

Peter Dankmeijer
Pierre Stukker

**Handleiding voor de coördinatie
van voorlichtingsgroepen
over homoseksualiteit**

Empowerment Lifestyle Services
Amsterdam, september 1995

CIP-GEGEVENS KONINKLIJKE BIBLIOTHEEK, DEN HAAG

Dankmeijer, Peter

Handleiding voor de coördinatie van voorlichtingsgroepen
over homoseksualiteit / Peter Dankmeijer; Pierre Stukker.

- Amsterdam : Empowerment Lifestyle Services + diskette

ISBN 90-75359-02-0 losbl.

NUGI 665

Trefw.: homoseksualiteit ; voorlichting.

Empowerment Lifestyle Services

P. Dankmeijer

Aert van Nesstraat 36

1013 RH Amsterdam

☎ (020) 682 91 01

e-mail: empower@xs4all.nl

eerste druk, september 1995

Inhoudsopgave

De leeswijzer en verantwoording, deel I en deel II hebben elk een eigen nummering. De bijlagen zijn alfabetisch opgenomen en hebben indien nodig elk een eigen nummering.

Leeswijzer en gebruiksaanwijzing	4
Waaruit bestaat deze handleiding	4
Het gebruik van deze handleiding	5

Verantwoording	6
Voor wie is deze handleiding	6
De opbouw van de handleiding	6
Waarom deze handleiding	6
Dit is de eerste versie van deze handleiding.....	7

Deel I

Starterspakket	1
Toelichting	2
1 Voorbereidingsfase	4
2 Ontwikkelingsfase	7
3 Uitvoeringsfase.....	14
4 Evaluatiefase	19

Deel II

Voorlichting in stappen en actiepunten	1
Overzicht van de stappen en actiepunten.....	2
1 Voorbereidingsfase	6
2 Ontwikkelingsfase	20
3 Uitvoeringsfase.....	48
4 Evaluatiefase	64

Deel III

Bijlagen	eigen nummering
Overzicht van de bijlagen	
Logboek	
Bijlagen	
Kopieerexemplaren "organisatie van de groep"	
Kopieerexemplaren "interne overleggen"	
Kopieerexemplaren "acquisitie"	
Kopieerexemplaren "evaluatieformulieren"	
Diskette	

Leeswijzer en gebruiksaanwijzing

Waaruit bestaat deze handleiding

Voor een overzichtelijke indeling hebben we de handleiding ingedeeld in drie delen:

Deel I: Starterspakket

Dit deel is bedoeld voor beginnende groepen. Het is een volledig voorgeprogrammeerde instructie voor het in 20 stappen opzetten van een voorlichtingsgroep.

Startende groepen hebben vaak nog weinig of geen vrijwilligers en daardoor weinig tijd en ervaring. Doordat wij de werkwijze voor startende groepen volledig hebben uitgewerkt scheelt dat de startende groep veel voorbereidingswerk. Het nadeel van zo'n volledig uitgewerkt 'model' is wellicht dat er weinig ruimte lijkt te zijn voor eigen initiatief en creativiteit. Dat kan je oplossen door naar eigen inzicht dingen toch anders te doen. Daar geven we ook suggesties voor. Je kunt ook alvast kijken naar deel II.

Deel II: Fasering en organisatie

Dit deel is bedoeld voor gevorderde groepen die de kwaliteit van hun organisatie willen verhogen. De basis van deze kwaliteitsverhoging zit in 'planmatig werken'. Daartoe wordt de hele werkwijze van de voorlichtingsgroep ingedeeld in vier hoofd fasen (voorbereiding, ontwikkeling, uitvoering en evaluatie). Elke fase wordt vervolgens weer onderverdeeld in een aantal stappen, die je onderling eigenlijk ook na elkaar zou moeten doen, wil je het werk gestructureerd doen. Bij elke stap geven we dan een serie 'actiepunten' met suggesties voor aanpak en verwijzingen naar bijlagen, literatuur en waar mogelijk ondersteuning.

Het is niet de bedoeling dat je deze 'werkwijze' klakkeloos gaat volgen. Je zou als coördinator dit deel moeten doornemen en dan met de groep besluiten welke onderdelen je komend seizoen nadrukkelijk wilt verbeteren. Net zoals je uit een kookboek recepten kiest en langzamerhand beter leert koken. Wel is het zo dat veel problemen in voorlichtingsgroepen kunnen ontstaan door een gebrek aan structuur en planning. Ook daarvoor biedt dit deel ondersteuning: elk jaar is een 'logboek' verkrijgbaar dat bij dit deel kan worden ingevoegd en waarop het coördinator zelf de voortgang kan plannen en aantekenen.

Deel III: Bijlagen en formulieren

Deel III is bedoeld als naslaginformatie. Het is vooral nuttig bij wijze van verdieping bij de uitvoering van de actiepunten. Het deel bestaat uit bijlagen in de vorm van artikelen, checklists en formulieren. Deze zijn naar de alfabetische volgorde van de titels opgenomen. Eventueel door de gebruikers van de map te wijzigen teksten op de floppy disk hebben naast de titel een nummer, waarmee zij in de directory terug te vinden zijn. Overigens kan je door in WordPerfect de optie

"F5 enter (directory), 5, 2 enter (met omschrijving)" te kiezen een directory met de volledige titels van de bijlagen te zien krijgen. Je kunt zelf bestanden met omschrijving bewaren via de instellingen van WordPerfect: "shift F1, 3, 4, 3, ja"

De invulformulieren zitten in plastic insteekmappen zodat zij niet beschadigen. De formulieren zijn originelen en bedoeld om zelf te kopiëren. Een deel van de bijlagen staat op de bijgeleverde floppy-disk, zodat je ze eventueel zelf kunt reproduceren of kunt bewerken.

Het gebruik van de handleiding

Wij raden je aan de map als volgt te hanteren:

1 Lees eerst de inleiding helemaal door.

Deze geeft nuttige informatie over de bedoeling en de opbouw van de handleiding.

2 Blader de map door.

Op deze manier krijg je een indruk van de opbouw van de handleiding. Laat je niet overdonderen door de hoeveelheid stappen. Juist door de volledigheid biedt dit overzicht de mogelijkheid tot keuzes.

3 Maak een keuze welke stappen je gaat nemen.

Hierdoor maak je een keuze welke delen van de handleiding voor jou in eerste instantie interessant zijn. Zo kun je ervoor kiezen het 'starterspakket' te hanteren, dat een volledig voorgeprogrammeerde instructie in 20 stappen biedt.

Of je kiest voor de meer uitgebreide versie van deel II. Die bestaat uit een iets groter aantal stappen. Naast dit iets grotere aantal stappen is elke 'stap' onderverdeeld in een groot aantal uitgebreid toegelichte actiepunten. Uit deze stappen en actiepunten kun je voor je begint kiezen welke je wilt gaan uitvoeren komend seizoen.

4 Lees de informatie bij alle gekozen stappen door.

Door vooraf eerst deze informatie door te nemen krijg je een beter beeld van de samenhang die je organisatie zou kunnen hebben. Zo staat veel informatie over evaluatie vooral in fase 4 opgenomen, maar daar moet je in fase 1 (voorbereiding) al rekening mee houden. Bovendien kan je oriënterend kijken naar de achtergrondinformatie en formulieren in deel drie. Deze zijn overigens in alfabetische volgorde opgenomen en de namen staan vermeld bij elk actiepunt.

5 Maak een globale planning.

Na je keuze voor de actiepunten en wetend wat dat ongeveer in zal gaan houden kun je een globale planning in tijd uitzetten. Deze kun je aantekenen in het 'logboek' dat als bijlage is opgenomen. Met een duidelijke planning vooraf kan je achteraf ook evalueren of het allemaal gelukt is.

6 Aan het werk!

Tijdens het werk kan je terugbladeren en van de achtergrondinformatie en formulieren gebruik maken.

Verantwoording

Voor wie is deze handleiding

Deze handleiding is ontwikkeld voor het coördinaat van voorlichtingsgroepen over homoseksualiteit. Hij heeft betrekking op de organisatie van voorlichting; dus niet op de inhoud. De handleiding is gebaseerd op een onderzoek dat Empowerment Lifestyle Services in 1994 heeft gedaan naar de organisatie en het functioneren van voorlichtingsgroepen¹. De beste aspecten van de best lopende voorlichtingsgroepen zijn in deze handleiding gecombineerd.

Met deze handleiding willen we de coördinatoren een instrument bieden waarmee zij hun werk meer gestructureerd kunnen doen. Daarbij zal het gebruik van de handleiding en de materialen die er als bijlagen in zijn opgenomen hopelijk de continuïteit bevorderen en een landelijke ondersteuning vergemakkelijken.

De handleiding is vrij uitgebreid. De bedoeling daarvan is service te bieden, je te ontlasten bij regelkwesties en om ervaring die in de loop der jaren is opgedaan overdraagbaar te maken.

Doordat de handleiding veel informatie geeft kan de indruk ontstaan dat er weinig ruimte is voor creativiteit. Dat is zeker niet de bedoeling. De tekst is ook zeker geen voorschrift. Aan jou is de keuze of je onderdelen wilt gebruiken en hoe.

De opbouw van de handleiding

De vier fasen beschrijven de globale 'ideale' werkwijze van een voorlichtingsgroep gedurende een schooljaar. De eerste fase is het bedenken wat je wilt gaan doen ('voorbereiding'), de tweede het uitwerken van je aanbod ('ontwikkeling'), de derde het uitvoeren van de voorlichting zelf ('uitvoering') en de vierde en laatste fase is het terugkijken en genieten van het werk ('evaluatie'). Deze fasen kunnen een creatieve spiraal in je organisatie betekenen: als je ze systematisch doorloopt zal je werkwijze zichzelf bevruchten en stimuleren. Als je daarentegen bepaalde stappen of zelfs hele fasen achterwege laat, bestaat er een grote kans dat de organisatie van je werk spaak loopt. Dit gebeurt dan vaak zonder dat je precies weet waar het aan ligt. Uit het genoemde onderzoek naar het functioneren van voorlichtingsgroepen blijkt dat veel groepen de voorbereidingsfase en de evaluatiefase vrijwel overslaan of er minimaal aandacht aan besteden. Zo heeft men vaak geen duidelijke doelen en geen sterke argumenten om voorlichting te geven. Dit gebrek aan voorbereiding wreekt zich doorgaans bij de uitvoering, als bijvoorbeeld scholen geen voorlichtingen willen of als voorlichters in de loop van het jaar het met elkaar oneens blijken te zijn over wat er in de voorlichting aan de orde moet komen.

Waarom deze handleiding

Uit het onderzoek naar de organisatie van voorlichtingsgroepen bleek dus dat veel groepen niet zo systematisch te werk gaan. Toch wordt de organisatie meestal als 'wel redelijk' beschouwd. Geregeld blijken groepen dan echter toch geconfronteerd te worden met onverwachte problemen: de coördinator vertrekt en men kan geen nieuwe vinden, het aantal voorlichtingen neemt af, om onaanwijsbare redenen 'loopt' de organisatie niet meer, vrijwilligers lopen weg en op een of andere manier lukt het niet om nieuwe te werven. In veel gevallen hebben de groepen geen idee hoe deze knelpunten kunnen worden opgelost en omdat dergelijke problemen vaak leiden tot het instorten van de groep kan er zelden op worden teruggekeken en kan het probleem niet worden geanalyseerd. Uit het onderzoek

¹Peter Dankmeijer, "De organisatie van voorlichting over homoseksualiteit in Nederland: verslag van een landelijke enquête over produktformulering", Empowerment Lifestyle Services, Amsterdam, december 1994

heeft Empowerment Lifestyle Services de indruk gekregen dat de meest voorkomende knelpunten voortkomen uit een zwakke systematiek van de organisatie van voorlichtingsgroepen. We onderscheiden vier belangrijke valkuilen waar voorlichtingsgroepen regelmatig in (dreigen te) vallen.

Valkuil 1: Ondoordachte strategie

De globale strategie van de groep wordt niet goed doordacht. Dit leidt er soms toe dat de groep stuurloos wordt en vervolgens instort door onderlinge meningsverschillen of door de slechte indruk die wordt gewekt bij klanten.

Valkuil 2: Slechte acquisitie

De acquisitie van voorlichtingen wordt niet goed georganiseerd en gebeurt hap-snap. Dit kan ertoe leiden dat er geen voorlichtingen worden verworven en dat de groep stagneert door gebrek aan werk.

Valkuil 3: Discontinuïteit

De taakverdeling, de voortgang van het werk en de continuïteit worden niet geregeld en bewaakt. Afspraken worden niet goed nagekomen en belangrijke dingen gebeuren daarom niet of veel te langzaam. Dit frustriert vrijwilligers en zij haken druppelsgewijs af. De werkgroep kan dan steeds minder voldoen aan verzoeken en valt uiteen.

Valkuil 4: Geen aandacht kwaliteit

Er is onvoldoende aandacht voor de kwaliteit van de voorlichting. Vrijwilligers krijgen wel voorlichtingen toebedeeld maar de voorlichtingen worden in de groep niet goed nabesproken en er wordt nauwelijks aan deskundigheidsbevordering gedaan. Dit kan ertoe leiden dat voorlichters minder geïnteresseerd raken in het bijwonen van de groepsvergadering (de inhoudelijke kant is de belangrijkste motivator voor vrijwilligers) en eerst van de bijeenkomsten wegblijven en uiteindelijk helemaal afvallen. De hele groep kan op deze manier uiteenvallen.

Deze valkuilen zijn alleen te voorkomen door binnen een groter kader de zaak goed te organiseren. Dit is natuurlijk de verantwoordelijkheid van elke individuele vrijwilliger, maar het aansturen is met name de rol van het coördinaat. Daarom gaat deze handleiding niet alleen over praktische suggesties, maar geeft het ook een grote lijn aan. Wij denken dat je er als coördinaat niet komt door alleen de formuliertjes uit deze map te gebruiken. Wij hopen dan ook dat de handleiding je, naast de praktische hulpjes, stimuleert om na te denken over het komen tot een algehele goede organisatie van de groep en het werk.

Dit is de eerste versie van deze handleiding

Dit is een eerste druk van de handleiding. We streven ernaar elk jaar herzieningen en aanvullingen te maken. Daarbij kan je onder andere denken aan meer gerichte en diepgaande artikelen over bijvoorbeeld marktonderzoek, acquisitie, onderwijsbeleid, voorlichtingsprogramma's voor specifieke groepen enzovoorts.

Als je denkt dat je wilt en kunt meewerken aan de totstandkoming van toevoegingen aan de handleiding, neem dan gerust contact op met Empowerment Lifestyle Services.

Deel I

Starterspakket

Toelichting

Geprogrammeerde instructie

Het starterspakket is bedoeld voor (COC) afdelingen of lokale homo/lesbische groepen die nog niet of nauwelijks aan voorlichting over homoseksualiteit doen. Het is een zeer verkort stappenplan, waarbij alle stappen grotendeels zijn voorgeprogrammeerd. Het voordeel van zo'n ingevuld starterspakket is dat je weinig tijd hoeft te steken in het bedenken en uitwerken van beleid, van werkwijzen, procedures en materiaal. Het nadeel is dat alles beschreven is, waardoor een deel van de creativiteit die je kwijt zou kunnen in een voorlichtingsgroep verloren kan gaan. Dit nadeel proberen we gedeeltelijk op te lossen door de teksten van de bijlagen mede aan te leveren op floppy disk², zodat iedereen zijn of haar eigen wijzigingen of aanvullingen kan maken.

Een 'gemiddelde' werkwijze

Het starterspakket is gebaseerd op onderzoek naar de organisatie van voorlichtingsgroepen in 1994 (zie ook de verantwoording van deze handleiding). Naar aanleiding van het onderzoek en op basis van de ervaringen van de onderzochte groepen is een aantal richtlijnen geformuleerd, die gezamenlijk een overzicht bieden van hoe een voorlichtingsgroep effectief kan werken. Dat het hier gaat om een 'gemiddelde' werkwijze betekent wel dat er automatisch uitgegaan wordt van de algemene COC-doelstelling, dat in dit starterspakket wordt gekozen voor de doelgroep scholieren op scholen voor voortgezet onderwijs en dat ervoor gekozen wordt te streven naar een waardenoriëntatie op het terrein van diversiteit aan leefstijlen en keuzes in seksualiteit. Er zijn nog vele andere mogelijkheden in doelen, doelgroepen en werkwijzen. Met een beginnende groep moet je echter oppassen dat je niet alles tegelijk wilt. Beperking is een hele kunst! Om planmatig om te gaan met uitbreidingen op dit 'gemiddelde' pakket verwijzen we naar deel II - het uitgebreide stappenplan.

Heb realistische verwachtingen

Het starterspakket is globaal opgebouwd volgens dezelfde systematiek als het meer uitgebreide deel II, maar bevat veel minder overwegingen. Realiseer je vooral dat je om vrijwilligers te werven en eventueel subsidie te krijgen een goed plan nodig hebt. Eventuele subsidies moeten gewoonlijk voor het eind van het jaar - en vaak voor 1 oktober van het voorafgaande jaar - worden aangevraagd. En ook een subsidieplan moet worden voorbereid. Dit komt erop neer dat je eigenlijk al een jaar voor je begint uit te voeren met de voorbereiding moet beginnen. Het uitvoeren van het volledige starterspakket zal daarom normaliter circa twee jaar in beslag nemen. Omdat je toch vastzit aan een dergelijke lange planning, stellen wij voor van de nood een deugd te maken. Gebruik je voorbereidingsjaar om een kwalitatief goed produkt (=stevige voorlichtingsgroep met effectieve voorlichtingen) neer te zetten. Neem er de tijd voor en heb niet al te hoog gespannen verwachtingen.

Het startersplan

Voor de volledigheid een samenvatting. Bij de stappen is steeds ruimte overgelaten voor aantekeningen. Omdat wij er van uitgaan dat het starterspakket maar één keer gebruikt wordt - de eerste twee jaar - is het niet nodig deze tekst ongeschonden voor het nageslacht te bewaren. Mocht je echter toch nog een nieuwe ongeschonden versie willen hebben, dan kunnen we je die tegen geringe kosten toesturen.

²De documenten staan op de floppy disk als WordPerfect 5.1 teksten.

1. Voorbereidingsfase

**augustus/september
voorbereidingsjaar**

In deze fase neem je het besluit iets aan voorlichting te gaan doen, bedenk je hoe je dat globaal wilt doen, je zoekt uit of dat kan en hoe dat kan, je overlegt over de plannen met anderen en eindigt met een strategisch plan.

- 1overweeg je beslissing; betrek partners
- 2overleg met bestuur
- 3maak een strategisch plan

2. Ontwikkelingsfase

**september tot mei
voorbereidingsjaar**

In deze fase vraag je subsidie aan, werf je voorlichters, train je de vrijwilligers, vul je de plannen enigszins in en maak je wervingsmateriaal.

- 1verwerf financiën
- 2werf voorlichters
- 3train jezelf en de vrijwilligers
- 4vul de plannen nader in
- 5verdeel de taken
- 6maak een adressenbestand
- 7maak het acquisitiemateriaal

3. Uitvoeringsfase

**augustus tot mei
eerste uitvoeringsjaar**

In deze fase probeer je scholen voorlichtingen aan te laten vragen en doen jullie de voorlichtingen.

- 1doe de acquisitie
- 2bereid de voorlichtingen voor
- 3rond de voorlichtingen af
- 4houd je contacten bij
- 5wissel ervaringen en suggesties uit

4. Evaluatiefase

**mei/juni
eerste uitvoeringsjaar**

Aan het eind van je eerste seizoen bekijk je of het gegaan is zoals je had gehoopt en besluit je of je volgend seizoen door wilt gaan en welke bijstellingen je gaat maken in het beleid.

- 1bereid de evaluatie voor
- 2valueer met de voorlichters
- 3schrijf een conceptverslag
- 4presenteer het verslag
- 5sluit het seizoen feestelijk af

Bij elke stap staan algemene opmerkingen, actiepunten (□) en aandachtspunten (☞). Bij het opzetten van de voorlichtingsgroep kun je aantekeningen maken bij elke stap. Achteraf kun je deze aantekeningen gebruiken voor een verslag.

1. Voorbereidingsfase

Stap 1 Overweeg je beslissing; betrek partners

Als je bezig gaat met dit startpakket, heb je waarschijnlijk bijna of reeds besloten om een in jouw afdeling of homo/lesbische werkgroep voorlichting op te gaan zetten. Nu, voordat je aan de slag gaat, is het goed te overwegen waar je aan begint.

aantekeningen

☞ Wat het coördineren van een voorlichtingsgroep betekent

Het opzetten van een nieuwe voorlichtingsgroep gaat je zo'n twee jaar kosten. Gedurende deze tijd gaat het je ten minste 1 à 2 dagdelen per week kosten. Een belangrijk deel van deze tijd gaat zitten in het erbij halen en motiveren van andere vrijwilligers. Daar moet je de vaardigheden en vooral ook zin in hebben. Je zal verschillen in mening tegenkomen over wat homoseksualiteit is en hoe je daarover kunt voorlichten en je zult met je groep moeten werken aan een visie op hoe je de voorlichting gaat vormgeven. Daarnaast - en daar gaat deze handleiding over - moet de organisatorische kant van de groep in de gaten gehouden worden, en ook daarvoor ben je in eerste instantie verantwoordelijk. Let wel: in eerste instantie. Ook de organisatie moet worden gedeeld, anders wordt het mogelijke succes van de groep jouw ondergang! Je zult bijna onvermijdelijk kritiek krijgen voor alles wat fout loopt en je beloning zal je vooral moeten halen uit de lol van je eigen werk en het zien dat anderen er plezier en nut van ervaren. Dat zijn uitdagingen en nuttige leerervaringen.

