

Spejderne

# Metaanalyse

En opsamling af den eksisterende viden om gruppeudvikling baseret på rapporter og analyser lavet for og af de danske spejderkorps de sidste 12 år samt analyser om frivillighed.

Spejderne  
05-10-2017

# Kvalitativ rapport

Indledning	3
Opsummering	4
Aktiviteter og fastholdelse	8
Aktiviteter	8
Friluftsliv	8
Ambitioner og traditioner	9
Progression og rød tråd	10
Dialog med spejderne	11
Konkurrence	12
Milepæle børn og unge	12
Spejdere 11+	14
Overvejelser om aldersinddeling og frafald	14
Skab rum for det sociale	15
Balance mellem selvstyring og lederstyring	15
Spejder som frirum	16
Gode aktiviteter fastholder spejderne	17
Ledelse af gruppen	18
Gruppeledelse	18
Flere gruppeledere	18
Langsigtet ledelse	18
Forenkling, holdånd og ambitioner	19
Anerkendelse af ledere	20
Bestyrelse	20
Økonomi og kontingent	21
Ledere	21
Mangfoldig ledelse	22
Forældresamarbejde	22
Prioriter forældresamarbejdet	22
Brug forældrenes kompetencer	23
Spørg efter hjælp	23
Forståelse for spejderarbejdet skaber engagerede forældre	23

Kommunikation til forældre skaber fastholdelse	24
Rekruttering	24
Familiespejd	25
Rekruttering af frivillige	26
Goddag og farvel – den frivilliges livscyklus i organisationen	27
Rekruttering af børn	28
Synlighed og kommunikation	29
Kommunikér fællesskab, udfordringer og personlig udvikling	29
Kommunikér, hvad I vil med spejderne	29
Lav inddragende aktiviteter	30
Samarbejd med andre foreninger	30
Sociale medier	30
Spejder som brand	30
Litteraturliste	32
Bilag – Oversigt over undersøgelser	34
Undersøgelser om synlighed og kommunikation	34
Undersøgelser om spejderarbejde	34
Undersøgelser om frivillighed	36

# Indledning

Formålet med metaanalysen er at samle den eksisterende viden om gruppeudvikling og vise, hvilken retning en spejdergruppe skal gå for at udvikle sig og vokse.

Baggrunden for metaanalyse er en gennemgang af eksisterende undersøgelser om spejderarbejde i de danske spejderkorps med fokus på vækst, samt analyser om frivillighed. I *Bilag 1* er alle undersøgelser, som metaanalysen baserer sig på, kort beskrevet. Herudover inddrages pointer fra foredrag af ungdomsforsker Søren Østergaard.

Metaanalysen er delt i to. **Første del** er målrettet *spejderlederen* og omhandler, hvad der skal til for at lave kvalitet i det daglige spejderarbejde, hvilke aktiviteter foretrækker nutidens spejdere og hvad skal der til for at fastholde dem. **Anden del** er målrettet *gruppeledelsen og bestyrelsen* og omhandler ledelse af gruppen, fx hvordan skaber man et godt forældresamarbejde, rekruttering af ledere og gruppeledelsesopgaven.

Her i forlængelse af indledningen kan man læse et kort resume af hvert kapitel.

# Opsummering

Her er et kort resume af rapportens vigtigste konklusioner inddelt efter rapportens kapitler og underafsnit.

## Aktiviteter

### Friluftsliv

Flere undersøgelser peger på, at friluftsliv er et værdifuldt element i spejderarbejdet for børn i alle aldre. Der er dokumentation for, at mangel på friluftsliv er en årsag til, at børn stopper til spejder. Prioriter udelivet og undgå stillesiddende og indendørs aktiviteter, da det opfattes som skoleagtigt.

### Ambitioner og traditioner

Synlige høje ambitioner gør en gruppe attraktiv. Ambitionerne tager ofte udgangspunkt i friluftsliv og spejdertraditioner, som fx deltagelse på store lejre, adventureløb og udlandsture. Det fastholder spejderne at have stærke traditioner og tydelige mål, som de kan se frem til.

### Progression og rød tråd

Det er afgørende, at der er en progression i de aktiviteter, vi laver til spejder, så aktiviteterne vedbliver med at udfordre spejderne, lægger op til selvstændighed og personlig udvikling. En væsentlig årsag til frafald blandt de 12-16 årige er, at aktiviteterne bliver ensformige og gentagne.

### Dialog med spejderne

For at skabe relevant og attraktivt spejderarbejde er det vigtigt, at lederne er nysgerrige og investerer sig i børnenes liv. Som leder skal man både snakke med spejderne, om hvordan de har det, og hvad der er på spil i deres liv, men også om hvilke aktiviteter de gerne vil lave, og hvad der skal til for, at de trives til spejder.

### Milepæle børn og unge

Hvor børn og unge er i deres udvikling har stor betydning for, hvordan ledere skal tilrettelægge deres spejderaktiviteterne og hvordan de er sammen med dem.

## Spejdere 11+

### Overvejelser om aldersinddeling og frafald

Mange grupper oplever frafald i tropsalderen (12-16 år). Samtidig oplever de, at aldersspændet i troppe er for stort. Der er stor forskel på at være en dreng på 12 og en pige på 16. En del grupper har gode erfaringer med en kortere tropstid typisk (13-16 år).

### Skab rum for det sociale

Det sociale er meget centralt for aldersgruppen 11+. En hyppig årsag til at stoppe til spejder er, at vennerne stopper eller at vennerpar bliver skilt ad i forskellige patruljer. Som ledere kan I støtte op om det sociale og skabelsen af relationer ved at give spejderne fritid, hvor de kan tilvælge hinanden, men også ved at varierer, hvordan spejderne arbejder sammen.

### Balance mellem selvstyring og Lederstyring

For at fastholde spejderne, når de bliver ældre, er det vigtigt, at de ikke bliver overladt til sig selv, og at de voksne ledere sikrer et højt aktivitetsniveau, hjælper spejderne med at prioritere friluftslivet og lave sjove og udfordrende aktiviteter.

### Spejder som frirum

Børnene har en travl hverdag, og spejder skal være et frirum, hvor de kan slappe af og ikke behøver præstere, spille seje eller voksne. Det er vigtigt at tænke ind, når man tilrettelægger aktiviteter og giver spejderne ansvar.

### Gode aktiviteter fastholder spejderne

Spejdere såvel som ikke-spejdere tiltrækkes af de lidt vildere aktiviteter og udfordringer. De grænseoverskridende udfordringer giver spejderne en succesoplevelse og fællesskabsoplevelse, og de efterlyses af de børn, som stopper til spejder.

## **Ledelse af gruppen**

### Flere gruppeledere

Det er en vigtig og tidskrævende opgave at lede en gruppe. Grupper, hvor gruppelederen ikke har andre poster og opgaver i gruppen end at være gruppeleder, samt grupper med to gruppeledere, har en højere medlemsvækst. God ledelse af en gruppe kræver gruppeledere, der har styr på det praktiske og er visionære. At der er styr på det praktiske gør, at lederne kan koncentrere sig om deres ledergerning. Det visionære fokus sikrer, at gruppen udvikler sig og bliver ved med at lave godt spejderarbejde.

### Langsigtet ledelse

Gruppeledelse er en langsigtet opgave, hvilket kræver en gruppeleder, der kan forpligte sig til opgaven i minimum et par år.

### Forenkling, holdånd og ambitioner

Attraktive grupper gør det nemt for lederne at passe deres ledergerning gennem forening, har et fællesskab i ledergruppen og er ambitiøse omkring deres aktiviteter.

### Anerkendelse af ledere

Det er vigtigt for ledernes motivation, at de bliver anerkendt. Anerkendelsen kan være økonomisk i form af tilskud til transport, gratis deltagelse på kurser eller en softshell med gruppens logo, men det er også vigtigt at anerkende den enkeltes indsats og sige tak.

### Økonomi og kontingent

Grupper fastsætter kontingent på to måder, de fleste fastsætter kontingent, så det dækker udgifter til møderne, mens 25 % af grupperne opkræver kontingent, der også dækker udgifter på ture. Det betyder bl.a., at grupperne ikke skal bruge opkræve deltagerbetaling, når de tager på tur.

Grupper med medlemsvækst har gode erfaringer med at lave indtægtsgivende arrangementer, som lægger sig op af spejderarbejdet, fx at troppe tjener penge på at holde skattejagter til børnefødselsdage eller at lave lejre for skoleklasser.

### Mangfoldig ledelse er godt

Grupper med en mangfoldig ledelse, hvor der både er forældreledere, ledere udefra og ledere, der er opvokset i gruppen, har større medlemsvækst end grupper, der har en overvægt af én type ledere.

## **Forældresamarbejde**

### Prioriter forældresamarbejdet

Når forældresamarbejdet fungerer, frigøres der energi, som lederne kan bruge til at lave endnu bedre spejdermøder og ture. Et godt forældresamarbejde bidrager til et overskueligt og enkelt lederliv.

### Brug forældrenes kompetencer

Grupper med vækst har oftere et godt forældresamarbejde end de stabile og faldende grupper. Grupperne med vækst inddrager forældrene på mange forskellige måder. Udover at bruge dem til bagning, kørsel og arbejdsdage bruger de også forældrene som hjælp på møder, og de får forældrenes særlige kompetencer i spil i spejderarbejdet, fx til fundraising, førstehjælp, fotografering eller partering af en and.

### Spørg efter hjælp

Spørg forældrene i gruppen om hjælp og gør det systematisk. Den personlig opfordring, hvor en leder eller et bestyrelsesmedlem spørger en forælder om hjælp til en specifik opgave, giver de bedste resultater.

### Forståelse for spejderarbejdet skaber engagerede forældre

Noget af det, der får forældre til at engagere sig, er, når ledere formår at formidle formålet og ambitionerne med spejderarbejdet gennem fx aktiviteter. Spejderarbejdet er ofte indforstået, hvilket gør det svært for nye at komme ind. Som spejdere har vi en opgave med at synliggøre og tydeliggøre, hvad spejderarbejdet går ud på.

### Kommunikation med forældre skaber fastholdelse

Forældrene er en vigtig målgruppe ift. at fastholde spejderne. Hvis I formår at få forældrene til at forstå, hvad deres børn får ud af at være spejder, så vil de skubbe på, for at børnene er vedholdende og bliver ved med at være spejdere.

## **Rekruttering**

### Familiespejd

Familiespejd som rekrutteringsstrategi. Brug familiespejd til at invitere småbørn og deres forældre til at deltage i spejderaktiviteter. Herved kommer forældrene tæt på gruppen, og de får en forståelse for, hvad spejder går ud på. Samtidig kan lederne se dem an og vurdere, hvilke forældre der har lederpotentiale, så rekrutteringen kan begynde.

### Rekruttering af frivillige

45 % af de ikke-frivillige kunne godt tænke sig at lave frivilligt arbejde, hvis de blev spurgt.

Der er i høj grad interesse for friluftaktiviteter, uanset hvor i landet man bor. Den primære drivkraft for at være frivillig er at *gøre en forskel og hjælpe andre*. En del grupper oplever, at det kan være svært at integrere nye ledere i gruppen, og at de ofte stopper igen efter kort tid. En stor del af de stigende grupper angiver, at de får medlemmer gennem synlighed lokalt.

### Goddag og farvel – Den frivilliges livscyklus i organisationen

Den frivilliges livscyklus har en start, en midte og en afslutning. I opstarten er det vigtigt at matche den frivillige med de rigtige opgaver og få givet en god introduktion. Herefter kan man med fordel fokusere på, hvad der fortsat kan motivere den frivillige. Hvis den frivillige vælger at stoppe, handler det om at få sagt tak for hjælpen og få taget en pæn afsked.

### Rekruttering af børn

I forhold til rekruttering af børn kan vi som spejderkorps med fordel fokusere på den yngre målgruppe under 13 år, fordi de stadig er åbne over for nye fritidsaktiviteter og stadig i høj grad bliver påvirket af deres familie, venner og nærmiljø i valg af fritidsaktiviteter. Det anbefales at samarbejde med skoler og

klubber (SFO og fritids-/junior klubber) samt andre foreninger, der er i børnenes nærmiljø, og hvor de er sammen med venner. Attraktive aktiviteter for målgruppen er fx overnatning udendørs.

## **Synlighed og kommunikation**

### Kommunikér fællesskab, udfordringer og personlig udvikling

Når I kommunikerer eller er synlige i lokalområdet, så formidl, at spejder handler om fællesskab, udfordringer og personlig udvikling. Ikke-spejdere kan godt se, at spejderne har et særligt fællesskab, som er værdifuldt, og de vil gerne deltage i aktiviteter, der udfordrer dem og udvikler dem. Tænk på det, når I skriver artikler til lokalavisen, planlægger aktiviteter i lokalområdet eller fortæller om weekendens tur på facebook.

