



Vlaanderen
is toerisme



WEGWIJZER

Lokaal ambassadeurschap

TOERISMEVLAANDEREN

INHOUD

1	Lokaal ambassadeurschap	3
2	De wegwijzer	6
3	STAPPENPLAN: de verschillende fasen van het lokaal ambassadeurschap	10
	Wat zijn de basisvoorwaarden voor een geslaagd lokaal ambassadeurschap?	10
	Vinden en werven van lokale ambassadeurs	17
	Nieuwe ambassadeurs verwelkomen	37
	Vormen, begeleiden en bijsturen van lokale ambassadeurs	41
	Erkennen en waarderen van lokale ambassadeurs	44
	Verstevigen en bestendigen van het lokaal ambassadeurschap	46
4	De 10 geboden van het lokaal ambassadeurschap	53

LOKAAL AMBASSADEURSCHAP

WAT ZIJN LOKALE AMBASSADEURS?

In deze Wegwijzer focussen we op één type lokale ambassadeurs: bewoners die bezoekers in levenden lijve ontmoeten op een respectvolle en gastvrije manier, en dat binnen een gecoördineerd kader. Ze kennen hun plek, zijn er fier op en vertellen er eerlijke en authentieke verhalen over. Zo zorgen ze voor verbinding en creëren ze een meerwaarde voor zichzelf, de bezoeker, de ondernemer én de plek.

Enkele voorbeelden:

- Bewoners die bezoekers ontvangen en begroeten op hun plek en ze wegwijs maken: [City Hosts Antwerpen](#) en [Gentse ambassadeurs in de Giftshop](#);
- 'Greeters' die bezoekers mee op sleeptouw nemen door hun gemeente, stad of regio;
- Gastheren en -vrouwen: [MAS](#) en [GUM](#);
- 'Rangers' die bezoekers welkom heten en rondleiden;
- [Gidsen die bezoekers rondleiden op hun plek](#).

Die keuze houdt in dat we het niet of maar terzijde zullen hebben over:

- Ondernemers: logiesaanbieders, personeel van onthaalcentra en musea, officiële gidsen...;
- Bewoners die vanuit marketingoverwegingen ingezet worden om hun plek te promoten;
- Bewoners die via tips, interviews en gesprekken in brochures, op website of op social media hun plek promoten maar de bezoekers niet in levenden lijve ontmoeten;
- Bewoners die spontaan of zelfs onbewust ambassadeur zijn, maar niet binnen een gecoördineerd kader.



We erkennen echter wel hun onmisbare rol in het lokaal ambassadeurschap.



REIZEN
naar
morgen



WAAROM BEWONERS INZETTEN ALS LOKALE AMBASSADEURS?

Het idee van lokaal ambassadeurschap met bewoners sluit aan bij [Reizen naar Morgen](#), de overkoepelende visie van Toerisme Vlaanderen:

- We willen van Vlaanderen een florerende bestemming maken waar toerisme geen doel op zich is, maar een middel om mensen samen te brengen.
- We geloven dat de plek een unieke identiteit en een uniek verhaal heeft en dat bewoners, ondernemers en bezoekers er harmonieus kunnen samen zijn.
- We geloven dat authentieke ontmoetingen tussen al deze mensen leiden tot een sterke wisselwerking, en dat ze worden ervaren als een absolute meerwaarde voor alle partijen: de plek, de ondernemer, de bezoeker en de bewoner.

Bewoners inzetten als lokale ambassadeurs heeft heel wat voordelen:

- Memorabele momenten ontstaan niet door obligate selfies of afvinklijstjes van highlights, maar door ontmoetingen met bewoners die hun plek kennen, er fier op zijn en er graag gasten verwelkomen.
- Bezoekers worden vooral geraakt door de hartelijkheid, oprechte verwelkoming, betrokkenheid en behulpzaamheid die verder gaan dan wat ze verwacht hadden.
- Authentieke ontmoetingen tussen bezoekers en bewoners kunnen leiden tot een sterke verbondenheid.



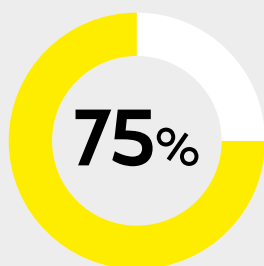
HOE KIJKEN INWONERS NAAR TOERISTEN?

Lokaal ambassadeurschap staat of valt met de bereidwilligheid van bewoners en ondernemers om toeristen te verwelkomen. Om daar een beter zicht op te krijgen, organiseert Toerisme Vlaanderen sinds 2017 geregeld onderzoeken bij inwoners van toeristische steden en regio's.

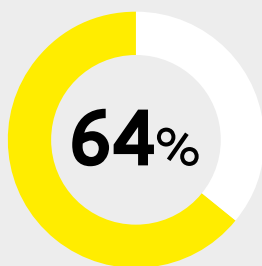
De meeste van die [onderzoeken](#) peilen naar de houding van inwoners tegenover toerisme en toeristen. Ze krijgen onder meer de vraag hoe trots ze zijn op hun stad of streek, hoe graag ze in contact komen met bezoekers, en op welke manier.

In de drukbezochte Vlaamse kunststeden Antwerpen, Brugge, Gent, Leuven en Mechelen voert Toerisme Vlaanderen om de twee jaar, samen met de toeristische diensten, meer uitgebreide bewonersonderzoeken uit. Dat gebeurt online, bij een grote groep respondenten die representatief is qua geslacht, leeftijd, opleiding en verspreiding over het centrum en de deelgemeenten.

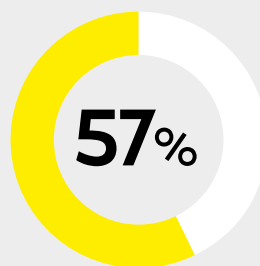
Het meest recente onderzoek, in 2023, leverde 7.175 reacties op. Dit waren de voornaamste bevindingen:



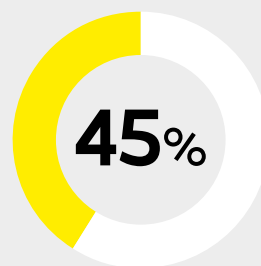
gaat akkoord met de stelling "Door toerisme in mijn stad wil ik anderen vertellen wat mijn stad te bieden heeft".



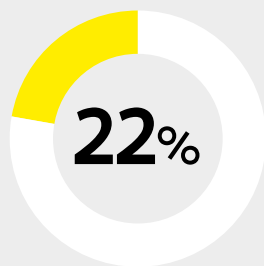
gaat akkoord met de stelling "Door toerisme in mijn stad word ik aan onze unieke cultuur herinnerd die ik wil delen met bezoekers".



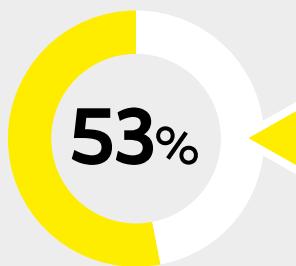
vindt contacten met bezoekers leuk.



vindt dat toerisme het begrip voor andere mensen bevordert, bijvoorbeeld doordat het ingaat tegen vooroordelen of stereotypen.



zeft wekelijks te praten met toeristen in zijn of haar stad. Dat kan ook online zijn via een app of sociale media.



komt graag in contact met bezoekers in hun stad.



van deze groep zegt het liefst in contact te komen via korte ontmoetingen: gesprek op straat, op café,...



wil vooral tips kunnen delen



zeft in contact te willen komen met bezoekers via vrijwilligerswerk in de toeristische sector



van de respondenten die zelf werkzaam zijn in de toeristische sector in hun stad, zegt graag in contact te komen met bezoekers.

DE WEGWIJZER

WAAROM DEZE WEGWIJZER?

Deze Wegwijzer biedt **partners van plekken** een handleiding om **bewoners te betrekken als lokale ambassadeurs** en om hen te ondersteunen in hun rol als gastheer of -vrouw. Met 'plekken' bedoelen we toeristische locaties zoals historische steden en dorpen, musea, erfgoedsites, nationale en landschapsparken ...

De Wegwijzer is opgevat als een **stappenplan** waarmee je de doelstellingen en ambities van je organisatie kan bepalen. Hij legt uit hoe je bewoners enthousiast kan maken en kan voorbereiden om hun trots op – en kennis over – de plek te delen met bezoekers. Zo kunnen die de plek ontdekken door de ogen van de bewoners. Dat leidt tot een authentieke, warme bezoekerservaring die lang blijft.

VOOR WIE IS DEZE WEGWIJZER?



Voor wie nog moet beginnen

De Wegwijzer is in eerste instantie bedoeld voor organisaties die willen starten met een lokale ambassadeurswerking met bewoners, maar niet goed weten hoe ze dat moeten aanpakken. Het stappenplan biedt daarbij een houvast.



Voor wie al op weg is

De Wegwijzer is ook interessant voor organisaties die al gestart zijn met een lokale ambassadeurswerking, maar aankijken tegen nieuwe uitdagingen. Zij vinden hier suggesties voor een verdere aanpak.





VOOR WELKE AANPAK VAN LOKAAL AMBASSADEURSHIP GA JE?

Lokaal ambassadeurschap kan je op verschillende manieren aanpakken.

Aan de ene kant heb je de **STRUCTURELE AANPAK**. Je stippelt een missie en een visie rond lokaal ambassadeurschap binnen je organisatie uit. Je maakt een plan. Je creëert een bestuurlijk draagvlak en bouwt je werking vervolgens stap voor stap op – van de werving van lokale ambassadeurs tot de bestendiging van het lokaal ambassadeurschap.

Aan de andere kant is er de **SPONTANE AANPAK**. Dat wil zeggen: je begint er gewoon aan. Je spreekt bewoners aan op hun liefde voor de plek. Je start met een kleinschalig proefproject en laat het organisch groeien. Je maakt fouten, leert en stuurt bij. Met kleine successen trek je de aandacht van het lokaal beleid of de toeristische dienst. Je omringt je met mensen die dezelfde waarden en visie delen en voelt je zo gesterkt om verder te gaan.

Kies zelf welke optie het best bij je past. Onderweg kan je nog overstappen op een andere aanpak. Het einddoel blijft hetzelfde: een florerende plek die bezoekers, bewoners en ondernemers harmonisch met elkaar delen.



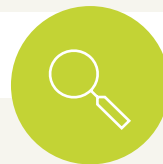
HOE GEBRUIK JE DEZE WEGWIJZER?

De Wegwijzer is opgevat als een interactief stappenplan. Klik je met de muisknop op een ondertitel, dan kom je op de pagina terecht met het antwoord op je vraag. **Zo hoef je niet het hele stappenplan door te nemen, maar ga je dadelijk naar het item dat je interesseert.**



WAT ZIJN DE RANDVOORWAARDEN VOOR EEN GESLAAGD LOKAAL AMBASSADEURSCHAP?