Inschatting van je mogelijkheden

Trekt dit beeld je aan? Wat vindt je de leuke kanten en welke de minder leuke? Welke vaardigheden denk je te hebben en welke wil je leren ontwikkelen? Of voor welke aspecten heb je zeker steun van anderen nodig? Hoeveel tijd wil je er in gaan steken, minimaal en maximaal? Is er een kans dat je halverwege moet uitstappen en wie neemt het dan over? Vragen om eens over na te denken bij je beslissing.

Als bestuur een groep opzetten

Als je als bestuur een werkgroep voorlichting op wilt zetten, zoek dan een of twee mensen die dat leuk vinden. Eén persoon is eigenlijk te weinig: dan ga je je eenzaam voelen en is er niemand die je aan deadlines houdt. Het werkt minder motiverend. Houd regelmatig contact over de voortgang en biedt jezelf als 'sparring partner' aan. Betrek mensen uit je omgeving bij het idee en laat degenen die je de 'opdracht' hebt gegeven niet alleen modderen.

Als individu een groep opzetten

Ook als je als individuele persoon een groep wilt opzetten is het zinnig nu al een 'sparring partner' te zoeken. Een bestuurslid waar je regelmatig mee kunt overleggen is heel nuttig, ook omdat je op die manier voorkomt dat het bestuur niet voldoende 'meegroeit' met jouw plannen.

Als je geen mensen kunt vinden om echt actief mee te helpen, vraag dan op zijn minst een vriend of vriendin of die af en toe commentaar en ideeën wil geven.

Stap 2 Overleg met het bestuur

Als je als individu graag iets aan voorlichting wilt gaan doen of je wilt meer actief een voorlichtingsgroep op gaan zetten, neem dan allereerst contact op met het bestuur van je (COC-) afdeling of homo/lesbische werkgroep om formele afspraken te maken. In de bijlage "startoverleg met bestuur" (disk: 1-2) vind je een globaal plannetje en voorstel aan het bestuur.

☞ *Opdracht krijgen*

Zorg dat je de `opdracht' krijgt om de voorlichting op te zetten en spreek af op welke datum je nadere afspraken wilt maken. Als je het starterspakket gebruikt, laat het dan bijvoorbeeld zien, zodat men weet dat er een serieus idee achter zit.

☞ *Betrekken/samenwerking*

Vraag ook of men andere mensen weet die eventueel belangstelling hebben mee te werken aan het starten van een groep. Informeer wanneer de sluitingsdatum bij de gemeente(n) is voor het aanvragen van subsidies in het volgende jaar en houd er rekening mee dat de eventuele subsidie-aanvraag voor die tijd ingediend moet zijn. Informeer ook naar de gang van zaken rond het aanvragen van subsidies. Als er een verenigings- of stichtingsbestuur is, zal het bestuur formeel de subsidie aan moeten vragen. Vraag na of het gebruikelijk is dat uitsluitend het bestuur of de penningmeester zich bezig houdt met subsidiewerving, of dat werkgroepen zelf ook aanvragen voorbereiden. Maak afspraken over wat wel en niet kan, en over met wie je wat kunt voorbereiden, bijvoorbeeld wat jij doet en wat de penningmeester doet.

aantekeningen □ datum afspraak met bestuur:

Agendapunten

- Toelichten plan om een voorlichtingsgroep op te zetten (zie bijlage 1.1)
- Bestuursbesluit dat je de opdracht hebt gekregen
- Weten bestuursleden mogelijke belangstellenden?
- Datum subsidies volgend jaar
- Volgende afspraak met bestuur gaat over:

- ☞ strategisch plan
- ☞ subsidie-aanvraag

Stap 3 Maak een strategisch plan

aantekeningen De bijlage "strategisch plan: start" bij deze stap (disk: 1-3) geeft een reeds uitgewerkt model van een strategisch plan.

- Dit plan kun je waar nodig invullen en/of bewerken. Het modelplan bevat aanwijzingen tussen [haakjes] waar je zelf iets moet invullen.
- ☞ Dat kan gemakkelijk door even in het telefoonboek te kijken bij "onderwijs".

Eigen invulling

- Bekijk serieus of je het met dit modelplan eens bent en voeg je eigen inzichten toe. In het plan staan veel dingen die je zou kunnen doen, maar die je wellicht niet ziet zitten, zoals standwerk of het ondersteuningsaanbod. Schrap dergelijke zaken. Anderzijds kan het zijn dat je onderwijs en jongerenwerk te beperkt vindt als doelgroepen. Aarzel dan niet doelgroepen toe te voegen. Maar denk wel goed na of de gestelde doelen realistisch blijven, hoe je doelgroepen gaat bereiken en of de werkwijze adequaat is.
- ☞ Het kan prettig zijn het modelplan en je eigen visie te bespreken met anderen die je daarbij ook kritische vragen kunnen stellen. Maak er zoveel mogelijk 'je eigen' plan van, anders zal je het niet overtuigend kunnen presenteren naar het bestuur, subsidiegevers, potentiële vrijwilligers en naar scholen.

Overleg met anderen

De regio's waarbinnen de bestaande groepen werken zijn nog steeds niet helder afgebakend. Het kan daardoor heel goed zijn dat een deel van het gebied waar jullie willen gaan voorlichten reeds in een voorgaande periode 'bezet' is door een andere werkgroep cq COC-afdeling.

- Ga na of je met hen kunt meelopen en of je met hen nadere afspraken kunt maken over samenwerking en taak/regioverdeling. Overigens, zelfs al acquisiteren zij niet (meer) actief in 'jouw' regio, dan kan het nog zijn dat scholen vanuit een voorgeschiedenis bij anderen voorlichtingen blijven aanvragen.
- ☞ Gegevens over andere organisaties waar je iets mee te maken zou kunnen hebben of waarmee je kunt samenwerken vind je in bijlage "aanbieders". Samenwerking met deze organisaties kan het best worden opgezet in overleg met het bestuur van je afdeling/werkgroep: vaak bestaan op dat niveau reeds contacten.

Financiën en begroten

In de bijlage geven we twee voorbeeldbegrotingen. Beschouw deze begrotingen als voorzet voor het denken over je financiën.

- ☞ Laat je niet te snel verleiden om alles te schrappen wat je niet werkelijk uitgeeft van het COC- of lokale werkgroepsbudget. Dat gaat ten koste van je inzicht in hoe je de groep gaande houdt. Zo kan inzicht in de kosten die vrijwilligers zelf maken voor subsidiegevers een reden zijn om bij te springen. Het kan zijn dat je in de werkgroep/afdelingsbegroting kosten niet hoeft op te voeren, omdat zij niet worden 'doorberekend' (zoals zaalhuur) maar uit de 'grote pot' van de afdeling/werkgroep gaan. Ook dan is het van belang alle kosten zichtbaar te maken. Eventueel kan je intern een andere begroting hanteren.
- Overleg hierover met je penningmeester.

2. Ontwikkelingsfase

Stap 1 Verwerf financiën

Overleg bestuur

- Overleg wederom met het bestuur, ditmaal over met name over financiën. Bespreek de begroting en laat het bestuur deze (eventueel bijstellen en) goedkeuren. Geef aan of je subsidie wilt aanvragen en waar.

aantekeningen

deadline:Afspraken:

wie:

- wie vraagt de subsidie formeel aan
- wie maakt de aanvraag
- wie ondertekent de aanvraag
- wie verstuurt de aanvraag
- wie is de contactpersoon naar de potentiële financier
- wie doet de lobby naar welke personen/instanties
- hoe worden de contacten teruggerapporteerd aan het bestuur

Schrijf de aanvraag

- ☞ Als bijlage "aanvraag startsubsidie" (disk: 2-1) vind je een model subsidie-aanvraagbrief die je kunt bewerken. Voeg het strategisch startplan toe als bijlage. De gemeente is de eerst aangewezen instantie om subsidie aan te vragen.

Lobby

- ☞ Het is raadzaam om een conceptversie van het plan eerst te bespreken met de verantwoordelijke ambtenaar en het plan naar aanleiding daarvan zo nodig bij te stellen.

Dien de aanvraag in

- ☞ Stuur de definitieve aanvraag zowel naar de verantwoordelijke wethouder als naar de verantwoordelijke ambtenaar.

aantekeningen

Stap 2 Werf voorlichters

Wervingsmateriaal

De bijlage bij deze stap (disk: 2-2) geeft materiaal waarmee je voorlichters kunt werven.

- Pas dit aan bij je eigen wensen.
- Hang postertjes of briefjes op waar homomannen en lesbische vrouwen komen.
- ☞ Denk daarbij niet alleen aan het COC, universiteiten en de lokale homobars, maar ook aan de baan, supermarkten, bibliotheken, buurthuizen en gelegenheden waar migranten komen.

Mensen aanspreken

De belangrijkste manier van werving is echter mensen direct aan te spreken en te interesseren voor het voorlichtingswerk.

- ☞ Ga bij jezelf na of je mensen kent, of dat je mensen kent die mogelijk anderen kennen die geïnteresseerd zouden kunnen zijn.

Neem actief contact op. In het eerste contact kan je:

- ☞ vertellen wat je wilt
- ☞ een foldertje en het strategisch plan geven
- ☞ vragen hoe zij/hij denkt over voorlichting en homoseksualiteit
- ☞ vertellen dat er meer werk te doen is dan alleen groepsvoorlichting

Wie weet wil men wel vooral materiaal helpen ontwikkelen. Stel de potentieel geïnteresseerde niet voor het blok door hen gelijk 'in te schrijven'. Geef enige bedenktijd; bijvoorbeeld een of twee weken.

Oriëntatiegesprek

Neem na enige tijd weer contact op voor een oriëntatiegesprek.

In dit gesprek gaat het bijvoorbeeld over:

- ☞ welkom, voorstellen
- ☞ vragen waarom de aspirant wil voorlichten
- ☞ vragen naar vaardigheden
- ☞ vragen naar kennis en ervaring met homoseksualiteit
- ☞ mening over homoseksualiteit

Maak het niet te zwaar, maar ook niet te licht. Als je nu mensen aanneemt die niet blijken te voldoen, met name wat betreft flexibiliteit of houding, dan wordt het moeilijk om later van hen af te komen en kunnen zij zelfs het opbouwproces van de groep belemmeren. Onze suggestie is om met name mensen te zoeken die mee willen denken en werken aan de opbouw van de groep en de ontwikkeling van het werk.

aantekeningen

Stap 3 Train jezelf en de vrijwilligers

Aanmelding

Meld je aan voor de landelijke starttraining.

☞ Deze COC-training wordt gegeven in trainingscentrum Kerk en Wereld in Driebergen, waar je je ook moet aanmelden (tel. 03438-12241).

☞ De data voor de landelijke trainingen staan opgenomen in Medium (vrijwilligersblad van het COC) en in het voorlichtingslogboek bij deze handleiding. Het voorlichtingslogboek is jaarlijks opnieuw verkrijgbaar met actuele informatie en suggesties.

Nabespreking

Bespreek de training na in de groep.

☞ Houd de conclusies bij de hand zodat je ze later makkelijk in het evaluatieverslag kunt opnemen of schrijf ze daar onmiddellijk in (zie de bijlage "evaluatieverslag", disk: 4-3).

☞ Bedenk welke dingen je in de groep zelf in de nabije toekomst wilt trainen. Maar hier eventueel reeds plannen voor.

aantekeningen

Stap 4 Vul de plannen nader in

Bespreking in de groep

Bespreek het strategisch plan in de groep en vul het waar nodig aan.

☞ Aandachtspunt bij de bespreking kan zijn hoe je inhoudelijk de nadruk wilt gaan leggen. Bijvoorbeeld hoe de keuze voor een bepaald schooltype of een specifieke groep jongeren consequenties zal hebben in hoe je voorlichting gaat geven. Zo kun je nagaan *welke belangstelling* jongeren wellicht zullen hebben. Je kunt proberen in te schatten *welke vragen* jongeren uit die groepen zullen stellen en hoe je daarop zult ingaan.

☞ Bespreek ook hoe je de voorlichtingen methodisch gaat inrichten, bijvoorbeeld:

1 voorstelronde

2 iets vertellen over de werkgroep/COC

3 vragen wat mensen denken bij het woord homoseksualiteit

4 vragen beantwoorden

5 korte evaluatie van de voorlichting

☞ Je kunt bestaand werkvormenmateriaal raadplegen³.

☞ Om de manier van voorlichten vast een beetje uit te proberen kun je twee mensen uit je eigen groep de anderen laten voorlichten alsof zij leerlingen zijn. Laat na 'de voorlichting' altijd de 'voorlichters' eerst vertellen hoe zij de oefening hebben ervaren. Daarna kunnen de 'leerlingen' vertellen wat zij zagen en enkele zwakke en sterke punten noemen. Pas op dat de beginnende voorlichters elkaar niet afkraken en dat men elkaar met respect behandelt, zelfs al denken sommigen wellicht dat bepaalde dingen 'echt niet kunnen'. Val elkaar niet aan en bespreek wat de voor- en nadelen van bepaalde werkwijzen zijn. Eindig de oefening altijd met de sterke punten en bedank de 'voorlichters' voor het spelen van deze rol!

☞ Bespreek ook hoe je de voorlichtingen gaat voorbereiden en evalueren. Er zijn vele mogelijkheden. Om slechts een aantal te noemen:

voorgesprek in de groep

voorbereiding door de ingetekende voorlichters

voorbereiding door coördinator met de docent

voorbereiding door voorlichters met de docent

nagesprek in de groep (welke aandachtspunten?)

onderlinge evaluatie direct na voorlichting door de voorlichters

telefonische evaluatie door coördinator met de docent

nabespreking door voorlichters met de docent

Aanpassing van het plan

Gebruik de opmerkingen in de groep om het strategische plan aan te vullen en bij te stellen.

Verspreid het definitieve plan. Onze suggestie is:

☞ doe het in het (openbare) afdelings/werkgroepsarchief

☞ geef het aan relevante bestuursleden

☞ geef het aan de voorlichters

aantekeningen

³Empowerment Lifestyle Services heeft diverse publikaties over werkvormen die je hiervoor kunt gebruiken.

Stap 5 Verdeel de taken

Spreek nu reeds een taakverdeling af.

Hierdoor kan je in dit vroege stadium reeds proberen te voorkomen dat je in een later stadium als coördinator overspannen of overbezet raakt. Door een goede taakverdeling voorkom je ook dat als jij door omstandigheden ermee op moet houden, de groep organisatorisch instort.

☞ Voor een taakverdeling kun je bijvoorbeeld de checklist in de bijlage "organisatietaken overzicht" (disk: 2-5) gebruiken.

☞ Het is handig mensen een clustertje van activiteiten te laten doen; dan weet je waar je elkaar op kunt aanspreken.

☞ Handige manieren om mensen bij de organisatie te betrekken zijn:

○ Hen eerst eens te vragen kleine concrete dingen te doen (omdat abstracte taken zoals ze in de checklist staan vaak afschrikken vanwege de 'verantwoordelijkheid').

○ Door mensen van te voren te peilen over waar ze deskundig in zijn en hen enige tijd later vervolgens te vragen hun deskundigheid op een bepaald terrein aan de groep ten goede te laten komen.

☞ Let tijdens vergaderingen op of de taken goed worden waargenomen en dat de voorlichters elkaar hier op een prettige manier op aanspreken.

Stap 6 Maak een adressenbestand

Maak een adressenbestand van scholen die je wilt aanschrijven.

☞ Het is aan te bevelen diverse vaksecties aparte brieven te schrijven, zodat er meerdere kansen zijn dat de brief bij een contactpersoon terechtkomt die positief staat ten opzichte van voorlichting over homoseksualiteit.

☞ Een schema voor het inrichten van zo'n bestand vind je in de bijlage "adressenbestand toelichting". Op de disk vind je als document 2-6 een standaard-opmaak van een adressenbestand in WordPerfect 5.1:

veldnummerinhoud veld

- 1 instelling
- 2 postadres
- 3 postcode
- 4 plaats
- 5 contactpersoon
- 6 voorletter/naam
- 7 contactpersoon, achternaam
- 8 functie
- 9 telefoon werk
- 10 fax
- 11 e-mail adres
- 12 telefoon thuis
- 13 bezoekadres instelling
- 14 dhr. of mw.
- 15 heer, mevrouw of voornaam
- 16 opmerkingen

Laat andere voorlichters je helpen bij het opzoeken en invoeren van de adressen (zie telefoongids of gemeentegids).

Goede up-to-date adressen zijn vaak moeilijk te vinden vanwege fusies en naamsveranderingen in het onderwijs.

☞ Als je een voorlichtingsgebied van een andere voorlichtingsgroep overneemt hebben zij wellicht een goede database van scholen in dat gebied.

☞ Adressen van professionele organisaties zijn soms meer bij de tijd dan adressen uit gidsen. Denk daarom ook aan overleg met verwante organisaties die wellicht al complete adressenbestanden hebben, bijvoorbeeld de GGD (of GG&GD), de gemeente (secretarie of/en afdeling onderwijs) of de onderwijsbegeleidingsdienst.

☞ Tijdens de contacten die je maakt om aan je adressen te komen kan je ook informeren of er verdere mogelijkheden zijn voor samenwerking, bijvoorbeeld in de sfeer van informatie-uitwisseling.

Leg bij het maken van het adressenbestand van elke contactpersoon alvast een "klantenformulier" aan (zie bijlage met die titel). Dit is het begin van je voorlichtingsarchief.

aantekeningen

Stap 7 Maak het acquisitiemateriaal

- ☞ In de bijlage "acquisitiebrief eerste mailing" (disk: 2-7) vind je een model-acquisitiebrief⁴ die gericht is op het voortgezet onderwijs.
- Deze kan je natuurlijk waar nodig aanpassen.
- Maak soortgelijke brieven voor het jongerenwerk of voor andere doelgroepen die je aanschrijft.
- ☞ Probeer na te gaan welke toon je moet zetten om degenen die je aanschrijft zover te krijgen dat ze een voorlichting willen bestellen. In de bijlagen "acquisitiebrieven" vind je meer uitgebreide suggesties voor het schrijven van acquisitiemateriaal.

aantekeningen

⁴We noemen de werving van voorlichting 'acquisitie' omdat als je het woord 'werving' apart gebruikt er verwarring kan ontstaan over of je het hebt over werving van voorlichtingen of van voorlichters.

3. Uitvoeringsfase

augustus tot mei

Stap 1 Doe de acquisitie

Verstuur de brieven

- Vraag van tevoren na wanneer de scholen in de regio weer beginnen.
- Verstuur de brief kort nadat de scholen begonnen zijn.
- ☞ In de meeste gevallen zal het versturen gebeuren in augustus/september. Sommige groepen doen een tweede mailing in januari.
- ☞ Als je meer dan 50 brieven hebt kan je deze - als het streekpost is - met "code aanbiedingsformulier 2" circa 30% goedkoper als partijpost versturen. Kijk voor nadere informatie in de meest recente tarievenfolder van de PTT. Informeer ook eens naar de tarieven van de stadspost!

aantekeningen

Doe een telefonische follow-up

- Verdeel de scholen onder de voorlichters.
- Bel circa twee weken na de verzending de scholen op.
- ☞ Vraag naar de naam van de personen die de brieven in behandeling hebben genomen en probeer deze te spreken te krijgen.
- ☞ Vul hierbij het "klantenformulier" (disk: 3-1) verder in.
- ☞ Voor een checklist bij het bellen kun je eventueel de bijlage "telefonische follow-up" gebruiken.

Bouw je contacten op

- Ga zo nodig met sleutelfiguren op school (leerlingbegeleiders, mentoren, decanen, eventueel vertrouwenspersonen als ze die hebben) even kennismaken.
- Vanaf het begin goede contacten opbouwen kost tijd maar werpt op de lange duur vruchten af. Het opbouwen van een redelijk bestand aan 'vaste' voorlichtingen voor de voorlichtingsgroep is een essentieel element in het in stand houden van de groep.

aantekeningen

Starterspakket:3. Uitvoeringsfase

Stap 2Bereid de voorlichtingen voor

Registratie

Als een docent/school een voorlichting bestelt,

vul dan een "registratieformulier" (disk: 3-2) in, en

deel de school mee wanneer je de opdracht bevestigt, bijvoorbeeld binnen een week of twee. Het registratieformulier is met name voor de uitvoerende voorlichters van belang.

Roosteren

Bel voorlichters op, of

vul het rooster in tijdens de vergadering.
Hiervoor kunnen de registratieformulieren worden gebruikt.

Evaluatie

Geef de voorlichters evaluatieformulieren (bijlage "evaluatie voorlichters") mee.

☞ Herinner hen er af en toe weer eens aan de voorlichtingen na te bespreken met deelnemers, met de docent en met elkaar.

☞ Herinner hen er daarnaast geregeld aan punten ter bespreking op de voorlichtingsvergadering te noteren.

aantekeningen

Stap 3 Rond de voorlichtingen af

Monitoring

- Check na de voorlichting bij de docent
 - ☞ of de organisatie goed is gegaan
 - ☞ of er een voor- en nagesprek is geweest
 - ☞ wat hij/zij van de inhoud vond (voor zover bekend)

- Ga ook bij de voorlichters na
 - ☞ of de organisatie goed is gegaan
 - ☞ of er een voor- en nagesprek is geweest
 - ☞ wat ze ervan vonden en hoe de docent reageerde

Dit volgen van de voortgang wordt ook wel *monitoring* genoemd.

- ☞ Deze opmerkingen kan je noteren op het klantenformulier.

Afronding

- Stuur een bedankbriefje en factuur (zie bijlage "factuur", disk: 3-3).
 - ☞ Als je dit formulier zelf wilt aanpassen en je wilt binnen het kader typen moet je `insert' gebruiken, anders beschadig je het kader.
 - ☞ Overleg hierover wel even met de penningmeester/boekhouder van de afdeling/homogroep. Als er reeds een factuursysteem binnen de afdeling bestaat kan je natuurlijk beter daarvan gebruik maken.