### Kommunikér, hvad I vil med spejderne

Det er afgørende for at fastholde og tiltrække spejderne, at forældre og potentielle medlemmer forstår, hvad det er, I vil med spejderne. Hvad får man ud af at være spejder? Fællesskab, udfordringer og personlig udvikling. Forældre, der forstår spejderprojektet vil støtte deres børn i at være vedholdende.

### Lav inddragende aktiviteter

Vær synlig i lokalområdet på en måde, der viser spejderaktiviteterne og inddrager lokalbefolkningen. Lav noget *med* lokalområdet i stedet for *for* lokalområdet.

### Samarbejd med andre foreninger

De stabile grupper laver arrangementer med væsentlig flere forskellige typer af partnere, end de faldende. De bruger partnerne mere strategisk ift. at lave fede arrangementer, fx laver sejlaktiviteter sammen med sejlklubben.

### Sociale medier

Der er stort potentiale i at bruge de sociale medier ift. at skabe synlighed om spejdergruppen, da det er et sted, hvor både børn, unge og forældre befinder sig.

### Spejder som brand

Spejder har et stærkt brand. Tre ud af fire danskere har et meget positivt eller positivt indtryk af spejderne. Ser vi på de unge, er der færre, men stadig halvdelen af de unge, der har et positivt eller meget positivt indtryk af spejderne.



# Aktiviteter og fastholdelse

## Aktiviteter

I dette kapitel sætter vi fokus på, hvad der skal til for at lave attraktive aktiviteter for spejdere. Kapitlet baserer sig på viden fra forskellige undersøgelser bestilt og lavet af de danske spejderkorps samt øvrige relevante undersøgelser og udgivelser, der omhandler det frivillige foreningsliv i Danmark. Der er nogle elementer, der går på tværs af de forskellige undersøgelser og sætter en tydelig retning, ift. hvad der skal til for at lave aktiviteter, der er attraktive både for spejdere og for ikke-spejdere.

## Friluftsliv

Friluftsliv er et meget centralt element i spejderarbejdet, og flere undersøgelser peger på, at det skal det blive ved med at være.

Undersøgelsen *Den Attraktive Spejdergruppe* (2006) viser, at de attraktive spejdergrupper lægger større vægt på friluftslivet og de gamle spejdertraditioner end de mindre attraktive grupper. En gruppes attraktivitet er blevet vurderet ud fra medlemstal ift. børnetal og konkurrerende fritidsaktiviteter i lokalområdet. De attraktive grupper har flere udeaktiviteter og mere udeliv. Fx har de flere overnatninger i det fri og længere vandreture (Copenhagen Economics 1, 2006).

Undersøgelsen *De grønne pigespejdere – på vej mod nye lederroller, stærke netværk og store udfordringer* (2008) er lavet blandt De grønne pigespejdere og viser, at spejderne gerne vil mærke friluftslivet og udfordres på deres egne grænser. De oplevelser, man husker, er dem, hvor man blev udfordret. Her spiller naturen en vigtig rolle, fordi den ikke er forudsigelig. Et særligt minde kan fx være, at det regnede en hel weekend, og man var nødt til at grave render rundt om teltet (Red Associate, 2008).

I Det Danske Spejderkorps *Tropsanalyse 2017 og Tropsarbejdet anno 2016* ser vi, at spejderne på 12-16 år er glade for udelivet og gerne vil være udendørs på spejdermøderne. Særligt de yngre drenge værdsætter aktive møder udendørs og savner udelivet, hvis møderne holdes indendørs (DDS, 2017) (DDS 2, 2016).

*Undersøgelsen om årsager til frafald i spejderbevægelsen* (2010) viser, at mange af de unge tidligere spejdere synes, noget af det sjoveste ved spejder var friluftslivet og de primitive aktiviteter som fx lejrliv. De tidligere spejdere fremhævede friluftslivet som en unik og central del af spejderlivet (CEFU, 2010).

I tråd med dette ser vi i *Målgruppeanalyse af børn og unge 11-22 år* (2016), at børn og unge oplever udelivet som en central del af det at være spejder. De fleste oplever friluftslivet som positivt og kunne godt tænke sig at deltage i friluftaktiviteter, som at overnatte i telt (Wilke, 2016).

Samtidig viser undersøgelsen *Danskernes holdning til spejderværdier* (2010), at friluftsliv er et af spejdernes stærkeste brands. 58 procent af danskerne forbinder natur med spejder. (Capacent, 2010).

Flere undersøgelser peger samtidig på, at stillesiddende og indendørs aktiviteter bliver oplevet som kedelige og skoleagtige af både spejdere og ikke-spejdere. Rapporterne peger på, at man skal undgå stillesiddende, indendørs aktiviteter, da det minder om børnenes skoledag, hvilket ikke er positivt (DDS 2, 2016) (DDS, 2017), (Wilke, 2016), (Cefu, 2010). Dette er ikke ensbetydende med, at man ikke kan lære noget til spejder, men det er afgørende, at læringen foregår som en del af aktiviteter, hvor spejderne er aktive og fx bygger noget eller skaber noget (DDS, 2017). Dette understreger, at *learning by doing* fortsat vil være en god læringsmetode i spejderbevægelsen.

Undersøgelsen *Tropsanalyse 2017* viser, at de 12-16 årige oplever, at de lærer ledelse gennem arbejdet i patruljer og samarbejde i troppen (DDS, 2017). Blandt de 17-22-årige spejdere er der en interesse for lederuddannelse, som ikke ses blandt de 12-16-årige (Wilke, 2016).

Vi ser således, at en række undersøgelser peger på friluftsliv som et centralt og fortsat aktuelt element i spejderarbejdet. Børn og unge, spejdere som ikke-spejdere oplever friluftslivet som en attraktiv ramme for aktiviteter. Samtidig viser *Undersøgelsen om årsager til frafald i spejderbevægelsen*, at mangel på friluftsliv i spejderaktiviteter kan være en årsag til at stoppe til spejder. Særligt blandt de ældre spejdere, hvor spejderne i højere grad er selvbestemmende og kan fristes til indeaktiviteter, kan dette være en udfordring (CEFU, 2010).

## Ambitioner og traditioner

Ifølge undersøgelsen *Den Attraktive Spejdergruppe* (2006) har de attraktive grupper ambitioner og eksisterer med et formål. Lederne ved, hvorfor børn skal komme til dem og være spejdere. Høje synlige ambitioner gør en gruppe attraktiv. Ambitionerne tager ofte udgangspunkt i friluftsliv og spejdertraditioner. Fx laver de attraktive spejdergrupper flere overnatninger og flere større aktiviteter og begivenheder, som deltagelse på Blå Sommer<sup>1</sup>, store løb og udenlandsture. Stærke traditioner og mål, spejderne kan se frem til, skaber fastholdelse (Copenhagen Economic, 2006). *Tropsanalyse 2017* og *Tropsarbejdet anno 2016* viser begge, at de bedste oplevelser for spejderne er PLankurserne<sup>2</sup>, udenlandsturene, sommerlejrene, centerlejre og weekendturene. Det er her, hvor de får de store oplevelser, men også her hvor de oplever fællesskabet i afdelingen eller får nye venskaber (DDS, 2017)(DDS, 2016).

Undersøgelsen *Den Attraktive Spejdergruppe* viser også, at de 50 mest attraktive grupper (målt på medlemstal ift. børnetal i lokalområdet) i gennemsnit har flere overnatninger og går længere vandreture end de grupper, der ligger midt i feltet ift. attraktivitet (Copenhagen Economic, 2006).

---

<sup>1</sup> Blå sommer var Det Danske Spejderkorps korpsslejr, der foregik hver femte år. I 2012 og 2017 har lejren været erstattet af Spejdernes Lejr.

<sup>2</sup> PLankurserne er ungdomskurser for tropsspejdere, som foregår hvert år i efterårsferien. Kurserne er opdelt efter alder og alle kurser har et tema eller en fantasiramme.

*Målgruppeanalyse af børn og unge 11-22 år* peger på, at spejdergrupper skal lave aktiviteter, som lægger op til et grundlæggende sammenhold, hvor spejderne oplever hinanden i forskellige situationer og hjælper/støtter hinanden. Overnatninger er således ifølge *Målgruppeanalyse af børn og unge 11-22 år* en attraktiv aktivitet, men til gengæld foreslår de, at grupperne nedtoner lange gåture i kommunikation til ikke-spejdere, som opfatter det som en meningsløs aktivitet (Wilke, 2016).

Endvidere peger *Målgruppeanalyse af børn og unge 11-22 år* på, at man skal undgå at disciplinere børnene og have mange regler om adfærd, samt med fordel kan undgå uniformer til den ældre målgruppe (Wilke, 2016). I *Undersøgelse om årsager til frafald i spejderbevægelsen* (2010) bliver uniformer af nogle få nævnt som usejt (CEFU, 2010).

Vi ser således, at overnatninger, store aktiviteter, udenlandsture, weekendture og ture, hvor spejderne møder andre jævnaldrende spejdere, er attraktive aktiviteter, der er med til at fastholde spejderne. Aktiviteter med overnatning skaber et særligt sammenhold, fordi spejderne er sammen i længere tid og ser hinanden i andre situationer.

Hvor *Den Attraktive Spejdergruppe* viser, at traditioner og længere vandreture er karakteristika ved de attraktive spejdergrupper, peger *Målgruppeanalyse af børn og unge 11-22 år* på, at spejdergrupperne skal nedtone gammeldags aktiviteter, som fx lange gåture og parader, da børn og unge, der ikke er spejdere oplever det som meningsløst. Der er således en forskel på, hvad der er en meningsfuld aktivitet for spejdere og for udenforstående børn og unge. Man kan pege på, at spejdergrupperne skal blive bedre til at formidle, hvad det er spejderne får ud af vandreturene, fx at det handler om fællesskabet, når man er afsted, at udfordre sig selv og prøve kroppen af.

## Progression og rød tråd

Der er en klar tendens i de rapporter, som omhandler det attraktive spejderarbejde, at det er vigtigt (for unge såvel som voksne), at der er en rød tråd og progression til spejder (DDS, 2017), (Wilke, 2016), (CEFU, 2010), (Red Associate, 2008) (Copenhagen Economics 1, 2006). Rapporterne peger på, at spejderne gerne vil lære nyt og blive udfordret. De færdigheder, som spejderne lærer, som små skal ligge til grund for de aktiviteter, spejderne laver, når de bliver ældre, men samtidig blive ved med at udfordre og overraske (CEFU, 2010). Med andre ord skal aktiviteterne udfordre spejdernes færdigheder og modenhed. For at undgå frafald ved oprykning er det vigtigt at undgå store skift i forhold til fx aktivitetstyper og nye ledere (CEFU, 2010).

Flere af analyserne peger også på, at man skal kunne specialisere sig til spejder, og samtidig er det afgørende at undgå ensformige aktiviteter og mange gentagelser (Wilke, 2016), (CEFU, 2010), (Red Associate, 2008).

Undersøgelsen *De grønne pigespejdere – på vej mod nye lederroller, stærke netværk og store udfordringer* peger endvidere på, at spejder skal være noget andet end SFO'en, og at bredden i aktiviteter kan være en udfordring i forhold til at have en klar aktivitetsprofil med friluftsliv i centrum (2010).

I forhold til at skabe progression peger *Målgruppeanalyse af børn og unge 11-22 år* (2016) og *De grønne pigespejdere – på vej mod nye lederroller, stærke netværk og store udfordringer* (2008) på, at

spejdergrupperne skal lave aktiviteter, der lægger op til selvstændighed og personlig udvikling værende aktiviteter, hvor spejderne oplever at udfordre og flytte egne grænser. Der er en stolthed i forbindelse med at lykkes (Wilke, 2016), og det er fedt at overvinde sig selv, samtidig skaber de delte oplevelser fællesskab (Red Associate, 2008).

Det er således vigtigt, at der både er en rød tråd og progression i aktiviteterne og ledelsestilgangen gennem et spejderliv. Spejderne skal løbende udfordres, men på en måde, hvor aktiviteter og færdigheder bygger ovenpå hinanden.

## Dialog med spejderne

*Vækstanalysen* peger på, at de grupper, der lægger vægt på at anerkende børnene, vækster. Dette er fx ved at give sig god tid til at lære børnene at kende (KFUM-Spejderne, 2017). *Tropsanalyse 2017* viser, at spejderne efterspørger ledere, der interesserer sig for dem som mennesker. De vil have voksne, der er nysgerrige og tør spørge ind til deres liv (DDS, 2017).

I oplæg af ungdomsforsker Søren Østergaard i Det Danske Spejderkorps understregede han, at det er vigtigt, at voksne er nysgerrige og investerer sig i børnenes liv. Børn og unge skal vide, hvad der er vigtigt for dem. Derfor har voksne en vigtig rolle ift. at være i dialog med drenge og piger, om hvad der er vigtigt i deres liv. Søren Østergaard lægger vægt på, at man som voksen ikke skal være ekspert. Voksne skal spørge ind til "*Hvad er det, der optager dig?*". Det er vigtigt, at man tør være nysgerrig og stille spørgsmål. På den måde kan man hjælpe de unge med at forstå sig selv (Østergaard, Korpsrådsmøde 2017).