- [Waarom wil je starten met lokaal ambassadeurschap met bewoners?](#)
- [Wie betrek je erbij, en wie speelt welke rol?](#)
- [Hoe creëer je een bestuurlijk draagvlak voor lokaal ambassadeurschap?](#)
- [Voor welke waarden staat je lokaal ambassadeurschap?](#)
- [Hoeveel mensen en middelen heb je nodig om een lokaal ambassadeurschap op te zetten?](#)
- [Ben je op de hoogte van de fiscaal-juridische wetgeving?](#)
- **Uitgelicht:** [City host in Antwerpen](#)



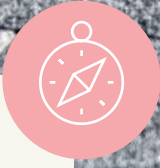
VINDEN EN WERVEN VAN LOKALE AMBASSADEURS

- [Over welke eigenschappen beschikken lokale ambassadeurs?](#)
- [Hoe maak je bewoners warm om lokaal ambassadeur te worden?](#)
- [Hoe communiceer je op een enthousiaste manier?](#)
- [Waar vind je kandidaten?](#)
- [Hoe betrek je jongeren bij je ambassadeurschap?](#)
- **Uitgelicht:** [Blikvangers in het Stedelijk Museum Amsterdam](#)
- [Hoe maak je je ambassadeurschap diverser en inclusiever?](#)
- **Uitgelicht:** [Gastvrouw in het MAS](#)
- [Verwachten de lokale ambassadeurs een financiële vergoeding?](#)
- [Voer je een intakegesprek met kandidaten of niet?](#)
- [Hoeveel kandidaten heb je nodig?](#)
- [Werf je eenmalig of herhaaldelijk lokale ambassadeurs?](#)
- **Uitgelicht:** [Host in het GUM](#)



NIEUWE AMBASSADEURS VERWELKOMEN

- [Hoe verwelkom je de ambassadeurs?](#)
- [Wat vertel je de lokale ambassadeurs?](#)
- [Welke praktische afspraken maak je? En wat met de administratieve formaliteiten?](#)
- **Uitgelicht:** [Gentse ambassadeurs in de Giftshop](#)



VORMEN, BEGELEIDEN EN BIJSTUREN VAN JE LOKALE AMBASSADEURS

- [Welke vormen bied je aan?](#)
- [Hoe begeleid en motiveer je lokale ambassadeurs?](#)
- [Hoe stuur je de werking van de lokale ambassadeurs bij?](#)
- **Uitgelicht:** [Aarschotse greeters](#)



ERKENNEN EN WAARDEREN VAN LOKALE AMBASSADEURS

- [Hoe geef je je ambassadeurs erkenning?](#)
- [Welke blijken van waardering geef je aan de ambassadeurs?](#)



VERSTEVIGEN EN BESTENDIGEN VAN HET LOKAAL AMBASSADEUR- SCHAP

- [Hoe evalueer je de werking van het lokaal ambassadeurschap?](#)
- [Hoe optimaliseer je de werking na de evaluatie?](#)
- [Hoe zorg je voor vernieuwing? Hoe ben je mee met de nieuwe trends?](#)
- [Hoe hou je je lokale ambassadeurs enthousiast?](#)
- [Hoe zorg je voor meer verbondenheid tussen de lokale ambassadeurs?](#)
- [Hoe verzorg je de communicatie en promotie van het lokaal ambassadeurschap?](#)
- [Hoe neem je afscheid van ambassadeurs die vertrekken?](#)
- [Waar kan je terecht voor meer informatie?](#)
- **Uitgelicht:** [Rangers in het Nationaal Park Hoge Kempen](#)

3

STAPPENPLAN: DE VERSCHILLENDE FASEN VAN HET LOKAAL AMBASSADEURSCHAP



WAT ZIJN DE BASISVOORWAARDEN VOOR EEN GESLAAGD LOKAAL AMBASSADEURSCHAP?

Waarom wil je starten met lokale ambassadeurs?

Je denkt misschien dat je het antwoord op deze vraag al kent. Maar is dat wel zo? Ga eens in gesprek met partners en andere betrokkenen, en zoek een antwoord op deze vragen:

- Welke **missie en ambitie** heb je als organisatie? Welke doelen stel je jezelf als organisatie?
- Hoe past het lokaal ambassadeurschap daarin?
 - Gaat het om een tijdelijk project van korte duur? Om een try-out die je wil voortzetten als het aanslaat? Of denk je van bij het begin aan een project op lange termijn?
 - Zijn er ontwikkelingen – binnen je plek en binnen de maatschappij – die een impact kunnen hebben op de rol van de bewoners? En zo ja, welke?
 - Hoever reiken je ambities met het lokale ambassadeurschap? Ga je voor een minimale of maximale invulling? En wat wil je er finaal mee bereiken?
- Welke **meerwaarde** biedt werken met bewoners?
 - Waarom is het voor de **plek** interessant om bewoners als lokale ambassadeurs te hebben?
 - Waarom is het voor **bezoekers** interessant om bewoners te ontmoeten en zich door hen op sleeptouw te laten nemen?
 - Waarom is het voor lokale **ondernemers** interessant om bewoners als lokale ambassadeur naast zich te hebben?
- En vooral: waarom zouden **bewoners** lokaal ambassadeur van hun – en jouw – plek willen worden?



Wie betrek je erbij?

- Welke diensten, organisaties en andere partijen wil je bij je plannen betrekken? Denk ruim. Het is best mogelijk dat je na verloop van tijd zal samenwerken met diensten waarmee je voordien weinig of zelfs nooit hebt gewerkt.
- Wie neemt welke rol op? En wat vraagt het van hen?
- Hoe verhouden de lokale ambassadeurs zich tot je medewerkers?
- Welke taakverdeling is er? Waar ligt de grens?
- Staan je medewerkers de lokale ambassadeurs bij? Of werken die volledig autonoom, eventueel na een inwerkperiode?
- Welke voordelen biedt het voor je medewerkers om met lokale ambassadeurs samen te werken? En wat zijn de mogelijke uitdagingen?
Door deze vragen op voorhand te stellen, voorkom je dat medewerkers zich door de komst van de lokale ambassadeurs bedreigd voelen in hun job.
- Wie coördineert het project? Stel je een vaste coördinator aan, en welk profiel moet die dan hebben?

Hoe creëer je een bestuurlijk draagvlak voor lokaal ambassadeurschap?

Om je opzet te doen slagen is het belangrijk dat je lokale bestuur overtuigd is van de meerwaarde van lokale ambassadeurs. Daarvoor moeten ze **vertrouwd zijn met de filosofie van [Reizen naar Morgen](#)**. Is dat niet zo, dan moet je die filosofie eerst toelichten en ze er warm voor maken.

Stel het beleid **op een heldere manier een goed gestructureerd plan** voor, en maak duidelijk hoe het lokale ambassadeurschap aansluit bij de algemene visie op de plek. Lokaal ambassadeurschap laat zich niet zo makkelijk in cijfers vertalen, maar heeft een zeer sterke impact

op de kwaliteit en gastvrijheid die bezoekers ervaren, én op het sociaal weefsel van de plek. Daar zal het beleid zeker oren naar hebben.

Wees eerlijk en zeg wat je plan betekent op het vlak van mankracht, budgettaire middelen en tijdsinvestering.

Luister naar de opmerkingen, wees voorbereid op kritische vragen en illustreer je antwoorden met best cases. Wees flexibel en pas je oorspronkelijke plan aan op basis van de reacties die je krijgt.





Voor welke waarden staat je lokaal ambassadeurschap?

Mogelijke waarden op organisatieniveau zijn:

Openheid en diversiteit

Je maakt geen onderscheid tussen gender, leeftijd, culturele achtergrond, geaardheid ... Je lokale ambassadeurs zijn een afspiegeling van de bevolking van de plek.

Flexibiliteit

Je laat de lokale ambassadeurs zelf bepalen hoeveel tijd ze aan hun taak willen besteden en hoe lang ze ambassadeur willen blijven.

Inspraak

Je geeft de lokale ambassadeurs de vrijheid om een eigen invulling te geven aan hun taken. Ze kunnen suggesties doen voor een andere, betere aanpak. Ze hebben voldoende mogelijkheden om opbouwende kritiek te geven.

Transparantie en aanspreekbaarheid

Je organisatie is goed gestructureerd. De lokale ambassadeurs weten waar ze terecht kunnen voor vragen en opmerkingen. De coördinator is gemakkelijk bereikbaar.

Erkenning en waardering

Je geeft de lokale ambassadeurs een duidelijke en waardevolle taak. Je behandelt hen niet als kosteloze of goedkope arbeidskrachten die saaie klusjes uitvoeren. Je begeleidt ze goed, biedt vormingen aan, toont je waardering.

Onderlinge verbondenheid

Je zorgt ervoor dat de lokale ambassadeurs zich verbonden voelen met hun collega's. Ze kennen elkaar en kunnen bij elkaar terecht met vragen en bedenkingen. Ze hebben respect voor elkaars mening.





Verbondenheid met de plek en de andere partners op de plek

Je ziet erop toe dat de lokale ambassadeurs zich verbonden voelen met de plek en met alle partners die erbij betrokken zijn. Allemaal gaan ze voor hetzelfde doel: een gedeelde, harmonieuze plek.

Ondersteuning en bescherming

Je staat achter je lokale ambassadeurs en neemt het voor hen op. Zo voelen ze zich door jou gesteund en beschermd.

Respect en vertrouwelijkheid

Je gaat vertrouwelijk om met de gegevens van de lokale ambassadeurs en geeft die niet door aan derden, tenzij met uitdrukkelijke toestemming.

Je zorgt ervoor dat er geen roddelcultuur ontstaat.

Sfeer en gezelligheid

Sfeer en gezelligheid zijn geen waarden. Toch is het belangrijk dat je een fijne sfeer creëert in je organisatie en dat iedereen er zich thuis voelt.

Hoeveel mensen en middelen heb je nodig om een lokaal ambassadeurschap op te zetten?

Alles hangt af van je opzet. Ga je voor een eenmalig project of voor een plan op lange termijn? Begin je klein en breid je naderhand uit? Kies je voor een minimale of maximale aanpak?

Maak een onderbouwd plan waarin staat hoeveel mensen en middelen je nodig denkt te

hebben. Leg het voor aan je stakeholders en pitch het zo overtuigend mogelijk. Pas je plan na de feedback aan: als je minder mensen en middelen krijgt dan je gevraagd had, moet je je ambities naar beneden bijstellen. Maar wat de reacties ook zijn: verlies je enthousiasme niet en ga ervoor.



Mensen

Meestal is het lokaal ambassadeurschap maar een deel van het takenpakket van de coördinator. Bereken op voorhand hoeveel tijd de persoon zal besteden aan het opzetten en begeleiden van de ambassadeurswerking en druk dat uit in VTE's. Ga ervan uit dat de coördinator sommige taken zal uitbesteden aan collega's: reken dus ook hun werkuren mee, zelfs al zijn die waarschijnlijk beperkt.

In het ideale scenario heb je één coördinator die zich helemaal op het lokaal ambassadeurschap toelegt. Maar je kan het takenpakket ook verdelen over baliemedewerkers, de collega's van communicatie, van sociaal beleid... Hoofdzaak is dat je er gewoon aan begint.

Financiële middelen

Lokale ambassadeurs werken grotendeels als vrijwilligers. Toch moet je rekening houden met een aantal kosten:

- Materiaal: informatiemap, stadsplannetjes...
- Tools voor herkenning: een T-shirt of hesje met logo, een badge...
- Verzekeringen;
- Vrijwilligersvergoedingen, verplaatsingskosten...;
- Vorming van de coördinator en van de lokale ambassadeurs;

- Blijken van waardering: een kaartje, attentie, dankfeest...;
- Ontmoetingsmomenten, vergaderingen, uitstappen;
- Communicatiekosten;
- Eventuele andere kosten.

Hoe meer lokale ambassadeurs je hebt, en hoe uitgebreider hun takenpakket, hoe hoger het kostenplaatje. Stel een realistische begroting op. En ook hier: durf je plannen bij te stellen. Met wat creativiteit vind je vast wel een uitweg. Misschien kan een collega of een partner uit je netwerk wel een cursus geven, of vind je een bedrijf bereid om gratis materiaal te leveren.

Tijd

Hou er rekening mee dat het tijd kost om een lokaal ambassadeurschap op te zetten en te ontwikkelen, zeker in de beginfase. Wanneer de werking eenmaal loopt, kan je een stapje terug zetten en krijg je meer tijd. Uiteindelijk kan je een (groot) deel van de werking toevertrouwen aan ervaren ambassadeurs en wordt je rol nog beperkter.