Veel voorlichtingsgroepen verwerken de rekening in een brief en versturen geen aparte factuur. Wij denken dat het beter is wel een aparte factuur te versturen. Het voordeel van het werken met een aparte factuur is dat jij deze als bewijsstuk door kunt geven aan de boekhouding. Dat geldt ook voor je contactpersoon die ook de rekening moet doorgeven of declareren via zijn/haar boekhouding. De aparte brief vormt een stukje persoonlijke aandacht die de contactpersoon in het eigen archief kan houden.

aantekeningen

Stap 4 Houd je contacten bij

Leg een adequaat archief aan door middel van het invullen van klanten-, registratie- en evaluatieformulieren.

Hierdoor krijg je later een goed overzicht van het totale bestand aan scholen en de contacten die er zijn geweest. Als je dit aspect verwaarloost, zal je later veel moeite moeten doen om te achterhalen wat er in je regio speelt en hoe je je beleid kan bijstellen.

☞ Ons ziens is de beste manier een map te maken met drie delen:

1. Geplande voorlichtingen

Hierin zitten de registratieformulieren van voorlichtingen die gepland zijn maar nog niet uitgevoerd. Het handigst is om ze op chronologische volgorde te archiveren: de meest recente vooraan. Ze zitten voorin de map omdat je ze er regelmatig uit moet halen ter raadpleging.

2. Uitgevoerde voorlichtingen

Hierin zitten de registratieformulieren van voorlichtingen die uitgevoerd zijn dit jaar. Ook deze kan je het best op chronologische volgorde leggen. Aan elk formulier hecht je de bijbehorende evaluatieformulieren. Na een jaar verhuizen deze formulieren naar een andere map, die naar het archief mag. Jij gebruikt hem waarschijnlijk niet meer, maar als de groep ooit zou inzakken levert ook deze verouderde informatie je opvolgers nog wel enig beeld op.

3. Bestaande contacten

Hierin zitten de klantenformulieren - op alfabetische volgorde - eventueel aangevuld met achtergrondmateriaal over de klanten; bijvoorbeeld brochures van de school. Als klantenformulieren verouderen door veel adreswijzigingen of volraken worden ze vervangen en verhuizen de oude versies en bijlagen naar het archief.

De klantenformulieren worden door de coördinator bijgehouden; als voorlichters meewerken aan de telefonische follow-up krijgen zij kopieën van deze formulieren of een belijst met de belangrijkste gegevens - bijvoorbeeld een uitdraai van het adressenbestand. In een bijbehorende insteekmap kun je een back-up floppy van het adressenbestand bewaren.

aantekeningen

Stap 5 Wissel ervaringen en suggesties uit

- Houd eenmaal per 4 à 6 weken een vergadering. Langere tussenperioden blijken te lang te zijn voor een goede samenhang in de groep. Vaker bijeenkomen is doorgaans te zwaar voor de meeste vrijwilligers. De agenda van een vergadering kan er als volgt uitzien:

aantekeningen

- opening
- invullen rooster komende voorlichtingen
- bespreking verloop uitgevoerde voorlichtingen
- aandacht voor een speciaal thema
- rondvraag

☞ Zorg dat de `regel'dingen weinig tijd kosten en besteed veel tijd aan de bespreking van het verloop van voorlichtingen. Dit wordt ook wel *intervisie* genoemd. In de bijlage "intervisie" vind je simpele suggesties om hier effectief aan te werken. Wij raden je aan dit gedeelte van de vergadering als coördinator niet zelf voor te zitten, maar het te laten doen door een ander.

- Bereid het intervisie-deel van de vergadering wel even met die persoon voor.

☞ Een andere suggestie is om elke vergadering door een ander een specifiek thema te laten voorbereiden. Dit kan zijn:

- de introductie van een nieuwe methodiek
- van nieuwe inhoudelijk informatie
- het verwerken van informatie
- het leren gebruiken van nieuwe methoden

Manieren om dergelijke zaken aan de orde te stellen zijn:

- een inleiding door een spreker
- een inleiding door een of een subgroepje voorlichters
- een meer diepgaande bespreking van een voorlichting, bijvoorbeeld een waarin een `typisch' en steeds terugkerend probleem zit.

overige aantekeningen

4. Evaluatiefase

mei/juni

Stap 1 Bereid de evaluatie voor

Maak een concept-verslag van de afgelopen twee jaar.

☞ Hiervoor kun je het modelverslag gebruiken (bijlage "evaluatieverslag startperiode", disk: 4-3).

☞ Vragen die je via klanten- en registratieformulieren kunt uitzoeken zijn:

- aantal scholen voor voortgezet onderwijs in je regio
- aantal en percentage dat je hebt aangeschreven en gebeld
- aantal en percentage waar je een voorlichting hebt gedaan
- eventueel uitsplitsing naar schooltype en leerjaar
- aantal voorgelichte groepen
- totaal aantal voorgelichte leerlingen

- aantal jongerencentra
- aantal en percentage dat je hebt aangeschreven en gebeld
- aantal en percentage waar je een voorlichting hebt gedaan
- aantal voorgelichte groepen
- totaal aantal voorgelichte jongeren

totale aantallen groepen en jongeren

☞ Vragen die je via de evaluatieformulieren kunt uitzoeken zijn:

- trends
- opmerkingen van voorlichters en deelnemers en voorbeelden
- eventueel welke thema's waar aan de orde kwamen

Schakel bij het uitzoekwerk en eventueel een stukje schrijfwerk de voorlichters in.

☞ Je kunt het verslag verder aanvullen met de aantekeningen die je op deze pagina's hebt gemaakt.
Op deze manier kom je tot een zogenaamde procesevaluatie.

aantekeningen

Stap 2Evalueer met de voorlichters

- Reserveer op zijn minst een hele avond voor de evaluatie, een avond waarop je geen `regel'dingen aan de orde stelt.

*aantekeningen*Aandachtspunten tijdens de evaluatie:

☞ *Persoonlijke reacties*

Begin met persoonlijke reacties; laat de voorlichters bijvoorbeeld noemen of zij menen dat hun persoonlijke kwaliteit in voorlichting is verbeterd en wat zij zwak en sterk aan zichzelf vonden. Hierna kun je mensen laten vertellen wat zij van elkaar en van de samenwerking vonden. Eindig altijd met de sterke punten zodat men niet met een katerig gevoel blijft zitten.

☞ *Inhoudelijke bespreking*

Na een dergelijke persoonlijke start kan je de stap maken naar een meer inhoudelijke bespreking. Vragen daarbij zijn in eerste instantie:

Welke onderwerpen kwamen aan de orde, vonden we dat er voldoende onderwerpen aan de orde kwamen en op de goede manier? Wat is de `goede' manier? Kunnen we of moeten we ons programma volgend seizoen bijstellen? Moeten we een meer uitgeschreven `programma' ontwikkelen? Willen we de doelgroep beter of anders benaderen, willen we nieuwe groepen benaderen?

☞ *Het bredere kader*

Voor het bredere kader is het van belang na te gaan of de voorlichting heeft gepast in het grotere beleid van de hele afdeling/werkgroep en of er signalen uit de voorlichtingen zijn te halen die voor dat algemene beleid van belang zijn.

☞ *Suggesties voor het verslag*

Het zou goed zijn daarna af te sluiten met een korte bespreking van de procesevaluatie en te besluiten een aantal voorbeelden uit de voorgaande discussie als verlevendiging op te nemen.

Stap 3 Schrijf een conceptverslag

- Stel het verslag bij aan de hand van de opmerkingen van de voorlichters.
- ☞ Maak van het verslag een produkt dat er goed uitziet en makkelijk leest.
- ☞ Laat het verslag niet een stuk zijn dat alleen maar tijd kost; gebruik het als instrument bij het onderhouden van je contacten!
- ☞ Houd bij het definitief maken in je achterhoofd voor wie je het schrijft en wat het doel is van je verslag. Mogelijkheden daarbij zijn bijvoorbeeld:

Een inhoudelijk verslag voor jezelf en de groep

De modeltekst op disk (4-3) is een vrij uitgebreid verslag dat je met name helpt om de startperiode stevig te evalueren. In dit geval zijn aanvullende inhoudelijke voorbeelden uit de praktijk interessant.

Een verantwoording naar de beleidmakers en financiers

Je kunt het verslag ook als verantwoording van eventuele subsidie gebruiken. Realiseer je voor dit doel dat de financier doorgaans in eerste instantie zal kijken naar de samenvatting en naar de resultatenrekening.

Public relations naar je voorlichtingsdoelgroepen en intermediairen

Een derde mogelijkheid is dat je van het verslag een leuke brochure over je eigen werk kunt maken. Let dan vooral op de lay-out; je zou de tekst bijvoorbeeld kunnen illustreren met grappige of bijzondere anekdotes of uitspraken.

Public relations naar externe contacten van je organisatie

Voor het jaarverslag van je COC afdeling of homo/lesbische werkgroep is de modeltekst in de bijlage te uitgebreid. Voor gebruik als onderdeel van een groter jaarverslag kun je beter alleen de samenvatting gebruiken.

aantekeningen

Stap 4 Presenteer het verslag

Evalueer met het bestuur

- Stuur het bestuur van te voren het conceptverslag op met een begeleidend briefje waar je het over wilt hebben. Onderwerpen zouden kunnen zijn:
 - ☞ Evaluatie: Zijn de doelen bereikt, welke verklaringen zijn er voor het al dan niet bereiken?
 - ☞ Signalering: Zijn er signalen uit de voorlichtingen naar voren gekomen die voor het gehele beleid van de afdeling/werkgroep van belang zijn? Zijn er signalen in de contacten van het bestuur die van belang zijn voor bijgesteld beleid van de werkgroep voorlichting?
 - ☞ Beleid: Is er aanleiding voor het bijstellen van de doelen en/of doelgroepen, hoe denkt het bestuur daarover?
 - ☞ Afspraken: Nadere afspraken over bespreking voorlichtingsplan van volgend seizoen.

Presentatie intern

- Presenteer en bespreek het verslag intern minstens aan het bestuur.
- Maar ook een presentatie naar de vrijwilligers die in contact komen met het publiek kan nuttig en belang zijn. Het geeft de werkgroep meer draagvlak binnen je afdeling of homo/lesbische groep en levert wellicht zo ook makkelijker nieuwe voorlichters op. Ook kan het zijn dat je goede suggesties of signalen krijgt waar je zelf in het voorlichtingsbeleid wat mee kunt.
- Een mogelijkheid is om tijdens een ledenvergadering een presentatie te houden.

Presentatie extern

- Het kan nuttig zijn je verslag naar scholen en andere potentiële klanten te sturen. Zo zien zij wat je concreet doet en wat je mogelijk voor hen kunt betekenen.
- Stuur het verslag zeker op naar andere waardevolle externe contacten, met name naar contacten die van belang zijn voor jullie landelijke ondersteuning en voor lokaal beleid.
- ☞ Denk daarbij aan onder meer Gay & Lesbian Switchboard, Empowerment Lifestyle Services, het landelijk kantoor van het COC, de SAD-Schorerstichting, het Homodok, de afdeling emancipatie van de provincie, de afdelingen emancipatie en onderwijs van de gemeente, de afdeling GVO van de lokale GG&GD('s) en de RIAGG('s), de lokale meldpunten discriminatie en de lokale hulp- en kindertelefoons.
- ☞ De adressen van de landelijke organisaties vind je in de bijlage "mailinglijst externe ondersteuning" en op disk vind je onder 4-4 de landelijke adressen in de vorm van een WP5.1 mailingbestand (in dezelfde opmaak als het voorbeeld in stap 2.6 "Maak een adressenbestand").

aantekeningen

Stap 5 Sluit het seizoen feestelijk af

Neem het er gezamenlijk een avond van. Ga eens lekker uit met elkaar. Ergens eten, naar de film of theater. Geniet van het verslag en van een seizoen waarin je successen hebt behaald of op zijn minst je best hebt gedaan. Tijdens zo'n avond ontstaat weer ruimte voor leuke nieuwe ideeën en het draagt bij aan de sfeer en samenhang van de groep.

aantekeningen

Check

- wat het mag kosten
- wie het gaat betalen
- wat de voorlichters graag willen doen
(welk soort restaurant e.d.)

Maak afspraken over

- wanneer het is
- wie wat organiseert

Reserveer plaatsen

Deel II

Uitgebreid stappenplan

Fasering en organisatie

Overzicht van de stappen en actiepunten

1. Voorbereidingsfase

1.1. Oriëntatie op de markt

- ☞ 1.1.1 Oriënteer je op andere aanbieders
- ☞ 1.1.2 Oriënteer je op de mogelijke afnemers
- ☞ 1.1.3 Maak een afweging van de noodzaak en je kansen op de markt

1.2. Oriëntatie op de doelstellingen

- ☞ 1.2.1 Kies een hoofddoelstelling
- ☞ 1.2.2 Werk de doelstellingen uit

1.3. Ontwerp van de voorlichtingsstrategie

- ☞ 1.3.1 Oriënteer je op de voorlichtingsstrategie
- ☞ 1.3.2 Oriënteer je op het benodigde budget

1.4. Bepaal de haalbaarheid

- ☞ 1.4.1 Maak afspraken over de organisatie
- ☞ 1.4.2 Oriënteer je buiten de organisatie

1.5. Uitwerking van het strategisch plan

- ☞ 1.5.1 Beschrijf de doelgroepen
- ☞ 1.5.2 Stel de doelen en de strategie bij
- ☞ 1.5.3 Maak een uitgewerkte begroting en financieringsplan
- ☞ 1.5.4 Maak een strategisch plan

2. Ontwikkelingsfase

2.1. Externe financiën verwerven

- ☞ 2.1.1 Overleg met het bestuur
- ☞ 2.1.2 Selecteer fondsen
- ☞ 2.1.3 Maak een subsidie-aanvraag
- ☞ 2.1.4 Lobby je aanvraag
- ☞ 2.1.5 Werf sponsors

2.2. Werving voorlichters

- ☞ 2.2.1 Maak een profielschets
- ☞ 2.2.2 Maak een wervingsplan
- ☞ 2.2.3 Doe oproepen
- ☞ 2.2.4 Betrek mensen
- ☞ 2.2.5 Voer oriëntatiegesprekken/intakegesprekken
- ☞ 2.2.6 Neem de voorlichter aan of wijs af

2.3. Training voorlichters

- ☞ 2.3.1 Check mogelijkheden training
- ☞ 2.3.2 Controleer aanmeldingen

2.4. Invullen strategisch plan

- ☞ 2.4.1 Vraag individuele opmerkingen over het plan
- ☞ 2.4.2 Vraag kritiek op het plan door de groep
- ☞ 2.4.3 Stel het strategisch plan bij

2.5 Taakverdeling

- ☞ 2.5.1 Maak een concept-taakverdeling
- ☞ 2.5.2 Peil mensen voor taken
- ☞ 2.5.3 Beslis over de taakverdeling

2.6. Voorbereiding acquisitie

- ☞ 2.6.1 Maak een mailingbestand
- ☞ 2.6.2 Schrijf een acquisitiebrief per doelgroep

2.7. Ontwikkeling materialen

- ☞ 2.7.1 Maak een 'briefing'
- ☞ 2.7.2 Verdeel de taken
- ☞ 2.7.3 Bespreek concepten/prétesten
- ☞ 2.7.4 Maak de concepten af
- ☞ 2.7.5 Produceer het materiaal
- ☞ 2.7.6 Presenteer het materiaal

3. Uitvoeringsfase

3.1. Acquisitie voorlichtingen

- ☞ 3.1.1 Verstuur een mailing
- ☞ 3.1.2 Doe een telefonische follow-up

3.2. Voorbereiding van de voorlichtingen

- ☞ 3.2.1 Registreer de voorlichting
- ☞ 3.2.2 Informeer de voorlichters
- ☞ 3.2.3 Verdeel de voorlichtingen
- Uitvoering van de voorlichtingen

3.3. Afronding van de voorlichtingen

- ☞ 3.3.1 Controleer de evaluatie
- ☞ 3.3.2 Stuur een factuur

3.4 Houd je contacten bij

- ☞ 3.4.1 Houd zicht op de uit te voeren voorlichtingen
- ☞ 3.4.2 Houd zicht op de uitgevoerde voorlichtingen
- ☞ 3.4.3 Houd overzicht van je klanten

3.5 Voorlichtingsvergadering

- ☞ 3.5.1 Bereid de vergadering voor
- ☞ 3.5.2 Voorzitten vergadering
- ☞ 3.5.3 Maken en versturen notulen

4. Evaluatiefase

4.1. Voorbereiding □ Verwerk de gegevens voor de evaluatie

4.2. Bespreking ervaringen □ De evaluatiebijeenkomst

4.3. Verslag leggen □ Maak het conceptverslag

4.4. Presenteer het verslag

☞ 4.4.1 □ Evalueer met het bestuur

☞ 4.4.2 □ Laat de groep het verslag goedkeuren

☞ 4.4.3 □ Presenteer het verslag intern

☞ 4.4.4 □ Presenteer het verslag extern

4.5 Sluit het seizoen feestelijk af

☞ 4.5.1 □ Ga na hoeveel financiële ruimte er is

☞ 4.5.2 □ Bereid het uitje voor met de voorlichters

☞ 4.5.3 □ Neem het er van!

1. Voorbereidingsfase

In deze fase ga je opnieuw kijken naar je doelgroepen en of je doelen nog bij de tijd zijn. In feite gaat jouw voorlichtingsgroep met het produkt (voorlichtingslessen over homoseksualiteit) de 'markt' op. Na het in kaart brengen van de markt en keuzes voor doelgroepen kun je de concrete doelen formuleren of bijstellen. Vervolgens bedenk je in de voorbereidingsfase hoe je de doelen gaat bereiken, je zoekt uit of dat kan en hoe dat kan, je overlegt over de plannen met anderen en eindigt met een herzien strategisch plan.

☞ Logboek coördinatie voorlichting

Met het LOGBOEK COÖRDINATIE VOORLICHTING (bijlage) kan je een planning maken voor de stappen die je wilt maken in het volgende voorlichtingsseizoen. In het logboek kan je ook de voortgang aantekenen, waardoor je direct een overzicht hebt voor een eventuele procesevaluatie of als je halverwege het jaar de coördinatietaak wilt overdragen. Elk jaar is een bijgewerkte versie van het logboek te verkrijgen bij Empowerment Lifestyle Services.

1.1. Oriëntatie op de markt

- ☞ 1.1.1 Oriënteer je op andere aanbieders
- ☞ 1.1.2 Oriënteer je op de mogelijke afnemers
- ☞ 1.1.3 Maak een afweging van de noodzaak en je kansen op de markt

1.2. Oriëntatie op de doelstellingen

- ☞ 1.2.1 Kies een hoofddoelstelling
- ☞ 1.2.2 Werk de doelstellingen uit

1.3. Ontwerp van de voorlichtingsstrategie

- ☞ 1.3.1 Oriënteer je op de voorlichtingsstrategie
- ☞ 1.3.2 Oriënteer je op het benodigde budget

1.4. Bepaal de haalbaarheid

- ☞ 1.4.1 Maak afspraken over de organisatie
- ☞ 1.4.2 Oriënteer je buiten de organisatie

1.5. Uitwerking van het strategisch plan

- ☞ 1.5.1 Beschrijf de doelgroepen
- ☞ 1.5.2 Stel de doelen en de strategie bij
- ☞ 1.5.3 Maak een uitgewerkte begroting en financieringsplan
- ☞ 1.5.4 Maak een strategisch plan

1.1. Oriëntatie op de markt

Actiepunt 1.1.1 Oriënteer je op andere aanbieders

Suggesties:

Naast de afnemers (de doelgroepen die potentieel gebruik maken van je aanbod) bevinden zich ook andere 'aanbieders' op de voorlichtingsmarkt in je regio. Dit kunnen concurrenten zijn, maar net zo goed zouden het samenwerkingspartners kunnen worden.

Bedenk welke mogelijke alternatieven er zijn voor of naast jullie aanbod. Neem het ruim: voor specifieke homo/lesbische voorlichting zullen doorgaans weinig andere aanbieders bestaan.

☞ Denk ook aan boeken, docenten die zelf lessen verzorgen en dergelijke.

☞ Denk ook aan andere organisaties die soortgelijke voorlichtingen aanbieden, bijvoorbeeld over seksualiteit, discriminatie of mensenrechten.

☞ **Oefening: Brainstorm**

Een leuke vorm om dit in de groep te doen is door er een 'brainstorm' over te organiseren. Daarbij neem je een kwartier of 20 minuten om zoveel mogelijk mogelijke aanbieders op te sommen. De regels daarbij zijn:

- dat je alles opnoemt wat in je opkomt, hoe belachelijk sommige ideeën ook mogen lijken
- dat de genoemde zaken vrij snel na elkaar worden genoemd en op een flap/bord worden opgeschreven
- dat er geen onderling commentaar wordt geleverd; alle opmerkingen dragen bij tot de vrije gedachtenwisseling
- dat er op elkaar mag worden ingehaakt, zodat één idee tot het andere leidt
- dat de begeleider van de brainstorm zorgt dat iedereen aan het woord komt.

Gewoonlijk is de ideeënstroom na circa 20 minuten wel opgedroogd. De begeleider moet de brainstormfase dan even formeel afsluiten om te voorkomen dat mensen in een meer serieus gesprek daarna losse ideeën blijven spuien. Na de brainstorm kan worden besproken welke van de genoemde aanbieders interessant genoeg zijn om nader te gaan onderzoeken.

Neem contact op met de organisaties en personen die dergelijk aanbod hebben en probeer na te gaan wat hun ervaringen ermee zijn. Daarbij kun je vertellen dat je van plan bent voorlichting te gaan aanbieden en kun je vragen in hoeverre samenwerking mogelijk is. Instellingen waaraan minimaal gedacht zou moeten worden zijn: de gemeenten, andere COC-afdelingen of homo/lesbische groepen, de Rutgersstichting, de RIAGG's en de GGD's. In de bijlage "Aanbieders" vind je nadere informatie over taak en werkwijze van een aantal van deze instellingen.

