

Tekst: Jeanne Hoogers

Hoe schaars is verenigingstalent?

**Wat kun je doen om openstaande vacatures
te vervullen en je team weer compleet te maken?
Het team van PolderBanen geeft tips.**



Hoe is het gesteld met de arbeidsmarkt in verenigingsland? Hebben verenigingsvacatures het zwaarder te verduren dan die van andere sectoren, of is het op dit moment gewoon moeilijk omdat de arbeidsmarkt nu eenmaal krap is? VM polst de aantrekkingskracht van verenigingen als werkgever bij het team van PolderBanen, het wervingsbureau voor brancheverenigingen, beroepsverenigingen, arbeidsmarktfondsen en andere organisaties die op het snijvlak van publiek en privaat actief zijn.

Het team bestaat uit consultants Mark Streuer en Jeppe Licht en projectmanager/marketeer Evi Gasseling. Zij zien het als hun uitdaging om vraag en aanbod te matchen, om verder te kijken dan het standaard eisenlijstje en zo de juiste persoon op de juiste plek te laten landen. Gasseling: "Door de krappe arbeidsmarkt kunnen we niet wachten tot de ideale kandidaat zichzelf meldt, dit is duidelijk verleden tijd. Gelukkig hebben verenigingen nog altijd veel te bieden aan hun toekomstige werknemers, maar je moet de kandidaat hier wel van weten te overtuigen."

Profiel

Streuer: "Onze kracht ligt bij het snappen waar verenigingen mee bezig zijn, op zoek gaan naar de vraag achter de vraag. Als dit duidelijk is kun je veel breder kijken naar profielen van kandidaten. Een verenigingsprofessional heeft over het algemeen kennis nodig van een bepaald gebied en moet relevante competenties hebben, zoals het bij elkaar kunnen brengen van meerdere stakeholders, luistervaardigheid, samenwerken en een beetje geduld kunnen hebben. Tegenwoordig hoeft een verenigingsprofessional echt geen jarenlange ervaring te hebben bij een andere vereniging, hij kan uit alle hoeken komen. Denk aan gemeenten, adviesbureaus, ministeries of het bedrijfsleven. Deze markt is veel groter dan de verenigingswereld alleen." Gasseling: "Wij zien het als een uitdaging om mensen kennis te laten maken met de verenigingswereld. Dit staat ook centraal in onze marketingcampagnes. Maar dit betekent natuurlijk niet dat we alle kandidaten met een verenigingsachtergrond niet meenemen in onze procedures, er zijn alleen meerdere wegen die naar Rome leiden."



Licht voegt toe: “De thema’s waar verenigingen mee aan de slag zijn, zoals duurzaamheid of de energietransitie, zijn van iedereen. Met een flinke dot aanpassingsvermogen erbij heb je eerder een geschikt talent gevonden dan je misschien dacht.”

Jong talent

In een gemiddeld verenigingsteam werken zeven mensen. Er wordt vaak verzocht dat er behoefte is aan jong talent, maar zijn jongeren te interesseren voor het werken bij een vereniging? Licht: “Jonge mensen vinden het leuk om een bijdrage te leveren aan iets groters, iets bijzonders. Ze vinden het interessant om niet voor één lid aan de slag te gaan, maar juist voor een hele sector of beroepsgroep.”

Het team van PolderBanen is overigens lang niet altijd op zoek naar jong talent. Streuer: “Bureaus zijn vaak klein, willen vaak iemand die meteen aan de slag kan. Dan is het misschien slimmer om een medior te zoeken, want een schoolverlater moet je meer opleiden.” Er zijn wel voorbeelden van traineeships, samen met leden. Is dat een goed idee?

Licht: “Soms kun je een traineeship samen met je leden oppakken, maar dat past alleen als je leden mensen in dienst hebben die dingen doen die je ook op het verenigingsbureau doet.”

Doorstromen

Soms is doorstromen naar een andere functie niet mogelijk. Hoe kun je er dan voor zorgen dat mensen hun eigen ontwikkeling en een loopbaan voor zich zien bij een kleine vereniging? Streuer: “Dat is een hr-uitdaging voor de vereniging, dus dat zou een goede vraag zijn voor verenigingen zelf. Ik zie wel dat het gemakkelijker wordt om in en uit de verenigingswereld te stappen. Bedrijven gaan steeds meer op verenigingen lijken, met klantenpanels en community’s. En verenigingen meer op bedrijven. Je kunt vanuit een vereniging weer gemakkelijk overstappen naar een adviesbureau of een overheid. Het is niet meer van deze tijd om tien jaar op dezelfde plek te werken, dus de ontwikkeling kan ook zitten in het switchen van de werkomgeving of het type baan.”