Ben je op de hoogte van de fiscaal-juridische wetgeving?

De fiscale en juridische regels voor vrijwilligerswerk zijn niet altijd zo eenvoudig. Voor deskundig advies kun je terecht op de website van [Vlaanderen vrijwilligt](#).

TIP

Het steunpunt Vrijwilligerswerk Brussel heeft werkbladen 'Vrijwilligersbeleid in 10 stappen' ontwikkeld. Via [hun website](#) kan je een gratis exemplaar downloaden.

Wil jij ...

- ... je liefde en kennis over de stad delen met toeristen?
- ... deel uitmaken van een enthousiaste community?
- ... exclusieve voordelen ontvangen in ruil voor je inzet?

Dan ben jij de ideale City Host.

Ontdek meer en meld je aan op
www.antwerpcityhosts.be



Jonny Vancutsem,
city host in Antwerpen

DE ECHTE BELONING IS MENSEN ONTMOETEN

"De stad deed een oproep: wie wil er helpen om bezoekers wegwijs te maken in onze stad? Dat was echt iets voor mij, want ik dééd dat eigenlijk al. Ik vind het fijn om mijn liefde voor onze stad uit te dragen en om verborgen plekjes te delen. Vaak leidt dat tot aangename sociale contacten met mensen uit de hele wereld. Voor mij is dat heel waardevol."

"City host zijn gaat om kleine dingen. Je ziet iemand wat onzeker rondkijken met een plannetje in de hand. Of je hoort mensen in het Frans of Engels overleggen over welke weg ze zouden

inslaan. Dan doen we niets liever dan een helpende hand toesteken. Zonder opdringerig te zijn natuurlijk."

"De stad organiseert activiteiten waaraan je als city host kan deelnemen: rondleidingen in de stad, bezoeken aan kerken, musea, tentoonstellingen... Dat is mooi meegenomen, maar de échte beloning zit 'm in de ontmoetingen met de ander. Want op een dag ben jij zelf de ander, en dan is het fijn dat iemand jou wegwijs maakt in zijn stad."





© Visit Antwerp



Ewoud Desmet,

coördinator van het city host-project in Antwerpen

WEES VOORBEREID OP SUCCES

Waarom zijn jullie gestart met city hosts?

“We willen van Antwerpen een nog gastvrijere stad maken. City hosts bieden onze bezoekers een meer persoonlijke, authentieke beleving. Bovendien verhoogt het project de betrokkenheid van onze inwoners en ondernemers, en versterkt het zo het draagvlak voor toerisme in onze stad. Het kernwoord is verbinding. Het menselijk contact zorgt voor dat dubbele positieve effect: voor de bezoekers een warm onthaal en voor de bewoners een groter gevoel van verbondenheid met hun stad.”

Wat zijn de opportuniteiten en de uitdagingen als je werkt met city hosts?

“Het enthousiasme bij de bewoners is enorm: in nog geen jaar zitten we aan meer dan 750 inschrijvingen. Iedereen kan deelnemen, en je kan je engagement op een heel persoonlijke, eigen manier invullen. Het is dus een heel inclusief project - we proberen bijvoorbeeld ook nieuwkomers in de stad te betrekken.”

“Nu we zo veel vrijwilligers hebben, is de grootste uitdaging om al die mensen gemotiveerd en betrokken te houden. De informatie en communicatie organiseren en centraliseren is ook een grote uitdaging. Versnipperde communicatie is een risico, omdat bijvoorbeeld niet iedereen actief is op sociale media.”

“Een andere uitdaging is hoe we de effecten van ons project kunnen meten. De enige bron die we hebben, is de rapportering van de city hosts. Wat we wel kunnen meten is hoeveel hosts er deelnemen aan de activiteiten die we voor hen organiseren. Hoe meer hoe beter. We zoeken dus continu musea, attracties en andere partners om samen activiteiten op poten te zetten.”

Heb je tips voor organisaties die overwegen om te starten met city hosts of lokale ambassadeurs?

“**TIP 1:** denk goed en lang na over je concept, want er zijn veel manieren om lokale ambassadeurs in te zetten. Omschrijf duidelijk wat je verwacht van hen en wat zij mogen verwachten van jou.”

“**TIP 2:** wees voorbereid op succes, want we hebben gemerkt dat het enthousiasme groot is. Mensen willen hun stad echt delen met anderen. En zie het ook als een sociaal project. Je werkt met vrijwilligers die een netwerk zoeken – dat zorgt voor veel mooie menselijke verhalen.”

“**TIP 3:** onderschat de kracht van persoonlijk contact niet. Een echte ontmoeting heeft veel meer effect dan honderd digitale berichtjes.”



VINDEN EN WERVEN VAN LOKALE AMBASSADEURS



Je wil bewoners overtuigen om lokaal ambassadeur te worden.
Maar hoe begin je daaraan?

Maak eerst een lijstje met de taken die je aan je lokale ambassadeurs wil toevertrouwen. Stel vervolgens op basis daarvan een profiel op.

Over welke eigenschappen beschikken lokale ambassadeurs?

GOEDE AMBASSADEURS:

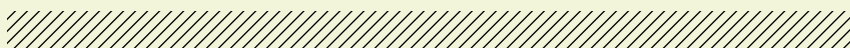
- kennen hun plek door en door
- houden van hun plek en zijn er fier op
- zijn enthousiaste verhalenvertellers
- zijn authentiek en brengen eerlijke verhalen die herkenbaar zijn voor de bezoeker
- houden van menselijke contacten en zijn open en gastvrij tegenover iedereen
- zijn positief ingesteld
- zijn nieuwsgierig naar ontmoetingen en nieuwe ontwikkelingen op hun plek
- ...

Probeer er ook voor te zorgen dat je groep lokale ambassadeurs divers genoeg is. In het ideale geval vormen ze een afspiegeling van de hele bevolking van je plek.

Hoe maak je bewoners warm om lokaal ambassadeur te worden?

Veel bewoners zijn sowieso al ambassadeurs van hun plek, zelfs al zijn ze er zich niet van bewust. Ze 'stoefen' tegen vrienden en kennissen over hun stad of dorp. Ze nodigen collega's uit om er eens op bezoek te komen. Ze tippen toeristen die hen aanspreken over hun favoriete plekjes in de stad.

Toch is het een hele stap om van daaruit lokaal ambassadeur te worden. Bewoners zetten die stap niet van de ene dag op de andere. Het is een geleidelijk proces, maar je kan het op verschillende manieren stimuleren.



Nodig de bewoners uit op een gratis rondleiding door hun eigen plek.

Zo (her)ontdekken ze de troeven van hun plek, gaan ze die meer appreciëren en voelen ze zich er meer mee verbonden.



Visit Leuven organiseerde een rondleiding voor locals en internationals met als thema: 'Beleef Leuven door de ogen van een toerist'. Behalve de highlights kwamen ook minder bekende locaties (gezellige parkjes, unieke winkels...) aan bod. Veel Leuvenaars kwamen op plaatsen in hun stad waar ze zelf nog nooit geweest waren. Via het scheurblokje 'Tips from Locals' konden ze hun persoonlijke tip voor (inter)nationale bezoekers achterlaten bij het onthaal van Visit Leuven. De rondleiding was het startschot van een langdurig traject: Visit Leuven wil regelmatig activiteiten organiseren en zo een actieve community van locals oprichten.



© Karl Brumix

Musea en erfgoedsites houden opendeurdagen of bieden eenmalig gratis toegang aan bewoners. Die krijgen toepasselijke informatie en kunnen spreken met vertegenwoordigers van de plek.



In 2021 organiseerde **Toerisme Vlaanderen** als nieuwe eigenaar ontmoetingsdagen op het kasteeldomein van Poeke. In drie dagen tijd kwamen 650 belangstellenden een kijkje nemen. Ze kregen interessante informatie en historische weetjes. Via een korte bevraging konden ze hun ideeën en suggesties voor de plek achterlaten. Heel wat bezoekers brachten ook verhalen, oude foto's en herinneringen mee. Al die informatie verwerkt Toerisme Vlaanderen in een participatief toekomsttraject dat het kasteel en het domein wil laten herleven.

Vraag bewoners naar hun favoriete tips.

Visit Hoogstraten vervangen door : Visit Hoogstraten vroeg haar bewoners-ambassadeurs naar hun favoriete plekjes en verwerkte die informatie tot [tips voor bezoekers](#).

Visit Maasmechelen verspreidt [een brochure](#) waarin 12 ambassadeurs Maasmechelen profileren als 'natuuroplaadpunt'.

Vraag bewoners wat hun plek zo apart maakt, wat ze eraan bindt, waarom ze er trots op zijn

Vraag bewoners wat nu al goed loopt en waar ze nog van dromen. Zo creëer je een gemeenschappelijk doel en maak je bewoners enthousiast om daar samen naartoe te werken.





In 2020 organiseerde **Visit Mechelen** verschillende ambassadeursinitiatieven, onder meer in de dorpen rond de stad. 77 bewoners namen deel aan zes digitale sessies, één voor elk dorp. Ze kregen de vraag: 'Deel met ons wat jouw dorp tot jouw dorp maakt, en wat je droom is voor je dorp.' Op basis van hun antwoorden selecteerde Visit Mechelen 90 ideeën. Daaruit kwamen onder meer wandelingen en fietsroutes voort.

Zeker bij een nieuw project is het belangrijk om bewoners van bij het prille begin te informeren en te betrekken. Zo geef je ze het gevoel dat ze samen meebouwen aan de toekomst.

Organiseer vormingen en workshops over lokaal ambassadeurschap in je plek.



Crescendo CVO in Mechelen organiseert de vorming '[ambassadeur van Mechelen](#)'. Geboren en getogen Mechelaars, of mensen die een band hebben met de stad, gaan samen op ontdekkingsstocht door de stad en haar omgeving. Ze leren de verborgen plekjes kennen en de boeiende verhalen van de mensen die er wonen. Je leest er meer over in de brochure '[Lokaal ambassadeurschap. Inspirerende voorbeelden om bewoners en ondernemers bij je werking te betrekken](#)' (pagina 23-26).

Organiseer een infomoment.

Leg persoonlijk uit waarom je op zoek bent naar lokale ambassadeurs. Of beter nog: als er al een team van ambassadeurs is, laat hen dan vertellen wat het voor hen betekent en waarom ze het doen.

Maak ruim de tijd om vragen van geïnteresseerden te beantwoorden. Uit hun reacties kan je veel opsteken. Wees bereid om je verhaal eventueel bij te sturen. Vraag ook of je ze op de hoogte mag houden van je plannen en of ze verder betrokken willen worden, bijvoorbeeld door deel uit te maken van een overleggroep of door vrijwilligerswerk te doen.

Als teken van waardering kan je geïnteresseerden een attentie aanbieden: een gratis brochure over de plek, een gratis drankje in de bar, een plantje... Zo versterk je hun sympathie voor en betrokkenheid met de plek.

Combineer verschillende benaderingen.

Hierboven lees je op welke manieren je bewoners kan aanmoedigen om ambassadeur te worden. Niets belet je natuurlijk om die verschillende manieren te combineren.





In de zomer van 2021 opende de Sint-Godelieveabdij in Brugge voor het eerst in bijna 400 jaar haar deuren. Meer dan 15.000 mensen, onder wie heel wat Bruggelingen, grepen deze unieke kans om de site te bezoeken. Na afloop werden ze vergast op een hapje en een drankje in de kloostertuin en konden ze Ideeën geven over de toekomstige invulling van de site. Bij hun vertrek konden ze aangeven of ze op de hoogte gehouden wilden worden van de verdere plannen en eventueel vrijwilliger wilden worden op de site.