Vragen bij het in kaart brengen van de aanbieders kunnen verder zijn:

☞ Wie zijn in het voorlichtingsaanbod geïnteresseerd en waarom?

☞ Worden dergelijke producten graag afgenomen of zijn ze 'verplicht', bijvoorbeeld als onderdeel van een programma?

☞ Welke doelgroepen worden al bereikt en met welk effect?

☞ Bestaat er al samenwerking en/of concurrentie?

Overleg met naburige voorlichtingsgroepen over de huidige afbakening van het gebied waarin je wilt werken. Zijn jullie daar nog tevreden mee? Wil je het gebied herverdelen? Oriënteer daarbij meteen op mogelijke samenwerking komend seizoen. Mogelijk kan je gezamenlijk materiaal ontwikkelen en gebruiken, voorlichters uitwisselen, training of themadagen organiseren.

Bijlagen:

"Aanbieders"

Externe ondersteuning:

Empowerment Lifestyle Services: Telefonisch advies en doorverwijzing

Suggesties:

Van je potentiële `afnemers' zou het goed zijn te weten welke vragen zij reeds hebben. Maar het kan ook zijn dat er zo'n discriminerende situatie bestaat dat het ongeacht de vraag van hun kant voor jou belangrijk is juist hen te gaan voorlichten. In dat geval zou je wellicht juist meer willen weten over de aard van de discriminatie en de weerstand.

Veel voorlichtingsgroepen beperken hun aanbod tot scholen en jongerenwerk. De maatschappij bestaat echter uit veel meer segmenten waar mogelijk noodzaak of behoefte aan voorlichting bestaat. Om de mogelijke afnemers in kaart te brengen kan je bijvoorbeeld segmenteren naar sector (onderwijs, cultureel werk, sociaal werk, dienstverlenende bedrijven op commerciële of ideële grondslag, (semi) overheidsinstellingen, industrie, landbouw enzovoorts), naar geografisch gebied, naar opleidingsniveau (schooltypen, beroepsniveaus) of positie (zoals leerlingen, beroepsbeoefenaren, algemeen publiek).

Ga vooraf na of het bestuur van je afdeling of homo/lesbische werkgroep wat doelgroepen betreft al prioriteiten heeft gesteld.

Een brainstorm zoals bij de aanbieders beschreven staat kan een goede start zijn om hieraan een eigen invulling te geven.

Na de brainstorm kun je de opgesomde afnemers proberen te clusteren in min of meer samenhangende `groepen' van afnemers.

Vervolgens kun je (subgroepjes van) voorlichters de opdracht meegeven elk een cluster van afnemers nader in kaart te brengen.

☞ Raadpleeg de gemeente, pak het telefoonboek of gemeentegids en bekijk hoeveel organisaties vallen binnen de markt waarop je wilt opereren. Probeer ook eens na te gaan om hoeveel individuen het gaat binnen de betrokken instellingen.

☞ Ook kan je eens nagaan op welke niveaus je doelgroepen zich bevinden. Zo zou je een onderscheid kunnen maken tussen primaire doelgroepen (mensen die je uiteindelijk wilt voorlichten) en secundaire of intermediaire doelgroepen (mensen die je nodig hebt om je doelen bij de primaire doelgroepen optimaal te realiseren, zoals docenten, directies, besturen, stafmedewerkers van andere organisaties).

☞ Probeer aan informatie te komen over de noodzaak en mogelijkheden voor voorlichting. Soms bestaat er onderzoek of kun je uit reacties van de aanbieders daar iets over zeggen. Ook kun je zelf wat onderzoek doen door steekproefgewijze sleutelfiguren onder afnemers op te bellen en naar reacties te vragen. Als je het echt `professioneel' wilt aanpakken kun je een `markt'onderzoekje doen door een aantal personen uit zo'n marktsegment mondeling of schriftelijk meer systematisch te ondervragen. Een voorbeeld van een vragenlijstje daarvoor vind je als bijlage ("Vragenlijst werksituatie") in deel III. Het is raadzaam om te overleggen met het bestuur voorafgaand aan het doen van dergelijk onderzoek, zodat zowel de vorm als de inhoud en de mogelijke consequenties kunnen worden besproken.

Bijlagen:

"Werksituatie: vragenlijst"

Externe ondersteuning:

Empowerment Lifestyle Services: Telefonisch advies en doorverwijzing

Suggesties:

Als zowel de afnemerskant als de aanbiederskant enigszins in kaart zijn gebracht wordt het tijd om af te wegen waar de groep zich uiteindelijk op zal gaan richten. In een voorlichtingsgroep speelt daarbij de spanning...

☞ waar de meeste noodzaak aan voorlichting wordt geconstateerd (bijvoorbeeld bij intolerante doelgroepen), en

☞ waar de meeste kansen behaald kunnen worden (redelijke toegankelijkheid van instellingen en bereidheid tot een gesprek).

Bekijk op welke deelmarkten het aantrekkelijk is je te richten. Je kunt daarbij denken aan de maatschappelijke situatie (bijvoorbeeld door te kiezen voor gebieden waar veel gediscrimineerd wordt), de soort organisaties (bijvoorbeeld organisaties die veel maatschappelijke impact hebben zoals gemeentelijke diensten of andere dienst- of hulpverlening), het opleidingsniveau (er bestaan gemiddeld meer zwart-wit denkbeelden en stereotiepen onder lager opgeleiden), de bereikbaarheid van de organisaties (in verband met haalbaarheid qua reiskosten en -tijd) en dergelijke.

☞ Een zeer systematische manier om dit te doen is door eerst in de groep enkele criteria af te spreken op grond waarvan je gaat kiezen, bijvoorbeeld: laag niveau van tolerantie, grote toegankelijkheid, potentieel nut van de voorlichting, bereikbaarheid. Geef dan elk cluster van afnemers punten per criterium. Op basis van de voorlopige totaalscore kan je een beter gefundeerde discussie voeren over de voor en tegens van de noodzaak en kansen. Een checklist om je op deze manier te oriënteren vind je als bijlage.

Bijlagen:

"Afnemers: keuzeoefening"

Externe ondersteuning:

Geen

1.2. Oriëntatie op de doelstellingen

Actiepunt 1.2.1 Kies een hoofddoelstelling

Suggesties:

In dit actiepunt ligt de nadruk op bespreking van hoe jullie het voorlichtingsbeleid globaal willen vormgeven; de toonzetting zo je wilt. Concrete uitwerking van doelen naar subdoelgroepen gebeurt in de volgende stap.

De doelstelling van een voorlichtingsgroep moet logisch voortvloeien uit de doelstellingen van de gehele organisatie.

Ga na welke instellingsdoelen er zijn (ook specifiek voor komend seizoen) en sta stil bij hoe de voorlichtingsgroep daarbij een functie kan vervullen. Informeer bij bestuur:

☞ wat de actiepunten/doelen voor komend jaar zijn

☞ in hoeverre en hoe de ervaringen en prioriteiten van de werkgroep voorlichting daarin worden opgenomen

☞ in hoeverre de werkgroep voorlichting geheel vrij is in de keuze van eigen doelen en doelgroepen.

☞ Bij COC-afdelingen zijn de hoofddoelen van de organisatie:

1. Maatschappelijke integratie van homoseksualiteit

2. Bevordering van homoseksuele emancipatie

Dit zijn natuurlijk nog erg globale doelen, waarbij niet is aangegeven wat daar nu precies mee wordt bedoeld. Wat is "integratie"? Wat bedoelt men met "homoseksualiteit"? Wat is "emancipatie"? Voor adequate vertaling naar acties en naar voorlichting moet de doelstelling geoperationaliseerd worden. Naar aanleiding van onderzoek naar het functioneren van voorlichtingsgroepen (Dankmeijer, 1994) heeft Empowerment Lifestyle Services deze doelen ten behoeve van voorlichting uitgewerkt tot een operationaliseerbare en toetsbare algemene doelstelling:

☞ Het doel van de voorlichting is het verminderen van discriminatie en het vergroten van acceptatie, waarmee bedoeld wordt dat de mensen de mogelijkheid hebben homoseksuele en lesbische gevoelens te beleven en te uiten.

Ook deze doelstelling moet natuurlijk verder worden uitgewerkt. Zo kan men denken aan:

☞ Het met name uitwerken van het eerste deel (verminderen discriminatie). Dat kan door concreet te formuleren hoe je denkt dat de voorlichting zal bijdragen tot beperking van negatieve uitingen over homoseksualiteit door leerlingen.

☞ Of je werkt vooral het tweede deel uit (vergroten acceptatie). Bijvoorbeeld door te bedenken hoe je voorlichting bijdraagt aan meer ruimte voor homo/lesbische leefstijlen.

Beide doelen liggen in elkaars verlengde en het kan ook best zijn dat de methoden waarmee en uiteindelijk gaat werken in beide gevallen (vrijwel) hetzelfde zijn. Toch is het belangrijk te bepalen waar je de nadruk wilt leggen. Zo zal "informatie over homoseksualiteit" of een "discussie over waarden en normen" er anders uitzien als de nadruk ligt op anti-discriminatie of op acceptatie. Ook je eigen positie als voorlichter in een groep wordt anders door zo'n keuze.

☞ **Oefening: Mission Statement**

Een aardige oefening om jezelf of de groep te dwingen kort en helder te zijn wat hoofddoel betreft is om gezamenlijk of in subgroepjes een 'mission statement' te bedenken. Dit is een korte zin of slogan waarin binnen enkele woorden wordt aangegeven wat de kern van je voorlichting is. Zo'n mission statement kun je later ook gebruiken in werving en acquisitie. Voorbeelden:

"Onze ervaringen met homo/lesbisch-zijn helpen leerlingen bij het maken van eigen keuzes"

"Kritische gesprekken leiden tot inzicht in maatschappelijke normen"

Pas wel op dat het mission statement niet de groep gaat overheersen. Het is een uithangbord, niet een dwangbuis.

Bijlagen: Geen Externe ondersteuning: Geen

Suggesties:

Bij de uitwerking van de doelstellingen zal je jezelf moeten beperken. Je kunt niet volgend jaar de hele 'acceptatie van homoseksualiteit' realiseren. Vraag je af wat je in dat concrete seizoen per doelgroep wel kunt doen. Eventueel kun je ook kiezen voor een doelstelling die je over meerdere jaren nastreeft. Probeer er wel voor te zorgen dat de doelstelling realistisch blijft.

Bespreek bijvoorbeeld in subgroepjes hoe je het globale doel kunt bereiken in de clusters afnemers die je hebt geselecteerd. De keuzes zouden onder meer kunnen worden gebaseerd op de kwaliteiten van de voorlichtingsgroep (wat weet je, wat kan je) en van de marktkansen (is het nodig/schat je in dat je de scholen of andere instellingen binnenkomt).

☞ Een suggestie is om eerst globaal te fantaseren wat je graag als resultaat zou zien bij afnemers (deelnemers aan voorlichting of organisaties waar je voorlichting wilt doen) en pas daarna te kijken hoe je dat het best formeel en meetbaar kunt formuleren. De formulering van goede doelstellingen is best ingewikkeld. Je kunt de fantasie uitwerken door per doelgroep aan te geven:

- hoeveel instellingen cq deelnemers je uiteindelijk wilt bereiken
- welke kennis de deelnemers na een voorlichting minimaal zouden moeten hebben
- op welke punten zij hun attitude zouden moeten gaan heroverwegen
- wat je naar aanleiding van de voorlichting graag in het instellingsbeleid zou willen veranderen

☞ Formuleer vooral 'strategische doelen', dus liever niet: "het bevorderen van homo-emancipatie" maar bijvoorbeeld: "het bevorderen van een positieve houding ten aanzien van zowel monogame als polygame homo/lesbische leefstijlen" en specifieke doelgroepen of 'markten', dus liever niet: "het onderwijs" maar: "250 scholieren van 15-16 jaar op MAVO/VBO niveau" of/en "10 openbare scholen en verenigingen op openbare grondslag".

☞ In de bijlagen vind je meer diepgaande suggesties voor de formulering van doelstellingen. Kijk ook alvast naar de evaluatiefase en bijlagen daaromtrent in verband met de meetbaarheid en toetsing van de doelen.

Bijlagen:

"Doelstellingen, formulering"
"Doelstellingen, voorbeelden"

Externe ondersteuning:

Empowerment Lifestyle Services: Advisering

1.3. Ontwerp van de voorlichtingsstrategie

Actiepunt 1.3.1 Oriënteer je op de voorlichtingsstrategie

Suggesties:

Naast de formulering van doelen en doelgroepen is het nu tijd om globaal te bedenken **hoe** je de doelen bij deze afnemers gaat bereiken. Dit is het formuleren van een voorlichtingsstrategie.

Een simpele manier is om het modelplan te gebruiken (zie ook bijlage: "strategisch plan: voortgang") of nog eenvoudiger een variatie op het startersplan ("strategisch plan: start"), dat al helemaal voorgeprogrammeerd is.

Maar je kunt ook een plan proberen op te zetten aan de hand van de 'marketingmix' (zie ook bijlage). De marketingmix vormt een recept voor de manier waarop je de markt bewerkt en bestaat uit vijf ingrediënten: de marketingvariabelen. Deze worden ook wel de vijf P's genoemd (produkt, prijs, plaats, publiciteit en personeel). De marketingvariabelen zullen naar eigen inzicht ingevuld kunnen worden. Bekijk bij deze punten wat de groep wil en waar de kracht van de groep ligt.

☞ In een voorlichtingsgroep hangt veel af van de kwaliteit in inzetbaarheid van de voorlichters, het 'personeel' dus. Dit heeft een grote invloed op de marketingmix. Bedenk dat als de samenstelling van de groep wijzigt, bepaalde vaardigheden 'verloren' kunnen gaan. Dus: als je bijvoorbeeld in je aanbod opneemt dat de groep aanbiedt om basisschooldocenten te trainen en je baseert dat op de ervaring van een van je voorlichters, loop je het risico dat dit deel van je aanbod geheel wegvalt als die specifieke vrijwilliger er mee ophoudt. In je 'mix' moet je dus dat soort dingen misschien niet opnemen, of alleen maar tijdelijk opnemen, of organiseren dat de ervaring met dat aanbod breed gedragen wordt in de groep.

Bijlagen:

"Marketingmix"

Externe ondersteuning:

Geen

Suggesties:

Veel voorlichtingsgroepen krijgen een vooraf bepaald budget van de organisatie (COC afdeling of homogroep). Het is echter raadzaam te berekenen wat je daadwerkelijk nodig hebt. Alleen dan zie je wat je werkelijke kosten zijn en kun je daarmee ook naar eventuele externe financiers duidelijk maken dat je zelf een substantiële bijdrage levert aan het werk. Het maken van een begroting vergt wat ervaring, maar je leert het snel. Het helpt als je advies vraagt van mensen die er ervaring mee hebben, zoals je penningmeester.

Maak een concept-begroting. Houd rekening met:

- ☞ coördinatiekosten
- ☞ wervingskosten
- ☞ training voorlichters
- ☞ vergaderkosten
- ☞ ontwikkeling materiaal
- ☞ porti en kopieën
- ☞ telefoon
- ☞ reiskosten
- ☞ een uitje met de vrijwilligers
- ☞ eventueel met een presentje voor vertrekkende voorlichters

☞ Het is interessant om eens uit te rekenen hoeveel de kostprijs per voorlichting zal worden. De kostprijs is het totale bedrag dat je aan voorlichting gaat besteden gedeeld door het feitelijk aantal te geven voorlichtingen. Wij denken dat de kostprijs per voorlichting tussen de f50 en f75 zou kunnen liggen. De hoogte hangt mede af van of je (duur) materiaal gaat maken voor acquisitie of als lesmateriaal of dat je volstaat met een simpele acquisitiebrief en mondelinge voorlichting.

☞ Ons inziens zou je *voor alle kosten gerekend over een jaar* kunnen rekenen met tussen de f250 en f500 per voorlichter.

Anno 1994 zijn de meeste voorlichtingsgroepen gewend te werken met veel kleinere bedragen (of ze maken hun kosten niet zichtbaar via een volledige begroting) en dan lijkt een dergelijk bedrag erg hoog. Realiseer je daarom dat de landelijk richtlijn voor maximale (belastingvrije) vergoeding van onkosten door vrijwilligers f1.020 per jaar is (richtlijn Ministerie VWS, bedrag voor 1995). Het gaat daarbij alleen om de onkosten van vrijwilligers zelf die zonder inlevering van bonnen (in dat geval schieten vrijwilligers de organisatie kosten voor) mogen worden uitgekeerd.

☞ Suggesties voor een volledige uitwerking van de begroting vind je in het strategisch plan bij het starterspakket ("strategisch startplan") en in diverse andere (onderstaande) bijlagen.

Bijlagen:

"Begroting: suggesties bij de uitwerking"

"Strategisch plan: voortgang" (disk 1-5-4)

Externe ondersteuning:

Empowerment Lifestyle Services: Advisering

1.4. Bepaal de haalbaarheid

Actiepunt 1.4.1 *Maak afspraken over de organisatie*

Suggesties:

Overleg met het bestuur over de organisatorische kwesties die relevant zijn voor het voorlichtingswerk het volgende seizoen. Een checklist met punten cq concept-agenda voor zo'n overleg vind je als bijlage en op de floppy disk.

Thema's kunnen zijn:

- ☞ welke richtinggevende beslissingen wil het bestuur nemen m.b.t. het beleid van de werkgroep
- ☞ hoe wordt dat procedureel geregeld
- ☞ welke zijn de doelstellingen van de gehele organisatie
- ☞ hoe sluiten de doelen van de voorlichtingsgroep zelf daarbij aan
- ☞ hoe is de samenwerking in het kader van algeheel PR-beleid in de afdeling/werkgroep (bijvoorbeeld het centraal bijhouden van adressenbestanden, het doen van mailingen, acquisitie)
- ☞ wat is het maximaal mogelijke budget
- ☞ welke afspraken maak je over het informeren naar externe budgetten (subsidie, sponsoring)

Als deze afspraken reeds zijn gemaakt, loop ze dan nog eens door en herbevestig ze. In vrijwilligersorganisaties is regelmatige herziening en/of herbevestiging van werkafspraken van groot belang voor de continuïteit en afstemming.

Bijlagen:

"Overleg bestuur: voortgang" (disk 1-4-1)

Externe ondersteuning:

Geen

Suggesties:

De homo/lesbische organisaties zijn 'missie'gerichte organisaties, wat zoveel wil zeggen als dat zij hun eigen doelen primair en boven de wensen van de 'markt' stellen. Je wilt immers de maatschappelijke situatie veranderen; als je alleen maar op bestaande behoeften zou ingaan bevestig je de situatie alleen maar. Om effectief te kunnen werken moet je echter ook van de marktsituatie goed op de hoogte zijn.

Ga daarom na waar op de markt je kansen het grootst zijn. Met de globale plannen kan je bij de belangrijkste afnemers en aanbieders nagaan hoe een aanbod zou vallen en hoe dat aanbod eruit zou kunnen zien.

☞ Doe dit bijvoorbeeld met een aantal voorlichters die het leuk vinden zo globaal over het beleid na te denken.

☞ Houd rekening met hoe toegankelijk of makkelijk je afnemers zullen zijn. Bij toegankelijke afnemers is het makkelijker om resultaten te behalen, en het is belangrijk voor de voortgang van je groep om successen te behalen. Moeilijker doelgroepen zijn wellicht een grotere uitdaging of meer wenselijk vanuit de missie, maar leveren hogere risico's wat betreft de haalbaarheid.

☞ Vergeet niet ook te kijken naar de capaciteiten van de voorlichtingsgroep zelf. Het is bijvoorbeeld niet raadzaam je direct op psychiaters of artsen te richten als je alleen nog maar ervaring hebt met leerlingen uit het voortgezet onderwijs. Kies bijvoorbeeld bij een nieuwe doelgroep bij voorkeur eerst een naar verwachting 'makkelijker' subgroep; zo kan je als je beroepsgroepen van hulpverleners wilt gaan voorlichten beginnen met de thuiszorg, met studenten van de sociale faculteiten, om dan in een later stadium studenten van medische faculteiten en hulpverleners te benaderen.

☞ Voor met name de doelgroepen hulpverleners en preventiewerkers is het goed om de SAD-Schorerstichting om raad te vragen of na te gaan of zij al een aanbod hebben lopen voor de te benaderen instellingen.

☞ Voor het benaderen van het onderwijs, en met name als je dat geïntegreerd wilt doen met het bestaande aanbod rond seksuele voorlichting, aidsvoorlichting en preventie van seksueel geweld, kun je contact opnemen met het Samen Leven project van het Landelijk Centrum GVO (LCG, vanaf 1996 opgenomen in het NIGZ; het Nationaal Instituut Gezondheidsbevordering en Ziektestrijding).

Bijlagen:

Geen

Externe ondersteuning:

Empowerment Lifestyle Services: Actuele informatie over mogelijke afnemers

1.5. Uitwerking van het strategisch plan

Actiepunt 1.5.1 Beschrijf de doelgroepen

Suggesties:

In de eerste stap is gekozen voor een of meerdere globale deelmarkten. Om de deelmarkten succesvol te bereiken is het nuttig verder in te vullen wat de wensen van deze afnemers zijn.

Maak per groep afnemers een profiel waarop je de voorlichting en het te gebruiken materiaal kunt baseren. Je zou onder meer rekening kunnen houden met:

- opleidingsniveau
- leeftijd
- achtergrond
- cultuur
- normen en waarden
- opvoeding
- vriendenkring
- seksuele ervaring
- leefstijlen

In de bijlage vind je een checklist om zo'n profiel te maken.