I *Vækstanalysen* (2017) ser vi, at grupper med medlemsvækst er kendetegnet ved at have en løbende dialog med børnene, om hvilke tiltag og aktiviteter, de ønsker (KFUM-Spejderne, 2017). Ungdomsforsker Søren Østergaard kommer med samme pointe: Hvis man som spejderleder vil lave relevant spejderarbejde, er man nødt til at snakke med spejderne, både om hvordan de har det, og hvad der er på spil i deres liv, men også om, hvilke aktiviteter de gerne vil lave. Alt for mange voksne tror, de kan gætte sig til, hvad børn vil have, og det er vi ikke nødvendigvis gode til (Østergaard, Korpsrådsmøde, 2016).

I forlængelse af dette ved vi fra undersøgelsen *Inspirationskatalog - en kortlægning af hvad medbestemmelse og ansvar betyder for børn og unge* (Mehlsen & Lamberth, 2014), at medbestemmelse har positiv indvirkning på børns trivsel og læring. Aktiviteter, der inviterer spejderne til medbestemmelse og ansvar, skaber motivation og ejerskab, hvilket øger læring og trivsel.

Lederne har en vigtig rolle i at skabe rum, der inviterer til medbestemmelse/deltagelse. Dette gøres bl.a. ved at følge spejdernes interesser. Har lederne eksempelvis planlagt, at de 5-6 årige spejderne skal lave bål, men en gruppe af spejdere har fundet en meget spændende bille i græsset, giver det mening at stoppe aktiviteten for at bruge tid på at studere billen. Det er en måde at anerkende spejderne på og give dem medbestemmelse. Medbestemmelse kræver, at voksne deler ud af kontrollen og styringen af aktiviteterne. Det er vigtigt, at lytte til børnene, spørge ind og være nysgerrig over for dem og deres perspektiver (Mehlsen & Lamberth, 2014).

## Konkurrence

*Målgruppeanalyse af børn og unge 11-22 år* peger på, at vi som spejdere med fordel kan integrere konkurrence i vores aktiviteter for at tiltrække den arketype af børn og unge, der tænder på konkurrence og ofte dyrker konkurrencesport eller gaming. Netop denne målgruppe kan have svært ved at forstå formålet med spejder, hvor man fx får mærker frem for diplomer, og hvor alle samtidig kan få et mærke. Dog peger målgruppeanalysen samtidig på, at et stort fokus på konkurrence kan have negativ betydning for tiltrækningen af andre arketyper. Det kan være dem, der kommer til spejder for at hygge og være sammen med vennerne (Wilke, 2016).

## Milepæle børn og unge

I dette afsnit sættes fokus på de milepæle, der er i børns opvækst og hvordan spejderledere kan forholde sig til dem. Pointerne kommer fra undersøgelsen *Udviklingskompasset - Ny viden om milepæle og redskaber til udvikling af børn og unge i DDS* (Mehlsen & Andersen, 2015).

### **Milepæle børn i førskolealderen 3-6 år**

I 2-3 årsalderen udvikler barnet mere komplicerede følelser som skam og stolthed. Hjælp barnet med at sætte ord på følelserne og at klare følelserne. Det er vigtigt både for drenge og piger.

Børn i 2-4 års alderen opfatter verden ud fra deres eget perspektiv og har svært ved at sætte sig i andres sted. I 4-6 års alderen begynder børnene at udvikle empati og kunne sætte sig ind i andres følelser. Familiespejderen har en kropslig oplevelse af verden, det betyder, at de har svært ved at sidde stille, så fysiske aktiviteter samt fantasilege, sanglege og rollelege er vigtige.

Børn i 2-6 års alderen er handleprægede dvs. at handlingen kommer før tanken. De tager ting meget bogstaveligt. Begræns valgmulighederne for familiespejderen, i denne alder kan børn ikke overskue for mange valg.

*"Barnets selvbillede dannes i høj grad af omverdenens reaktioner på barnet. Får man gentagende gange at vide, at man er 'sød' eller 'fræk', påvirker det ens selvbillede."* (Mehlsen & Andersen, 2015). Anerkendelse har stor betydning, for barnets selvudvikling.

I 2 og 6 års alderen kommer børnene i selvstændighedsalderen (tidligere kaldet trodsalderen), hvor barnet begynder at sige nej. Man må derfor tage sig god tid til, at spørge og forklare (Mehlsen & Andersen, 2015).

### **Skolealderen 6-12**

Børn på 6 år har uro i kroppen, de skal have lov til, at bruge deres krop og være aktive. De er optagede af filosofiske spørgsmål, som fx liv og død. Spejdere i den alder er interesserede i næsten alt, hvilket giver uendelige muligheder for, hvordan man kan arbejde. Lederne bør undgå langsigtede tidshorisonter: børn er i nuet og tænker max to timer frem.

*"Det er vigtigt med aktiv læring op gennem hele skolealderen. Man lærer bedst, når man er aktiv. Det*

*behøver ikke kun at være fysisk aktiv. Det større barn kan også være aktiv i tænkning.”* (Mehlsen & Andersen, 2015).

Barnets to hjernehalvdele er først integreret i ca. 6-7-års-alderen: hos piger i 4.-6-års-alderen og hos drenge i 7-10-års-alderen. Drenges hjerner er generelt senere udviklet end pigers hjerner. Det er først, når de to hjernehalvdele er integreret, at barnet kan tænke fra del til helhed, kan regulere adfærd, har dømmekraft, begynder at forstå årsagssammenhænge og kan planlægge. Det har således stor betydning for, hvilke opgaver man som leder kan stille spejdere i denne alder.

Det er vigtigt, at børn i 6-12 års alderen får nok søvn, det har stor betydning for barnets adfærd og evne til at tænke. Hjernens og kroppens udvikling er afhængig af, at barnet får sovet tilstrækkeligt.

Barnet begynder at få forståelse og omtanke for andre i 6-9 årsalderen. Kammerater og gruppedannelse får større betydning og det bliver vigtigt at finde en position i vennegruppen. I 9-11 års alderen fylder kammeraterne i skolen meget for barnet. Barnet er afhængigt af, hvad kammeraterne gør, hvad de går til og at blive anerkendt af dem. Som leder kan man hjælpe børnene med at skabe gode relationer, opfordre dem til at prøve at sætte sig i den andens sted og forstå hvorfor konflikterne opstår.

I 6-9 års alderen forstår barnet regler og vil gerne være medbestemmende. Her er det vigtigt for barnets sociale udvikling, at dets voksne er gode rollemodeller, der viser barnet, hvordan man lytter til hinanden, tager hensyn, giver hinanden plads og indflydelse.

Børnene i 6-12 års alderen lærer ved at prøve sig frem og de lærer af deres fejl. Det er vigtigt at anerkende børnene for at prøve sig frem. Vær nysgerrig overfor børnene og lad dem få indflydelse på aktiviteter og indhold i spejderarbejdet. Giv børnene muligheder, de ikke får andre steder (Mehlsen & Andersen, 2015).

### **Teenagealderen**

*”De hormonelle forandringer starter normalt i 10-11-års-alderen hos piger, og i 12-13-års-alderen hos drenge. Hos begge køn flader væksten mod fysisk modenhed ud i 17-18-års-alderen.”* (Mehlsen & Andersen, 2015).

Puberteten er en vanskelig og sårbar periode, fordi der sker en række fysiske, mentale og følelsesmæssige forandringer. De unge er meget optaget af ”hvem er jeg?” og det er en periode, hvor der er stort fokus på krop, køn og udseende. Det sociale fællesskab og følelsen af at høre til i en gruppe betyder meget for den unge. Spejder tilbyder et fællesskab for de unge, hvor krop og udseende ikke behøver at fylde helt så meget, hvor man oplever at blive snavset og have uglet hår.

I puberteten begynder teenageren at blive mere selvstændig og uafhængig af voksne, samtidig bliver teenageren mere afhængig af vennerne. I skolen bliver der stillet øgede krav til teenageren om at tage ansvar for egen læring. Her kan spejder være et frirum for den unge, hvor der også skal være plads til at slappe af.

Den unge har evnen til at tænke abstrakt, men der er så meget gang i følelserne, at det er svært at holde fast i den logiske tanke. Den unge er optaget af sig og sit eget udviklingsprojekt. Aktiviteter den unge kan relatere til sig selv opleves som meningsfulde (Mehlsen & Andersen, 2015).

## Spejdere 11+

I dette kapitel sætter vi fokus på spejdere, der er over 11 år. Dette skyldes, at vi har flere undersøgelser, der specifikt har arbejdet med spejdere mellem 11 og 22 år. Der er få børn, der starter til spejder, når først de er fyldt 11 år. Samtidig er der en del spejdere, der falder fra i 11-årsalderen og op. Derfor er det interessant at se på, hvad vi kan gøre for at fastholde og tiltrække målgruppen over 11 år.

### Overvejelser om aldersinddeling og frafald

I *Tilfredshedsundersøgelse DDS 2016* ses det, at en stor del af grupperne oplever, at tropsalderen er for lang. 12-16 år (6.-9. klasse) er et stort aldersspænd. En del grupper forsøger sig med en længere junioralder (4.-6. klasse) for at gøre aldersspændet i troppen mindre (7.-9. klasse). De oplever det som succesfuldt og giver fx 3. års juniorerne ekstra tilbud som at komme på P<sub>LAN</sub> 0<sup>3</sup>, andre kører en "mini" trop for førsteårs tropspejdere og store juniorer. Samtidig fremdrages det som et argument for 3. års juniorer, at man ofte først kan deltage i adventureløb sammen med troppen, når man bliver 13 år.

Flere grupper eksperimenterer også med en udvidet tropsalder, så spejderne rykker op til næste afdeling, som 17-årige, (det er ofte de grupper, der også har 3. års juniorer, der vælger senere oprykning til klanen). Andre arbejder grupper med at rykke spejderne op individuelt, når lederne i samarbejde med spejderne vurderer, at de er klar (DDS 1, 2016).

Vejledende aldersinddeling i de forskellige spejderkorps				
KFUM-Spejderne	Det Danske Spejderkorps	De grønne pigespejdere	Danske Baptisters Spejderkorps	Dansk Spejderkorps Sydslesvig
Familiespejder 3 til 5 år + forældre	Familiespejder 3-6 år + forældre	Spirer 0.-1. klasse	Klyngen 5-7 år	Ulve 06-11 år
Bæver 0. og 1. klasse	Mikro 0.-1. klasse	Grønsmutter 2.-3. klasse	Flokken 7-10 år	
Ulv 2. og 3. klasse	Mini 2.-3. klasse	Spejdere 4.-7. klasse	Tropen 10-13 år	
Junior 4. og 5. klasse	Junior 4.-5. klasse	Seniorspejder fra 8. klasse	Gruppen 13--17 år	Spejdere 12-16 år
Trop 6.-8. klasse	Trop 6.-9. klasse	Ranger fra ca. 17 år	Rover over 17 år	Seniorspejdere 16 og opefter
Senior 9. klasse og til 17 år	Klan 17-24 år			

<sup>3</sup> Hos DDS er Plan ungdomsuddannelse for tropspejdere

Rover/Klan 17 år og op				
------------------------	--	--	--	--

*Tropsanalyse 2017* viser, at spejderne synes, at der er et stort spring fra at være en 12-årig dreng til at være en 16-årig pige. Mange troppe eksperimenterer med at inddele troppe på forskellige måder, fx kønsopdelte patruljer, aldersopdelte patruljer, varierende patruljer, varierende grupperinger, aktiviteter, hvor hele troppe er samlet, samarbejde med nabogruppens trop, fælles tropsmøder med mange troppe. Tropsanalysen anbefaler, at lederne løbende taler med spejderne om, hvordan de har det og afprøver forskellige måder at organisere og inddele spejderne på både på tværs af afdelingerne og internt i afdelingerne (DDS, 2017).

## Skab rum for det sociale

Det sociale er vigtigt i forhold til fastholdelse af spejderne. Det er derfor vigtigt, at lederne er opmærksomme på den sociale dimension og eksempelvis ikke skiller gode venner ad (CEFU, 2010). Spejderne har brug for at være sammen med jævnaldrende (CEFU, 2010). At det sociale er vigtigt er også en af hovedpointerne i *Tropsanalyse 2017*. Et tæt pakket program skaber vanskelige kår for det sociale sammenhold til spejder. For at der kan opstå fællesskab og venskab, skal der være et frirum og fritid, hvor spejderne selv styrer deres tid og tilvælger hinanden (DDS, 2017).

Undersøgelsen *Pigespejderfællesskaber* peger på, at relationerne i spejdergruppen er en af de afgørende faktorer ift. at fastholde spejderne. I 4. klasse begynder det at blive svært for De grønne pigespejdere at tiltrække nye spejdere, da børnene selv vælger, hvilke aktiviteter, de vil gå til, og der er mange tilbud. Hvis der kun er én spejder tilbage fra en klasse, så er det afgørende, at hun har andre tætte relationer i spejdergruppen (CUR, 2014).