Start met een eenmalig engagement.

Laat geïnteresseerden eens een keertje meedraaien, om te zien wat het geeft. Begin met een eenvoudige taak die geen voorkennis vereist. Is hun ervaring positief, stel ze dan voor om hun engagement uit te breiden.

Speel in op de verwachtingen van de ambassadeurs.

Mensen hebben bepaalde verwachtingen als ze zich inzetten voor een organisatie. De Britse onderzoekster Katharine Gaskin onderscheidt acht krachtlijnen van eigentijds vrijwilligerswerk en vatte ze samen onder de noemer '[flexivol](#)'.

Wees niet opdringerig.

Hou geïnteresseerden op de hoogte, maar verwacht niet dat ze zich meteen voor een langere periode engageren. Bied ze tijd en ruimte om stapsgewijs vertrouwd te raken met lokaal ambassadeurschap.



Hoe communiceer je op een enthousiaste manier?

Schrijf een wervende oproep en verpak die op een opvallende, creatieve manier. Hou het beknopt en verwijs voor meer informatie door naar je website. Vergeet ook niet campagne te voeren: verspreid opvallende flyers, bedenk leuke zoekertjes ...

Hoe schrijf je een wervende tekst?

- Start met een titel die de nieuwsgierigheid prikkelt.
- Hou je boodschap kort en eenvoudig. Vermijd moeilijke woorden, ingewikkelde constructies en passieve zinnen.
- Schrijf je oproep vanuit het gezichtspunt van de bewoners. Beeld je in dat jij de oproep te lezen krijgt: zou hij je prikkelen, zou je erop reageren?
- Hou de toon licht: geef geïnteresseerden niet de indruk dat ze moeten solliciteren voor een baan. Spreek vooral hun motivatie aan.
- Laat je oproep nalezen door collega's, communicatie- en HR-medewerkers. Test hem vooraf uit bij de doelgroep. Herschrijf op basis van hun commentaren.

TIP

Het Vlaams Steunpunt Vrijwilligerswerk heeft een lijst met tips om vacatures te schrijven: ['Vrijwilligersvacatures schrijven'](#). Op eenvoudige aanvraag mailen ze de brochure naar je toe.

Je kan ook ChatGPT, CoPilot of een andere AI-tool vragen een oproep voor je te schrijven. Denk goed na over de 'prompt' die je ingeeft: hoe specifieker je vraag, hoe nauwkeuriger het antwoord. Lees het antwoord goed na en pas aan waar nodig.





Vertel een overtuigend verhaal op maat van je kandidaat-ambassadeur.

In [het vorige onderdeel](#) hadden we het over je missie, visie en ambitie. Strategisch heel belangrijk, maar je zal er geen enkele bewoner mee overtuigen om lokaal ambassadeur te worden. Vertaal daarom je missie en visie in een overtuigend verhaal en vertel het vanuit het standpunt van de kandidaat-ambassadeurs. Maak hen enthousiast door een positief toekomstbeeld te schetsen en toon welke onmisbare rol zij daarin spelen.

Speel in op 'what's in it for me?'

Bewoners kunnen allerlei redenen hebben om lokaal ambassadeur te worden: inhoudelijke, maatschappelijke, persoonlijke... Probeer die redenen te achterhalen en erop in te spelen.

Wees eerlijk en duidelijk.

Je wil achteraf niet dat bewoners zeggen: 'Had ik dat geweten, dan was ik niet op de oproep ingegaan.' Of – misschien nog erger – omgekeerd: 'Had ik dat geweten, dan had ik me heel graag ingezet.'

Hoe beter bewoners weten wat ze van jou kunnen verwachten en wat jij van hen verwacht, hoe groter de kans dat ze zullen ingaan op je oproep. Op je website kan je onder 'Meer info?' of 'FAQ' antwoorden geven op vaak gestelde vragen, zoals:

- Wat is mijn takenpakket?
- Welke kennis en vaardigheden worden er van mij verwacht?
- Kan ik me tijdelijk inzetten, of moet ik een engagement op langere termijn aangaan?
- Kan ik zelf bepalen waar, wanneer en hoe ik mijn taken uitvoer?
- Moet ik een minimumaantal uren per week/per maand beschikbaar zijn?
- Krijg ik hulp van iemand van het team?
- Krijg ik een vorming?
- Ben ik verzekerd tegen ongevallen?
- Wat krijg ik in ruil voor mijn inzet?
- Kan iedereen deelnemen of is er een intakegesprek?
- ...



Waar vind je kandidaten?

Breng je netwerk in kaart.

Begin bij je eigen organisatie, maar denk ook aan organisaties waarmee je al samenwerkt of die vergelijkbare doelstellingen hebben, en aan je ruimere netwerk in je dorp, gemeente, stad of regio. Maak ze warm voor je oproep en vraag of ze je willen helpen. Organisaties die jou nog niet zo goed kennen, kan je wijzen op de voordelen van samenwerking: de kracht van een gemeenschappelijk engagement, wederzijdse praktische hulp, doorverwijzen van kandidaten ...

Maak een communicatieplan.

Heb je collega's van communicatie en HR, bespreek je plan dan met hen. Lijst ook al je communicatiekanalen op. Maak een onderscheid tussen online- en offlinekanalen en tussen je eigen kanalen en die van je partners. Dit schema geeft je alvast een overzicht.

Offline kanalen



EIGEN KANALEN

- Mond-aan-mond reclame (jezelf, collega, ambassadeurs, partners, ...);
- Gedrukte communicatiemiddelen: Affiches, folders, postkaarten, flyers;
- Eigen publieksactiviteiten: Infomomenten, workshops, evenementen, verkenningsdagen (met powerpointpresentaties, ...);
- Visuele of tastbare communicatiemiddelen die de zichtbaarheid van je oproep versterken (bv. gadgets);
- ...

GEMEENTE

- Magazine van de gemeente;
- Digitale borden in de gemeente;
- Wekelijkse markt;
- Bibliotheken (flyerrek, schermen, activiteitenbord);
- Lokale dienstencentra of buurtwerkingen (voor een oudere of zorggerichte doelgroep);
- Jeugdhuizen of cultuurcentra (voor jongere doelgroep of creatieve partnerships);
- Scholen;
- Openbare vervoerspunten (vb. affiche op een bushokje of infobord station);

- Evenementen van de gemeente waaraan je deelneemt (beurzen, vrijwilligersmarkten, verkenningsdagen, ...)

MEDIA KANALEN

- Lokale radio, tv, (geschreven) pers
- ...

Online kanalen



EIGEN KANALEN

- Website (onderdeel 'lokale ambassadeurs?');
- Digitale nieuwsbrief;
- Social media (Facebook, Instagram);
- YouTube (korte video met oproep of testimonial van ambassadeur);
- Een WhatsAppgroep of een verzendlijst;
- Verwijzing naar oproep in handtekening;
- ...

KANALEN VAN DE GEMEENTE

- Website (onderdeel 'lokale ambassadeurs?')
- Digitale nieuwsbrief

TIP

Als je al lokale ambassadeurs hebt, kan je ze een [enthousiaste getuigenis](#) laten afleggen. Plaats die prominent op je homepage, neem ze op in je nieuwsbrief en verwijst ernaar in je social media. Sluit af met een call to action. Je kan ook contact opnemen met de lokale pers voor een artikel of interview.

Spread the word.

Mond-tot-mondreclame is nog steeds het meest efficiënt. Vertel iedereen enthousiast over je oproep, pols of ze interesse hebben of vraag om je oproep te delen.

Schakel je ambassadeurs in.

Heb je al een netwerk van lokale ambassadeurs opgebouwd, laat hen dan zelf ook nieuwe ambassadeurs zoeken. Mensen raken sneller enthousiast van iets dat ze uit eerste hand horen.



De abdij van Herkenrode maakt al jaren succesvol gebruik van deze methode. De ambassadeurs van Herkenrode zijn actief als vrijwilliger op het terrein en zetten hun competenties in om de ziel van de plek te bewaren en open te stellen. Ze spreken hun familie, vrienden en kennissen aan en werven door hun authentieke overtuigingskracht nieuwe ambassadeurs voor verschillende taken.



Organiseer verkennings- en infodagen, evenementen...

Nodig bewoners uit en laat hen zelf de troeven van de plek ontdekken en beleven. Maak ze enthousiast, informeer naar hun mening, vraag om suggesties. Verwijs hen naar je website, of beter nog: vraag of je hen op de hoogte mag houden via een nieuwsbrief. Hou je aan je woord en stuur dan ook de nieuwsbrieven. Je kan ze ook de kans bieden om eens mee te werken aan een actie – geheel vrijblijvend uiteraard.





Wees aanwezig op je eigen plek.

Het woord zegt het: lokaal ambassadeurschap is per definitie lokaal. Wees daarom zelf prominent aanwezig op je eigen plek, zowel digitaal als in het straatbeeld. Neem deel aan lokale evenementen, bijvoorbeeld met een infohoekje waar geïnteresseerden bij jou of bij overtuigde ambassadeurs terecht kunnen voor info en vragen.



Sommige steden en gemeenten in Vlaanderen en Brussel organiseren vrijwilligersfestivals of -markten: raadpleeg hiervoor de website van je gemeente of stad. In het Deense Aarhus gaat maandelijks een '[speed meeting](#)' door waar organisatoren hun project kunnen voorleggen aan vrijwilligers.

Zorg ervoor dat je oproep duidelijk zichtbaar is op de plek zelf, maar ook op digitale infoborden van de gemeente. Laat zoekertjes achter in de supermarkt om de hoek, verdeel flyers, spreek mensen aan... Je kan ook contact opnemen met de gemeente: wie weet willen zij je oproep wel publiceren in het gemeentelijk infoblad.

Evalueer je communicatiekanalen.

Als je later nog een nieuwe oproep wil doen, is het handig als je weet wat de voor- en nadelen van elk kanaal zijn en welk kanaal het meeste effect heeft.



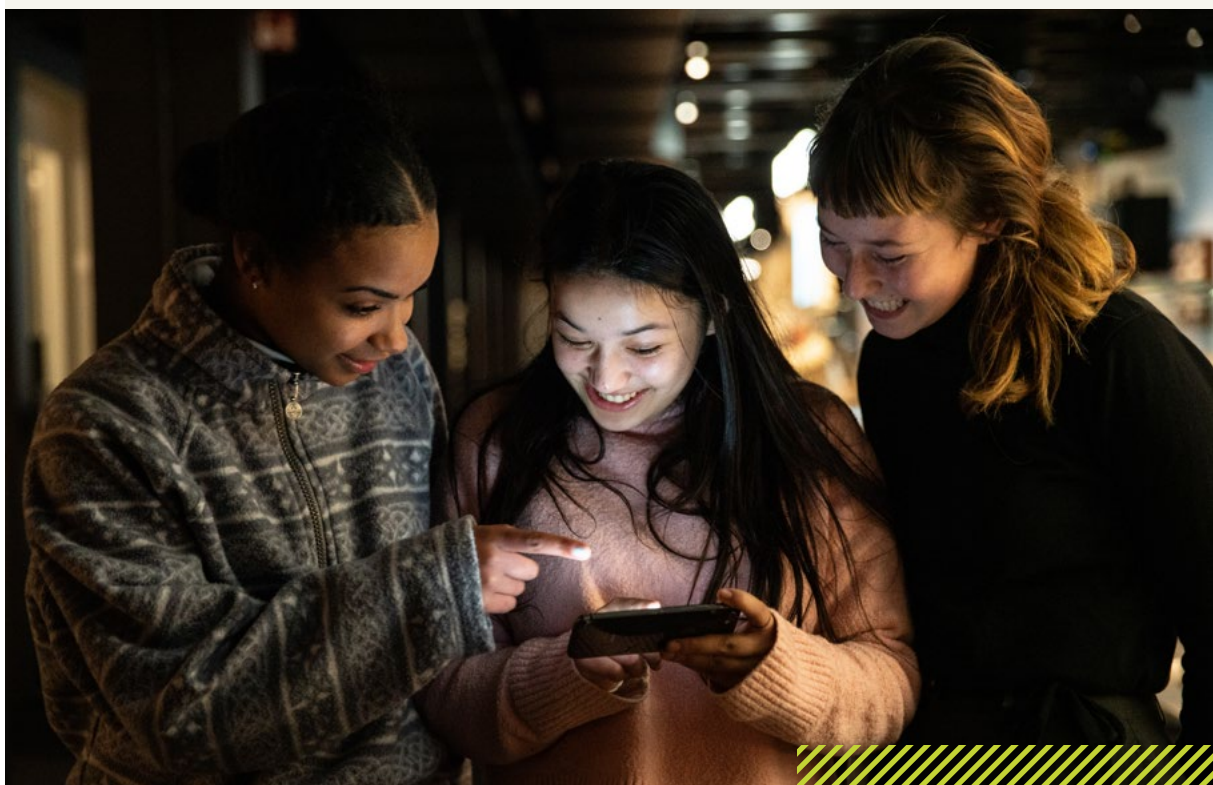
Hoe betrek je jongeren?