Bijlagen:

"Doelgroepbeschrijving"

Externe ondersteuning:

Empowerment Lifestyle Services: Informatie over doelgroepen en verwijzing naar literatuur en contactpersonen

Actiepunt 1.5.2 *Stel de doelen en de strategie bij*

Suggesties:

Bekijk of de eerder geformuleerde doelen inderdaad haalbaar zijn en of zij aanpassing behoeven.

☞ *Formulering.* Je kunt controleren of de doelen specifiek genoeg geformuleerd zijn (zie bijlage "Doelstellingen, formulering").

☞ *Meetbaarheid en meten.* Je kunt ook bekijken of jullie doelen meetbaar zijn. Heb je ook gepland dat je iets echt gaat meten? Een meetbaar doel stellen zonder dat je toetst of je het bereikt hebt is prima, maar als je al die moeite voor een goede formulering hebt gedaan wordt de uitdaging om werkelijk te controleren of je de doelen bereikt steeds groter.

☞ *Samenhang en losse flodders.* Passen de doelen binnen het totaal van het plan? Het komt vaak voor dat er tussen de hoofdoelen enkele 'losse flodders' zitten. Bijvoorbeeld als een of enkele voorlichters stokpaardjes hebben die niet echt aansluiten op het hoofddoel. De kans is groot dat dergelijke 'losse flodder doelen' niet bereikt worden omdat zij er een beetje bij hangen. In die zin zijn zij ook ballast; hoe meer je je ten doel stelt hoe meer je het hoofdstreven verzwakt. Het verdient aanbeveling in deze fase de franje zoveel mogelijk te schrappen en lijn te brengen in het definitieve plan.

Bijlagen:

Geen

Externe ondersteuning:

Geen

Actiepunt 1.5.3 *Maak een uitgewerkte begroting en financieringsplan*

Suggesties:

Maak nu een definitieve begroting.

- ☞ Geef daarbij aan welke uitgaven je als voorlichtingsgroep hebt.
- ☞ Geef aan welke inkomsten je denkt te hebben.
- ☞ Ga na waar de tekorten kunnen ontstaan.
- ☞ Geef aan hoe je eventuele tekorten gaat opvullen of van welke uitgaven je zult afzien als jullie er geen dekking voor kunnen vinden.

Bijlagen:

"Begroting: suggesties"

Externe ondersteuning:

Geen

Actiepunt 1.5.4 *Maak een strategisch plan*

Suggesties:

Stel het definitieve plan samen.

Na de vorige stappen is het maken van een strategisch plan voor een groot deel een oefening in het samenvoegen van de afzonderlijk voorbereide elementen in een samenhangende strategie.

☞ Voor groepen die voor alle voorgaande stappen weinig tijd hebben is als bijlage een deels uitgewerkt modelplan opgenomen, dat eventueel ook richting kan geven aan het invullen van de eerder genoemde stappen.

Bijlagen:

"Strategisch plan: voortgang" (disk: 1-5-4)

Externe ondersteuning:

Empowerment Lifestyle Services: Commentaar op je conceptplannen. Stuur het conceptplan op met het verzoek om commentaar en je krijgt binnen 2 weken een schriftelijke reactie.

2. Ontwikkelingsfase

In deze fase vraag je subsidie aan, werv je voorlichters, train je de vrijwilligers, vul je de plannen enigszins in en maak je wervingsmateriaal.

2.1. Externe financiën verwerven

- ☞ 2.1.1 Overleg met het bestuur
- ☞ 2.1.2 Selecteer fondsen
- ☞ 2.1.3 Maak een subsidie-aanvraag
- ☞ 2.1.4 Lobby je aanvraag
- ☞ 2.1.5 Werv sponsors

2.2. Werving voorlichters

- ☞ 2.2.1 Maak een profielschets
- ☞ 2.2.2 Maak een wervingsplan
- ☞ 2.2.3 Doe oproepen
- ☞ 2.2.4 Betrek mensen
- ☞ 2.2.5 Voer oriëntatiegesprekken/intakegesprekken
- ☞ 2.2.6 Neem de voorlichter aan of wijs af

2.3. Training voorlichters

- ☞ 2.3.1 Check mogelijkheden training
- ☞ 2.3.2 Controleer aanmeldingen

2.4. Invullen strategisch plan

- ☞ 2.4.1 Vraag individuele opmerkingen over het plan
- ☞ 2.4.2 Vraag kritiek op het plan door de groep
- ☞ 2.4.3 Stel het strategisch plan bij

2.5 Taakverdeling

- ☞ 2.5.1 Maak een concept-taakverdeling
- ☞ 2.5.2 Peil mensen voor taken
- ☞ 2.5.3 Beslis over de taakverdeling

2.6. Voorbereiding acquisitie

- ☞ 2.6.1 Maak een mailingbestand
- ☞ 2.6.2 Schrijf een acquisitiebrief per doelgroep

2.7. Ontwikkeling materialen

- ☞ 2.7.1 Maak een 'briefing'
- ☞ 2.7.2 Verdeel de taken
- ☞ 2.7.3 Bespreek concepten/prétesten
- ☞ 2.7.4 Maak de concepten af
- ☞ 2.7.5 Produceer het materiaal
- ☞ 2.7.6 Presenteer het materiaal

2.1. Externe financiën verwerven

Actiepunt 2.1.1 *Overleg met het bestuur*

Suggesties:

Bespreek je strategisch plan met het bestuur.

☞ Als dit erg uitgebreid is geworden, maak dan een samenvatting op maximaal één kantje. Noem minimaal de verwachte inkomsten en uitgaven en minimum/maximum opties voor bereik en financiering. Geef aan of je wel of geen externe subsidies wilt vragen en eventueel aan wie.

☞ Bereid dit voor met de penningmeester.

Maak afspraken in/met het bestuur over de te volgen procedures rond het opzetten van de groep en het aanvragen van subsidies.

☞ Let op: Namens wie wordt de subsidie aangevraagd?

☞ Maak een actielijst van wie wat wanneer doet en stel vast wanneer de deadlines gecheckt worden.

Bijlagen:

Geen

Externe ondersteuning:

Geen

Suggesties:

Ga na welke fondsen en subsidiegevers mogelijk je aanvraag zouden kunnen honoreren.

☞ Zoek hun adressen en contactpersonen uit

☞ Ga na of de door hen gestelde subsidiecriteria voor de voorlichtingsgroep hanteerbaar zijn

☞ Probeer eerst de gemeente; die is als politieke vertegenwoordiging als eerste verantwoordelijk voor collectieve lokale homo/lesbische emancipatie.

☞ Andere fondsen/overheden - zoals het Julianafonds of de provincie - zullen vaak eerst vragen of je het eerst bij de gemeente hebt geprobeerd of alleen aanvullend financieren als je zelf iets inbrengt of als de gemeente dat doet.

☞ Start bij het informeren direct je lobby door je project met enthousiasme te presenteren en mensen vanaf het begin bij de invulling te betrekken. Vraag zoveel mogelijk hulp en advies.

Bijlagen:

"Fondsen: overzicht"

Externe ondersteuning:

Empowerment Lifestyle Services: Advies over fondsen

Suggesties:

Gebruik je strategisch plan om het formulier van de subsidiegever in te vullen.

☞ Als er geen formulier is kan het plan vaak ook zonder wijzigingen worden verstuurd. Het plan wordt dan een bijlage bij de formele aanvraag in de vorm van een brief. In deze formele brief vermeld je dan minimaal:

- het aangevraagde bedrag
- de formele aanvrager (rechtspersoon) en de contactpersoon
- voor welke activiteit een bijdrage wordt gevraagd
- hoe deze activiteit een plaats heeft binnen het geheel van je voorlichtingsplannen en/of beleid van je organisatie
- hoe deze activiteit voldoet aan de wensen en criteria van de subsidiegever

☞ Let er op dat je expliciet aandacht besteedt aan de wensen en criteria van de subsidiegever. Bijvoorbeeld:

- dat je bij een beroep op aidsbudget expliciet aangeeft dat aids een herkenbaar onderdeel is van je aanbod
- dat je bij een beroep op de onderwijsbegroting van de gemeente aangeeft hoe je een bijdrage levert aan emanciperend schoolbeleid (in het openbaar onderwijs)

☞ Verstuur de aanvraag bij voorkeur op naam en apart naar:

- de formele subsidiegever (bijvoorbeeld de wethouder of het bestuur van een fonds)
- je contactpersonen (bijvoorbeeld de verantwoordelijke ambtenaren)
- bondgenoten die je van advies hebben gediend (afschriften)

☞ Zorg dat de ondertekening correct is en maak duidelijk wie eindverantwoordelijke is (bijvoorbeeld de voorzitter of penningmeester) en wie inhoudelijk aanspreekbaar is.

☞ Controleer na verzending of de aanvraag ontvangen is en zonodig hoe de afhandelingsprocedure is.

Bijlagen:

Geen

Externe ondersteuning:

Empowerment Lifestyle Services: Training fondsenwerving. Proofreading subsidie-aanvraag

Suggesties:

Maak een motiverende korte samenvatting van je plan/aanvraag van maximaal één pagina.

Zorg dat relevante personen (gemeentebambtenaren, wethouders, gemeenteraadsleden, bestuursleden van fondsen, contactpersonen) van meerdere kanten een positieve indruk van jouw aanvraag krijgen. Bevorder dat men deze indruk aan anderen doorgeeft.

☞ Dit kan je doen door dit soort mensen op te bellen en te informeren wat hun mening zal zijn over het plan. Als zij vragen hebben ga je niet omstandig uitleggen waar het over gaat maar stuur je eerst de samenvatting. Hierop kan je later terugkomen.

☞ Probeer mensen niet te overtuigen maar vraag met name door naar hun mening en argumenten. Schrijf deze kort op. Wissel waar nodig of gewenst deze meningen en argumenten uit met andere contactpersonen.

☞ Als het erop lijkt dat de aanvraag niet zal worden toegekend, vraag dan aan de positief ingestelde contactpersonen hoe je het moet aanpakken om afwijzing te voorkomen. Vraag hen of zij mogelijkheden zien om daarbij zelf een rol te hebben.

☞ Blijf positief. Zoek ruimte en mogelijkheden. Voorkom dat je jezelf in een hoek gedrukt voelt. Probeer daarom enige afstand te houden van de zaak. Je contactpersonen kunnen nu eenmaal andere prioriteiten stellen dan jij.

☞ Voorkom dat je overkomt als vervelend of een zeurkous. De contactpersonen moeten wel gaan inzien dat je geld wilt voor een serieuze zaak, maar ook dat het geld zal gaan naar mensen die de problemen met een gezonde positieve instelling kunnen aanpakken.

Bijlagen:

Geen

Externe ondersteuning:

Empowerment Lifestyle Services: Training fondsenwerving

Suggesties:

Als blijkt dat er geen fondsen zijn die je project willen financieren kan je proberen geld te werven via sponsoring.

Maak hiertoe een rondschrijven waarin je toelicht...

wat je van plan bent

waarom het belangrijk is

dat je andere mogelijkheden om geld te krijgen reeds hebt uitgeprobeerd.

☞ Geef een indicatie van hoeveel je streefbedrag is, wat er met het geld gedaan zal worden en hoe je aan de gulle gevers verantwoording zal afleggen.

☞ Sponsors zijn soms makkelijker over te halen geld te geven als je hen naamvermelding of reclamemogelijkheden aanbiedt. Ga dit wel van te voren na; het kan ook juist zijn dat men wel wil ondersteunen maar vanwege het taboe op homoseksualiteit geen naamvermelding wil. Dit speelt vooral een rol als het om naamvermelding op materiaal voor algemeen publiek gaat.

☞ Reclame is wat anders dan naamvermelding. Bij reclame is de naam van de `sponsor' meer zichtbaar. De `sponsor' is bij reclame meer een klant dan een sponsor en zal dan ook meer eisen stellen aan de reclame-uiting en/of aan het bereik van de `gesponsorde' actie of het `gesponsorde' materiaal. Bij reclame is het daarom aan te bevelen met de `sponsor' vooraf een contract af te sluiten, waarin nauwkeurige afspraken omtrent de naamvermelding en het bereik van activiteiten of materiaal staan opgenomen.

Bijlagen:

Geen

Externe ondersteuning:

Empowerment Lifestyle Services: Training fondsenwerving

2.2. Werving voorlichters

Actiepunt 2.2.1 *Maak een profielschets*

Suggesties:

Maak een lijstje van eisen en wensen waaraan je vindt dat voorlichters zouden moeten voldoen. Stel je eisen niet te hoog maar ook niet te laag.

Het opstellen van een profiel voor voorlichters wordt vaak overgeslagen. Misschien ligt dat aan het feit dat vrijwilligers het soms moeilijk vinden eisen aan elkaar te stellen. Het niet duidelijk maken wat je van elkaar verwacht kan echter gemakkelijk leiden tot problemen op de lange termijn. Het is dus beter dit wel goed te doen.

☞ De drie belangrijkste eisen zijn:

- je coming-out hebben verwerkt
- een groep open en eerlijk tegemoet durven treden
- bereidheid samen te werken in een groep.

☞ Vraag in principe minstens één maar liever twee jaar medewerking. Zo geef je aan dat je serieuze inzet vraagt. Zo'n serieuze inzet kan ook juist mensen trekken. In de praktijk blijkt ook dat - zelfs met een training - je pas na een jaar voorlichten er echt de slag van krijgt.

☞ Voor andere mogelijke eisen en overwegingen kan je het onderzoek naar de organisatie van voorlichtingsgroepen raadplegen.

☞ In de bijlage hebben wij naar aanleiding van dit onderzoek een `model' profiel van voorlichters opgenomen.

Bijlagen:

"Profielschets voorlichters"

Externe ondersteuning:

Geen

Suggesties:

Maak een wervingsplannetje. Hierin kan onder meer komen te staan:

- hoeveel tijd je erin wilt steken
- of je het alleen gaat doen of samen met anderen (dat is leuker en biedt meer gezichtspunten)
- welke groepen je via welke kanalen gaat benaderen
- een wervings/intakeprocedure
- een globale planning: wie doet wat, wanneer, wanneer houd je op met werven

Zorg dat je binnen de groep vooraf medewerking toegezegd krijgt voor deelname aan de werving én voor het inwerken van nieuwe voorlichters.

☞ Mensen persoonlijk vragen is doorgaans het meest effectief. Daarnaast kun je publiciteit en ondersteunend materiaal inzetten. Werving door publiciteit alleen levert vaak weinig of niets op.

☞ Het verbreden van de voorlichtingsgroep is geen vrijblijvende aangelegenheid; je zult daar met zijn allen in moeten investeren. In tijd en aandacht.

☞ Werf breder dan alleen via universiteitsbladen en COC afdelingen. Via deze media bereik je vrijwel alleen studenten en 'actievelingen'. Bedenk bijvoorbeeld hoe je ouderen en minder anders niet zo emancipatiegerichte vrouwen en mannen kunt bereiken. Denk bijvoorbeeld eens aan huis-aan-huisbladen.

☞ Denk aan "Opzij" als je vrouwen wilt bereiken. Bekijk ook waar de aantrekkelijke aspecten van je voorlichting voor vrouwen zitten. Bijvoorbeeld:

- welke specifieke lesbische punten je doelbewust in je voorlichting naar voren laat komen
- hoe je eraan werkt dat scholieren minder gaan denken dat homoseksualiteit alleen maar om mannen gaat
- hoe je eraan werkt dat meisjes in de klas evenredig aan het woord komen

☞ Wil je allochtonen bereiken, bedenk dan hoe je hen via-via kunt bereiken. Het zit er dik in dat je buiten je eigen kring - als die vooral 'wit' is - moet zoeken. Allochtonen zullen zich niet snel aangesproken voelen door foldertjes of door "voorlichting over homoseksualiteit". Dit zijn 'witte' manieren en concepten. Veel mensen met een allochtone achtergrond zullen je eerst beter willen leren kennen en persoonlijk van je willen horen waar je mee bezig bent. In de voorlichting zal er ruimte moeten zijn voor meerdere opvattingen van homoseksualiteit naast de 'witte' opvatting dat je homo 'bent' en dat je daar 'voor uit zou moeten komen'. Zo'n benadering zou kunnen zijn dat er vele manieren zijn om je gevoel te beleven en dat gevoelens en voorkeuren - ook seksuele - in diverse culturen hele uiteenlopende contexten en betekenissen kunnen hebben. Laten zien dat je voor zo'n benadering bent en ook binnen de groep open staat voor dergelijke discussies maakt deelname voor allochtone gevoelsgenoten waarschijnlijk meer aantrekkelijk.

☞ Als wervings/intakeprocedure kan je het best aanhouden dat je ...

- eerst iemand vraagt,
- bij een positieve reactie vervolgens een oriëntatiegesprek met de aspirant-voorlichter voert, en
- pas daarna een beargumenteerde beslissing neemt over aanname of afwijzing.

Dit lijkt streng maar geeft de belangstellenden wel de zekerheid dat de te starten of wervende voorlichtingsgroep een serieus initiatief is.

Bijlagen: Geen Externe ondersteuning: Geen

Suggesties:

Mogelijkheden om mensen te attenderen op je aanbod zijn:

Mensen aanspreken

☞ Mensen direct aanspreken terwijl je uit gaat of via vrienden kan goed werken.

☞ Omdat je normaliter je vrienden en kennissen en je uitgaansavonden niet zult willen belasten met dit soort wervingsactiviteiten, is het goed je werving in tijd af te bakenen.

☞ Dit werkt beter dan jezelf voor te houden dat je 'altijd' bezig bent met mensen te polsen.

Postertje

☞ Een postertje met in het kort wat leuk is aan voorlichting (contacten met deelnemers aan voorlichting, onderlinge uitwisseling van ervaringen met voorlichting), wat je verwacht van voorlichters en telefoonnummers die je van het postertje kan afscheuren vormt een effectieve manier om in het uitgaansleven oproepen te doen.

☞ **Zorg dat je goed bereikbaar bent gedurende de wervingsperiode!**

Advertenties

☞ Bij advertenties kan je aanbieden om een infopakketje op te sturen en eventueel een informatie-avond aan te kondigen.

Bijlagen:

"Wervingstekst voorlichters" (disk 2-2)

Externe ondersteuning:

Geen

Suggesties:

Mogelijkheden om mensen te betrekken bij de inhoud van voorlichting zijn:

Mensen (laten) aanspreken

Als je mensen attent hebt gemaakt op je aanbod, kun je de belangstellenden proberen te betrekken bij de voorlichtingsactiviteiten.

☞ Probeer bijvoorbeeld uit te vinden welke aspecten de benaderde personen interessant vinden aan voorlichting en vertel hen daar iets meer van.

☞ Een follow-up van postertjes of advertenties door middel van een artikel in de lokale pers of een interview op lokale radio of TV kan ook werken.

☞ Mensen die niet direct 'happen' maar potentieel belangstelling hebben kun je zonder lastig te worden nog eens herinneren aan je aanbod.

Informatieavond organiseren

Het organiseren van een informatieavond kan mensen over de brug helpen doordat men wat meer praktische informatie krijgt en omdat men kan zien met wie men te maken heeft.

☞ Op informatieavonden komen overigens vaak maar weinig mensen, tenzij je iets heel nieuws te bieden hebt. Een informatie-avond kan je daarom beter voor alle activiteiten van de hele afdeling of homo/lesbische werkgroep organiseren.

Informatiepakketje

Om aan meer diepgaande vragen tegemoet te komen kan je ook wat nadere informatie geven in de vorm van een informatiepakketje.

☞ Zo iets maak je eenvoudig door bijvoorbeeld

het strategisch plan

eventueel wat informatie uit deze handleiding

wat algemene informatie over je afdeling/werkgroep in een omslagje te doen.

Meelopen

Als mensen eerst willen 'ervaren' hoe het is om voorlichting te doen of kennis willen maken met de voorlichtingsgroep kun je regelen dat zij een keer mee kunnen lopen met een voorlichting of deel kunnen nemen aan een bijeenkomst van de voorlichtingsgroep.

☞ Maak hier vooraf wel goede afspraken over in de groep en met de aspirant-voorlichter.

Bijlagen:

Geen

Externe ondersteuning:

Geen

Suggesties:

Voer met elke - ook met de als persoon reeds bekende aspiranten - een oriëntatie of kennismakingsgesprek.

☞ Elk oriëntatiegesprek kan circa een uur duren.

☞ Het doel ervan is in eerste een instantie kennismaking waarin de coördinator/intaker en de aspirant-voorlichter iets vertellen over hun achtergronden, de coördinator/intaker iets vertelt over de plannen en nagaat of de aspirant het daarmee eens is. Daarbij wordt geprobeerd na te gaan of de aspirant aan de gestelde eisen voldoet.

☞ Laat het gesprek niet ontaarden in een kruisverhoor. Probeer een evenwicht te creëren tussen de vragen vanuit voorlichting en door de kandidaat.

Oriëntatiegesprekken van vrijwilligers kunnen in het afdelingsbeleid worden ingebed door een databestand aan te leggen van alle vrijwilligers, waarin onder meer hun deskundigheden en belangstelling is opgenomen.

☞ Zo kunnen op de langere termijn ook andere werkgroepen mogelijk een beroep doen op de aanwezige ervaring.

☞ In de bijlage vind je suggesties voor de inhoud van zo'n gesprek. Deze checklist kun je eventueel invullen tijdens het gesprek en zonodig in een archief bewaren.

Bijlagen:

"Oriëntatiegesprek"

Externe ondersteuning:

Geen

Actiepunt 2.2.6 *Neem de voorlichter aan of wijs af*

Suggesties:

Laat de aspirant-voorlichter weten of hij/zij in principe wordt afgewezen of aangenomen.

☞ Geef daarvoor argumenten. Hierbij kunnen de gestelde eisen/het profiel van nut zijn.

☞ Het is overigens ook prettig om de aangenomen aspirant-voorlichter te laten weten waarom hij/zij wordt aangenomen.