Det kan være svært at sammensætte gode patruljer, så alle spejdere altid trives godt. Derfor er det vigtigt, at alt ikke foregår i patruljerne, men at spejderne møder og laver aktiviteter med hinanden på tværs af patruljerne eller i blandede grupper (DDS, 2017). Opfordringen er derfor at variere, hvordan spejderne er opdelt: I patruljer, små grupper, trop, teams, efter alder og efter køn. Det giver fællesskabet på tværs af patruljerne (DDS, 2017), og det fællesskab skal vi tage vare på, for der er et særligt fællesskab hos spejderne (Wilke 2016).

## Balance mellem selvstyring og lederstyring

Ifølge *Undersøgelse om årsager til frafald i spejderbevægelsen* er det vigtigt for fastholdelsen, at spejderne ikke bliver overladt til sig selv, og at de voksne ledere sikrer et højt aktivitetsniveau (CEFU, 2010). Det er fedt med selvstyring i starten, men det bliver hurtigt kedeligt. Der kan være en tendens til, at spejderne måske gerne bare vil snakke og hygge/drikke te, men skal de fastholdes på den lange bane, skal der ske noget mere, når de er til spejder. De tidligere spejdere, der har valgt at stoppe, peger på, at der var et for lavt aktivitetsniveau til spejder, at de var for meget indenfor, og at det var for ensformigt.



Anbefalingen er derfor at spejderne skal have hjælp til at dyrke friluftslivet og lave nogle sjove og udfordrende aktiviteter (CEFU, 2010) og gerne aktiviteter, hvor der er tydeligt output (DDS, 2017). Tropsanalysen i DDS viser, at spejderne godt kan lide selvstyring, men jo mere af det, des mindre interessant aktivitet (DDS, 2017). Samtidig viser analysen, at der er stor forskel ift. ønske til aktivitetsniveau afhængigt af alder og køn. Der er en tendens til, at de yngre drenge, ønsker et højt aktivitetsniveau og gerne vil være udendørs. De ældre piger har et større behov for at snakke og slappe af, når de er til spejder (DDS, 2017). Endvidere giver spejderne udtryk for, at det fede ved troppen (fremfor de yngre afdelinger), netop er frirummet, hvor man selv kan bestemme og styre sin tid (DDS 2017).

Det er lidt forskelligt, hvor langt de enkelte analyser går, hvad angår deres anbefalinger ift. lederstyring. Undersøgelsen *De grønne pigespejdere – på vej mod nye lederroller, stærke netværk og store udfordringer* går længst, når den peger på, at lederne helt skal tage styringen og stå for at lave spændende og udfordrende aktiviteter for spejderne, mens de store spejdere kan indgå som gæstestjerner, der står for aktiviteter ved særlige lejligheder. Her vurderes det, at det er trygt, at en leder tager styringen for mødet (Red Associate, 2008).

For at skabe højere kvalitet i spejderarbejdet efterspørger ledere materiale henvendt direkte til spejdere i alderen 12-16 år (DDS 1, 2016) (DDS 2, 2016). Lederne vil have mere grydeklare forløb, som spejderne selv kan arbejde med. På den måde kan aktivitetsmaterialet også være med til at støtte spejderne i at lave aktiviteter med indhold (DDS 1, 2016).

Det handler således om at finde en balance mellem, at spejderne planlægger, og at der laves aktiviteter af høj kvalitet.

## Spejder som frirum

Unge vil gerne tage ansvar, men har samtidig behov for et rum, hvor de stadig kan være børn. Spejder er et frirum, hvor der er plads til leg og spas. Her behøver man ikke spille sej og voksen, og der er frihed til at være sig selv (Red Associate, 2008).

DDS tropsanalyse peger også på, at de unge spejdere bruger spejder som et frirum. Spejder skal være et afbræk fra skolen, lektier og følelsen af at skulle præstere. Spejder er noget særligt, fordi man får lov at være aktiv, udendørs og ikke mindst være sig selv (DDS, 2017).

Det er vigtigt, at der ikke hele tiden er planlagt aktivitet, så spejderne også har tid til bare at være, at slappe af og snakke med hinanden (DDS, 2017).

Ungdomsforsker Søren Østergaard fortæller, at der er en pigekultur, hvor det perfekte er blevet det normale. Her er det helt fantastisk, når en pige kommer hjem fra en spejdetur, hvor mascaraen løber, men hun lever med det. Den erfaring er rigtig vigtig for pigerne. Pigerne har meget høje forventninger til sig selv om at præstere på alle områder: De skal have topkarakterer i skolen, de skal have en veltrænet krop, de skal gå i det rigtige tøj, have de rigtige venner mv. Mange piger er bange for at fejle. De har læst på lektierne, de kan svare på spørgsmålene, men rækker ikke hånden op, fordi de er bange for at svare forkert.

Her kan spejder være et modstykke; et sted, hvor man lærer en helt masse, men hvor det også er ok at fejle, fordi vi ved, at sådan er verden skruet sammen (Østergaard, Korpsrådsmøde, 2016).

Det er en hårfin balance, at der både skal være gode, attraktive aktiviteter og tid til at slappe af til spejder.

## Gode aktiviteter fastholder spejderne

Spejdere såvel som ikke-spejdere tiltrækkes af de lidt vildere aktiviteter og udfordringer. De grænseoverskridende udfordringer giver spejderne en succesoplevelse og fællesskabsoplevelse, og de bliver efterlyst er de spejdere, som stopper til spejder (Red Associates, 2008).

Undersøgelsen *Pigespejderfællesskaber* peger på, at de unge skal fastholdes gennem attraktive aktiviteter, der udfordrer (CUR, 2014). De grupper, som ligger i top 50 blandt de attraktive spejdergruppe, har generelt flere og større aktiviteter end de mindre attraktive. Det gælder både daglige aktiviteter og større begivenheder, som udlandsrejser og adventureløb (Copenhagen Economics 1, 2006). Høje ambitioner med attraktive mål, som spejderne kan se frem til, er med til at fastholde spejderne. Når der går gode historier om de fede aktiviteter, man kan komme til at opleve til spejder, og ikke kan opleve andre steder, så fortsætter man som spejder (Copenhagen Economics 1, 2006).

I undersøgelsen *Tropsarbejdet anno 2016* har man spurgt spejderne, hvad der er deres bedste spejderoplevelse. Her peger de entydigt på sommerlejr, PLankurser<sup>4</sup> og adventurespejdløb, som de bedste spejderoplevelser (DDS, 2016). Sommerlejr begrundes med, at det er her, der er tid til ekstraordinære oplevelser og samtidig til fritid med vennerne. PLankurserne er særlige, fordi det er her man udvider sit spejdernetværk og bliver venner med en masse jævnaldrende spejdere. Mange spejdere holder fast i deres venner fra PAn, fx ved at holde gensynsweekender, tage sammen af sted på adventureløb, påskekurser mv. Adventurespejdløbene er en intensiv oplevelse, hvor spejderne ofte er vågne i mange timer, bevæger sig langt og får stillet forskelligartede opgaver, der udfordrer spejderne på en række områder (DDS, 2016).

For at fastholde spejderne er det således vigtigt at lave aktiviteter af høj kvalitet i det daglige, samt hjælpe spejderne med at komme afsted på ungdomskurser og adventurespejdløb, hvor de kan få udvidet deres netværk og få ekstraordinære oplevelser.

---

<sup>4</sup> PLankurser er ungdomskurser for tropsspejdere, hvor man en uge er sammen med jævnaldrende spejdere og får en masse forskellige store oplevelser.

# Ledelse af gruppen

I dette kapitel sætter vi fokus på centrale elementer i forhold til at lede en spejdergruppe. Vi ser nærmere på, hvad der er vigtigt for en gruppeleder eller et team af gruppeledere. Herefter er der et kort afsnit om bestyrelsens rolle, økonomi og kontingent. Derefter ser vi på, hvad en gruppe kan gøre for at involvere forældrene mere i spejderarbejdet. I forlængelse heraf beskriver vi kort fællestræk for, hvad der motiverer frivillige, og den cyklus, som er i frivilliges liv. Til sidst ser vi på, hvad en gruppe kan gøre for at blive synlig i lokalområdet, samt hvad og hvordan man bedst kommunikerer spejderbudskabet.

## Gruppeledelse

### Flere gruppeledere

*Den Attraktive Spejdergruppe* peger på, at det er vigtigt, at gruppelederen kan hellige sig opgaven som gruppeleder og ikke har ledererhverv i andre afdelinger eller opgaver ud over at være gruppeleder. Herudover peger undersøgelsen på, at grupperne med fordel kan have to gruppeledere, der deler opgaverne. Mange af grupperne med høj medlemsvækst har netop to gruppeledere. Dette giver mulighed for, at gruppelederne kan specialisere sig, da undersøgelsen også peger på, at gruppeledelsen både skal være et samlingspunkt og vise vej, så en gruppeleder står for driften og er *samlingspunkt* for lederne, mens den anden har en mere visionær og *dynamisk* rolle (Copenhagen Economics 1, 2006).

*"Den samlende lederrolle sørger for, at beslutninger bliver ført ud i livet, at huske de ting, der bliver glemt, at der bliver indkaldt til møder, og at de bliver holdt i en god stemning. Den dynamiske lederrolle sørger for at tænke stort og langsigtet, og er god til at få de ambitiøse projekter gennemført med succes".* (Copenhagen Economics 2, 2006).

Det er afgørende for trivsel i en gruppe, at der er styr på det praktiske, som fx indmeldelse af spejdere, indkaldelse til møder, korrespondance med korpset, at der er lavet en rengøringsplan for hytten mv. Dette sørger den samlende leder for (Copenhagen Economics 2, 2006).

For at en gruppe kan udvikle sig, er det vigtigt, at gruppen har visioner og høje ambitioner. At der er en, der fx sørger for, at der bliver udarbejdet en rød tråd, bliver planlagt udfordrende ture og rejser, samt bliver fundraiset penge til den bålhytte, gruppen ønsker sig (Copenhagen Economics 2, 2006).

Samtidig er det vigtigt med en pragmatisk gruppeleder, da der skal løses mange problemer i det daglige arbejde. Det kan især personer med erfaring fra ledelse og som evner at løse konflikter, gyde olie på vandene og skære igennem (Copenhagen Economics 2, 2006).

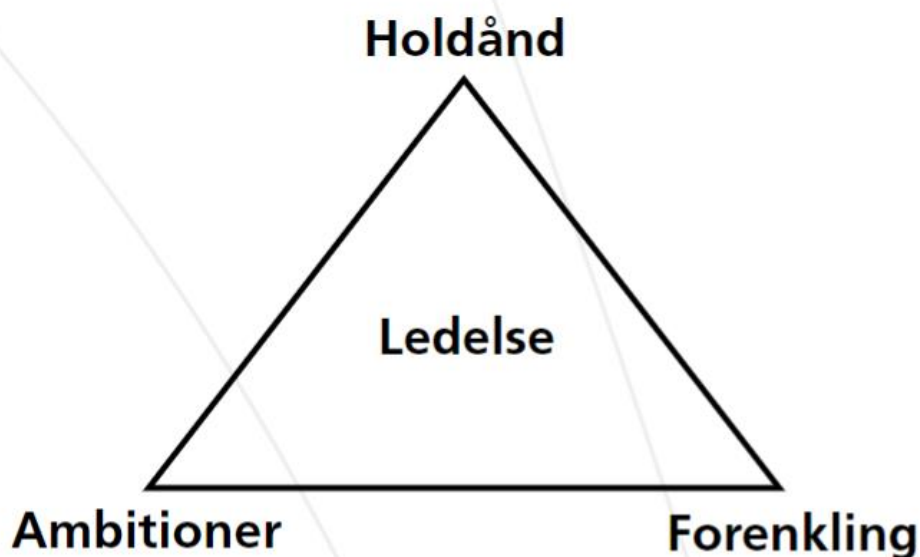
### Langsigtet ledelse

Ledelsen i en attraktiv gruppe er typisk karakteriseret ved *erfaring*, *lang tidshorisont* og *pragmatisme*. Erfaring handler om, at gruppelederne med deres egne øjne har set, hvor god en god gruppe kan være. De kan have været spejdere i en anden attraktiv gruppe tidligere, kender til en anden attraktiv gruppe i

dag eller ved fra deres arbejdsliv, hvordan man skaber attraktivitet (Copenhagen Economics 2, 2006). Lang tidshorisont handler om, at gruppelederne har en lang tidshorisont, da det kræver tid at skabe en attraktiv gruppe. Dvs. at de har en forestilling om at blive i gruppen i en længere periode, det er fx personer, der er færdige med deres uddannelse og bor i det område, hvor gruppen er (Copenhagen Economics 2, 2006).

