangeloze inzet voor de mensen uit uw buurt. U zorgt ervoor dat zij hun reisdoel bereiken en maakt zo van uw kern een aangename omgeving om in te (blijven) wonen.

Om u op weg te helpen in het werven van reizigers en nieuwe vrijwilligers voor uw wensbusorganisatie, ligt voor u een leidraad met 12 tips. Deze leidraad heeft niet tot doel om volledig te zijn. Wel willen we u en uw wensbusorganisatie op weg helpen bij **drie prangende communicatievragen**:

- Hoe maken we **reclame** voor de wensbus zodat we de bus vol krijgen?
- Hoe kan ik **vrijwilligers werven** als chauffeur voor de wensbus?
- Hoe ga ik om met de **lokale pers**?

Elke tip is uitgewerkt in een doelstelling, aanpak en enkele extra weetjes. U hoeft niet alle 12 tips uit te voeren. Kies de tips die het meest geschikt zijn voor uw wensbusorganisatie. Met deze leidraad wil de Provincie Limburg u een aantal ideeën en handvaten aanreiken om zelf mee aan de slag te gaan.

Succes.



# Inhoudsopgave

---

- #1 Op de koffie in het verzorgingshuis, het ziekenhuis of de kaartclub
- #2 Bepaal je identiteit, schrijf je verhaal en doe de elevator pitch
- #3 Organiseer een informeermoment om kennis te maken
- #4 De lokale pers uitnodigen voor een ritje op de bus
- #5 Parkeer de wensbus op een aantal strategische plaatsen en maak een praatje
- #6 Een persbericht sturen naar aanleiding van de mooie resultaten

- #7 Flyeren van bus tot bus en in de buurtwinkel
- #8 Op stap met de vrijwilligers
- #9 Contact opnemen met sleutelfiguren uit de buurt
- #10 Promotieactie 'de eerste rit is gratis'
- #11 Publiceren in lokale infobladen en op lokale websites en facebookpagina's
- #12 Communicatie bij incidenten en ongevallen. Beter voorbereid

# Op de koffie in het verzorgingshuis, het ziekenhuis of de kaartclub

#reclamemaken

---



## WAAROM?

- Je wil de Wensbus in je **kern, buurt of wijk** bekender maken.
- Reclame via het gemeenteblad of sociale media is goed, maar **direct contact** is nog effectiever, zeker in het begin.
- Je wil dat ook **tussenpersonen** die mensen kunnen doorverwijzen goed op de hoogte zijn.



## HOE PAK JE HET AAN?

1. Breng **interessante organisaties en instellingen** in kaart.
2. Neem contact op met de **verantwoordelijke**.
3. Vraag of je eens mag langskomen om een **korte toelichting** te geven. Onderstreep dat hun bezoekers/cliënten er baat bij kunnen hebben.
4. Op de dag zelf laat je één of meerdere **vrijwilligers aan het woord** en eventueel ook een **wensbus-gebruiker**.
5. Laat ruimte voor **vragen en dialoog**.
6. Laat een aantal **flyers** voor reizigers en **visitekaartjes** achter. Mensen vergeten immers snel.



### TIPS EN WEETJES

- Op de website van de provincie Limburg vind je een **sjabloon voor een A5-flyer** voor reizigers die je zelf kan aanpassen. Ga naar de pagina Marketing en fondsenwerving op [www.limburg.nl/wensbus](http://www.limburg.nl/wensbus).
- Soms ben je op zoek naar klanten voor de wensbus maar vind je ook vrijwilligers die zich spontaan aanbieden.



Bepaal je identiteit,  
schrijf je verhaal  
en doe de  
*elevator pitch*

#reclamemaken  
#vrijwilligerswerven

---



## WAAROM?

- Je wil **vrijwilligers** over de streep trekken of mensen overtuigen om de wensbus te nemen.
- Je wil **voorbereid zijn** als je hen onverwacht tegen het lijf loopt.