Maak duidelijk dat de definitieve aanname gebeurt na een meeloop/proefperiode van drie maanden en dat de beslissing daarover wordt genomen door drie personen:

de aspirant zelf

een door hem/haar gekozen medevoorlichter

de coördinator

(of hoe het in jullie groep anders is geregeld dan deze procedure)

☞ In de bijlage wordt deze procedure verder toegelicht.

Bijlagen:

"Selectieprocedure"

Externe ondersteuning:

Geen

2.3. Training voorlichters

Actiepunt 2.3.1 *Check mogelijkheden training*

Suggesties:

De basistraining van de COC sectie deskundigheidsbevordering duurt een weekend (van vrijdagavond tot zondagmiddag) en wordt circa 3 maal per jaar georganiseerd.

☞ In het logboek vind je de data van het komende jaar, de prijs en waar je aanmeldingen voor de training kunt doen.

☞ Korte inhoud van de basistraining:

- kennismaking

- het naspelen en nabespreken van enkele voorlichtingen op verschillende niveaus (een directe en een schijntolerante sfeer)

- discussies en werkvormen over achtergronden van seksualiteit, discriminatie en voorlichtingsproblemen

☞ Het is handig als je al enkele voorlichtingen hebt meegelopen zodat je deze ervaringen in een context kunt zetten

☞ De training kun je ook gebruiken om voor jezelf na te gaan of je wel geschikt bent om voorlichter te worden.

Ga met je aspirant-voorlichters na of zij kunnen en willen gaan.

Maak met hen de nodige afspraken over:

wat zij zelf moeten betalen

wat ze kunnen declareren

hoe zij in de groep over de training zullen rapporteren

☞ Probeer zoveel mogelijk van je voorlichters aan deze training mee te laten doen.

Bijlagen:

Geen

Externe ondersteuning:

COC sectie deskundigheidsbevordering: Basistraining voorlichting

Actiepunt 2.3.2 *Controleer aanmeldingen*

Suggesties:

- Doe de aanmeldingen zelf of controleer of voorlichters zich hebben aangemeld.
- Meld de penningmeester dat er declaraties te verwachten zijn.
- Controleer ook of de aspiranten zijn gegaan en vraag na hoe ze het vonden.
- Zet rapportage van hun ervaringen op de agenda van de werkgroep.

Bijlagen:

Geen

Externe ondersteuning:

Geen

2.4. Invullen strategisch plan

Actiepunt 2.4.1 *Vraag individuele opmerkingen over het plan*

Suggesties:

De volgende stappen zijn bedoeld om de nieuwe vrijwilligers te betrekken bij het voorlichtingsbeleid. Het eerder ontwikkelde strategisch plan is idealiter iets dat doorklinkt in al het werk en de motivatie van de hele werkgroep. De diverse substapjes hieronder lijken misschien wat gedetailleerd maar leveren wel zorgvuldige voorbereiding van een goede betrokkenheid op.

Laat eerst de voorlichters als individuen het globale strategisch plan beoordelen.

☛ Oefening: Plus-Min Methode

Een weinig energie kostende manier is de zogenaamde +/- methode. Deze houdt in dat iedere voorlichter bij elke alinea in het plan een + of een - zet, al naar gelang men het er wel of niet zo me eens is.

Bijlagen:

Geen

Externe ondersteuning:

Geen

Actiepunt 2.4.2 *Vraag kritiek op het plan door de groep*

Suggesties:

☞ **Oefening: Plus-Min Methode** (vervolg)

In de vergadering kan je eventueel de alinea's uit het plan op een bord schrijven en plussen/minnen inventariseren en tellen. Zo krijg je een globale indruk van wat men vindt.

Vervolgens kunnen de onderdelen besproken worden, te beginnen bij de alinea's waar men het minst over eens is.

Door deze werkwijze eindig je op een prettige manier bij de punten waar men het wel mee eens is.

- ☞ Genereer in het gesprek de kennis van de voorlichters
- ☞ Waardeer goede/kritische opmerkingen
- ☞ Let erop dat suggesties voor bijstellingen realistisch zijn

Bijlagen:

Geen

Externe ondersteuning:

- Empowerment Lifestyle Services: Extern voorzitterschap

Actiepunt 2.4.3 *Stel het strategisch plan bij*

Suggesties:

Controleer of de doelen zoals je die hebt ingevuld evalueerbaar en realistisch zijn.

☞ Dat dit ook echt te controleren is kan je nagaan door nu reeds na te kijken hoe je de evaluatie zal gaan doen (stappen 4.1, 4.2 en 4.3).

Voorbeelden:

☞ Als je ten doel stelt instellingen voor ouderen te gaan voorlichten, moet je ook aangeven waarom je dat doet, waar je de kennis vandaan haalt, met welke argumenten je ze gaat benaderen en welke instellingen je een voorlichting wilt laten bestellen.

☞ Als je een streefgetal van voor te lichten scholen voor LBO vaststelt, moet je ook aangeven waar je dat op baseert.

Bijlagen:

Geen

Externe ondersteuning:

Empowerment Lifestyle Services: Advisering formulering doelen en evaluatie

2.5 Taakverdeling

Actiepunt 2.5.1 *Maak een concept-taakverdeling*

Suggesties:

☞ Denk niet te makkelijk dat je de hele coördinatie wel zelf kunt doen!

Wellicht lukt je dat op dit moment wel, maar als de voorlichtingsgroep beter loopt en groter wordt, verzwakt de coördinatietaak langzaam maar zeker. Als je dan geen gezamenlijke verantwoordelijkheid hebt gecreëerd komt alles op één persoon neer en niemand wil zo'n persoon zijn. Dus word jij gestressed of je geeft het na kortere of langere tijd op met als gevaar dat daarna de groep als geheel uit elkaar valt bij gebrek aan coördinatie. Het niet creëren van betrokkenheid is dus zowel slecht voor jou als voor de groep.

Nu heb je echter de kans om vanaf het begin deze verantwoordelijkheid te delen.

☞ Deze waarschuwing geldt in nog sterkere mate voor beroepskrachten die vrijwilligers ondersteunen. Vrijwilligers denken snel dat beroepskrachten "toch betaald worden voor dit werk" en dat zij daarom alle organisatorische karweitjes aan haar/hem kunnen uitbesteden. Zelfs als de beroepskracht daar al tijd voor zou hebben is dat niet raadzaam. Als de betaalde kracht wegvalt is er in dat geval geen enkele traditie, gewenning of ervaring met autonomie en zelfstandig functioneren.

Begin met te bedenken welke mensen jij bij voorkeur welke taken zou willen zien doen.

☞ Als het goed is kan je dit al redelijk doen op basis van de gegevens uit de oriëntatiegesprekken.

Bijlagen:

"Organisatietaken: overzicht" (disk: 2-5)

Externe ondersteuning:

Geen

Suggesties:

Spreek je medevoorzitters aan op hun deskundigheid en op waar ze lol in hebben.

☞ Extra zorg zou moeten worden besteed aan het vinden van iemand die het overzicht houdt. Dit is volgens ons de echte coördinator terwijl andere 'coördinatie'taken vaak meer organisatietaken zijn die ook door anderen kunnen worden gedaan. De waarde van echte coördinatie wordt vaak onderschat. In de bijlage vind je een toelichting op de functies en 'eisen' aan coördinatoren.

Als coördinator zou je eigenlijk steeds een soort vice-coördinator moeten hebben waarop de groep kan terugvallen. Als je die nog niet hebt, zorg dan dat je ook hiervoor mensen peilt.

☞ In sommige groepen is er niet één persoon coördinator maar een groepje; het "coördinaat". Ook in zo'n constellatie is het van belang steeds na te gaan of er geen aanvulling nodig is. Het voordeel van het coördinaat is dat de verantwoordelijkheden worden gespreid, maar dit werkt alleen als er een evenwicht blijft bestaan. Als een "coördinaat" als geheel terugtreedt wordt het extra moeilijk om de taken te herverdelen.

Bijlagen:

"Profiel van de coördinatie"

Externe ondersteuning:

Empowerment Lifestyle Services: Training coördinatie. Telefonische coaching coördinatie

Actiepunt 2.5.3 *Beslis over de taakverdeling*

Suggesties:

Verdeel de taken tijdens de vergadering.

☞ Drijf je eigen voorkeuren niet door: betrokkenheid is belangrijk - naast of de betreffende persoon de taak aankan.

Laat anderen in de afdeling weten wie voor welke taak verantwoordelijk zijn.

Laat externe organisaties en personen voor wie dat belangrijk is (zie bijlage), weten wie de externe contactpersoon is of contacten zijn en wanneer deze waarvoor bereikbaar is.

Controleer in de komende weken eens of de betreffende vrijwilliger inderdaad ook bereikbaar is.

☞ Veel voorlichtingsgroepen blijken extreem slecht bereikbaar!

Als taken niet kunnen worden vervuld omdat niemand tijd of zin heeft moet het strategisch plan worden bijgesteld.

Bijlagen:

"Mailinglijst externe organisaties"

Externe ondersteuning:

Geen

2.6. Voorbereiding acquisitie

Actiepunt 2.6.1 *Maak een mailingbestand*

Suggesties:

Stel een lijst samen van organisaties die vallen onder de marktsegmenten waarop je je richt.

☞ Bij stap 1 heb je de vraag bekeken, sorteer deze adressen en vul ze eventueel aan met andere bruikbare bestanden.

☞ De bijlagen geven hiervoor suggesties en instrumenten.

☞ Voorkom dubbele adressen.

☞ Houd rekening met fusies, verhuizingen en dergelijke.

☞ Per school zou het goed zijn om te weten: naam, adres, plaats, telefoonnummer, contactpersoon, soort organisatie en grootte.

☞ Houd ook bij of er al contacten zijn met de scholen.

☞ In de meeste gevallen zal het versturen van acquisitiebrieven gebeuren in augustus/september; kort na de start van het schooljaar.

☞ Sommige groepen doen een tweede mailing in januari.

☞ Er zijn ook groepen die hun mailing in april doen omdat scholen dan met de planning van hun rooster rekening kunnen houden met in te plannen voorlichting. Dit lijkt vooral zinnig als je enige kans hebt op vaste inroostering via het management van de school. Dit moet je daarom eerder voorbereiden door gesprekken op school.

Bijlagen:

"Adressenbestand: toelichting"

"Adresrecord WP51" (disk 2-6)

Externe ondersteuning:

Geen

Actiepunt 2.6.2 Schrijf een acquisitiebrief per doelgroep

Suggesties:

Maak zoveel mogelijk acquisitiebrieven 'op maat'. De acquisitiebrief is jullie visitekaartje naar de organisaties die je wilt bereiken.

☞ Het is belangrijk je brief aan te passen bij organisaties waar reeds contacten mee zijn, zodat je niet lijkt alsof je er nog nooit bent geweest.

☞ Pas de brieven ook aan bij de omstandigheden (denk bijvoorbeeld aan opleidingsniveau, speciaal onderwijs, specifieke organisaties en dergelijke).

☞ In de bijlage staan meer punten opgesomd waarmee je rekening kunt houden.

☞ In het starterspakket zit een modelbrief voor het voortgezet onderwijs (disk: 2-7).

Bijlagen:

"Acquisitiebrief: suggesties"

"Acquisitiebrief 1e mailing" (disk: 2-7)

Externe ondersteuning:

Empowerment Lifestyle Services: Advies acquisitiemailing

2.7. Ontwikkeling materialen

Actiepunt 2.7.1 Maak een `briefing'

Suggesties:

Maak een korte instructie (ook wel `briefing' genoemd).

☞ Dit is nuttig omdat daarmee voor iedereen inzichtelijk wordt wat precies de bedoeling is van het materiaal. Als je zoiets niet maakt, loop je grote kans dat tijdens het ontwikkelen van het materiaal het doel, de vorm of/en de inhoud verschuiven. Dan kan het zijn dat de makers zelf achteraf heel tevreden zijn met hun produkt, maar dat de groep als geheel of individuele voorlichters het materiaal niet voldoende bruikbaar vinden. Het tijd investeren in goed nadenken wat je precies wilt komt ruimschoots terug in de kwaliteit van je produkt, ook al wordt het materiaal zelf uiteindelijk slechts gefotokopieerd. Zorg en aandacht voor je presentatie zijn ongelooflijk belangrijk.

Bijlagen:

"Briefing voor materialen"

Externe ondersteuning:

Empowerment Lifestyle Services: Advisering over formulering `briefing'. Complete ontwikkeling van materiaal voor de groep in overleg met de groep

Actiepunt 2.7.2 *Verdeel de taken*

Suggesties:

In de 'briefing' kun je een planning met deadlines opnemen, zodat iedereen weet waar men aan toe is.

Als coördinator moet je er mee rekening houden dat niet alle medewerkers na het verdelen van de taken die ook volledig (en op tijd) uitvoeren. Zelfs in professionele organisaties is het doorgaans moeilijk binnen strakke deadlines te werken. Een paar suggesties om dit probleem te ondervangen zijn:

☞ Maak een ruime planning.

☞ Check geregeld de voortgang.

☞ Organiseer dat mensen afspraken maken om in groepjes aan een (stukje van het) produkt te werken.

☞ Laat mensen tijdens de werkgroepsvergadering in de vorm van groepen aan het materiaal te werken.

Bijlagen:

Geen

Externe ondersteuning:

Geen

Suggesties:

Bespreek de concepten in de groep

Het is aan te raden een of meer concepten van het materiaal in de hele groep of in een 'klankbordgroepje' te bespreken. Op deze wijze voorkom je dat de makers zich blind staren op hun eigen idee.

☞ Degenen die commentaar leveren moeten goed in de gaten houden dat het materiaal natuurlijk 'een kindje' van de makers is. In dit soort situaties kan het uiten van positief bedoelde kritiek op de makers overkomen als afwijzing van hun werk, inzet en persoonlijke mening of smaak. Wees daarom zorgvuldig met het formuleren van kritiek. Maak daarom onderscheid tussen:

- waar het produkt afwijkt van de 'briefing'
- wat naar jouw persoonlijke smaak minder geslaagd is

☞ Probeer te argumenteren. Probeer niet alleen vanuit je eigen mening te argumenteren maar ook vanuit het perspectief van de doelgroep, bijvoorbeeld hoe je denkt dat docenten op het materiaal zouden reageren. Dit kan je eventueel zelfs gaan testen.

☞ Als je met professionele vormgevers werkt, houd er dan rekening mee op dat vormgevers meer op de vorm dan de inhoud letten als zij zelf geen voorlichters zijn. Bij voorlichtingsmateriaal geldt nog sterker dan bij andere produkten dat er een spanning kan ontstaan tussen wat de vormgever leuk en mooi vindt enerzijds en wat de voorlichters functioneel en nuttig vinden anderzijds.

☞ Een prétest van een conceptversie (wel vormgegeven maar nog niet gedrukt) van het voorlichtingsmateriaal kan in zulke gevallen een meer objectief beeld geven van hoe de eigenlijke doelgroep het ervaart. Het kan namelijk heel goed zijn dat zowel de vormgever als de voorlichters een deels verkeerde inschatting van de doelgroep maken!

Prétest het materiaal

Er zijn diverse manieren om materiaal te prétesten. Dit is vooral de moeite waard als je materiaal in een flinke oplage maakt en je grote waarde hecht aan de te bereiken effecten.

☞ In de bijlage vind je enige suggesties om zelf te prétesten.

☞ Empowerment Lifestyle Services kan je verder helpen door hetzij zelf prétesten voor je te organiseren en/of uit te voeren, hetzij door je aan extra literatuur op dit gebied te helpen.

Bijlagen:

"Prétesten"

Externe ondersteuning:

Empowerment Lifestyle Services: Advisering over concepten. Organisatie prétest.

Actiepunt 2.7.4 *Maak de concepten af*

Suggesties:

Bij het afronden van het ontwikkelingsproces gaan deadlines een belangrijke rol spelen.

Bel de materiaalmakers ruim voor de deadline even op.

☞ Toon als coördinator interesse voor de voortgang.

☞ Als er een kink in de kabel dreigt te komen kun je - na overleg met degene die de opdracht heeft - anderen betrekken als hulp.

☞ Als vrijwilligers teveel op zich hebben genomen en dat niet durven te zeggen (dat merk je als er niets afkomt maar ze blijven beweren dat het eraan komt) kun je op een tactische manier proberen erachter te komen wat er wel al is gedaan en het werk overdragen aan een ander.

Bijlagen:

Geen

Externe ondersteuning:

Geen

Actiepunt 2.7.5 *Produceer het materiaal*

Suggesties:

Houd bij de productie van het materiaal de details in de gaten.

☞ Bij de hierbij vermelde 'externe ondersteuning' vind je een handzaam boekje met alle ins en outs van drukwerkbegeleiding (als je het heel grondig wilt doen).

☞ Als je dingen slechts kopieert, zorg dan dat het op een goede machine gebeurt en dat het materiaal er niet rafelig of vaag uitziet. Dat is zonde van de vooraf er in gestoken energie.

☞ Als je het materiaal laat drukken of offsetten, let dan goed op of de kleuren en de tekst op een goede manier met elkaar combineren. Moderne vormgevers willen nog wel eens flink 'spelen' met lettertypes en deze als een soort illustratie gaan gebruiken.

☞ Laat de productiefase daarom niet *helemaal* over aan vormgevers, als die dat zouden willen (tenzij je vooraf goede ervaringen met hen hebt opgedaan).

Bijlagen:

Geen

Externe ondersteuning:

Landelijk Centrum GVO: Kees van der Beek, "Drukwerk maken doe je niet alleen. Een handleiding voor de beginnende opdrachtgever. Utrecht, 1992" Bestellen door f30,- over te maken op girorekening 39 63 638 t.n.v. Landelijk Centrum GVO, Utrecht, onder vermelding van 21-1992.

Empowerment Lifestyle Services: Advisering over prijzen en methoden.

Suggesties:

Het is erg belangrijk om nieuw materiaal expliciet te presenteren aan contacten binnen en buiten je COC afdeling of homo/lesbische groep. Daardoor laat je zien dat je actief bezig bent en een steunpilaar van het beleid vormt, wat goodwill en nieuwe vrijwilligers kan opleveren.

☞ Een interne presentatie kan bijvoorbeeld gebeuren:

- op een bestuursvergadering
- een ledenvergadering
- tijdens een thema-avond

Dit is afhankelijk van hoe groot de afdeling/groep is en waar de mensen zitten die voor de voorlichtingsgroep van belang zijn.

☞ Ook naar buiten toe is een presentatie belangrijk. Dat kan bijvoorbeeld door:

- een mailing
- door bij belangrijke contacten even langs te gaan met het materiaal en het toe te lichten
- door het met een persbericht naar de lokale media te sturen en te vragen om een interview naar aanleiding van het nieuwe produkt.

Bijlagen:

Geen

Externe ondersteuning:

Geen

3. Uitvoeringsfase

In deze fase probeer je scholen voorlichtingen aan te laten vragen en doen jullie de voorlichtingen.

3.1. Acquisitie voorlichtingen

- ☞ 3.1.1 Verstuur een mailing
- ☞ 3.1.2 Doe een telefonische follow-up

3.2. Voorbereiding van de voorlichtingen

- ☞ 3.2.1 Registreer de voorlichting
- ☞ 3.2.2 Informeer de voorlichters
- ☞ 3.2.3 Verdeel de voorlichtingen
- Uitvoering van de voorlichtingen

3.3. Afronding van de voorlichtingen

- ☞ 3.3.1 Controleer de evaluatie
- ☞ 3.3.2 Stuur een factuur

3.4 Houd je contacten bij

- ☞ 3.4.1 Houd zicht op de uit te voeren voorlichtingen
- ☞ 3.4.2 Houd zicht op de uitgevoerde voorlichtingen
- ☞ 3.4.3 Houd overzicht van je klanten

3.5 Voorlichtingsvergadering

- ☞ 3.5.1 Bereid de vergadering voor
- ☞ 3.5.2 Voorzitten vergadering
- ☞ 3.5.3 Maken en versturen notulen

3.1. Acquisitie voorlichtingen

Actiepunt 3.1.1 Verstuur een mailing

Suggesties:

Als je één mailing per seizoen wilt doen is het aan te bevelen die in augustus/september te doen, vlak na de datum waarop de in je regio scholen weer beginnen.

Als de eerste mailing onvoldoende aanvragen oplevert voor het tweede deel van het seizoen (januari-juli) kan in januari een tweede mailing worden gedaan.

Sommige groepen doen naast of in plaats van de mailing in augustus een mailing in april.

☞ Deze planning is vooral nuttig als je hoopt op structurele opname van je voorlichtingen in het rooster van het volgende seizoen.

☞ Denk aan een correcte verzorging zoals de juiste NAW (Naam-Adres-Woonplaats) gegevens en een nette verzorging van de enveloppe.

☞ Bij de PTT hanteert men voordelige tarieven bij bepaalde zendingen: vooral gesorteerd, 48 uurs-service en grote aantallen. Informeer of je van deze mogelijkheid gebruik kunt maken. Inlichtingen: ☎ 06-0417 (particulieren, gratis), ☎ 06-0430 (zakelijke mailingen, gratis).

☞ Bekijk ook of er een stadspost bestaat en informeer naar de mogelijkheden.

Bijlagen:

Geen

Externe ondersteuning:

PTT Post: Brochure "Tarieven" (elk jaar te verkrijgen bij het postkantoor)

Empowerment Lifestyle Services: Verzorgen mailingen

Suggesties:

Met een telefonische follow-up probeer je voorlichtingen binnen te krijgen.

☞ Het is een ideale methode om de adresgegevens te checken en om eventueel contactpersonen te achterhalen.

☞ Ook verschaft het inzicht in wat er speelt binnen de organisatie.

☞ Een goede voorbereiding is essentieel. Een duidelijke en prettige telefoonstemming, vooraf verdiepen in dingen waar je tijdens de gesprekken mee te maken kunt krijgen en goed luisteren zijn hierbij belangrijk.