## Forenkling, holdånd og ambitioner

I undersøgelsen *Den Attraktive Spejdergruppe* fandt man frem til, at attraktive grupper var kendetegnet ved forenkling, holdånd og ambitioner.



**Forenkling** handler om, at det skal være nemt og overskueligt for den enkelte leder. Dette sker fx gennem gode systemer og rutiner i gruppen, men kan også handle om, at gruppen er god til at købe hjælp udefra i stedet for at lave alt selv. Pointen er, at vi skal mindske den konflikt, der er mellem arbejde, familie og frivilligt arbejde. Det gør vi ved at gøre det muligt at bidrage på forskelligt niveau og med netop det, man brænder for. Her hjælper forenkling med at gøre det simpelt at være leder (Copenhagen Economics 2, 2006). I *Vækstanalysen* er det også en vigtig pointe, at lederne skal kunne fokusere på ledergerningen frem for på fx oprydning og administration (KFUM-Spejderne, 2017).

**Holdånd** handler om, at hele gruppen fungerer som et team med et fælles mål. Holdånd er med til at gøre gruppen til et godt sted at være for både ledere og spejdere. Dette viser sig fx ved; at lederne oplever sig som en del af ledergruppen og ikke kun som en del af den enkelte afdeling; at manglende ledere i en afdeling er en sag for hele gruppen og ikke kun for den enkelte afdeling; at lederne deltager i fællesarrangementer. Sammenholdet i en spejdergruppe kan godt være *for* tæt. Hvis det er svært for nye ledere, at blive en del af ledergruppen, kan det være et tegn på, at holdånden er *for* stærk (Copenhagen Economics 2, 2006). Undersøgelsen *Pigespejderfællesskaber* peger på, at lederne i pigespejdergrupperne

generelt har høj trivsel og et stærkt fællesskab, og at den enkelte leder motiveres af at være en del af det lokale fællesskab (CUR, 2014).

Undersøgelsen *På vej mod nye lederroller, stærke netværk og store udfordringer* har også fundet ud af, at nogle af pigespejdergrupperne er meget sammentømrede. Det kan gøre det svært for nye at komme ind, men det gør det også skrøbeligt, fordi der vil være en tendens til at alle ledere smutter på én gang. Samtidig gør de lukkede fællesskaber, at der ikke bliver delt viden på tværs (Red Associate, 2008). Undersøgelsen *Pigespejderfællesskaber* har lignende pointer og opfordrer til, at grupperne samarbejder på tværs for at dele erfaringer (CUR, 2014).

**Ambitioner** handler om at gennemføre aktiviteter af høj kvalitet, der vækker opmærksomhed og bryder grænser. "*Gruppen formår at realisere deres ambitioner, så de er synlige og vinder respekten i og uden for gruppen. De høje synlige ambitioner betyder, at spejderne får pejlemærker for, hvad der er godt spejderarbejde. Det betyder også, at der skabes myter og historier i gruppen, som spejderne med stolthed fortæller videre i og uden for gruppen*" (Copenhagen Economics 2, 2006).

Attraktive spejdergrupper er kendetegnet ved, at de har holdånd, ambitioner og forenkling samt en god ledelse, som kitter det hele sammen. Alle fire parametre er noget, en gruppe kan arbejde med at forbedre.

## Anerkendelse af ledere

*Vækstanalysen* viser, at det er vigtigt at anerkende lederne. Anerkendelse er et vigtigt fokus for gruppelederne, men ikke noget, de kan gøre alene. De stabile og stigende grupper har i højere grad fokus på økonomisk anerkendelse, fx kørselsbidrag, gruppemerchandise og betaling af ture, end de faldende grupper. Det er en måde at anerkende lederne på (KFUM-Spejderne, 2017).

Anerkendelse handler også om at gøre det nemt at være leder: At man som leder kan lave de opgaver, man synes, er relevante frem for på fx oprydning og administration (KFUM-Spejderne, 2017) (Copenhagen Economics 2, 2006).

## Bestyrelse

Alle foreninger/spejdergrupper skal have en bestyrelse. I de undersøgelser, som er baggrunden for denne rapport, er der meget få pointer om bestyrelsernes betydning for spejdergruppernes vækst og udvikling. I *Vækstanalysen* og *Den Attraktive Spejdergruppe* bliver det fremdraget, at bestyrelsen har en rolle ift., at aflaste lederne ift. det praktiske og administrative arbejde, så lederne kan fokusere på at lave spejderarbejde (KFUM-Spejderne, 2017)(Copenhagen Economics 1, 2006).

På trods af at vi ikke har meget viden om bestyrelsesarbejdets betydning, peger udviklingskonsulenterne<sup>5</sup> i de forskellige korps på, at en velfungerende bestyrelse, der bl.a. sørger for at holde løbende kontakt til kommunen og har styr på økonomien, har stor betydning for gruppens trivsel. En visionær bestyrelse, der arbejder strategisk og er med til at sætte retningen for gruppen kan spille en stor rolle ift. at løfte en

---

<sup>5</sup> Udviklingskonsulenterne er ansatte konsulenter, der støtter grupperne i mange forskellige sammenhænge, fx konflikthåndtering, udviklingsplaner, den røde tråd, lederrekruttering.

spejdergruppe. Bestyrelsen kan spille en vigtig rolle ift. kommunalt samarbejde. Et godt samarbejde med kommunen har stor betydning for gruppens muligheder ift. tilskud, lokaler og generel velvilje. Ligeledes er der mange gode eksempler på bestyrelser, der støtter gruppens vision. Har gruppen fokus på at bruge friluftslivet mere aktivt, kan det fx ske gennem fundraising til en ny bålhytte, kajakker, fjeldtelte eller særlige familiearrangementer, hvor forældrene er inviteret til outdoorevents som kanoture eller svampejagt.

Enhver bestyrelse har en kasserer. I *Den Attraktive Spejdergruppe* er de attraktive spejdergrupper enige om, at det er vigtigt med en god kasserer, der ikke alene har styr på regnskabet, men også er dygtig til at søge eksterne midler (Copenhagen Economics, 2006). I en tilfredshedsundersøgelse lavet hos DDS peger 60% på, at det kunne være en fordel, hvis kassererfunktionen kan tilkøbes på Korpskontoret. 15 % tilkøber allerede i dag kassererfunktionen eller overvejer det. I DDS og hos De grønne pigespejdere kan grupper tilkøbe kassererfunktion på Korpskontoret (DDS 1, 2016).

## Økonomi og kontingent

I rapporten *Gruppens liv og behov* (2007) er der et afsnit om kontingent. I gennemsnit betalte medlemmer i grupperne 752 kroner i kontingent årligt i 2007. Godt halvdelen af grupperne opkræver et årligt kontingent på 600-800 kroner. Tre ud af fire grupper opkræver et kontingent, der dækker den almindelige drift. Når man så skal på tur eller lejr, bliver man opkrævet et beløb, som svarer til aktiviteten. En ud af fire grupper har derimod valgt at opkræve et beløb, som dækker både almindelig drift og visse ture (DDS, 2007). Fordelen ved denne model kan være, at spejderne kan være motiverede til at deltage på turene, da de allerede har betalt. Samtidig giver modellen mindre administration til lederne, der ikke skal opkræve betaling for den enkelte tur.

Ungdomsforsker Søren Østergaard fortæller, at jo flere timer børn og unge lægger i en fritidsaktivitet, desto større chance er der for, at de fastholder fritidsinteressen (Østergaard Korpsrådsmøde, 2016). Hvis kontingent, der inkluderer turbetaling, gør, at spejderne deltager på flere ture, kan det betyde, at det bliver nemmere at fastholde dem til spejder. Derudover kan det være en fordel med forudbetalt kontingent ift. fastholdelse.

I *Vækstanalysen* (2017) fremgår det, at det er forskelligt, hvordan hhv. grupper med et faldende og stigende medlemstal tjener penge. De grupper med et faldende medlemstal nævner avisindsamlinger og lodsedler som primær indtjeningskilde, mens de grupper med medlemsvækst nævner aktiviteter på markeder. De stigende grupper formår at lave indtægtsgivende arrangementer, der er i tråd med spejderværdierne og meningsfyldte for spejderne (KFUM-Spejderne, 2017). Der er nogle grupper, der har gode erfaringer med, at spejderne arrangerer lejrskoler og børnefødselsdage, som de tjener penge på. Disse aktiviteter er både meningsfyldte for spejderne og giver samtidig penge i kassen.

## Ledere

Ifølge *Den Attraktive Spejdergruppe* er det allervigtigste lederne, og det de gør. Det er lederne, som gør forskellen ift. om en gruppe er velfungerende og vækster. De grupper, der vækster, har fokus på klassisk

spejderarbejde, men det er også en afgørende faktor, at lederne udfører aktiviteterne, så de skaber gejst og motivation for spejderne (Copenhagen Economics 1, 2006).

## Mangfoldig ledelse

I *Vækstanalysen* har man undersøgt, hvad der karakteriserer grupper, der hhv. har et faldende, stabilt eller stigende medlemstal. I undersøgelsen er der bl.a. set nærmere på sammensætningen af ledere. Grupperne har svaret på, hvilke typer af ledere de har, samt hvordan fordelingen på de forskellige typer ser ud. Grupperne har kunnet vælge mellem disse fire typer ledere:

- Ledere der har været spejdere i gruppe
- Ledere der har været spejdere i en anden gruppe
- Nye ledere der ikke har været spejdere tidligere
- Forældre der er blevet ledere, fordi de har børn i gruppen

Det viste sig, at de stigende og stabile grupper har en relativ *lige* fordeling af de fire typer af ledere. Mens de *faldende* i højere grad er kendetegnet ved en eller to typer af ledere. Hvilket peger på, at det er en fordel med en mangfoldig ledergruppe (KFUM-Spejderne, 2017). Fordelen ved en mangfoldig ledergruppe kan være, at den afspejler samfundet omkring sig og får flere forskelligartede input og vinkler på spejderarbejdet, som kan gøre spejderarbejdet mere varieret og kommunikationen med forældre mere naturlig, i kraft af at der er forældre i ledergruppen. Derudover får gruppen et større netværk qua den mangfoldige ledergruppe.

En relativ stor andel af de faldende grupper har overvægt af spejderledere, der er vokset op i samme gruppe. Rapporten peger på, at en stor andel af spejderledere, der er vokset op i samme gruppe, kan føre til meget faste traditioner, som gør det svært at forandre gruppen og følge med forandringer i vilkår omkring gruppen (KFUM-Spejderne, 2017). Undersøgelsen *Pigespejderfællesskaber* viser også, at størstedelen af lederne hos De grønne pigespejdere er "opvokset" hos De grønne pigespejdere. Det gør, at de føler en stærk tilknytning til gruppen (CUR, 2014), men det kan også gøre det svært at skabe forandring. Undersøgelsen *Den Attraktive Spejdergruppe* peger på, at hvis der er for meget holdånd i en spejdergruppe, så bliver det svært for nye at blive en del af gruppen (Copenhagen Economics, 2006). Samtidig peger undersøgelsen på, at det vigtigste er motiverede og engagerede ledere og at hvis bare der er en erfaren spejderleder i hver afdeling i spejdergruppen, vil man kunne lave spejderarbejde af høj kvalitet (Copenhagen Economics, 2006).

## Forældresamarbejde

### Prioriter forældresamarbejdet

*Vækstanalysen* viser, at det er forskelligt i hhv. stigende, stabile og faldende grupper, hvordan forældresamarbejde bliver prioriteret. Det er ligeledes forskelligt, hvad forældrene hjælper med, samt hvor godt samarbejdet bliver vurderet (KFUM-Spejderne, 2017).

Forældresamarbejde har størst prioritet i de stigende grupper, næstmest i de stabile og mindst i de faldende. Ligeledes vurderer grupperne selv, at forældresamarbejdet er bedst i de stigende grupper, næstbedst i de stabile og mindst godt i de faldende (KFUM-Spejderne, 2017). Således en opfordring til at prioritere samarbejdet med forældrene, fx arrangementer med forældre som en primær målgruppe.

## Brug forældrenes kompetencer

Herudover er det interessant, at de stigende grupper ser hjælp til kørsel og kage som en selvfølgelighed, mens ingen af de faldende grupper nævner, at forældrene står for kørslen eller kage. Det virker usandsynligt, at ingen faldende grupper har forældre, som kører, men man kunne forestille sig, at det skyldes, at de stigende grupper er mere opmærksomme på at spørge efter hjælp og gør det systematisk (KFUM-Spejderne, 2017). Herudover angiver de stigende grupper, at de er opmærksomme på at bruge forældrenes kompetencer.

*"Ca. lige mange af de faldende og stigende grupper får hjælp af forældre til møder. Ved interviews og i spørgeskemaet bliver det dog tydeligt, at det er to forskellige slags hjælp, som forældrene giver i de to grupper. Hos de faldende grupper træder forældrene ind med hjælp, når der er brug for ekstra hænder. Hos de stigende grupper kommer forældrene derimod til møder, hvor de kan byde ind med særlige kvalifikationer og kompetencer, fx at en sygeplejerske hjælper med førstehjælp og en cykelsmed lærer børnene at lappe cykler"* (KFUM-Spejderne, 2017).