Jongeren zijn de toekomst. Ze hebben vaak nieuwe, originele ideeën en kunnen je werking een boost geven. Daarom kan het een goed idee zijn om hen te betrekken bij je plannen.

TIP

In het '[ABC van het vrijwilligerswerk in de erfgoedsector](#)' van Faro vind je enkele tips over hoe je dat kan aanpakken:

- Laat jongeren zoveel mogelijk hun ding doen. Geef ze een kader (financiële middelen, correcte administratie...) waarbinnen ze zelf aan de slag kunnen.
- 'Voor jongeren, door jongeren': laat jongere vrijwilligers een aanbod of product uitwerken voor bezoekende leeftijdsgenoten. Zij weten het best hoe ze hen moeten aanspreken en wat hen boeit.
- Betrek jongere vrijwilligers bij strategische keuzes, zoals de inrichting van een museum of de communicatiestrategie. Zo stem je je werking sterk(er) af op hun leefwereld en interesses én geef je je organisatie een eigentijdser imago.
- Jongeren vinden het belangrijk om met leeftijdsgenoten op te trekken. Rekruteer daarom een paar jongeren tegelijk, of zorg voor een aparte jongerengroep. Laat je een jongere vrijwilliger meedraaien in de reguliere werking? Vermijd dan een te groot leeftijdsverschil met de rest van de groep: voor jongeren kan dat een reden zijn om af te haken.
- De meeste jongeren hebben een voorkeur voor afgeijnde engagementen, zowel in tijd als in scope. Denk aan losse opdrachten, activiteiten of projecten.



UITGELICHT

BLIKOPENERS BIJ

STEDELIJK MUSEUM AMSTERDAM



JONGEREN VOELEN ZICH MEER OP HUN GEMAK BIJ EEN JONGE GIDS

[Blikopeners](#) zijn Amsterdamse jongeren tussen de 15 en 19 jaar die een jaar lang werken bij het Stedelijk Museum. Ze maken er leeftijdsgenoten enthousiast voor kunst en cultuur door middel van workshops, evenementen, speedtours en peer to peer-rondleidingen. Die organiseren ze zelf, naar eigen inzicht. Vaak zijn ze er erg trots op en nodigen ze familie en vrienden uit om deel te nemen. Zo komen veel van die mensen voor het eerst met het Stedelijk in contact.

Tijdens hun rondleidingen gaan Blikopeners ook altijd gesprekken aan met bezoekers en wisselen ze persoonlijke meningen over het museum en de kunstwerken uit. Ze stellen veel vragen. Dat maakt de rondleidingen (inter)actiever en geeft jongeren het vertrouwen om een mening over te vormen over kunst. Bezoeker [Abdullah \(18\)](#): “Je voelt je toch wel meer op je gemak bij een jong iemand. Zo van: als een jong iemand zich erin kan verdiepen, dan kan ik het ook.”

Improviseren

Uit evaluaties bleek dat jongeren veel beter luisteren naar hun peers dan naar oudere rondleiders. Ze zullen ook sneller antwoorden op vragen of deelnemen aan een gesprek. Dat komt doordat peer-rondleiders het beste weten hoe ze leeftijdsgenoten moeten benaderen, wat die wel of niet interessant zullen vinden, en op welke manier ze de informatie moeten aanbrengen. Zelfs als de jongeren andere interesses hebben, zullen ze veel sneller geneigd zijn om oprecht te luisteren naar peers dan naar oudere museummedewerkers. Dankzij Blikopeners krijgen jongeren meer vertrouwen om kunst te interpreteren en zich een eigen mening over kunst te vormen.

Blikopener [Oumaima](#): “In klassiek opgevatte rondleidingen staat de kunst meestal centraal. De gidsen die de rondleidingen geven, wijken niet snel af van hun vaste route met kunstwerken die ze tot in de details kennen.” Blikopeners passen zich meer aan de bezoekers aan. Als ze merken dat hun



© Maarten Nauw

publiek afhaakt of in andere zaken geïnteresseerd is, zullen ze sneller improviseren. Vertellen over de kunstwerken is uiteraard belangrijk, maar de rondleiding draait om wat de bezoekers willen weten.

Niet enkel de bezoekers groeien. Ook de Blikopeners zelf ontdekken heel wat nieuwe kanten en talenten. **Kaoutar:** “Blikopeners zien dit niet als gewoon bijbaantje, maar als iets dat je doet voor je persoonlijke ontwikkeling en zelfvertrouwen.” Nagenoeg alle Blikopeners kijken tevreden terug op hun tijd bij het Stedelijk. Voor het museum is hun inbreng onbetaalbaar. De frisse blik die de Blikopeners op kunst werpen, de manieren

waarop zij andere jongeren weten te bereiken en de energieke sfeer die ze meebrengen, houden het museum(personeel) scherp. Het Blikopeners-traject zorgt daarom voor een vruchtbare wisselwerking, waar het Stedelijk op voort kan bouwen.

Benieuwd welk impact het Blikopenersprogramma gehad heeft op lange termijn en welke aanbevelingen je hieruit kan meenemen? Lees het in [het derde impactonderzoek van 2024](#).

(Gebaseerd op artikel ‘[Een open blik op het Stedelijk. Een project voor en door jongeren](#)’)

Dit project vormt een uitzondering op de andere cases in deze brochure, omdat de jongeren een vergoeding krijgen. Maar wat alle andere aspecten betreft, is het een zeer geslaagd voorbeeld van lokaal ambassadeurschap waarin jongeren en diversiteit een belangrijke rol spelen.

Hoe maak je het ambassadeurschap diverser en inclusiever?

Het is beter als lokale ambassadeurs een afspiegeling zijn van de bredere bevolking van de plek. Daarom kiezen steeds meer organisaties voor een inclusieve aanpak.

TIP

Het **Vlaams Steunpunt Vrijwilligerswerk** heeft een brochure over dit thema gepubliceerd: '[Inclusief vrijwilligerswerk. 10 ingrediënten voor een toegankelijke vrijwilligerswerking](#)'. Op eenvoudige aanvraag mailt het Steunpunt je de brochure toe.

Histories ontwikkelde de brochure '[Hoe betrek je vrijwilligers in maatschappelijk kwetsbare posities bij je erfgoedorganisatie](#)'.

Ze interviewden 20 erfgoedorganisaties over hoe en waarom zij aan inclusieve vrijwilligerswerking doen.

Andere websites met tips:

- [Diversiteitspraktijk](#)
- [Demos](#)
- [Wij, vrijwilligers. Samen sterk in inclusie.](#)



Bij **PARCUM**, een Leuvens museum rond religieuze kunst en cultuur, werken zes dialoogduo's: een vaste gids die de dialoog aangaat met het publiek én met een dialooggids met een andere culturele of levensbeschouwelijke achtergrond. Je leest er meer over in pagina 20-21 van [deze brochure van Histories](#), en in de [dialooggidsen van PARCUM](#).

Het Antwerpse **Red Star Line-museum** zet in op [taalvrijwilligers](#): anderstaligen die hun Nederlands willen oefenen in de dagelijkse praktijk. Ze ontvangen bezoekers, brengen koffers en objecten voor gidsbeurten op orde en helpen bij binnen- en buitenactiviteiten. Omgekeerd houdt het museum via hen de vinger aan de pols van de stedelijke diversiteit.



UITGELICHT: GASTVROUW IN HET MAS



Abigail De Ridder,
gastvrouw in het MAS

HIER KAN IK ZIJN WIE IK BEN

Abigail De Ridder is 27 jaar en woont in Antwerpen. Ze heeft een fysieke en een lichte mentale beperking. Twee dagen per week gaat ze naar het Dagcentrum Prinsenhof in Hove. Abigail speelt G-Hockey in Edegem, én ze is gastvrouw in het MAS, het Museum aan de Stroom.

Wat houdt dat precies in?

“Ik verwelkom de bezoekers op een gastvrije manier en maak ze wegwijs in het museum en de tentoonstellingen. Ik help ze om hun polsbandjes aan te doen, ik wijs ze de weg naar de lift... Ik ben superfier op mijn job!”

Hoe ben je in het MAS terechtgekomen?

“Ik heb drie jaar een opleiding gevolgd bij Brake-Out in Antwerpen. Daar leer je je talenten te ontdekken en te ontwikkelen.”

“Bij Brake-Out moesten we ook een stageplek vinden. Via mijn begeleider Bas zijn we bij het MAS terechtgekomen. Ik ben erg geïnteresseerd in cultuur, en ik weet er veel van. Ik reis ook graag.”

“Het MAS is ook goed bereikbaar voor mij. Ik kan er zelf naartoe met de tram, en een stukje te voet. Vanuit het dagcentrum heb ik een aantal jaren trajectbegeleiding gekregen: dat heeft me geholpen om zelfstandiger te worden. Da's heel belangrijk voor mij.”

Wat motiveert je om dit te doen?

“In mijn job kan ik gewoon zijn wie ik ben. Ik ben zeer sociaal, praat graag met mensen en help ze graag verder.”