Noteer alle potentiële bestellingen en stuur een korte bevestigingsbrief, waarin je meldt enige tijd voor de feitelijke voorlichting contact op te zullen nemen voor de praktische voorbereiding.

Bijlagen:

"Telefonische acquisitie"

Externe ondersteuning:

Empowerment Lifestyle Services: Training telefonische acquisitie

3.2. Voorbereiding van de voorlichtingen

Actiepunt 3.2.1 *Registreer de voorlichting*

Suggesties:

Voer een voorbereidingsgesprek met de docent/groepsbegeleider

☞ Bel de docent of groepsbegeleider enige tijd voor de voorlichting op. Bespreek met haar of hem:

- waarom jullie worden uitgenodigd (speciale aanleiding?)
 - wensen (van de begeleider en van de groep)
 - mogelijkheden (de standaardopzet van de voorlichting, andere programma's, mogelijke aanpassingen)
 - eventueel te verwachten problemen in de groepsdiscussie
 - prijs en wijze van betaling
 - of de eventueel benodigde apparatuur bij de organisatie aanwezig is en gebruikt kan worden
- Deze gegevens kun je kwijt op het registratieformulier, dat je dan ook als checklist kunt gebruiken.

Vul het registratieformulier in

☞ De gegevens op het registratieformulier zijn, naast voor de administratie, vooral ook bedoeld als informatie voor de voorlichters zelf. Vergeet daarom niet het formulier zo volledig mogelijk in te vullen. Dat kost een beetje tijd.

☞ Presenteer het naar de aanvrager als een kwestie van zorgvuldigheid en persoonlijke aandacht.

☞ Als je in het in WordPerfect 5.1 opgemaakte formulier wilt typen, gebruik dan INSERT, anders beschadig je de lijnen.

Bijlagen:

"Registratieformulier" (disk: 3-2)

"Registratieformulier, toelichting"

Externe ondersteuning:

Geen

Suggesties:

☞ **Bij kleine aantallen voorlichtingen**

Bij kleine aantallen voorlichtingen kun je in de vergadering of telefonisch aan de voorlichters laten weten om welke klant het gaat en welke afspraken er zijn gemaakt.

Vertel bijvoorbeeld iets over:

- de organisatie
- achtergrond(bijvoorbeeld: confessionele school, beroepsonderwijs, plattelandsvrouwen)
- wie de contactpersoon is
- of er vooraf bijzonderheden zijn gemeld over de groep
- of bijzonderheden over individuen binnen de groep
- bijzonderheden uit het telefonisch onderhoud
- of er al eerder voorlichtingen zijn gegeven

Eventueel kunnen in de vergadering ervaringen uit het verleden met deze klant worden opgehaald.

Eventueel kunnen suggesties uitgewisseld worden.

☞ **Bij grote aantallen voorlichtingen**

Bij grote aantallen voorlichtingen is geen tijd voor inhoudelijke bespreking van alle voorlichting. De voorlichters moeten het dan verder doen met de registratieformulieren. Dit vereist een meer gestructureerde en gedisciplineerde organisatie.

Beperk je mondelinge informatie bij een groot aanbod van voorlichtingen tot:

- de algemene gegevens van de scholen
- de context van clusters van voorlichtingen

Bijvoorbeeld:

"Op de `Die en die school' hebben we 10 voorlichtingen aan alle derde klassen, in het kader van verzorging. We zijn hier in de afgelopen twee jaar eerder geweest en het blijken nogal gemakkelijke klassen te zijn. Informeer bij de docenten waar je mee spreekt of zij het ook niet zelf eens willen proberen."

Houd de informatiekkanalen open

☞ Let op wanneer je de overgang maakt van meer informele bespreking naar meer schriftelijke communicatie. Het is gemakkelijk de informatie ter vergadering te laten versloffen, en tegelijkertijd te vergeten de informatiestroom dan op een andere manier te organiseren. Dit is een van de valkuilen waarbij je ten onder kan gaan aan je eigen succes: zoveel voorlichtingen dat je niet mee toekomt aan informeren, waardoor de kwaliteit van de individuele voorlichtingen eronder gaat lijden.

Bijlagen:

"Registratieformulier"
"Klantenformulier"

Externe ondersteuning:

Geen

Actiepunt 3.2.3 *Verdeel de voorlichtingen*

Suggesties:

Het eerlijk en naar deskundigheid verdelen van voorlichtingen vereist enige zorg en tact van het coördinaat.

☛ Bij kleine aantallen voorlichtingen

Bespreek in de vergadering:

- wie er tijd en zin heeft
- wie de vaardigheden heeft
- wie bij de voorlichting de leiding zal nemen

Verdeel de voorlichtingen.

☛ Dit kan door bij elke voorlichting te bespreken wie voor deze voorlichting het beste geschikt is of door mensen zelf het registratieformulier in te laten vullen.

☛ Let er wel op dat iedereen voldoende aan bod komt en dat de reeds ervaren mensen de leiding nemen.

Bijlagen:

"Registratieformulier"

"Klantenformulier"

Externe ondersteuning:

Geen

3.2.3.vervolg: *Verdeel de voorlichtingen*

☞ **Bij grote aantallen voorlichtingen**

Bij grote aantallen voorlichtingen is er te weinig tijd om per voorlichting apart te bespreken wie waarvoor geschikt is. In dat geval komt veel neer op de verantwoordelijkheid van individuele voorlichters.

Je kunt vóór de plenaire verdeling een aantal ervaren voorlichters aanspreken om zich vooraf al in te delen voor specifieke voorlichtingen.

☞ Dit vereist goede argumenten naar de volledige groep omdat zo'n werkwijze scheve ogen kan veroorzaken.

Bijvoorbeeld:

De eerst gevraagde voorlichter heeft een speciaal programma geschreven en er is afgesproken in de voorbereidingsgroep dat hij/zij het als eerste zal uitproberen.

Het gaat om een zeer moeilijke en riskante voorlichting en de eerst gevraagde voorlichter heeft als enige veel ervaring op dit terrein.

Hierna kun je de registratieformulieren uitstallen op tafels en voorlichters zelfstandig laten intekenen.

Eventueel kun je daarbij een volgorde afspreken, zoals:

mensen met weinig tijd overdag eerst

mensen met veel ervaring eerst

mensen met weinig ervaring eerst

vrouwen eerst

de derde in het team moet een aspirant/meeloper zijn

de eerste van het team neemt de leiding en is een van de ervaren voorlichters

☞ De afspraken die je hierover maakt kunnen de samenhang in je groep versterken als ze alle leden van de groep betrokken kunnen houden en ruimte bieden voor groei. Als je de afspraken echter slecht maakt kunnen ze kinnesinne veroorzaken en de samenhang in de groep uithollen.

Houd zelf de originele formulieren.

Zorg dat er voor de voorlichters voldoende kopieën van de reeds door jouw grotendeels ingevulde registratieformulieren beschikbaar zijn, zodat iedereen er een mee kan nemen. Zonodig kun je hen ook kopieën geven van het klantenformulier van de school waar men gaat voorlichten.

Voor de veiligheid zou je na het intekenen de verdeling nog even kunnen controleren door alle voorlichtingen plenair met de namen erbij af te roepen.

Geef alle teams per voorlichting de benodigde evaluatieformulieren mee.

Bijlagen:

"Registratieformulier"

"Klantenformulier"

Externe ondersteuning:

Geen

Actiepunt *Uitvoering van de voorlichtingen*

Suggesties:

☞ De uitvoering van de voorlichtingen wordt in deze handleiding niet opgenomen als stap. Wij gaan ervan uit dat dit geen kwestie is van organisatie of coördinatie van de groep.

Bijlagen:

Externe ondersteuning:

Empowerment Lifestyle Services: Er wordt gewerkt aan een handboekje voor voorlichters en aan inhoudelijke programma's die bij de voorlichting zelf gebruikt kunnen worden.

3.3. Afronding van de voorlichtingen

Actiepunt 3.3.1 *Controleer de evaluatie*

Suggesties:

Neem contact op met de docent. Bel de docent/begeleider op en vraag wat zij/hij ervan vond. Je kunt bijvoorbeeld informeren naar:

- sterke punten
- zwakke punten
- opmerkelijke vragen
- onkostenvergoeding
- voorlichtingen die binnenkort nog gaan plaatsvinden
- eventuele vervolgvorlichtingen
- wanneer je weer contact op kunt nemen voor acquisitie

☞ Bij grotere contracten met voorlichting aan hele leerjaren van scholen kun je wellicht een aparte evaluatiebijeenkoms afsprenken met vertegenwoordigers van de school.

Onderhoud contact met de voorlichters. Je kunt de voorlichter die de leiding zou nemen opbellen om de voortgang te bespreken. Punten zijn dan bijvoorbeeld:

- sterke punten
- zwakke punten
- opmerkelijke vragen
- samenwerking tussen voorlichters
- suggesties voor voorlichters bij voorlichtingen die binnenkort nog gaan plaatsvinden
- evaluaties uitgevoerd of niet
- (eventueel) bedankbriefje/factuur afgegeven of niet
- wat over deze voorlichting(en) te melden tijdens vergadering

☞ Je kunt er ook voor kiezen de bespreking te laten wachten tot de vergadering.

☞ Bij grote aantallen voorlichtingen

Bij grote aantallen voorlichtingen zijn bovenstaande manieren te tijdrovend voor één persoon. In dat geval kun je een deel van je taken delegeren aan anderen. Bijvoorbeeld door een voorlichter op te laten treden als coördinator van de activiteiten op een school met veel voorlichtingen en haar/hem te vragen de betreffende docent(en) en voorlichters op te bellen en een samenvattend verslag te doen tijdens de vergadering.

Bijlagen:

"Evaluatieformulieren"

Externe ondersteuning:

Geen

Suggesties:

Stuur een bedankbriefje en een factuur (zie bijlage "factuur", disk: 3-3).

☞ Een aparte brief is een stukje persoonlijke aandacht die de contactpersoon in het eigen archief kan houden.

Als je een goed persoonlijk contact met docenten/groepsbegeleiders hebt en er zijn niet zoveel voorlichtingen kan je deze brief en de factuur eventueel direct na de voorlichting aan de contactpersoon overhandigen.

☞ Het voordeel van het werken met een aparte factuur - die niet in de bedankbrief is verwerkt - is dat je de feitelijke rekening als bewijsstuk door kunt geven aan de boekhouding en later eventueel aan de belasting. Dat geldt ook voor je contactpersoon die vaak zelf ook de rekening moet doorgeven of declareren via zijn/haar boekhouding.

Als je het formulier op de disk zelf wilt aanpassen en je wilt binnen het kader typen moet je INSERT gebruiken, anders beschadig je het kader.

Het versturen van facturen moet je altijd doen in overleg met de penningmeester/boekhouder van de afdeling/homogroep. Als er reeds een factuursysteem binnen de afdeling bestaat kan je natuurlijk beter daarvan gebruik maken.

☞ Informeer of er een "factuur-volgsysteem" bestaat binnen je afdeling of homogroep. Een factuur-volgsysteem is de hele procedure die gevolgd wordt om facturen goed af te handelen. Je bent namelijk niet klaar met het versturen van een factuur. Iemand moet vervolgens:

bijhouden of het bedrag binnen de gestelde termijn binnenkomt

→indien dat correct gebeurt:

melden aan budgethouder/voorlichtingsgroep dat en wanneer het bedrag binnenkomt

→indien dat niet correct gebeurt:

melden aan budgethouder/voorlichtingsgroep wat er verkeerd is gegaan

afspraak maken over follow-up: afspraken over interne afhandeling en over verdere contacten met de klant

→indien dat niet gebeurt:

signaleren wanneer de betalingstermijn voorbij is

sturen van een herinnering

signaleren wanneer de tweede betalingstermijn voorbij is

afspraak maken over follow-up: wie belt of stuur een brief

afspraak maken over vorm van afronding: afzien van betaling of anders

sturen van een tweede herinnering met aangeven consequenties niet nakomen afspraken

signaleren wanneer de derde betalingstermijn voorbij is

eventueel inschakelen incassobureau

Goed contact over en inzicht in deze financiële correspondentie is van groot belang voor jouw groep omdat er over geld gemakkelijk vervelende problemen kunnen ontstaan die je contacten met klanten kunnen verstoren. Anderzijds kan een goed factuur-volgsysteem er mede voor zorgen dat dit aspect van je contacten zakelijk verloopt en dat je niet bij elk smoesje afziet van betaling.

Naarmate je meer voorlichtingen en andere produkten binnen je afdeling/werkgroep ontwikkelt en verkoopt wordt het opzetten van een centraal factuur-volgsysteem steeds meer noodzakelijk.

Bijlagen:

"Factuur en bedankbrief"

Externe ondersteuning:

Eigen organisatie: Uitbesteden verzending facturen en factuurvolgsysteem aan de penningmeester/boekhouding.

3.4 Houd je contacten bij

Actiepunt 3.4.1 *Houd zicht op de uit te voeren voorlichtingen*

Suggesties:

Maak een archiefmap "lopende zaken". Om je contacten hanteerbaar bij te houden kun je de registratieformulieren van voorlichtingen die gepland zijn maar nog niet uitgevoerd bij elkaar houden in een map of foldertje "lopende zaken".

☞ Het meest handig is om ze op chronologische volgorde te archiveren: de meest recente vooraan in een map bijvoorbeeld. Als je ze in een ordner stopt kun je ze het best voorin doen omdat je ze er regelmatig uit moet halen ter raadpleging of om te kopiëren.

☞ Deze map kun je het best zelf beheren. Dat kan betekenen dat je hem in het gebouw van de afdeling/werkgroep opbergt of dat je hem mee naar huis neemt.

☞ Als je ziek wordt is het van belang deze map tijdelijk over te dragen aan een ander.

Maak in de groep en met je eventuele huisgenoot de afspraak dat de map kan worden opgehaald als je een ongeluk krijgt.

Zet duidelijk in de map dat deze niet jouw persoonlijk eigendom is maar van de voorlichtingsgroep.

Geef eventueel voorin een lijst aan wie hij meegegeven kan worden.

Bijlagen:

Geen

Externe ondersteuning:

Geen

Actiepunt 3.4.2 *Houd zicht op de uitgevoerde voorlichtingen*

Suggesties:

Maak een archiefmap "open archief". In deze map kun je de registratieformulieren van voorlichtingen die dit jaar uitgevoerd zijn onderbrengen.

☞ Ook deze kan je het best op chronologische volgorde leggen.

☞ Aan elk formulier hecht je de bijbehorende evaluatieformulieren en zonodig kopieën van facturen.

☞ Dit deel van je archief kun je het "open archief" noemen omdat er gedurende het seizoen nog dingen in worden ondergebracht.

☞ Dit archief hoeft niet openbaar of voortdurend ter inzage te zijn omdat het persoonlijke gegevens van docenten, groepsbegeleiders en voorlichters bevat.

☞ In het open archief kun je ook andere informatie bewaren. Een indeling van dit "open archief" zou kunnen zijn:

- (aan het eind van het seizoen) kopie van het jaarverslag
- (in plastic insteekhoesje) namen en adressen van voorlichters
- afgehandelde registratieformulieren, evaluaties en kopieën van facturen
- ingekomen post
- uitgegane post
- verslagen van vergaderingen
- ontwikkelde programma's en materiaal
- kopie van het jaarplan voor het lopende seizoen

Na afloop van het jaar wordt de map 'gesloten' en verhuist dit "gesloten archief" naar het afdelings/werkgroepsarchief, voor zover het daar al niet eerder was ondergebracht. Daar kan het worden bewaard ten behoeve van toekomstige 'generaties'.

In het (doorgaans openbare) hoofdarchief van de afdeling/werkgroep bewaar je de originele plannen en jaarverslagen van de werkgroep voorlichting.

Bijlagen:

Geen

Externe ondersteuning:

Geen

Suggesties:

Maak een map "klantenoverzicht". In deze map kun je op alfabetische volgorde de klantenformulieren onderbrengen.

☞ Deze naslaginformatie kun je aanvullen met achtergrondmateriaal over de klanten, bijvoorbeeld brochures van de school.

De klantenformulieren worden door de coördinator bijgehouden.

Als voorlichters meewerken aan de telefonische follow-up kunnen zij kopieën krijgen van deze formulieren of een bellijst met de belangrijkste gegevens, bijvoorbeeld een uitdraai van het adressenbestand.

☞ In een bijbehorende insteekmap kun je een back-up floppy van het adressenbestand bewaren.

☞ Als klantenformulieren verouderen door veel adreswijzigingen of als de formulieren volraken worden ze vervangen door nieuwe en verhuizen de oude versies en verouderde bijlagen naar een "klantenarchief".

Maak een "klantenarchief". Dit is een map met verouderde informatie over klanten, die ook weer op alfabetische volgorde is ondergebracht.

☞ Een klantenarchief is zinnig omdat je op deze manier zicht houdt op contacten die in het verleden zijn gemaakt en de ervaringen die in voorlichting zijn opgedaan.

☞ Een aparte map voor het klantenarchief is zinnig omdat de informatie door onderbrenging in het 'open' of 'gesloten' archief onvindbaar wordt.

Bijlagen:

Geen

Externe ondersteuning:

Geen

3.5 Voorlichtingsvergadering

Actiepunt 3.5.1 *Bereid de vergadering voor*

Suggesties:

- Bedenk wat je aan de orde wilt hebben tijdens de vergadering.
- ☞ Overleg daarover met een aantal voorlichters.
- ☞ Ga niet alles zelf organiseren/uitvoeren. Sterker, we raden je aan zelf zo weinig mogelijk (uitvoerend werk) te doen. Als coördinator doe je al meer dan genoeg in de sfeer van voorbereiding.
- ☞ Voorkom door middel van je organisatie van de vergadering dat je tijdens een vergadering voortdurend aan het woord zult zijn.
- ☞ Misschien kun je iemand vragen of een 'vergader'committeetje instellen om vergaderingen goed en prettig te laten verlopen.

- Vraag voorlichters vooraf om een bepaalde rol in te nemen tijdens de vergadering, bijvoorbeeld:
 - om een onderdeel voor te bereiden
 - te notuleren
 - voor te zitten
- ☞ Het is aan te bevelen dit te doen vóór de vergaderdatum/het vergadertijdstip zelf omdat anders in de vergadering veel tijd verloren kan gaan aan gehakketak wie wat gaat doen. Door dit vooraf te regelen zorg je dat de vergadering prettiger en efficiënter verloopt, wat weer bijdraagt aan de motivatie van de groep.

- Maak de agenda (of laat een agenda maken) en vermeld tijd, plaats, aanvang en punten voor bespreking.

- Verstuur de uitnodigingen circa een week voor de bijeenkomst.

Bijlagen:

"Agenda vergadering: checklist"

Externe ondersteuning:

Geen

Suggesties:

Vraag instemming voor de agenda.

Bevorder uitwisseling van kennis en meningen

☞ Het is beter als coördinator de vergadering niet zelf voor te zitten. Op die manier kun je voorkomen dat de vergadering gaat bestaan uit een serie organisatorische mededelingen van het coördinaat.

☞ Bevorder dat zoveel mogelijk mensen aan het woord komen.

☞ Zorg dat er iets uit te wisselen valt. In de bijlagen staan suggesties voor meer en minder inhoudelijke bespreking van voorlichtingen.

☞ Let erop dat vrouwen en mannen zo evenredig mogelijk aan het woord komen.

☞ Terughoudendheid van sommige subgroepen binnen de voorlichtingsgroep kan een voorbode zijn van onvrede en op termijn van afhaken.

Zorg dat de vergadering efficiënt verloopt.

☞ Om tijd te hebben voor inhoudelijke discussies en uitwisseling (de belangrijkste bron van motivatie voor de vrijwilligers) is het nodig dat de organisatorische kwesties, zoals het goedkeuren van de agenda, het verslag, post, mededelingen en roosteren, snel en zorgvuldig worden afgehandeld. Als dit niet gebeurt kunnen er twee dingen aan de hand zijn: of je hebt geen goede voorzitter, of er leeft weerstand in de groep waardoor men gaat traineren.

Vervang een slechte voorzitter door een betere.

☞ Als niemand veel ervaring heeft met voorzitten of er geen zin in heeft, bespreek dan met de groep expliciet hoe je gezamenlijk met een 'minimaal' voorzitterschap het best kunt functioneren.

☞ Je kunt ook overwegen enkele geïnteresseerde voorlichters namens de groep (en op kosten van de groep) een vergadertraining te laten volgen. Dit kan motiverend zijn omdat er een goede leerervaring wordt geboden en omdat sommige vrijwilligers ook uit andere overweging wellicht graag zo'n cursus zouden willen doen.

☞ **Oefening: Evaluatie voorzitterschap**

Bij een meer gemeenschappelijk gedragen verantwoordelijkheid voor het voorzitterschap kun je na elke vergadering evalueren hoe het voorzitterschap verliep. Zo wordt dit voor iedereen een interessante leerervaring. Let op:

Vertel de regels:

→ Noem steeds eerst negatieve, dan de positieve punten.

→ Bij de kritiek steeds onderscheid maken tussen waarneming en eigen mening.

Goed voorbeeld: "Ik zag dat je dit en dat deed. Volgens mij leidde dat tot verwarring."

Slecht voorbeeld: "Het was stom om halverwege zo'n verwarring te veroorzaken".

Eerst de reactie van de voorzitter vragen

→ Die kan hier maar al te gemakkelijk een slachtoffer van kritiek worden.

Dan de reactie van de voorlichters vragen.

Probeer tot meer algemene conclusies voor goed voorzitterschap te komen, zodat het niet een soort individuele intervisie van de huidige voorzitter wordt.

Steeds afsluiten met enkele positieve opmerkingen.

Als er weerstand lijkt te zijn, ga dan eens na waar dat aan ligt. Maak het bespreekbaar in de groep.

☞ Het kan zijn dat men gewoon moe is; in dat geval kan je een rook- en plaspauze inlassen of een oppep-oefening doen.