# HOE PAK JE HET AAN?

1. Achterhaal de **identiteit** van jouw wensbus-organisatie door jezelf een aantal vragen te stellen. Denk daarbij aan de **vrijwilliger of reiziger** die je wil overtuigen: wat wil hij of zij weten?
  - Met hoeveel vrijwilligers zijn jullie, over hoeveel mannen en vrouwen beschikken jullie, zijn het allemaal mensen uit de buurt...?
  - Waarom werken jullie mee aan de wensbus?
  - Hoe pakken jullie het aan?
  - Welke taken vervullen de vrijwilligers? Naar wie ben je nog op zoek?
  - Hoe worden nieuwe vrijwilligers opgevangen? ...
2. Formuleer de **antwoorden**.
3. Maak er **twee korte verhaaltjes** van. Eentje dat je zou vertellen aan **reizigers** en eentje dat je zou vertellen aan **potentiële vrijwilligers**.
4. Oefen een **'elevator pitch'**: Stel je voor dat je in een lift staat met een potentiële reiziger of vrijwilliger die vraagt wat de wensbus is. Je hebt 30 seconden de tijd om je verhaal te doen. Krijg je het verteld? Zo niet, **beperk je tot de essentie**.



## TIPS EN WEETJES

- Maak de oefening binnen je vrijwilligersgroep. Iedere vrijwilliger is immers een **ambassadeur** van je project.
- Op de pagina Marketing en fondsenwerving op [www.limburg.nl/wensbus](http://www.limburg.nl/wensbus) vind je 2 verhaaltjes (1 elevator pitch voor werving reizigers en 1 elevator pitch voor werving vrijwilligers).

# Organiseer een informeermoment om kennis te maken

#vrijwilligerswerven

---



## WAAROM?

- Je hebt al een **basisgroep** van vrijwilligers, maar je kan nog wel een paar extra handen gebruiken.
- Je wil het vrijwilligersteam hechter maken.



## HOE PAK JE HET AAN?

1. Vraag aan je groep van vrijwilligers die je al hebt of ze **mensen kennen** die mogelijk geïnteresseerd zijn om een handje toe te steken.
2. Organiseer een **informele kennismaking**. Bij goed weer kan dat perfect buiten. Een paar statafeltjes, wat hapjes en een drankje.



### TIPS EN WEETJES

- **Vrijwilligers willen gevraagd worden.** Mensen voelen zich vereerd als je hen aanspreekt op wat ze weten en kunnen betekenen voor hun medemens. Spreek hen daarom persoonlijk aan. Schriftelijke communicatiekanalen werken eerder ondersteunend.
- Ga na voor welke taken je nog vrijwilligers zoekt en maak een ruwe inschatting van de tijdsbesteding. Op de website van de provincie vind je **lijstjes** die je daarbij kunnen helpen. Hoe beter jij weet wat de organisatie nodig heeft, hoe meer duidelijkheid je kan verschaffen aan de potentiële vrijwilligers.
- Maak gebruik van **je verhaal** (ZIE # 2).

# De lokale pers uitnodigen voor een ritje op de bus

#lokalepers

---



## WAAROM?

- Je wil dat de **pers over de wensbus** bericht.
- Je wil dat **vrijwilligers trots** kunnen zijn als ze de krant lezen.
- Je wil dat **journalisten je contacteren** als ze nieuws (positief dan wel negatief) opvangen.



## HOE PAK JE HET AAN?

1. Zoek de **ideale aanleiding**: bijvoorbeeld de 1<sup>ste</sup> of de 10.000<sup>ste</sup> rit.
2. Breng de **lokale journalisten** in kaart. Je vindt ze vaak op de website van je gemeente of op de websites van de media zelf.
3. De journalist zal waarschijnlijk een **reiziger aan het woord** willen laten. Niet alle reizigers vinden dat leuk. Pols dus eventueel **op voorhand** bij die persoon.
4. Stuur een **persoonlijke uitnodiging** naar de journalisten of bel hen op met de vraag of ze geïnteresseerd zijn om een ritje te maken.
5. Voorzie **ruimte voor vragen** en bereid je daarop voor. Maak voor jezelf een lijstje met mogelijke vragen en antwoorden.