De stigende grupper formår således at få forældrenes kompetencer i spil på møderne og derved skabe øget kvalitet på møderne. Samtidig kunne man forestille sig, at forældrene oplever det som mere meningsfyldt, når de hjælper med en særlig kompetence, de har, fremfor med fx at male et skur eller køre børnene, når de skal på tur.

## Spørg efter hjælp

Herudover er der i de stigende og stabile grupper stor opmærksomhed på, at man skal spørge personligt og ikke bredt. Nogle spørger dog bredt, men så gør de det ved at lave skemaer over opgaver, som forældre kan løse og vedlægges skemaet sammen med en indmeldelsesblanket (KFUM-Spejderne, 2017).

Undersøgelsen *Udviklingen i frivilligt arbejde 2004-2012*, viser, at 45 % af samtlige ikke-frivillige danskere svarer ja på spørgsmålet: *"Kunne du tænke dig at deltage i frivilligt ulønnet arbejde, hvis nogen bad dig om det?"* (SFI, 2014). Det understreger vigtigheden af at spørge efter hjælp fremfor at gå og vente på, at folk kommer og tilbyder deres hjælp.

*Den Attraktive Spejdergruppe* viste, at forældre foretrækker at melde sig til relativt afgrænsede og klart definerede opgaver, hvor det på forhånd er klart, hvad der skal gøres, hvor og hvornår. Jo mere gruppen har specificeret opgaven, desto nemmere er det at få hjælp fra forældrene (Copenhagen Economics, 2006).

## Forståelse for spejderarbejdet skaber engagerede forældre

I undersøgelsen *Pigespejderfællesskaber* fortæller forældre, at noget af det, der påvirker deres engagement i spejdergruppen og lyst til at fortælle andre om spejderlivet, er, at der er nogle ledere, der fortæller dem om, *"Hvad vil vi med jeres børn?"*. Det kan fx ske i samtalen med lederen i forbindelse med spejderaktiviteter eller ved, at man som forældre deltager i spejderaktiviteter og på facebook (CUR, 2014).

De stigende grupper holder i højere grad arrangementer for forældre end de stabile og faldende. Der er en bevidsthed hos de stigende grupper om, at forældrene skal se og opleve, hvad spejder er (KFUM-Spejderne, 2017).



Undersøgelsen *Pigespejderfællesskaber* viser samtidig, at spejderlederne har svært ved at formidle, hvad spejderarbejdet går ud på til nye ledere og forældre. Spejderarbejdet er ofte indforstået, hvilket gør det svært for forældre at starte som ledere. Som spejdere har vi en opgave med at tydeliggøre, hvad spejderarbejdet går ud på (CUR, 2014). Center For Ungdomsstudier peger på, at De grønne pigespejdere skal fokusere på at kommunikere det særlige frirum, man har som pigespejder; et særligt pigespejderfællesskab, hvor pigerne kan være sig selv, ikke skal forholde sig til spillereglerne i skoleklassen, kan afprøve egne grænser og ikke skal bekymre sig om, hvorvidt de får mudder på tøjet (CUR, 2014).

## Kommunikation til forældre skaber fastholdelse

Frem til at spejderne er 11-12 år har forældrene stor indflydelse på børnenes valg af fritidsaktiviteter og har fokus på at få børnene til at være vedholdende. Derfor er det her særlig vigtigt at kommunikere til forældrene (CEFU, 2010). I *Vækstanalysen* var det signifikant, at de grupper, som havde vækst, havde en særlig opmærksomhed på, at forældrene skal se og opleve spejder (KFUM-Spejderne, 2017).

Ungdomsforsker Søren Østergaard peger på forældre som en vigtig målgruppe at kommunikere til, da de kan forventes at sympatisere med spejdernes budskab og værdier og samtidig har stor indflydelse på deres børns valg af fritidsaktiviteter (Østergaard, Korpsrådsmøde, 2016). *Vækstanalysen* peger ligeledes på, at de stigende grupper er bevidste om at kommunikere formålet med spejderarbejdet frem for kun at kommunikere indholdet (KFUM-Spejderne, 2017).

## Rekruttering

I dette kapitel sætter vi fokus på rekruttering. Vi ser på familiespejd og potentialet for at rekruttere både børn og voksne. Dernæst på, hvad der motiverer unge, forældre og ældre til at være frivillige. Til sidst deler vi de gode erfaringer, som diverse undersøgelser viser i forhold til at rekruttere børn, så de får muligheden for at opleve spejderlivet.

Først lidt fakta om frivillighed i Danmark på baggrund af *Udviklingen i frivilligt arbejde* (SFI, 2014):

- 2/3 af den voksne befolkning har lavet eller laver frivilligt arbejde
- 45 % af de ikke-frivillige kunne godt tænke sig at lave frivilligt arbejde, hvis de blev spurgt
- Generelt er der færre med kort uddannelse, end med lang uddannelse, der deltager i frivilligt arbejde. Til gengæld bruger de kortuddannede flere timer. Frivillige uden erhvervsuddannelse har i gennemsnit brugt 23 timer den seneste måned. Frivillige med en lang videregående uddannelse har "kun" brugt 13 timer i gennemsnit
- Det er dem, der har lange uddannelser, et godt helbred og et stort socialt netværk, der er mest aktive i frivilligt arbejde
- Deltagelse i frivilligt arbejde finder mest hyppigt sted i aldersgruppen 36-45 år
- Der er en tendens til at flere ældre og færre unge er frivillige

- Den gennemsnitlige tid, som de frivillige anvender på frivilligt arbejde, er størst i hovedstaden inkl. forstæder og mindst i landdistrikterne

Der er fem typer begrundelse for at være frivillig ifølge frivillighedsforsker Lars Skov Henriksen (Center for frivilligt socialt arbejde, 2014):

- Værdiorienterede
- Karriereorienterede
- Socialt og fællesskabsorienterede
- Lærings- eller erfaringsorienterede
- Personlige begrundelser

De værdimæssige og fællesskabsorienterede begrundelser får den højeste score. Det tegner det samme billede som de øvrige undersøgelser af, at det vigtigste for de frivillige er at gøre en forskel, og at det at være en del af et fællesskab. Samtidig kan vi også se, at de unge i tillæg hertil har brug for, at det frivillige engagement er et aktiv i deres livsprojekt, både personligt og i forhold til karriere (Center for frivilligt socialt arbejde, 2014).

## Familiespejd

Familiespejd indgår i kapitlet om rekruttering, da familiespejd kan være en del af en rekrutteringsstrategi. Gennem familiespejd får man småbørn og deres forældre til at deltage i spejderaktiviteter. Herved kommer forældrene tæt på gruppen. De får en forståelse for, hvad spejder går ud på, og lederne kan se dem an og vurdere, hvilke forældre, der har lederpotentiale. Herefter kan lederne spørge om forældrene har lyst til at hjælpe til med specifikke opgaver, hjælpe til på et møde eller en tur.

KFUM-Spejderne startede familiespejd i år 2010. De sidste år er de vokset fra at have familiespejd i 50 til 100 spejdergrupper.

DDS har haft familiespejd under forskellige navne (familiespejd og mikrospejd) i mange år. I 2006 var der 19 grupper i DDS, der havde registreret familiespejd. I 2014 blev der igangsat en målrettet og strategisk indsats ift. at støtte grupperne med at opstarte familiespejd som en metode til at rekruttere både børn og voksne. I 2014 var der ca. 70 spejdergrupper, der tilbød familiespejd. Det tal er steget til ca. 140 spejdergrupper i 2017.

Undersøgelsen *Friluftsliv og netværk mellem småbørnsfamilier* ser nærmere på småbørnsfamilier, og hvilket potentiale familiespejd har (YouGov, 2013).

Der er i høj grad interesse for friluftaktiviteter, uanset hvor i landet man bor. Stort set alle børn benytter sig af friluftaktiviteter. Børn fra hjem med de højeste husstandsindkomster benytter sig i højere grad af friluftaktiviteter end børn fra hjem med de laveste husstandsindkomster. Derudover er der en tendens til, at jo flere børn en familie har, jo højere grad benytter børnene sig af friluftaktiviteter.

75 % af børnefamilierne bruger naturen til gåture og lege på legepladser eller i skoven. Med den interesse forældrene har for friluftaktiviteter, er der altså et stort potentiale for familiespejd (YouGov, 2013).

49 % af småbørnsfamilierne svarer ja til at de selv eller personer i deres nærmeste familie vil være interesseret i at benytte jer af friluftaktiviteter i naturen, som er arrangeret af en forening. Småbørnsforældre er ikke alene interesseret i at deltage, men også i høj grad interesseret i at være en del af planlægningen. Man skal være opmærksom på, at de fleste ønsker at bruge sammenlagt et par timer om måneden på planlægning (YouGov, 2013).

Økonomi spiller en afgørende rolle for nogle grupper af småbørnsfamilier, særligt i forhold til lavindkomstgrupperne, der i forvejen ikke er stærkt repræsenteret i foreningslivet. Herudover er der store demografiske forskelle i forhold til, hvad man mener det må koste i kvartalet per barn. I Nordjylland lægger maksprisen væsentligt lavere end i resten af landet. Derudover er tendensen, at jo højere husstandsindkomst desto mere mener man, at aktiviteten må koste (YouGov, 2013).

Spejdergrupperne bør planlægge aktiviteterne i weekenden, hvor forældrene/bedsteforældre har tid og overskud. Lørdag formiddag 10-12 har den største opbakning. Dernæst kommer søndag eftermiddag 15-17 inklusiv et måltid mad. Søndag eftermiddag er særlig populær blandt kvinder (YouGov, 2013).

I forbindelse med markedsføringen af familiespejd/aktiviteterne viser undersøgelsen, at netværk og nærområdet er vigtige elementer for målgruppen. Der er store forhåbninger til et kommende netværk. Det er især kvinder, der svarer, at det i meget høj grad er vigtigt, at de som familie har et godt netværk i deres nærområde. Blandt lavindkomstgrupperne er der i særlig grad en forhåbning og forestilling om, at foreningslivet kunne blive en del af deres netværk (YouGov, 2013).

## Rekruttering af frivillige

I dette afsnit ser vi på, hvad der skal til for at rekruttere og motivere frivillige.

### Frivillige generelt

Frivilligundersøgelsen viser, at den primære drivkraft for at være frivillig, er at *gøre en forskel og hjælpe andre* (Center for frivilligt socialt arbejde, 2014). Dernæst er det sociale og det at *være en del af et fællesskab* af stor betydning for det frivillige engagement. En anden ting som fremhæves er, at den personlige opfordring til at blive frivillige har stor betydning for, om man bliver frivillig eller ej. Det betyder meget at blive spurgt. De tre elementer går igen på tværs af aldersgrupper. Kigger vi nærmere på de forskellige aldersgrupper, er der forskelle i hvorfor og hvordan, man engagerer sig i frivilligt arbejde (Center for frivilligt socialt arbejde, 2014).

### Forældre

Forældre er mest tilbøjelige til at involvere sig i fritidsforeninger. Forældre er mest aktive i frivilligt arbejde, da de bliver involveret både gennem egne, men også gennem deres børns fritidsaktiviteter. Der er et potentiale i at rekruttere forældre, når børnene begynder i skole. Cirka 30% af de 30-39-årige er startet med frivilligt arbejde som følge af børns aktiviteter (Center for frivilligt socialt arbejde, 2014).

Unge og ældre samt personer uden børn engagerer sig oftest i humanitære eller sociale foreninger (Center for frivilligt socialt arbejde, 2014).

### Unge frivillige

De unge (18-29 år) skiller sig ud ved at lægge vægt på, at det frivillige arbejde skal have en betydning for deres egen situation. De unges frivillighed starter ofte i forbindelse med arbejde eller uddannelse og er tit et led i et identitetsprojekt (Center for frivilligt socialt arbejde, 2014). For de unge har det betydning, at det frivillige engagement giver mulighed for personlig udvikling, eller at det styrker cv og jobmuligheder (Center for frivilligt socialt arbejde, 2014). I fastholdelsen er det derfor bl.a. vigtigt at give feedback og være opmærksom på udviklingsmuligheder. Herudover er de unges frivillighed i højere grad selvorganiseret, projektorienteret og individualiseret (Center for frivilligt socialt arbejde, 2014). Langt over halvdelen af de ikke-frivillige unge svarer, at de godt kunne tænke sig at være frivillige, hvis de blev spurgt. Rekrutteringspotentialer er med andre ord stort blandt unge (Center for frivilligt socialt arbejde, 2014).