De thema’s waar verenigingen mee aan de slag zijn, zoals duurzaamheid of de energietransitie, zijn van iedereen

Kandidaat bepaalt

Terug naar de situatie op de arbeidsmarkt, wat zien jullie? Streuer: “Het komt regelmatig voor dat een vereniging toch niet rondkomt met een gewilde kandidaat. Wat je je op dit moment goed moet realiseren is dat bijna alle kandidaten meerdere sollicitaties tegelijk hebben lopen. Het komt regelmatig voor dat ze je niet meenemen in dit proces, waardoor het kan gebeuren dat iemand op een onverwacht moment alsnog afhaakt.”

Wervingstips

- Kies een wervende titel. Dat is wat de kandidaten als eerste zien en moet de aandacht trekken. Een titel als vakspecialist paritair is voor veel mensen nietszeggend. Beleidsadviseur milieu, energie en gevaarlijke stoffen kun je ook in de markt zetten als beleidsadviseur verduurzaming. Titels als beleidsadviseur of adviseur zijn te algemeen en kun je gerust aanvullen met een thema.
- Bedenk waar je ideale kandidaat vandaan komt en schrijf de vacaturetekst zo dat hij zich hierin herkent en niet op zoek hoeft naar antwoorden op zijn urgente vragen.
- Blijf to the point, licht niet álle nevenactiviteiten uit in je vacaturetekst. In de eerste instantie wil je zoveel mogelijk kandidaten interesseren, hoe langer de tekst hoe groter de kans dat de kandidaat óf zelf al geconcludeerd heeft dat het misschien toch niet goed past óf dat hij niet voldoende tijd had om tot de kern van de vacature te komen. Gemiste kans!
- Zorg dat je vacature goed vindbaar is. Maak een 'werken bij' of algemene vacaturepagina. Vooral bij kleine verenigingen maakt de openstaande vacature vaak onderdeel uit van het nieuws op de website. Dat betekent dat het bericht snel naar beneden zakt op deze pagina en niet meer zichtbaar is. Een aparte vacaturepagina en link maken de vacature beter vindbaar.
 - Zorg dat je website up-to-date is en goed aansluit bij wat jij in de vacature vertelt over de organisatie. Artikelen die al jaren oud zijn maken een verkeerde indruk op de homepage.
 - Vermeld het aantal uren, het salaris, het thuiswerkbeleid, de secundaire arbeidsvoorwaarden en alle andere zaken die het interessant maken om bij je vereniging te werken.
 - Verdiep je in employer branding – zeker als je op arbeidsvoorwaarden geen hele sterke concurrent bent, kun je dat goedmaken door een focus op de werkomgeving, bijvoorbeeld tijdens het sollicitatiegesprek. Impact maken, werken voor een hele branche/sector, schakelen met verschillende partijen en bouwen aan een groot netwerk, dit is wat je als vereniging interessant en onderscheidend maakt voor zowel potentiële als voor huidige medewerkers.

Licht: "Het komt gelukkig niet vaak voor, maar er zijn situaties bekend waarbij een kandidaat zelfs in de proeftijd toch een ander aanbod accepteert." Het wordt dus steeds belangrijker om je als aantrekkelijke werkgever te presenteren.

Streuer: "Zorg ervoor dat je kandidaten enthousiasmeert tijdens het sollicitatiegesprek, geef ze voldoende ruimte om zelf vragen te stellen en laat ze zo nodig een dagje meelopen als je twijfel proeft. Deze investering vooraf kan je later een vervelende verrassing besparen."

Draai het om, wat hebben wij jou te bieden?

Aantrekkelijke werkgever

Gasseling: "Ga je op zoek naar iemand om je team te versterken, weet dan je dat je alles eraan moet doen om de kandidaat te overtuigen. Kijk eens goed naar je website, hoe presenteert je je? Kijk kritisch naar je vacaturetekst en het profiel. Soms kan het lang duren voor je de juiste persoon vindt, maar vergeet niet dat je een interessante werkomgeving te bieden hebt. Komt het tot een sollicitatiegesprek, bereid je dan goed voor op mogelijke vragen van de kandidaat. Ga daarnaast niet alleen op zoek naar het antwoord op de vraag: waarom wil jij voor ons werken?, maar draai het ook eens om: wat hebben wij jou te bieden? Spreek eventuele twijfels uit, misschien zitten jullie niet op hetzelfde spoor. En benoem ook het aantal uren, het thuiswerkbeleid en andere secundaire arbeidsvoorwaarden. Deze kunnen soms net het verschil maken."