### TIPS EN WEETJES

- De 100<sup>ste</sup> rit heeft minder nieuws waarde dan de 1<sup>ste</sup> rit, maar die 1<sup>ste</sup> rit is ook altijd spannend. Maak de afweging of jullie er al **klaar voor zijn**.
- Laat het bezoek van de journalist **max. 1,5 uur** duren.
- Vergeet je **medewerkers** niet in te lichten.
- Als je niet wil dat iets in de krant komt, vertel er dan ook niets over.

Parkeer  
de wensbus op een  
aantal strategische  
plaatsen en maak  
een praatje

#reclame maken

---



WAAROM?

- Je wil de inwoners duidelijk maken dat er een wensbus in je kern, buurt of wijk rondrijdt en dat ze er **gebruik van kunnen maken**.



## HOE PAK JE HET AAN?

1. Breng in kaart op welke interessante plaatsen je de bus neer kan zetten. Denk aan plaatsen waar **veel mensen voorbijlopen**. Vraag eventueel **toestemming** om de bus éénmalig te parkeren op de wekelijkse markt.
2. Op de dag zelf spreken een aantal **vrijwilligers** de voorbijgangers aan. Geïnteresseerde inwoners krijgen een **flyer voor reizigers** mee en kunnen vragen stellen.



### TIPS EN WEETJES

- Overweeg om **een rit gratis** te schenken in ruil voor wat publiciteit. De persoon kan plaatsnemen achter het stuur van de wensbus, je maakt een **foto met hun smartphone** die de persoon vervolgens op Facebook plaatst. Hij of zij krijgt als bedankje een bon voor een gratis rit.
- Op [www.limburg.nl/wensbus](http://www.limburg.nl/wensbus), op de pagina Marketing en fondsenwerving vind je een sjabloon voor een flyer voor reizigers die je zelf kan aanpassen.



# Een persbericht sturen naar aanleiding van de mooie resultaten

#lokalepers

---



## WAAROM?

- Je wil de **successen** van de wensbus kenbaar maken.
- Een persbericht zorgt ervoor dat de journalist alle **juiste feitelijke informatie** heeft.



## HOE PAK JE HET AAN?

1. Bepaal **welk resultaat** je wil uitlichten en maak daar een **moie titel** van. Bv. 96% procent van de reizigers is enthousiast over de wensbus.
2. Schrijf de **essentie in de eerste regels** (de 'lead' of inleiding). De *lead* geeft een antwoord op de vier w's: Wie? Wat? Wanneer? Waar?
3. Overweeg een **activiteit** om de nieuwswaarde van de resultaten te verhogen. Nodig journalisten bv. uit voor de 10.000<sup>ste</sup> rit (ZIE OOK # 4). Of organiseer een feestje waar ook de burgemeester, de wethouder of gedeputeerde een woordje doen. Zo heeft de journalist meteen een paar citaten.
4. Stuur het persbericht **gericht aan specifieke redacteurs**. Een ongeadresseerd persbericht verdwijnt snel op de grote hoop.



### TIPS EN WEETJES

- Redacties ontvangen elke dag een stroom persberichten. Zij maken een selectie op basis van de **nieuwswaarde** van de verschillende berichten die worden bezorgd.
- Voeg **je contactgegevens** toe aan het persbericht. Op die manier kunnen journalisten je contacteren als er nog onduidelijkheden zijn.

# Flyeren van bus tot bus en in de buurtwinkel

#reclamemaken

---



## WAAROM?

- Je wil de wensbus **meer bekend** maken **in de buurt**.