### **Tidsengagement og fastholdelse**

Sammenlignet med andre frivillige bruger spejderledere relativt få timer om ugen på spejderarbejdet hvilket skaber en risiko for, at spejderaktiviteten opleves som sekundært. Forskning viser, at de fritidsaktiviteter, der har den lavest mødefrekvens, også har det højeste frafald. Jo mere tid, man bruger på spejderarbejdet, desto bedre fastholdes man altså ifølge undersøgelsen *Pigespejderfællesskaber* (CUR, 2014). Dog kan man stille spørgsmålet om spejderlederne reelt bruger få timer om ugen på spejderarbejdet. Mange spejderledere er engageret flere steder i spejderbevægelsen, fx i gruppe, uddannelsesteams, regionalt arbejde, centralt arbejde mv.

Dermed kan man sige, at det er vigtigt i forhold til rekruttering at spørge personligt, synliggøre, at de frivillige gør en forskel, inkludere nye frivillige i fællesskabet og være opmærksom på, at unge, forældre og ældre befinder sig i forskellige livssituationer og derfor ikke har de samme motiver for at være frivillig. Så for en succesfuld rekruttering har det betydning, at man forstår og agerer ud fra de præmisser, der er for de forskellige aldersgrupper.

## **Goddag og farvel – den frivilliges livscyklus i organisationen**

Ifølge *Motiver den frie vilje* har den frivilliges livscyklus en start, en midte og en afslutning. Alle tre faser kræver særlig opmærksomhed. I opstarten er det gruppens opgave, at den frivillige føler sig tryk og godt tilpas både med de frivillige opgaver og med foreningsfællesskabet. Her er det vigtigt at fokusere på at matche den frivillige med de rigtige opgaver, få givet en god og grundig introduktion til foreningen og opgaven, give træning og uddannelse, hvis det er relevant for opgaven samt have fokus på den frivilliges eget udbytte (Bøgh-Larsen i Center for frivilligt socialt arbejde, 2016).

En del grupper oplever, at det kan være svært at integrere nye ledere i gruppen, og at de ofte stopper igen efter kort tid. Center for Ungdomstudier foreslår, at man tager godt imod nye ledere ved at lave en særlig introduktion til dem. Det kunne fx foregå ved, at man kommer igennem hvad der er *formålet* med aktiviteterne (fx udvikling, selvindsigt, udfordring, læring gennem leg), hvad der er lederens *målsætninger* (fx vi respekterer hinanden, vi har tid, vi udfordrer, vi tager ansvar, vi udvikler os og har det sjovt), gennemgår gruppens årshjul (de faste møder og arrangementer, der er i gruppen), og at man beskriver opgaverne og arbejdsfordelingen blandt leder (CUR, 2014).

Når den frivillige er godt i gang, bør fokus rettes mod, hvordan I fortsat kan motivere den frivillige. Gennem gensidig forventningsafstemning kan I afklare, hvordan I kan bidrage til, at den frivillige bevarer sin motivation for at fortsætte sit engagement i foreningen. Her kan det være en god ide at give plads til selvledelse, give positiv feedback og fortælle at vedkommendes indsats betyder noget, sørge for at opgaverne udvikler sig sammen med den frivillige, invitere til at den frivillige får indflydelse og bliver en del af fællesskabet i foreningen (Bøgh-Larsen i Center for frivilligt socialt arbejde, 2016).

Endelig har gruppen en særlig opgave, når den en dag skal binde sløjfe på det frivillige engagement. Når frivillige vælger at stoppe deres engagement i gruppen, skal man først og fremmest tage pænt afsked. Hvis gruppen lykkes med at give den enkelte frivillige den nødvendige opmærksomhed, betyder det, at den frivillige i alle faser af sit engagement har en oplevelse af, at indsatsen er betydningsfuld. Det øger sandsynligheden for, at den frivillige en dag vender tilbage som ny 'gammel' frivillig. Derfor betaler det sig at investere energi og fokus i alle faser af den frivilliges livscyklus (Bøgh-Larsen i Center for frivilligt socialt arbejde, 2016).

## Rekruttering af børn

### Fokus på en yngre målgruppe

I forhold til rekruttering af børn er konklusionerne fra *Målgruppeanalysen af børn og unge i alderen 11-22*, at vi som spejderkorps med fordel kan fokusere på den yngre målgruppe - børn under 13 år (Wilke, 2016). Årsagerne til, at der peges på denne aldersgruppe, er, at en stor del af dem endnu ikke har specialiseret sig i forhold til fritidsinteresser. De er, derfor er åbne over for nye fritidsaktiviteter, og samtidig bliver børn under 13 år stadig i høj grad påvirket af deres familie, venner og nærmiljø (Wilke, 2016). Som analysen *Danskernes opfattelse af spejd* (2010) indikerer har særligt de lidt ældre herunder forældre en særdeles positiv opfattelse af spejderi, hvorfor det for denne målgruppe, er oplagt at have ekstra opmærksomhed på at kommunikere til forældrene (Capacent, 2010).

Ifølge *Målgruppeanalysen af børn og unge i alderen 11-22* kan spejderne med fordel samarbejde med skoler og klubber (SFO og fritids-/juniorklubber) samt andre foreninger, der er i børnenes nærmiljø, og hvor de er sammen med venner (Wilke, 2016), for på den måde at blive synlige og komme i dialog med målgruppen. En anden oplagt mulighed er ifølge Wilke at arrangere overnatning i telt med spejderne, eftersom analysen viser, at Sov Ude-aktiviteter bliver oplevet/opfattet som en attraktiv aktivitet af de adspurgte (Wilke, 2016).

### Hvor kommer spejderne fra?

I *Vækstanalysen* (KFUM-Spejderne, 2017) er gruppelederne blevet spurgt om, hvor de får deres medlemmer fra. Der er blevet spurgt ind til følgende fem typer spejdere, og vi har under de fem typer angivet svarene fra grupper med hhv. faldende, stabile og stigende medlemstal.

- **Venner til spejdere.** Gældende for alle grupper er, at de får en stor del af deres medlemmer gennem venner til nuværende medlemmer. Denne tendens er størst blandt de stigende grupper.
- **Rekrutteringsarrangementer.** Flere af de faldende grupper angiver, at de får medlemmer gennem rekrutteringsarrangementer end de stigende grupper. Det er sandsynligvis fordi de stigende grupper i langt lavere grad afholder sådanne arrangementer, men i stedet primært får deres medlemmer gennem venner til spejdere og et godt ry i lokalområdet.
- **Møder op uden at kende nogen.** Denne type medlemmer kommer typisk pga. synlighed lokalt, og denne type medlemmer får hhv. de stabile og stigende grupper flest af. Eftersom mange grupper med faldende medlemstal benytter sig af rekrutteringsarrangementer er det interessant, at de faldende grupper angiver, at de ikke får mange medlemmer, som ikke kender nogen af de

andre. Man kunne forestille sig, at de stigende og stabile grupper får disse medlemmer, fordi de er kendte for deres gode spejderarbejde i lokalområdet.

- **Gennem synlighed lokalt.** En stor del af de stigende grupper angiver, at de får medlemmer gennem synlighed lokalt. Det er medlemmer, der ikke har en tilknytning til gruppen, før de bliver medlemmer. En stor del af de faldende grupper er også synlige lokalt, hvorfor man kan undre sig over, at de er faldende eller får få medlemmer, der ikke kender nogen i forvejen. Det kan tyde på, at det handler om måden, hvorpå gruppen er synlig eller kvaliteten af spejderarbejdet i gruppen. *Vækstanalysen* viser, at de stigende grupper ofte er synlige gennem udvikling af aktiviteter i samarbejde med andre foreninger, mens de faldende laver aktiviteter for lokalsamfundet. Under afsnittet *Synlighed og kommunikation* kommer vi nærmere ind på, hvordan grupperne er synlige på forskellige måder.
- **Samarbejde med skoler.** Lidt flere af de faldende grupper får flest medlemmer gennem samarbejde med skoler, mens både de stabile og stigende grupper har lavet særlige tiltag for at fremme samarbejde med skole og SFO (KFUM-Spejderne, 2017).

De stigende og stabile grupper er forholdsvis ens, når man kigger på, hvor de får medlemmer fra, og har desuden en større diversitet af medlemmer end de faldende grupper. Det er sandsynligvis, fordi de har en større andel af medlemmer, som er mødt op uden at kende nogen i forvejen.

## Synlighed og kommunikation

### Kommunikation, fællesskab, udfordringer og personlig udvikling

*Målgruppeanalysen af børn og unge 11-22* viser, at børn og unge 11-22 år gerne vil lave aktiviteter, hvor de udvikler sig, oplever progression, selvstændighed og flytter grænser. Når spejderne er synlige i lokalområdet, på lokale medier eller poster billeder på deres facebookside, er det disse historier, de skal kommunikere. Når gruppen laver en aktivitet til markedsdagen på det lokale torv, skal den give deltagerne en oplevelse, der udfordrer børnene, så de får en fornemmelse for, hvad det er, spejder kan.

Børn og unge, der ikke er spejdere, har alle en oplevelse af, at spejder er et særligt stærkt fællesskab. Det er et sted, hvor man lærer hinanden ekstra godt at kende, fx når man udfordres sammen, når man er på tur eller når man vågner op sammen i shelteren. Det fællesskab skal vi som spejdere formidle endnu mere til børn, unge og forældre, da det er en af de helt særlige ting ved at være spejder. Man kan fx gøre det ved at invitere lokalområdet til at være med til at sove ude (Wilke, 2016).

### Kommunikation, hvad I vil med spejderne

En pointe, der går igen i flere undersøgelser, er, at spejder ofte bliver internt. Der er en generel udfordring med at formidle, hvad det er, der gør spejder til noget særligt. Det gør det svært for nye at komme ind i gruppen (CUR, 2014) (Red Associate, 2008)(KFUM-Spejderne, 2017). Her er det netop pointerne fra ovenstående afsnit, der er vigtige at formidle - både i mødet med venner og bekendte, de nye forældre og ikke mindst de nye ledere i gruppen. En god måde at formidle budskaberne på er, ved, at folk oplever det på egen krop. KFUM-Spejderne peger i *Vækstanalysen* på en spejdergruppe, der arbejder målrettet med at lave forældreaktiviteter, hvor forældrene er målgruppen og oplever, hvad det er spejderarbejdet kan (KFUM-Spejderne, 2017), fx sætte forældrene sammen i patruljer, hvor de skal løse nogle udfordringer i fællesskab. Ungdomsforsker Søren Østergaard peger på, at forældrene er vigtige ambassadører, ift. at

børnene fastholder interessen for spejder. Men det kræver, at forældrene forstår, hvad det er, vi vil med spejderne. At de ved, at spejder er med til at skabe kompetente og reflekterede børn og unge, der ved, hvem de er, og hvad der er vigtigt for dem selv. Spejder er med til at gøre børn og unge livsduelige (Østergaard, Korpsrådsmøde, 2016).

## Lav inddragende aktiviteter

Når man som spejdergruppe er synlige i lokalområdet, er det vigtigt at være synlig på en måde, der viser spejderaktiviteterne og inddrager lokalbefolkningen. I stedet for at sælge juletræer eller lave en stand, kan det være, at man skal lave aktiviteter, der viser, hvad spejderarbejdet er. Fx et kort spejderløb, der udfordrer børnene på samarbejde, fysik og kompetencer, og giver dem smag for spejderarbejdet. Herudover er en vigtig pointe, at man skal lave aktiviteterne sammen *med* lokalområdet i stedet for *for* lokalområdet (KFUM-Spejderne, 2017).

Undersøgelsen *Pigespejderfællesskaber* peger på, at spejderne med fordel kan prioritere at "række ud" og tage medansvar for det bredere samfund (CUR, 2014).

## Samarbejd med andre foreninger

De stabile grupper laver arrangementer med væsentlig flere forskellige typer af partnere end de faldende. Samtidig bruger de partnerne mere strategisk ift. at lave fede arrangementer, fx ved at bruge en kok til at lave madlavningsaktivitet (KFUM-Spejderne, 2017). Samarbejde med andre foreninger er med til at åbne spejdergruppen op. I mødet med andre opstår nye ideer og koncepter, der er med til at udvikle spejdergruppen. Samarbejde med en anden forening *gør* spejdergruppen synlig overfor en ny målgruppe og tvinger gruppen til at sætte ord på, hvad det er, spejderne kan og vil.

## Sociale medier

*Målgruppeanalysen børn og unge 11-22 år* peger på, at der er et uudnyttet potentiale ift. at kommunikere på de sociale medier, da det er et sted, som børn og unge bruger meget tid (Wilke, 2016).

*Vækstanalysen* (2016) viser, at både de faldende, stabile og stigende grupper i høj grad gør de samme tiltag for at skabe medlemsvækst. Den største forskel er, at de stabile grupper har lidt mere fokus på at være synlige på sociale medier. De stigende grupper vælger umiddelbart at reklamere mindre med sedler og plakater end de stabile og faldende, men det kan skyldes, at de ikke har behov for det, fordi medlemmerne kommer af sig selv. (KFUM-Spejderne, 2017).