☞ Het kan ook zijn dat er inhoudelijke of interpersoonlijke weerstand is. Laat in dat geval de hele agenda wijken om dit probleem op te lossen. Elke andere strategie zal anders toch maar op weerstand stuiten en de situatie verslechteren.

Bijlagen:

"Intervisie"

"Kritiek voorval"

Externe ondersteuning:

Empowerment Lifestyle Services: Training van intervisiemethodieken

Suggesties:

Zorg dat de notulen kort (binnen een week) na de vergadering worden uitgewerkt.

☞ De notulen moeten kort en helder worden geformuleerd. Vooral afspraken en argumenten zijn van belang om te noteren. Laat de notulist zich realiseren waarvoor hij/zij schrijft:

- ter herinnering van actiepunten voor voorlichters
- voor de voorlichters die niet aanwezig zijn
- de contacten binnen de rest van de organisatie
- ter lering van toekomstige generaties voorlichters.

☞ Zorg dat de notulen een zakelijk verslag zijn en dat er geen zaken via de notulen worden gecommuniceerd die beter mondeling of direct kunnen gebeuren. Zo kan men beter niet in de notulen opnemen: "Jan X. is voor de tweede maal niet komen opdagen bij een voorlichting en hij krijgt een laatste waarschuwing" als hij er niet is tijdens de vergadering. Het is dan beter hem hierover aan te spreken.

☞ Een actielijst onderaan van wie wat moet doen voor wanneer is erg praktisch. Voorbeeld:

datum afspraakdoor wiewelke afspraakdeadline
11-10-95Peterbellen met docent VdBerg20-10-95

Als afspraken niet worden nagekomen moeten ze opnieuw worden besproken en komen ze opnieuw in de notulen.

Zorg ervoor dat de notulen snel na de vergadering beschikbaar zijn en worden opgesteld en verstuurd. Met name voor de herinnering aan actiepunten is dat van belang.

Bijlagen:

Geen

Externe ondersteuning:

Geen

4. Evaluatiefase

Aan het eind van je eerste seizoen bekijk je of het gegaan is zoals je had gehoopt en besluit je of je volgend seizoen door wilt gaan en welke bijstellingen je gaat maken in het beleid.

De evaluatie is een vaak ondergewaardeerd aspect van voorlichting over homoseksualiteit en van vrijwilligerswerk in het algemeen. Toch kan terugkijken op je resultaten, naar verbeteringen zoeken en inspiratie opdoen een meerwaarde opleveren voor de inhoud van je werk en op je manier van werken.

4.1. Voorbereiding Verwerk de gegevens voor de evaluatie

4.2. Bespreking ervaringen De evaluatiebijeenkomst

4.3. Verslag leggen Maak het conceptverslag

4.4. Presenteer het verslag

- 4.4.1 Evalueer met het bestuur
- 4.4.2 Laat de groep het verslag goedkeuren
- 4.4.3 Presenteer het verslag intern
- 4.4.4 Presenteer het verslag extern

4.5 Sluit het seizoen feestelijk af

- 4.5.1 Ga na hoeveel financiële ruimte er is
- 4.5.2 Bereid het uitje voor met de voorlichters
- 4.5.3 Neem het er van!

4.1. Voorbereiding

Actiepunt Verwerk de gegevens voor de evaluatie

Suggesties:

Lees ook de bijlage "evaluatievormen" waarin diverse evaluatievormen worden toegelicht.

☞ Het goed voorbereiden van evaluatie kan best veel werk betekenen. Doe dat als coördinator dus zeker niet alleen.

Bereid voor welke gegevens je boven tafel wilt hebben.

Verzameling van de gegevens per evaluatiegroep

In dit geval is het uitrekenen van percentages nuttig om tot een hanteerbaar overzicht van de resultaten over het hele jaar te komen. Subgroepen voorlichters kunnen bij de voorbereiding naar verschillende evaluatiegroepen (voorlichters, docenten/begeleiders of deelnemers) kijken.

Verzameling van de gegevens per voorlichting

In dit geval zal je de meningen over voorlichting van voorlichters, docenten/begeleiders én deelnemers met elkaar vergelijken en is het vooral nuttig te kijken naar de factoren die per voorlichting hebben bepaald waarom die een succes was en niet. Subgroepen kunnen in de voorbereiding naar diverse 'clusters' van voorlichtingen kijken, bijvoorbeeld geclusterd per school, schooltype of andere doelgroepen.

Vraag mensen om stukjes voor te bereiden, bijvoorbeeld:

door mensen of subgroepjes te vragen de gegevens op een rijtje te zetten

de resultaten met de doelen uit het strategisch plan te vergelijken met de resultaten

daar in de groep een korte presentatie over te houden

☞ Als bijlagen zijn diverse hulpmiddelen opgenomen die je gedurende het jaar kunt gebruiken om de voorlichtingen te evalueren.

☞ Onze suggestie is om deze qua prioriteit van boven naar beneden te gebruiken. Dat wil zeggen: minimaal het logboek en maximaal attitudes meten naast andere evaluaties. Een toelichting op het gebruik van de diverse 'instrumenten' vind je in de bijlage "evaluatievormen".

Bijlagen:

"Evaluatievormen"

"Logboek" (disk 4-1-1)

"Evaluatieformulier voorlichters" (disk 4-1-2)

"Evaluatieformulier docent" (disk 4-1-3)

"Evaluatieformulier deelnemers" (disk 4-1-4)

"Vragenlijst attitudes" (disk 4-1-5)

Externe ondersteuning:

Empowerment Lifestyle Services: Advisering toepassing evaluatievormen. Verwerking evaluatieformulieren en verslag

4.2. Bespreking ervaringen

Actiepunt De evaluatiebijeenkomst

Suggesties:

Plan ruime tijd voor de evaluatie.

☞ In sommige groepen wordt een hele dag gereserveerd om te evalueren. Dat is prettig omdat je dan de tijd hebt om rustig terug te blikken en enige afstand te nemen. Ook is er dan gelegenheid om wat leuke dingen in te bouwen, zodat het allemaal wat minder 'werk' wordt en wat meer 'genieten'.

☞ Zorg dat er een evenwicht bestaat:

tussen de 'formele' evaluatie (wat hebben we bereikt?)

de persoonlijke ervaringen en feedback (wat zou ik als voorlichter meer/minder/anders moeten doen?)

de conclusies en voornemens

☞ Als rode lijn in de discussie zou je de vraag kunnen hanteren of men meent dat in het afgelopen seizoen je persoonlijke niveau van voorlichten en het niveau van de groep is verbeterd of op hetzelfde niveau is gebleven.

☞ In de bijlage bij deze stap vind je suggesties voor methodieken om de evaluatie aan de orde te stellen.

Bijlagen:

"Evaluatievergadering"

Externe ondersteuning:

Empowerment Lifestyle Services: Extern voorzitterschap

4.3. Verslag leggen

Actiepunt Maak het conceptverslag

Suggesties:

Bepaal de doelgroep en het doel van het verslag.

☞ Een jaarverslag voor jezelf. Een jaarverslag kan nuttig zijn voor je eigen continuïteit. Het kan je voorlichters bevestigen in wat zij hebben bereikt. Een verslag kan als 'produkt' van het afgelopen jaar hen helpen herinneren waar de kracht en de zwakte ook al weer precies zat. Als jij en ervaren voorlichters vertrekken kunnen jullie opvolgers terugvinden waar je naar hebt gestreefd en wat je hebt bereikt. In dit soort verslag is het taalgebruik of zijn illustraties zuiver functioneel en zijn tips over de organisatie en uitvoering erg belangrijk. Voor externe contacten is dergelijke informatie echter minder interessant.

☞ Een jaarverslag als onderdeel van een groter geheel. Veel voorlichtingsgroepen moeten materiaal leveren voor het formele jaarverslag van de afdeling of lokale homo/lesbische werkgroep als geheel. Zo'n onderdeel mag niet te lang zijn en is vooral bedoeld om externe contacten te informeren over het belang van de homo/lesbische activiteiten in de regio. Informatie over het bereik, de effecten en de signalen die voortkomen uit voorlichting zijn dan interessant. In verband met de lengte moet dit soort verslag vooral bondig en prettig leesbaar worden.

☞ Een jaarverslag als PR-instrument. Een jaarverslag kan ook een nuttig public relations instrument naar buiten zijn. Voorlichting is immers bij uitstek een inhoudelijk onderwerp dat zich daarvoor goed leent. Een PR-verslag mag best enige omvang krijgen, als het maar prettig leest. Het moet ruim en overzichtelijk worden vormgegeven. Afhankelijk van de doelgroep(en) kun je ervoor kiezen om financiële gegevens, percentages enzovoort op te nemen, eventueel in een bijlage. Vooral beleidmakers zullen naast prettig leesbare informatie in cijfers geïnteresseerd zijn en mogelijk geïnspireerd raken of door jullie kunnen worden gestimuleerd om constructief beleid te ontwikkelen.

Zorg voor een goede afwerking van het verslag. Een paar suggesties...

Maak een uitnodigende voorpagina, met een uitdagende titel en een illustratie

Maak een overzichtelijke inhoudsopgave

Maak een overzichtelijke bladspiegel

Maak het niet te lang, hoe lang 'te lang' is hangt mede af van de inhoud en het taalgebruik

Gebruik een redelijk groot en zakelijk lettertype

Gebruik leuke en verhelderende illustraties in de vorm van plaatjes of citaten

Geef aan wat de signalen voor de toekomst zijn

Geef aan wat je globale plannen zijn naar aanleiding van deze signalen zijn

Maak een korte samenvatting voor de zakelijke lezers

Schrijf een correcte colofon. Een voorbeeld van een correcte beschrijving zoals bibliotheken deze hanteren:

COC Rottumeroog

Ik wist niet dat het hier ook voorkwam: verslag van de voorlichting over homoseksualiteit 1995-96 op Rottumeroog / COC Rottumeroog, werkgroep voorlichting. - Rottum november 1996

☞ Als bijlage bij deze stap bieden wij een uitgeschreven conceptverslag. Dit is een vrij zakelijke opsomming van zaken die je in een verslag kunt vermelden. Het concept is geschreven als een zakelijke verantwoording naar bijvoorbeeld subsidiegevers. Deze stijl is als voorbeeld gekozen omdat we op deze wijze zoveel mogelijk suggesties voor feitelijke en 'harde' evaluatiegegevens konden geven. Meer creatieve keuzes bij de inhoud, toonzetting en vormgeving van je eigen rapport laten we graag aan jou over.

Bijlagen: "Evaluatieverslag" Externe ondersteuning: Geen

4.4. Presenteer het verslag

Actiepunt 4.4.1 *Evalueer met het bestuur*

Suggesties:

☞ Het blijft belangrijk - ook na jaren van voorlichting - het bestuur inhoudelijk te informeren en te betrekken. Soms kan het lijken alsof de voorlichting routine is geworden en er weinig nieuws te melden is. Toch blijft een werkgroep voorlichting een van de meer belangrijke bronnen van informatie voor het bestuur om regiobreed homo/lesbisch beleid te ontwikkelen. Zowel het bestuur als de werkgroep hebben er belang bij elkaar te blijven prikkelen met signalen om het beleid bij te sturen. Het verslag kan hierbij een goed instrument zijn.

Stuur het bestuur van te voren het conceptverslag op met een begeleidend briefje waar je het over wilt hebben.

☞ Mogelijke onderwerpen:

Evaluatie: Zijn de doelen bereikt, welke verklaringen zijn er voor het al dan niet bereiken? Suggesties om het verslag op onderdelen anders te formuleren?

Signalering: Zijn er signalen uit de voorlichtingen naar voren gekomen die voor het gehele beleid van de afdeling/werkgroep van belang zijn? Zijn er signalen in de contacten van het bestuur die van belang zijn voor bijgesteld beleid van de werkgroep voorlichting?

Beleid: Is er aanleiding voor het bijstellen van de doelen en/of doelgroepen, hoe denkt het bestuur daarover?

Afspraken: Nadere afspraken over bespreking voorlichtingsplan van volgend seizoen.

Bijlagen:

Geen

Externe ondersteuning:

Geen

Actiepunt 4.4.2 *Laat de groep het verslag goedkeuren*

Suggesties:

Laat de groep zich uitspreken over het semi-definitieve concept van het verslag.

☞ Het is belangrijk dat de groep akkoord gaat met de definitieve tekst die naar buiten gaat. Enthousiaste voorlichters vormen belangrijke reclame voor je werk en met een goed verslag, waar ze trots op kunnen zijn, kunnen ze die functie nog beter vervullen.

☞ Het is ook van belang deze definitieve bespreking en goedkeuring te laten plaatsvinden nadat het bestuur haar licht heeft laten schijnen over het verslag. Wellicht leidt dit nog tot kleine wijzigingen. Dit kan met name het geval zijn in een verslag dat met het oog op public relations geschreven is.

Tijdens dezelfde vergadering kan ook aan de orde worden gesteld of en hoe het verslag intern en extern gepresenteerd zal worden (zie volgende stappen).

Bijlagen:

Geen

Externe ondersteuning:

Geen

Actiepunt 4.4.3 *Presenteer het verslag intern*

Suggesties:

Het is zinnig om het verslag expliciet te presenteren aan contacten binnen je COC afdeling of homo/lesbische groep. Daardoor laat je zien dat je actief bezig bent en een steunpilaar van het beleid vormt, wat goodwill en nieuwe vrijwilligers kan opleveren.

☞ Een interne presentatie kan bijvoorbeeld gebeuren

- op een bestuursvergadering
- een ledenvergadering
- tijdens een thema-avond

☞ Hoe en waar de presentatie plaatsvindt is onder meer afhankelijk van hoe groot de afdeling/groep is en waar de mensen zitten die voor de voorlichtingsgroep van belang zijn.

Bijlagen:

Geen

Externe ondersteuning:

Geen

Suggesties:

Ook naar buiten toe is een presentatie belangrijk. Anno 1994 bestaat relatief weinig uitwisseling van ervaringen en onderlinge inspiratie tussen diverse werkgroepen die zich met homo/lesbische emancipatie bezighouden en vaak ook weinig communicatie met andere organisaties die een functie kunnen vervullen voor de voorlichtingsgroep. Deze isolatie leidt geregeld tot de situatie dat voorlichters steeds weer opnieuw het wiel moeten uitvinden en daarbij ook nog vaak het gevoel hebben dat ze alles zelf moeten doen. Externe public relations kunnen deze situatie verbeteren.

☞ Dat kan bijvoorbeeld door:

Een mailing naar landelijke contacten.

Bijvoorbeeld Gay & Lesbian Switchboard, Empowerment Lifestyle Services, het landelijk kantoor van het COC, eventueel de SAD-Schorerstichting. De adressen van de landelijke organisaties vind je in de bijlage.

Een mailing naar regionale contacten.

Bijvoorbeeld de afdeling emancipatie van de provincie, de afdelingen emancipatie en onderwijs van de gemeente, de afdeling GVO van de lokale GG&GD('s) en de RIAGG('s), de lokale meldpunten discriminatie en de lokale hulp- en kindertelefoons, je klanten.

Bij belangrijke contacten even langs gaan met het verslag en het toelichten.

Het verslag met een persbericht naar de lokale media sturen.

Vragen om een interview naar aanleiding van het verslag.

Bijlagen:

"Mailing externe ondersteuning" (disk: 4-4)

Externe ondersteuning:

Geen

4.5 Sluit het seizoen feestelijk af

Actiepunt 4.5.1 Ga na hoeveel financiële ruimte er is

Suggesties:

☞ Het is belangrijk om het er minimaal eenmaal per jaar even gezamenlijk van te nemen. Ga eens lekker uit met elkaar. Ergens eten, naar de film of theater.

- Ga bij penningmeester na wat een uitje mag kosten.
- Ga na wat er reeds was gepland en vraag of dat beschikbaar is
- Ga na wat betaald zal worden uit het budget van afdeling of werkgroep
- Ga na wat de voorlichters zelf zouden moeten betalen via een maximale eigen bijdrage

- Maak afspraken met de penningmeester hoe je de beschikking krijgt over contant geld.

Bijlagen:

Geen

Externe ondersteuning:

Geen

Actiepunt 4.5.2 *Bereid het uitje voor met de voorlichters*

Suggesties:

- Inventariseer tijdens een vergadering wat de voorlichters graag willen doen
 - welk soort restaurant
 - welke data/tijden
 - welke maximale eigen bijdrage

- Maak in de groep afspraken
 - hoeveel mensen gaan mee
 - datum/tijd/plaats of hoe wordt dit doorgegeven door voorbereiders
 - wie organiseert wat wanneer (actielijst)

- Controleer dat de afspraken worden nagekomen
 - plaatsen reserveren
 - datum/tijd/plaats doorgeven
 - geld beschikbaar krijgen

Bijlagen:

Geen

Externe ondersteuning:

Geen

Actiepunt 4.5.3 *Neem het er van!*

Suggesties:

- Zorg dat er iemand even van tevoren is.
- Check of de afspraken goed zijn doorgekomen.

Geniet!

- ☞ Geniet van de groep, het verslag en van een seizoen waarin je successen hebt behaald of op zijn minst je best hebt gedaan.
- ☞ Tijdens zo'n avond ontstaat weer ruimte voor leuke nieuwe ideeën en het draagt bij aan de sfeer en samenhang van de groep.

Reken af.

- Vraag een rekening/bon.

- Verantwoord de uitgaven naar de afdeling/werkgroep.

Bijlagen:

Geen

Externe ondersteuning:

Geen

Deel III

Bijlagen & Formulieren

Handleiding voor de Coördinatie van Voorlichtingsgroepen over Homoseksualiteit

Overzicht van de bijlagen

Logboek

Bijlagen <i>titel:</i>	<i>op diskette als:</i>
aanbieders	
acquisitiebrief eerste mailing (inclusief foldertekst)	2-7
acquisitiebrief: suggesties	
adressenbestand: toelichting	
afnemers: keuzeoefening	
agenda vergadering: checklist	
begroting: suggesties	
briefing voor materialen.....	2-7-1
doelgroepbeschrijving	
doelstellingen: formulering	
doelstellingen: voorbeelden	
evaluatievormen	
evaluatie attitudes	4-1-5
evaluatie deelnemers	4-1-4
evaluatie docenten/begeleiders	4-1-3
evaluatie voorlichters	4-1-2
evaluatievergadering	
evaluatieverslag	4-3-1
evaluatieverslag eerste jaar	4-3
factuur en bedankbrief	3-3
fondsen: overzicht (1995)	
intervisie	
klantenformulier	3-1
kritiek voorval	
mailing externe ondersteuning.....	4-4
marketingmix	
organisatietaken: overzicht	2-5
oriëntatiegesprek	
overleg bestuur: start	1-2
overleg bestuur: voortgang	1-4-1
prétesten.....	2-7-3
profiel van de coördinatie	
profiel schets voorlichters	
registratieformulier.....	3-2
registratieformulier: toelichting	
selectieprocedure	
strategisch plan: start	1-3
strategisch plan: voortgang.....	1-5-4
subsidie: aanvraag handboek coördinatie voorlichting	AANSCHAF
subsidie: aanvraag start	2-1
subsidie: aanvraag voortgang.....	2-2-2
telefonische follow-up	
werksituatie: vragenlijst	1-1-2
wervingstekst voorlichters	2-2

Kopieerexemplaren "organisatie van de groep"

briefing voor materialen
doelgroepbeschrijving
doelstellingen: formulering
mailing externe ondersteuning
organisatietaken: overzicht
oriëntatiegesprek

Kopieerexemplaren "interne overleggen"

agenda vergadering: checklist
interview
overleg bestuur: start
overleg bestuur: voortgang

Kopieerexemplaren "acquisitie"

afnemers: keuzeoefening
klantenformulier
registratieformulier
telefonische follow-up

Kopieerexemplaren "evaluatieformulieren"

evaluatie attitudes
evaluatie deelnemers
evaluatie docenten/begeleiders
evaluatie voorlichters
werksituatie: vragenlijst

Diskette <i>titel:</i>	<i>op diskette als:</i>
acquisitiebrief eerste mailing (inclusief foldertekst)	2-7
adressen: volledige samenvoeging	2-6.kdr
adressen: record Word Perfect 5.1	2-6
briefing voor materialen	2-7-1
evaluatie attitudes	4-1-5
evaluatie deelnemers	4-1-4
evaluatie docenten/begeleiders	4-1-3
evaluatie voorlichters	4-1-2
evaluatieverslag	4-3-1
evaluatieverslag eerste jaar	4-3
factuur en bedankbrief	3-3
klantenformulier	3-1
mailing externe ondersteuning	4-4
organisatietaken: overzicht	2-5
overleg bestuur: start	1-2
overleg bestuur: voortgang	1-4-1
prétest +/- kadertje	2-7-3
registratieformulier	3-2
strategisch plan: start	1-3
strategisch plan: voortgang	1-5-4
subsidie: handboek coördinatie voorlichting (WordPerfect 5.1)	AANSCHAF.WP5
subsidie: handboek coördinatie voorlichting (Asci)	AANSCHAF.ASC
subsidie: aanvraag start	2-1
subsidie: aanvraag voortgang	2-2-2

werksituatie: vragenlijst	1-1-2
wervingstekst voorlichters	2-2

Kopieerexemplaren "organisatie van de groep"

briefing voor materialen

doelgroepbeschrijving

doelstellingen: formulering

mailing externe ondersteuning

organisatietaken: overzicht

oriëntatiegesprek

Kopieerexemplaren "interne overleggen"

agenda vergadering: checklist

intervisie

overleg bestuur: start

overleg bestuur: voortgang

Kopieerexemplaren "acquisitie"

afnemers: keuzeoefening

klantenformulier

registratieformulier

telefonische follow-up

Kopieerexemplaren "evaluatieformulieren"

evaluatie attitudes

evaluatie deelnemers

evaluatie docenten/begeleiders

evaluatie voorlichters

werksituatie: vragenlijst