## HOE PAK JE HET AAN?

1. Bepaal **waar** je de flyers wil rondbrengen. Je kan kiezen voor een aantal straten, maar je kan de flyer voor reizigers ook achterlaten in de **buurtwinkel of ontmoetingsplaatsen**, zoals de wachtkamer bij de huisarts, het verzorgingstehuis of gemeenschapshuis. Of flyer op de **markt**.
2. Als je in straten gaat flyeren, ga dan na over **hoeveel postbussen** het gaat.
3. Ontwerp een **flyer gericht op reizigers**. Focus je op de kerninformatie. Kies dus voor informatie die een tijdje dezelfde blijft (wat is de wensbus, hoe de wensbus gebruiken, contactgegevens ...). Informatie die vaak verandert, zet je niet op de flyer.
4. Laat de flyer drukken. Druk meteen **voldoende exemplaren**, dat is voordeliger.
5. **Verdeel** de straten of plaatsen onder elkaar. Zo gaat het sneller.



### TIPS EN WEETJES

- Op [www.limburg.nl/wensbus](http://www.limburg.nl/wensbus) (pagina Marketing en fondsenwerving) vind je een **flyer** voor reizigers **die je zelf kan aanpassen**.
- Het is voordelig en gemakkelijk om kleine aantallen (<500) digitaal te laten drukken. Bij grotere oplages kan je het beste **met een (lokale) drukker** overleggen welke optie het voordeligst is voor het aantal dat je nodig hebt.

# Op stap met de vrijwilligers

#vrijwilligerswerven

---



## WAAROM?

- Je wil je groep **vrijwilligers bedanken** voor hun inzet. Zo voelen ze zich gewaardeerd.
- Een **hechte groep** maakt het vrijwilligerswerk aantrekkelijker. Ook voor mensen die nu nog geen vrijwilliger zijn.



## HOE PAK JE HET AAN?

1. De organisatie van een teamactiviteit is deels een teamactiviteit op zich. Betrek de vrijwilligers, laat ze samen **brainstormen** over een leuke teamactiviteit. Maak samen een 'longlist' van ideeën.
2. Leg het **budget** samen vast.
3. Stel een **werkgroepje** samen dat de activiteit verder uitwerkt.
4. Geniet van de dag en hou eventueel een **korte evaluatie**.



### TIPS EN WEETJES

- Je kan de dag zo indelen dat je een **ontspanningsmoment** combineert met een **leermoment**.
- Een teamdag hoeft niet altijd veel **geld** te kosten.
- Benadruk dat het **belangrijk is dat iedereen komt**. Vrijwilligers die niet komen opdagen, zetten zichzelf buiten de groep. Dat is niet bevorderlijk voor de sfeer.
- Indien van toepassing: maak een paar leuke **foto's** en zet ze met een klein berichtje erbij op jullie **Facebookpagina** of **website**.

# Contact opnemen met sleutelfiguren uit de buurt

#vrijwilligerswerven

---



## WAAROM?

- Je bent op zoek naar vrijwilligers **buiten je kring** van kennissen.



## HOE PAK JE HET AAN?

1. Maak een **lijstje van organisaties, centra en mensen in je buurt** die mogelijk mensen kennen die geïnteresseerd zijn. Denk daarbij aan wijkcentra, buurtwerkers, mensen uit het verenigingsleven, de wijkagent, ...
2. Bereid je goed voor. **Stel je verhaal op** (ZIE OOK # 2), **verzamel de vragen** die je wilt stellen.
3. Ga een **praatje maken** met die mensen. Leg hen het project uit en vertel hen waar je naar op zoek bent.
4. Laat een aantal **flyers** voor reizigers en je **contactgegevens** (visitekaartjes) achter.



### TIPS EN WEETJES

- Voor een **voorbeeldflyer** voor reizigers kan je terecht op de website van de provincie Limburg: [www.limburg.nl/wensbus](http://www.limburg.nl/wensbus) pagina Marketing en fondsenwerving.
- Overweeg of het nodig is om een **afspraak te maken**. De kans is groot dat je dan meer tijd krijgt om je verhaal te doen.



# Promotieactie 'de eerste rit is gratis'

#reclamemaken

---



## WAAROM?

- Wie al goed bekend is in de dorpskern, zal **makkelijker bellen** voor een ritje met de wensbus. Maar er zijn ook nieuwe inwoners die niet altijd een aanleiding vinden om een praatje aan te knopen, laat staan spontaan de wensbus te bellen.