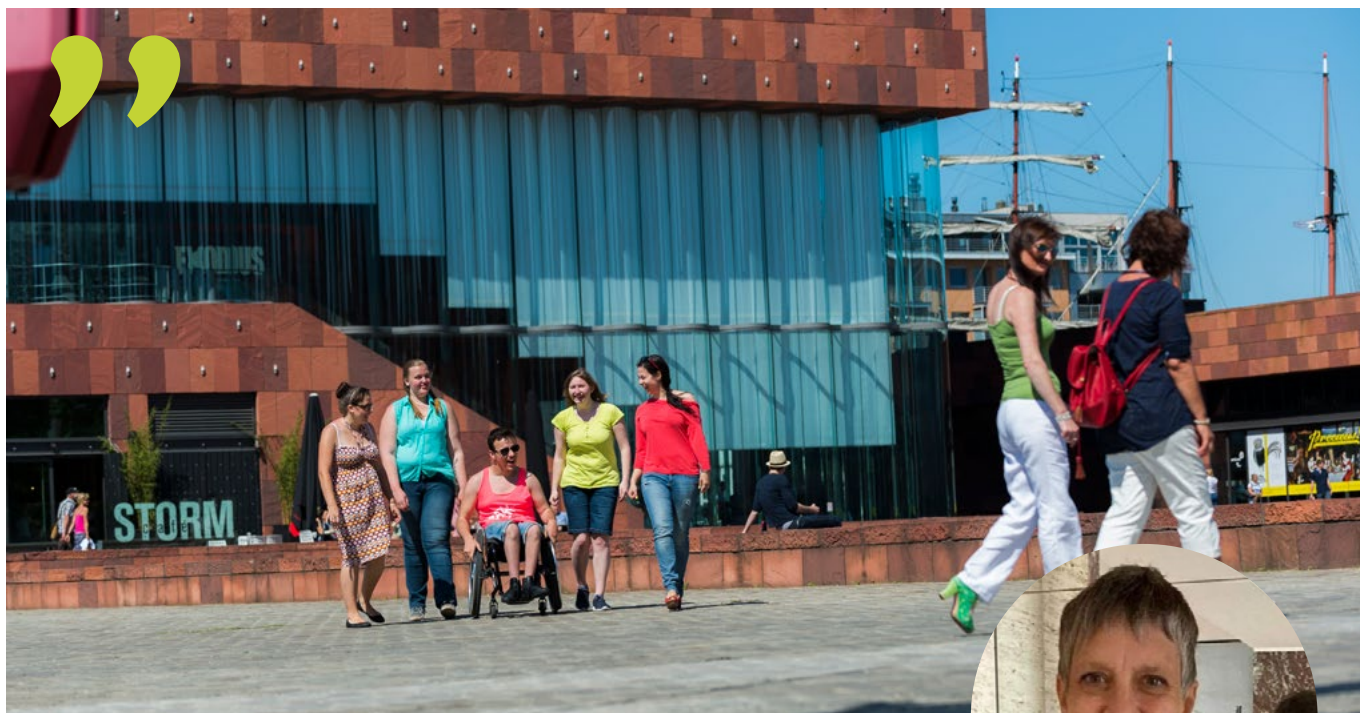
“Ik kom hier ook met veel verschillende mensen en nationaliteiten in contact. Ik spreek al vlot Engels, en ik volg elke dinsdagvoormiddag Engelse les. Heel handig om extra woordjes bij te leren. Frans is wat moeilijker, maar ik behelp me wel. Ik doe ook oefeningen via de Duolingo-app.”

“Ik ben hier gegroeid – in mijn job, maar ook als mens. Je hebt soms een ‘handleiding’ nodig om met mensen met een beperking om te gaan. Maar mijn collega's begrijpen en ondersteunen me. Ik word gewaardeerd, en ik ben helemaal opgenomen in het team. Da's echt wel belangrijk voor mij. Als ik me niet goed zou voelen, zou ik dichtklappen. Nu leer ik elke dag nieuwe dingen.”

In het MAS loopt een tentoonstelling met werken die gekozen zijn door museumvrijwilligers. En jij bent er ook bij!

“Ik was zóóóóóó fier dat ik uit al die vrijwilligers gekozen werd! Ik mocht een kunstwerk selecteren dat me aansprak uit het depot, samen met een curator. Op zich al een hele belevenis. Het is een mooie keramische offerschaal uit de tijd van de Maya's geworden. En zo ‘hang’ ik dus – met mijn foto en een woordje uitleg – een heel jaar in het Kijkdepot op de tweede verdieping van het MAS. Hoe geweldig is dat?!”

“Jij komt toch ook eens kijken, hè?”



Cathy Pelgrims,
coördinator publieks-
werking MAS

DE KRACHT VAN EEN ORGANISATIE ZIT IN ÁL HAAR MEDEWERKERS

Jullie hebben een erg diverse groep lokale ambassadeurs. Welke meerwaarde bieden die?

“Het MAS wil een museum zijn over de wereldwijde verbondenheid tussen mensen en tussen collecties. Iedereen van ons behoort tot meerdere groepen, die samen één wereld delen. Daarom bieden we duiding aan vanuit meerdere perspectieven en moedigen we openheid tegenover verschillende visies aan. Het inzetten van vrijwilligers met een diverse achtergrond draagt daartoe bij. De kracht van een organisatie zit in ál haar medewerkers.”

Wat zijn de opportuniteiten en uitdagingen als je werkt met lokale ambassadeurs?

“Het MAS is een internationaal museum met lokale verankering. Werken met vrijwilligers is één van de manieren om in te spelen op de dynamiek van de stad. Bovendien vervullen ze allerhande levensnoodzakelijke rollen: ze brengen inhoudelijke collectie-expertise aan die wij zelf niet in huis hebben, ze helpen onze collecties registreren,

ze zorgen als gastheren en -vrouwen voor een gastvrije plaats waar elke bezoeker zich welkom voelt ... De grootste uitdaging is tot een divers team met verschillende profielen te komen.”

Heb je tips voor organisaties die overwegen om te starten met lokaal ambassadeurschap?

“TIP 1: vertrek vanuit de eigenheid van je huis. Vrijwilligers schrijven graag mee aan jouw unieke verhaal.”

“TIP 2: maak een realistische inschatting van de tijd en energie die je collega's aan je project willen besteden. Want een professionele individuele begeleiding en coaching van de vrijwilligers is cruciaal.”

“TIP 3: zoek je vrijwilligers via verschillende kanalen. Gebruik bijvoorbeeld niet alleen sociale media of nieuwsbrieven, maar werf ook actief en gericht via plaatselijke organisaties, bestaande netwerken of nieuwe samenwerkingen.”

Verwachten lokale ambassadeurs een financiële vergoeding?



Lokale ambassadeurs zijn geëngageerde bewoners die zich uit overtuiging inzetten voor hun plek. Een tussenkomst in hun onkosten of een vrijwilligersvergoeding is welkom, maar ze verwachten geen 'loon'. Andere vormen van waardering zoals previews, vip-avonden, lezingen en dankfeestjes appreciëren ze des te meer.

"Ik wou geen financiële vergoeding krijgen voor wat ik hier doe. We worden zo al in de watten gelegd."

Frank De Muynck,
vrijwilliger bij het GUM
(Gents Universiteitsmuseum)

Voer je een intakegesprek met kandidaten of niet?



Dit is een gevoelige kwestie. Sommige organisaties kiezen er bewust voor om intakegesprekken te voeren. Andere vinden dan weer dat zoiets ingaat tegen hun waarden van openheid en inclusiviteit, en verwelkomen iedereen die zich spontaan aanmeldt.

Wat je ook beslist, hak de knoop door vóór je de oproep lanceert. En als je hiertoe besluit, communiceer het duidelijk vooraf. Toets je tijdens een intakegesprek naar de motivatie en waarden van de kandidaten? Vraag je ze een opdracht uit te voeren?

Voel je tijdens een intakegesprek dat mensen foute verwachtingen hebben, zeg dat dan eerlijk. Probeer ze door te verwijzen naar andere organisaties waar ze zich meer op hun plaats zullen voelen. Zo versterk je tegelijk ook je eigen netwerk.

Melden zich meer kandidaten aan dan je nodig hebt, dan kan je er weigeren. Om teleurgestelde reacties te vermijden kan je eventueel een reservelijst aanleggen, maar doe dat alleen als je die ook echt wil gebruiken.

Vergeet niet dat ook een kandidaat ervoor kan kiezen om tijdens of na jullie gesprek af te haken. Probeer dan te weten te komen waarom: wellicht steek je er iets van op.

Hoeveel kandidaten heb je nodig?



Maak een inschatting van het minimumaantal ambassadeurs dat je nodig hebt. Een ruimere pool is geen overbodige luxe, bijvoorbeeld tijdens piekperiodes of wanneer andere ambassadeurs

verhinderd zijn of (tijdelijk) wegvallen. Beter te veel mensen dan te weinig. Bovendien versterk je zo het groepsgevoel onder je ambassadeurs.



Werf je eenmalig of herhaaldelijk lokale ambassadeurs?

Veel hangt af van je opzet. Voor een eenmalig of kortlopend project is één oproep vaak genoeg. Voor een langer lopend of permanent project zal je geregeld nieuwe oproepen moeten doen.

Ambassadeurs komen en gaan.

Ze haken af om persoonlijke redenen, verhuizen, zoeken een nieuwe uitdaging... Mensen voelen zich minder dan vroeger gebonden aan organisaties. Ook daarom is het beter om een ruime pool te hebben, zodat je werking niet stilvalt.

Neem liever het zekere voor het onzekere. Investeer bijvoorbeeld in duurzaam wervingsmateriaal: op termijn bespaart het je kosten.

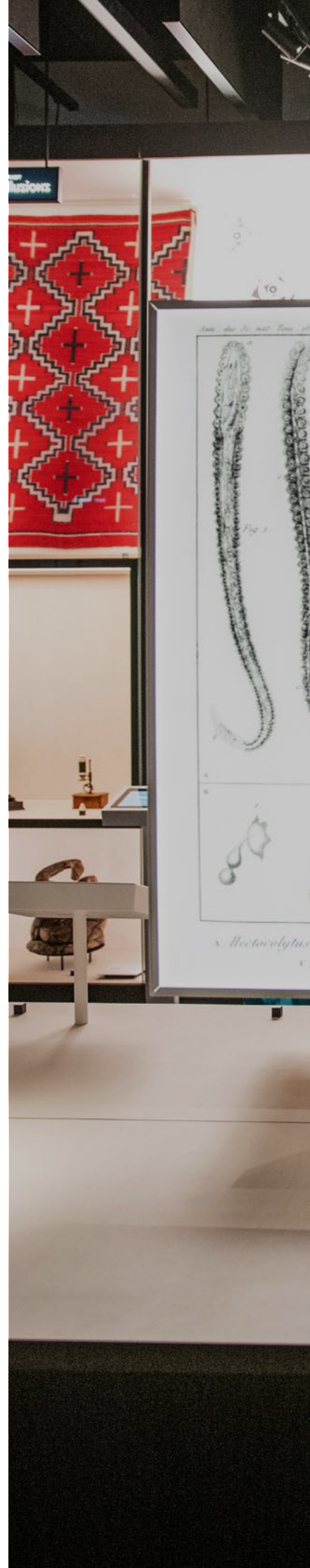
Leer uit je ervaringen.

Welke kanalen waren succesvol, welke niet? Zijn er periodes of momenten waarop je makkelijker ambassadeurs kan werven? Neem het op in je planning.

TIP

Het Vlaams Steunpunt Vrijwilligerswerk heeft een publicatie over '[Vrijwilligers werven](#)' die je gratis kan downloaden. De brochure bevat praktijkvoorbeelden en een invulsjabloon dat je kan gebruiken om je eigen wervingsplan op te stellen.

Het Steunpunt Vrijwilligerswerk Brussel heeft een praktisch en overzichtelijk '[canvas](#)' gemaakt voor een wervingsplan.





Frank De Muynck,
host in het GUM

UITGELICHT:
HOST IN HET GUM

WE MAKEN DEEL UIT VAN EEN ECHTE FAMILIE

Frank De Muynck (68) is gepensioneerd havenluitenant en werkt als host in het GUM, het Gents Universiteitsmuseum.

"Dat houdt in dat ik bezoekers verwelkom aan de ingang. Ik geef ze een woordje uitleg over de achtergrond van het GUM, wat ze er allemaal kunnen zien en welke tijdelijke tentoonstellingen ze kunnen bezoeken. We hebben een basisopleiding gekregen van het museum, maar verder verwelkomt elke host de bezoekers op haar of zijn manier. Intussen zijn mijn taken uitgebreid en help ik ook bij de digitalisering van de collectie gedroogde plantenspecimens en van de dierkundige collecties."