## Spejder som brand

Undersøgelsen *Danskernes opfattelse af spejd (2010)* viser, at der generelt er et meget positivt indtryk af spejderne og spejdernes værdier. Tre ud af fire danskere har et meget positivt (25 %) eller positivt (49 %) indtryk af spejderne. Mens 22 % har et neutralt forhold. Ser vi på de unge, er det færre, men stadig halvdelen, der har et positivt eller meget positivt indtryk af spejderne.

Der er en lille uoverensstemmelse mellem, hvad spejdere forbinder med spejder, og hvad omverdenen forbinder med spejder. Nogle af vores kerneværdier (åbenhed, ansvarlighed og tolerance) træder ikke frem i befolkningen, men er centrale værdier for spejderbevægelsen.

De fem værdier, som flest af de adspurgte har forbundet spejder med
---

Befolkningen generelt	Spejderne
Kammeratskab (73 %)	Kammeratskab (67 %)
Natur (58 %)	Ansvar (62 %)
Gode oplevelser (26 %)	Gode oplevelser (26 %)
Uniformer og duelighed (22 %)	At vise tillid og troværdighed (25 %)
Udfordringer (21 %)	Udfordringer (17 %), Natur (17 %)

De fleste oplever, at spejdernes værdier stemmer meget godt overens med deres egne, og på den måde må værdierne siges at være tidssvarende. Igen er billedet lidt mindre positivt hos de unge (Capacent, 2010).

Således viser undersøgelsen *Danskernes opfattelse af spejd*, at spejder har et stærkt brand.



## Litteraturliste

Bøgh-Larsen, René i Center for frivilligt socialt arbejde (2016): Goddag og farvel – den frivilliges livscyklus i organisationen i *Motiver den frie vilje* (Antologi)

Capacent (2010): *Danskernes holdning til spejderværdier*

CEFU – Center for Ungdomsforskning (2010): *Undersøgelse om årsager til frafald i spejderbevægelsen*

Center for frivilligt socialt arbejde (2014): *Den frivillige sociale indsats – Frivilligrapport 2014*

Copenhagen Economics 1 (2006): *Den Attraktive Spejdergruppe – medlemsundersøgelse for Det Danske Spejderkorps, rapporten*

Copenhagen Economics 2 (2006): *Den Attraktive Spejdergruppe, hæfte*

CUR - Center For Ungdomsstudier (2014): *Pigespejderfællesskaber – Trivsel tryghed og tro på nytænkning hos de lokale*

DDS (2007): *Gruppens liv og behov*

DDS 1 (2016): *Tilfredshedsundersøgelse DDS 2016, spørgeskemaundersøgelse udsendt til alle gruppeledere og divisionschefer i 2016*

DDS 2 (2016): *Tropsarbejde anno 2016 – opsamling på kvalitativ analyse sommer 2016*

DDS (2017): *Tropsanalyse 2017 – en analyse af tropsspejderes tanker og præferencer ift. aktiviteter og organisering*

KFUM-Spejderne (2017): *Vækstanalyse*

Mehlsen og Lamberth (2014): *Inspirationskatalog – en kortlægning af hvad medbestemmelse og ansvar betyder for børn og unge*

Red Associate (2008): *De grønne pigespejdere – På vej mod nye lederroller, stærke netværk og store udfordringer*

SFI – Det Nationale Forskningscenter for Velfærd (2014): *Udviklingen i frivilligt arbejde 2004-2012*

Thomsen, Charlotte K. Juul i Center for frivilligt socialt arbejde (2016): *Frivillighedens Kraftværk i Motiver den frie vilje* (Antologi)

Wilke (2016): *Målgruppeanalyse af børn og unge 11-22 år*

YouGov (2013): *Friluftsliv og netværk mellem småbørnsfamilier*, Analyse bestilt af KFUM-Spejderne

Østergaard, Korpsrådsmøde (2016): *Oplæg af ungdomsforsker Søren Østergaard på DDS korpsrådsmøde 2016* <https://www.youtube.com/watch?v=aoqK07ilaOU>

## Bilag – Oversigt over undersøgelser

### Undersøgelser om synlighed og kommunikation

#### Capacent (2010): Danskernes holdning til spejderværdier

En kvantitativ undersøgelse (spørgeskema) af danskernes holdning til spejderværdierne, der omfatter 1.055 besvarelser med et repræsentativt udsnit af danskere på 16 år og derover.

#### YouGov (2013): Friluftsliv og netværk mellem småbørnsfamilier

En kvantitativ undersøgelse (spørgeskema) af småbørnsfamiliers interesse i friluftsliv og netværk. Herudover er der gennemført 807 interview med danskere i alderen 18-74 år, der har børn eller børnebørn i aldersgruppen 3-6 år. Der er i alt stillet 13 spørgsmål samt en række baggrundsspørgsmål. Undersøgelsen er lavet med henblik på at undersøge, grundlaget for at satse på opstart af familiespejd hos KFUM-Spejderne.

#### Wilke (2016): Målgruppeanalyse af børn og unge 11-22 år

En kvalitativ undersøgelse, baseret på 8 duo (ikke-spejder og spejder) og 16 single (ikke spejder) in-home interviews om hvad ikke-spejdere forbinder med spejder. Interview-processen er baseret på jobs-to-be-done metoden. Spejderne har som forberedelse skulle udvælge nogle billeder af typiske spejderaktiviteter, som fokuspersonerne skulle forholde sig til. Undersøgelse er bestilt af Spejderne.

### Undersøgelser om spejderarbejde

#### CEFU – Center for Ungdomsforskning (2010): Undersøgelse om årsager til frafald i spejderbevægelsen

En kvalitativ undersøgelse bestående af 75 interview med børn/unge mellem 11 og 14 år og deres forældre. De interviewede har minimum været medlem af en spejderbevægelse i et år. Interviewene har varet mellem 5 og 10 min afhængigt af den enkeltes villighed og interesse i at fortælle om sit fritidsliv. Interviewene har taget form af en indfølelse samtale om valg/fravalg af fritidsaktiviteter og hvad børnene kan lide/ikke kan lide. Suppleret med forældrenes vurderinger. Det er børnenes oplevelser og vurderinger, der er i fokus.

#### Copenhagen Economics (2006): Den Attraktive Spejdergruppe – medlemsundersøgelse for Det Danske Spejderkorps, rapporten

Undersøgelsen identificerer de spejdergrupper, der har medlemsvækst, når man korrigerer for befolkningstal i lokalområdet mv. I det af grupperne formår at skabe medlemsvækst, er de attraktive for medlemmerne og derfor er det interessant at finde ud af, hvad der kendetegner disse grupper.

Undersøgelsen baserer sig på:

- Medlemsstatistik for alle spejdergrupper i Det Danske Spejderkorps tilbage til 1990 for at undersøge gruppernes ydre forhold som befolkningsgrundlag og sammensætning i forhold til attraktivitet.
- En spørgeskemaundersøgelse blandt gruppeledere i 50 attraktive og 50 mindre attraktive spejdergrupper for at kunne beskrive, hvad lederne gør i de enkelte grupper.

- 10 fokusgruppelinterviews med ledergrupper fra attraktive grupper for at nuancere, hvordan den enkelte gruppe er blevet attraktiv.

CUR - Center For Ungdomsstudier (2014): Pigespejderfællesskaber – Trivsel tryghed og tro på nytænkning hos de lokale

En undersøgelse af pigespejderfællesskaber hos De grønne pigespejdere. Den kvantitative del baserede sig på besvarelser fra 394 ledere. Den kvalitative del indebar besøg i 10 grupper i de 10 regioner og interviews med i alt 26 ledere suppleret af interviews med en gruppe spejdere og en gruppe forældre.

DDS (2007): Gruppens liv og behov

En medlemsundersøgelse i Det Danske Spejderkorps. Spørgeskemaer er sendt ud til alle gruppeledere. 453 grupper blev spurgt heraf har 199 besvaret skemaet.

DDS 1 (2016): Tilfredshedsundersøgelse DDS 2016

Spørgeskemaundersøgelse omhandlende DDS tilbud og services udsendt til alle gruppeledere og divisionschefer i 2016. 145 grupper og divisioner har besvaret skemaet.

DDS 2 (2016): Tropsarbejde anno 2016 – opsamling på kvalitativ analyse sommer 2016

Kvalitativ analyse af tropspejderes præferencer ift. aktiviteter, organisering og fællesskab. Der er lavet 18 interviews i 11 forskellige grupper. 2/3 af de interviewede er tropspejdere mellem 12 og 16 år, mens 1/3 er tropsledere.

DDS (2017): Tropsanalyse 2017 – en analyse af tropspejderes tanker og præferencer ift. aktiviteter og organisering

Kvalitativ analyse af tropspejderes præferencer ift. aktiviteter, organisering og patruljeliv. Analysen er initieret i forlængelse af analysen *Tropsarbejde anno 2016*. Der er lavet 15 fokusgruppe interview med spejdere 12-16 år fra 11 forskellige grupper. Herudover er 5 tropsledere blevet interviewet. I alt har 63 personer deltaget i interview. I undersøgelsen er det blevet efterstræbt at interviewe troppe, der eksperimenterer med tropsarbejdet, for at få input til nye måder at lave tropsarbejde på.

KFUM-Spejderne (2017): Vækstanalyse

Medlemsundersøgelse KFUM-Spejderne. Spørgeskema og interviews med tre typer af grupper; grupper med faldende medlemstal, grupper med stabilt medlemstal og grupper med stigende medlemstal. 97 spørgeskemabesvarelser fra gruppeledere og 10 dybdegående interviews med gruppeledere. Spørgeskemaerne er sendt til gruppeledere, hvor man har spurgt ind til fortællinger og har dermed været af kvalitativ art.

Mehlsen & Andersen (2015): Udviklingskompasset - Ny viden om milepæle og redskaber til udvikling af børn og unge i DDS

Undersøgelsen undersøger milepæle for og karakteristika ved børns og unges udvikling i alderen ca. 3 til 20 år. Undersøgelsen blev igangsat som led i DDS programfornyelse og skal bruges til at inspirere ledere til at arbejde med spejdernes personlige udvikling.

Mehlsen og Lamberth (2014): *Inspirationskatalog – en kortlægning af hvad medbestemmelse og ansvar betyder for børn og unge*

Undersøgelsen tager temperaturen på nyere pædagogisk forskning og giver indblik i, hvad medbestemmelse og ansvar betyder for førskolebørn, tweens, teenagere og unge. Undersøgelsen ser også på argumenterne for, hvorfor medbestemmelse og ansvar er vigtigt for børns og unges udvikling og læring.

Red Associate (2008): *De grønne pigespejdere – På vej mod nye lederroller, stærke netværk og store udfordringer*

Intern undersøgelse hos De grønne pigespejdere. Der er lavet interview med 20 spejdere og deres forældre. Dette er suppleret med 10 telefoninterview med spejdere, samt 9 interview med ledere. Herudover har man observeret 7 events samt lavet 5 ekspertinterviews, men det fremgår ikke, hvem der er eksperterne.

Wilke (2016): *Målgruppeanalyse af børn og unge 11-22 år*

En kvalitativ undersøgelse, baseret på 8 duo (ikke-spejder og spejder) og 16 single (ikke spejder) in-home interviews om hvad ikke-spejdere forbinder med spejder, samt hvad de synes er hhv. positivt og negativt ved spejder. Interview-processen er baseret på jobs-to-be-done metoden. Spejderne har som forberedelse skulle udvælge nogle billeder af typiske spejderaktiviteter, som fokuspersonerne skulle forholde sig til. Undersøgelse er bestilt af Spejderne.

## Undersøgelser om frivillighed

Center for frivilligt socialt arbejde (2016): *Motiver den frie vilje (Antologi)*

En antologi, hvor forskellige eksperter på frivilligt arbejde har skrevet artikler om rekruttering og fastholdelse af frivillige. Vi har trukket på pointer i kapitlerne *Frivillighedens Kraftværk* skrevet af Charlotte K. Juul Thomsen og *Goddag og Farvel* skrevet af Rene Bøgh-Larsen.

Center for frivilligt socialt arbejde (2014): *Den frivillige sociale indsats – Frivilligrapport 2014*

Frivillighedsrapporten giver et overblik over, hvor mange danskere der gør en frivillig indsats, hvordan og hvorfor. Frivilligrapport 2014 er den tredje i rækken af rapporter, der systematisk følger det frivillige sociale område. Siden 2010 har frivilligrapporterne givet os et indblik i udviklingen over tid blandt de forskellige aktører, der er engageret i det frivillige sociale arbejde.

SFI – Det Nationale Forskningscenter for Velfærd (2014): *Udviklingen i frivilligt arbejde 2004-2012*

Denne rapport redegør for resultaterne fra en undersøgelse af udviklingen i danskernes frivillige arbejde fra 2004 til 2012. Undersøgelsen bygger på en repræsentativ survey af den danske befolkning i alderen 16-85 år gennemført i slutningen af 2012 med anvendelse af en metode, som helt overvejende er identisk med en tilsvarende befolkningsundersøgelse gennemført i 2004.