## HOE PAK JE HET AAN?

1. Maak een **persoonlijke brief** waarin je de wensbus kort voorstelt. Je kan de brief laten ondertekenen door de voorzitter van jouw wensbusorganisatie.
2. Bij de brief voeg je **een bon** die mensen kunnen inruilen voor een gratis rit.



### TIPS EN WEETJES

- Het kan interessant zijn om bij te houden **wie** precies de wensbus neemt. Zijn er groepen die je niet bereikt en waarvan je kan vermoeden dat ze wel geïnteresseerd zijn? Zie je een **ontwikkeling**? Op die manier krijg je ook een idee van het **effect van acties**.
- Je kan afspreken met je gemeentebestuur om nieuwe inwoners de bon en de flyer voor reizigers te geven. Idealiter steekt de gemeente deze in het **welkomstpakket voor nieuwe inwoners**.

# Publiceren in lokale infobladen en op lokale websites en facebookpagina's

#vrijwilligerswerven  
#reclamemaken

---



## WAAROM?

- Van alle publicaties wordt het gemeentelijk infoblad relatief **goed gelezen**. Hetzelfde geldt voor plaatselijke blaadjes en websites.



## HOE PAK JE HET AAN?

1. Breng de **communicatiekanalen** in kaart. Je kan hiervoor ook contact opnemen met de communicatieafdeling van je gemeente. Vraag de ambtenaar in welke communicatiekanalen je artikel mag verschijnen. Vraag ook even naar andere communicatiekanalen van derden. Meestal heeft de communicatieambtenaar hier een goed zicht op en kan hij of zij je waarschijnlijk ook vertellen wie de contactpersoon is.
2. Neem contact op met de **verantwoordelijken van de lokale krantjes, webpagina's, ...** Vraag of ze je tekstje willen opnemen en hoeveel plaats je krijgt, zodat je eventueel een aangepaste versie kan maken.
3. Bezorg hen je tekstje en vraag **wanneer** het zal verschijnen.



### TIPS EN WEETJES

- Een tekstje over hoe je wensbusorganisatie werkt, is perfect **herbruikbaar** voor verschillende communicatiekanalen. Je hoeft dus niet steeds een nieuwe tekst te schrijven.

# Communicatie bij incidenten en ongevallen. Beter voorbereid.

---



## WAAROM?

- Zonder op elke situatie een antwoord te willen hebben, is het verstandig om een aantal lastige situaties te definiëren en al even stil te staan bij de **wijze waarop je het beste reageert**. Het kan gaan om een ongeval met de wensbus (met materiële en/of lichamelijke schade), maar ook bijvoorbeeld om een lastige klant.



## HOE PAK JE HET AAN?

1. Op [www.limburg.nl/wensbus](http://www.limburg.nl/wensbus) vind je het **calamiteitenprotocol** van de provincie Limburg voor de wensbusprojecten. Dat protocol is een goed vertrekpunt om de nodige afspraken met je groep te maken over situaties, nog voor ze zich voordoen.
2. Bespreek de **verschillende onderdelen** met je groep.
3. Maak ook de **nodige afspraken**: wat doet de chauffeur, de coördinator en de woordvoerder in elke situatie?
4. Leg de afspraken vast in een eigen **calamiteitenprotocol**. Zo weet iedereen waaraan hij of zij toe is.



### TIPS EN WEETJES

- **Leg een verkorte afsprakennota of stappenplan aangevuld met een telefoonlijst van belangrijke nummers in de bus.** De telefoonlijst bevat o.a. het centraal alarmnummer 112, brandweer, politie, huisartsen, de coördinator of gekozen woordvoerder van jouw wensbusorganisatie bij calamiteiten en persvragen. Zo kan de chauffeur hier snel naar teruggrijpen als er iets gebeurt.
- Informeer de **provinciale projectleider**. Zowel bij de taakverdeling vooraf, als wanneer er daadwerkelijk iets gebeurt.