Nieuwe contacten

"Vrienden hadden me verteld dat er een nieuw museum zou opengaan in Gent en dat het op zoek was naar vrijwilligers. Ik ging net met pensioen, en vrijwilliger worden bij het GUM leek me een goede manier om nieuwe sociale contacten op te bouwen, zowel met collega's bij het museum als met de bezoekers."

"Daarnaast wilde ik ook mijn schouders zetten onder dat nieuwe museum: ik stond achter hun visie en wou mijn steentje bijdragen. Want een museum runnen – zeker een gloednieuw – is niet vanzelfsprekend. En ook het concept van het gastvrij onthalen stond me aan."

In de watten

"Ik heb wel voorwaarden gesteld: ik wou geen vaste verplichtingen en ik wou tijd overhouden om voor mijn kleinkind te zorgen of andere dingen te doen."

We krijgen anderhalve maand op voorhand een planning waarop we kunnen aangeven welke shifts we voor onze rekening kunnen nemen. Het is niet meer dan logisch dat we die afspraken nakomen, maar stel dat er iets onverwachts tussenkomen, dan vinden we daar een oplossing voor."

"Ik wou ook geen financiële vergoeding. We worden hier als vrijwilliger zo al genoeg in de watten gelegd. We hebben een basisopleiding gevolgd, en we krijgen regelmatig de mogelijkheid om aan workshops, rondleidingen of vormingsmomenten deel te nemen. Ook de moeite: we hebben een museumpas gekregen. Alle vrijwilligers, gidsen, studenten en medewerkers van GUM kunnen verder de 'community salons' bijwonen. Dat zijn activiteiten voor onze interne community: we gaan in gesprek met een gast om ons inzicht in de werking en de thematieken van het museum te vergroten. Volledig vrijblijvend overigens. Onlangs heb ik zo een workshop gevolgd over hoe je mensen met een auditieve beperking kan opvangen. Ze verwelkomen met een goedendag of goedendag in gebarentaal maakt echt wel een wereld van verschil."

"Ik zie dat de mensen van het GUM fier op ons zijn. En als ik aan het werk ben, komt er steevast iemand van het team me even groeten of een praatje slaan. We hebben ook een jaarlijks feest voor alle vrijwilligers. Ik kan zeggen dat ik deel uitmaak van een echte familie. En de bezoekers reageren ook heel positief. We horen vaak: 'Het is de eerste keer dat we zo gastvrij ontvangen worden in een museum!'"



Hanne Provoost,
coördinator Community
van het GUM



VRIJWILLIGERS GEVEN ONZE WERKING MEER BETEKENIS

Waarom werken jullie met lokale ambassadeurs?

“Dat we met veel vrijwilligers werken, vloeit in de eerste plaats voort uit de visie van onze organisatie, Gents Universiteitsmuseum & Plantentuin, Forum voor Wetenschap, Twijfel en Kunst. We willen een plek maken waar we naast een team van professionals enerzijds en ‘de bezoekers’ anderzijds met allerlei tussenvormen van betrokkenheid, wederzijds engagement en beïnvloeding experimenteren, onder andere van onze vrijwilligers en onze studentenwerking MuST. Onze werking krijgt zo meer betekenis, omdat al die mensen hun eigen motivaties, ideeën en vragen hebben. En het museum raakt ook meer verbonden met zijn directe omgeving.”

Welke meerwaarde bieden lokale ambassadeurs jullie?

“Dankzij het werk van vrijwilligers kunnen we meer zaken realiseren. Het gaat om waardevolle extra's die zij afhankelijk van hun rol toevoegen.”

“Bij onze hosts, een vaste groep vrijwilligers die in de museale ruimte bezoekers een introductie geven, is de grote meerwaarde dat zij met een hartelijke houding en met hun inzichten de bezoekers enthousiasmeren en duiding geven. Dat wordt door veel bezoekers gewaardeerd, zeker omdat er een zekere trots en bevlogenheid mee gepaard gaat. Ze spelen ook vragen en opmerkingen van bezoekers door, en dat is dan weer fijn en interessant voor ons.”

Wat zijn de opportuniteiten en de uitdagingen als je werkt met lokale ambassadeurs?

“Een engagement als vrijwilliger ontstaat vanuit belangstelling en gaat gepaard met een zekere vrijheid – waarmee ik niet zeg dat het allemaal vrijblijvend is. Die ontspannen ingesteldheid schept ruimte om humor en speelsheid in de omgang met de bezoekers, het team en de andere vrijwilligers te brengen, en dat vind ik een grote troef.”

“Een uitdaging zijn de soms onuitgesproken verwachtingen – zowel bij het GUM als bij de vrijwilligers. De twee partijen hebben de verantwoordelijkheid om op een integere manier na te denken en te communiceren over die verwachtingen.”

Heb je tips voor organisaties die overwegen om te starten met lokaal ambassadeurschap?

“TIP 1: zorg dat je binnen de organisatie een goed beeld hebt van waarom je wil werken met vrijwilligers, en wat de implicaties ervan zijn.”

“TIP 2: het is een voordeel als je meerdere vrijwilligers tegelijk kan laten starten, zeker als het in dezelfde rol is. Ze gaan dan samen door het kennismakings- en leerproces, en kunnen op termijn veel aan elkaar hebben.”

“TIP 3: onderschat niet hoeveel kennis en voeling in je organisatie impliciet is. Jij hebt die al, maar je vrijwilligers moeten die nog verwerven. Zorg voor informatie, beschikbaarheid, informele babbels en herhaling.”

NIEUWE LOKALE AMBASSADEURS

VERWELKOMEN



Je hebt kandidaten voor het lokale ambassadeurschap gevonden.
Nu volgt een van de belangrijkste stappen van het hele proces: de verwelkoming.

Hoe verwelkom je de ambassadeurs?

Je krijgt maar één kans om een eerste indruk te maken.

De eerste ontmoeting met de nieuwe lokale ambassadeurs is cruciaal. Dan maken ze kennis met de organisatie en het team, én met de andere ambassadeurs.

Trek genoeg tijd uit om de ambassadeurs met elkaar te laten kennismaken, van gedachten te laten wisselen en samen een fijne tijd te hebben. Dat geldt overigens niet alleen voor de start van de werking. Het is belangrijk dat ze elkaar blijven ontmoeten en een hecht team gaan vormen.

Zorg voor een gezellige en ongedwongen sfeer. Het inhoudelijke verhaal is belangrijk, maar de sfeer tijdens die eerste ontmoeting zal de verdere werking mee bepalen. Lokaal ambassadeurschap gaat om gastvrijheid. Meer nog dan in andere gevallen is het vanzelfsprekend dat je ook de ambassadeurs zelf dan op een gastvrije, ongedwongen en warme manier te onthaalt.

Maar vergeet niet: ook ongedwongen ontmoetingen vereisen een goede voorbereiding. Zorg dat iedereen goed geïnformeerd is en dat alles vlot verloopt. Een chaotische verwelkoming maakt meteen een slechte indruk.

Wat vertel je de lokale ambassadeurs?

Iedereen die komt opdagen, heeft doelbewust gekozen voor het lokale ambassadeurschap op basis van je oproep en je verhaal. Je hoeft dat dus niet nog eens uit te spellen, maar vertel de ambassadeurs wel wat je hen te bieden hebt, wat je van hen verwacht en wat niet. Wees duidelijk. Goede afspraken maken goede vrienden en voorkomen mogelijke misverstanden. Hou je verhaal positief en wervend, zodat iedereen met een goed gevoel weer naar huis gaat.

Wat je de ambassadeurs vertelt is één zaak; hoe je het vertelt is al even belangrijk. Spreek op een positieve en motiverende toon. Wees kort en gevat. Geef ook het podium aan je enthousiaste ambassadeurs van het eerste uur: zij kunnen het best uitleggen wat het ambassadeurschap betekent en welke meerwaarde het voor hen heeft.

Communicatie is cruciaal bij elke vorm van samenwerking. Lokale ambassadeurs moeten weten bij wie ze terecht kunnen met hun vragen en hoe ze onderling zullen communiceren. Er bestaat een waaier aan digitale communicatiekanalen: een WhatsAppgroep, een gesloten Facebookgroep, mails, digitale nieuwsbrieven... Da's praktisch en je wint er tijd mee, maar fysieke bijeenkomsten blijven onontbeerlijk. Sommige zaken overleg je tijdens een vergadering waar de hele groep aanwezig is en vragen kan stellen. Maar bovenal zorgen ontmoetingen voor meer sfeer en gezelligheid, verhogen ze de betrokkenheid bij het ambassadeurschap en creëren ze een teamgevoel.



Welke praktische afspraken maak je?

En wat met de administratieve formaliteiten?

Bij de start van de werking maak je praktische afspraken en breng je de administratieve formaliteiten in orde. Dat zijn niet de meest boeiende aangelegenheden, maar ze zijn wel belangrijk voor een goede werking en bieden je lokale ambassadeurs ook de nodige bescherming.

Of je die administratieve formaliteiten bij de verwelcoming organiseert of later, moet je zelf bepalen. Zorg er wel voor dat het allemaal praktisch en snel verloopt, zodat je gloednieuwe ambassadeurs niet de indruk krijgen dat ze vooral papieren ingevuld hebben.

Om welke formaliteiten gaat het:

- Registreer de gegevens van de ambassadeur die je nodig hebt.
- Let extra op met **gevoelige gegevens** (bijvoorbeeld over gezondheid, religie of geaardheid) en met Rijksregisternummers.
- [Hier](#) kan je meer informatie vinden over AVG bij vzw's.
- Hou wel rekening met de AVG (GDPR in het Engels):
 - Vraag waar nodig **toestemming** om de gegevens van je ambassadeurs te mogen verwerken. Laat hen zelf kiezen welke informatie ze willen delen.
 - Zorg ervoor dat je verwerking **proportioneel** is, dus dat je enkel de persoonsgegevens opvraagt die je echt nodig hebt om je doel te bereiken. Tip: vraag je af welke info 'nice to know' en welke 'need to know' is.
 - **Wees transparant** over wat je met de informatie gaat doen: *welke gegevens ga je verwerken? Waarom? Hoe lang bewaar je ze?*
- Denk ook aan juridische en financiële documenten: verzekeringen, terugbetaling van kosten, eventuele vergoedingen ... Voor deskundig advies kan je terecht op de [website van Vlaanderen vrijwilligt](#).
- Andere documenten om aan te denken: charter, engagementsverklaring of samenwerkingsovereenkomst, huishoudelijk reglement, deontologische code... Sommige organisaties staan erop om die documenten te laten ondertekenen bij de start van de werking. Ze kunnen er dan op terugvallen als er problemen opduiken. Andere organisaties willen dat juist niet, omdat het haaks staat op de geest van het engagement. Aan jou om te beslissen. Je bepaalt ook zelf hoe los of strak je het engagement op papier zet.

Zo kan het nuttig zijn om je ambassadeurs naar hun kennis of competenties te vragen, of te polsen in welke andere taken ze eventueel geïnteresseerd zijn – zo kan je ze daar (later) misschien ook voor inschakelen. Vraag je naar hun geboortedatum of hun startdatum als ambassadeur, leg dan uit dat je dat doet om ze op het juiste moment proficiat te kunnen wensen.

Het is handig om alle administratie van je werking van bij de start op een overzichtelijke manier en op een centrale plaats te bewaren, zodat een collega erbij kan wanneer je afwezig bent. Een eenvoudige Excel-tabel of CRM-tool volstaat. Er zijn verschillende CRM-platforms beschikbaar waarop je alle documenten van je werking overzichtelijk kan bewaren. Onder meer het [Vlaams Steunpunt Vrijwilligerswerk](#) heeft er eentje gemaakt. Je kan vrijblijvend contact met hen opnemen voor meer info.



GENTSE AMBASSADEURS IN DE GIFTSHOP



Guus Coorevits,

coördinator infobalie bij Giftshop



WIJ BOUWEN EEN BRUG TUSSEN BEZOEKERS EN BEWONERS



Guus Coorevits begon tijdens de Gentse Feesten als vrijwilliger te werken bij Giftshop. Na een jaar was hij al doorgesloopt tot coördinator van de balie: hij werft en begeleidt vrijwilligers.

“Giftshop is een lokaal informatiepunt in het Graffitistraatje, één van de meest bezochte plekken in Gent. We spreken iedereen aan die voorbijloopt: toeristen en Gentenaars, jong en oud. Iedereen die openstaat voor een gesprek, helpen we verder met alternatieve tips van locals.”

“Gent is een bruisende stad die ontzettend veel te bieden heeft. Dat is ook de toeristen niet ontgaan. Er zijn hier nog geen toestanden zoals in Barcelona en Venetië, maar op sommige momenten staat de leefbaarheid in het historische stadscentrum toch onder druk. Je kan dat negeren, je kan er boos om worden of je kan het proberen te omarmen. Bij Giftshop kiezen we daarvoor. We stellen alternatieven voor: een bruisende wijk buiten het

stadscentrum, leuke en interessante plekken die toeristen anders nooit zouden leren kennen, een winkel met authentieke Gentse producten, een restaurant met duurzaam eten voor een eerlijke prijs ... We hebben veel goede adresjes. Zo proberen we de bezoekers te spreiden over de hele stad en bij te dragen tot duurzaam en regeneratief toerisme.”

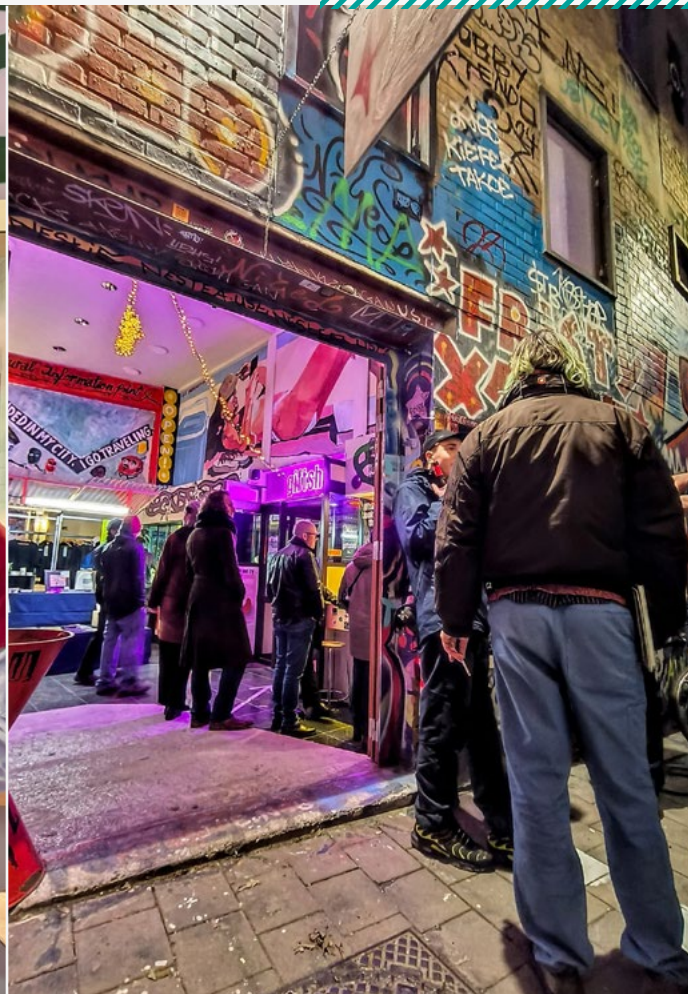
“Onze werking is alleen mogelijk dankzij een poule van jonge, geëngageerde mensen. Dat hoeven niet per se geboren Gentenaars te zijn – als ze maar op de één of andere manier verbonden zijn met de stad en ons opzet genegen zijn. Ik werf de vrijwilligers en begeleid hen. Voor ze aan de slag gaan, zit ik met ze samen en vertel welke vragen bezoekers stellen en welke antwoorden we daarop kunnen geven. Ik druk ze vooral op het hart om zichzelf te zijn. Iedereen is uniek en heeft zijn eigen verhaal over de stad. Wij willen net dat ze dat verhaal vertellen.”

Altijd iets

"Ik ben zelf vrijwilliger geworden bij Giftshop omdat ik het een heel interessante organisatie vind. Er lopen hier veel enthousiaste interessante mensen rond, en er gebeurt altijd wel iets. De job sluit ook naadloos aan bij wie ik ben en wat ik goed kan. Ik ben erg sociaal, en in deze job leer je constant nieuwe mensen kennen. Een ontmoeting is als een blanco blad, een nieuwe start. Het internet heeft ons meer gesloten gemaakt. We grijpen voor alles terug naar onze smartphone, want waarom zou je nog iets aan mensen vragen als je het toch allemaal online vindt? Het vergt inspanning om iemands aandacht te trekken, maar zodra je echt contact kan leggen, ontstaat er iets unieks. Die barrière doorbreken, in gesprek gaan met bezoekers en hun alternatieve tips geven: daar krijg ik een fijn gevoel van. En onze bezoekers ook: ze geven uitsluitend lovende feedback."

"We richten ons met Giftshop op een publiek dat moeilijk of niet bereikt wordt door de officiële

kanalen. Sommige mensen zullen op reis nooit toeristisch infopunten binnenstappen, omdat ze denken dat die alleen maar naar de klassieke bezienswaardigheden toeleiden. Ze zijn op zoek naar alternatieve authentieke plekken en tips van locals, en dat is net wat wij bieden. Daarnaast kunnen ze bij ons ook een bijzonder souvenir kopen: een kunstwerk, of iets dat lokale artiesten en ondernemers gemaakt hebben. Dat weten ze naar waarde te schatten. Er vinden ook veel evenementen plaats in Giftshop: expo's, performances, concerten... De meeste zijn gratis. De tentoonstellingen gaan meestal uit van jonge kunstenaars en collectieven uit Gent. Zij brengen hun vrienden en entourage mee, wij zorgen voor de toeristen en bezoekers die langs het Graffitistraatje passeren. Zo bouwen wij eigenlijk een brug tussen bezoekers en bewoners via kunst."



VORMEN, BEGELEIDEN EN BIJSTUREN VAN LOKALE AMBASSADEURS



Je lokale ambassadeurs hebben contact met je opgenomen en willen met je samenwerken. Je kan er dus van uitgaan dat ze gemotiveerd zijn en zich willen inzetten. Jij, van jouw kant, engageert je om hen goed te begeleiden en te ondersteunen. Zo hou je iedereen tevreden en gemotiveerd.

Welke vormingen bied je aan?

Vorming is een cruciaal onderdeel van het begeleidingsproces van de lokale ambassadeurs – zowel inhoudelijke vorming als de aanscherping van relevante competenties. Dat verhoogt niet alleen de kwaliteit van het ambassadeurschap, het biedt de ambassadeurs ook de mogelijkheid om te groeien en bij te leren.

Overweeg welke vormingen noodzakelijk zijn bij de start van je werking en welke later aan bod kunnen komen. Stel je de vraag of je de opleidingen aan alle ambassadeurs aanbiedt of aan een deel, op basis van hun inzet. Kijk om je heen wie het beste de vorming kan geven en vergeet zeker niet om je collega's of partnerorganisaties erbij te betrekken. Toeristische ondernemers zullen je ongetwijfeld ook graag verwelkomen op hun plek. Zulke samenwerkingen verzachten de factuur en versterken de onderlinge samenwerking.

Sommige mensen vinden het betuttelend om een opleiding te moeten volgen en nemen liever het heft in eigen handen. Maak daar dankbaar gebruik van en laat hen op basis van hun eigen kennis en competenties aan de slag gaan.

Geef de planning tijdig door, zodat je ambassadeurs zich kunnen vrijmaken. Je kan sommige opleidingen digitaal geven, maar de voorkeur gaat naar opleidingen in levenden lijve. De interactie verloopt vlotter en het is een gelegenheid voor de ambassadeurs om de banden aan te halen. Zo gaan ze op termijn een hechte groep vormen.

Op de website van sommige organisaties vind je gratis nuttige opleidingstools. Er zijn ook organisaties die cursussen aanbieden tegen een democratische prijs.

TIP

Toerisme Vlaanderen heeft een toolkit '[Impactvol gidsen](#)' ontwikkeld. Handig voor lokale ambassadeurs die bezoekers rondleiden op hun plek.



Hoe begeleid en motiveer je lokale ambassadeurs?

- Wees oprecht betrokken bij je lokale ambassadeurs. En geef dat ook duidelijk te kennen.
 - Toon aandacht voor wat ze doen. Wees (soms) aanwezig tijdens hun activiteiten. Niet om hen te controleren, maar om te weten wat er leeft, wat succesvol verloopt, waar ze tegenaan lopen. Werk samen naar een oplossing.
 - Informeer naar hun tevredenheid en peil naar hun motivatie. Zo achterhaal je hoe zij hun taak ervaren en of dat al dan niet aansluit bij hun verwachtingen. Hou rekening met hun opmerkingen en speel erop in. Zo zullen ze langer gemotiveerd blijven.
 - In sommige gevallen zakt de motivatie van een ambassadeur. Dat kan aan de ambassadeur zelf liggen, aan haar of zijn taak, of aan de organisatie. Bespreek de situatie en zoek samen naar een oplossing. Misschien moet de ambassadeur even wat minder taken krijgen, of andere taken. Of misschien moeten jullie een einde maken aan de samenwerking. Hoe je dat het beste aanpakt lees je [verderop](#). Wees in ieder geval flexibel en toon begrip.
- Maar vaak floreren de ambassadeurs en zijn ze klaar om meer verantwoordelijkheid op zich te nemen. Kijk samen met hen welke opportuniteiten zich voordoen en waar ze in geïnteresseerd zijn.

Hoe stuur je de werking van de lokale ambassadeurs bij?

In de meeste gevallen verloopt de werking vlekkeloos. Maar wat doe je als ambassadeurs klagen over een van hun collega's? Of als bezoekers klachten hebben over een ambassadeur, bijvoorbeeld wegens racistische uitspraken? In zulke situaties is er maar één oplossing: met de betrokkene in gesprek gaan.

Hoe pak je dat aan?

- Nodig de ambassadeur uit voor een open gesprek.
- Kies een rustige plek. Ook de timing is belangrijk: het is geen goed idee om een gesprek te voeren wanneer de gemoederen hoog oplopen. Maar te lang wachten kan de frustratie bij andere ambassadeurs doen toenemen – misschien gooien ze zelfs de handdoek in de ring.
- Bouw het gesprek langzaam op. Informeer hoe de ambassadeur de werking en de sfeer van de organisatie ervaart en stap vervolgens over naar wat er zich heeft voorgedaan. Leg bewijzen voor.
- Richt je uitsluitend op de feiten en niet op de persoonlijkheid van de ambassadeur. Veralgemeen niet en vermijd het gebruik van termen als 'altijd', 'nooit' ... Spreek uit persoonlijke naam, in de ik-persoon. Zeg geen dingen als 'wij vinden dat jij...'.
 - Bied de ambassadeur de mogelijkheid om zijn of haar versie van de feiten te geven.
 - Probeer samen tot een oplossing te komen. Lukt dat niet, neem dan een besluit op basis van de waarden van de organisatie.
 - Deel de beslissing op serene wijze mee en aanvaard dat die misschien niet in dank wordt aangenomen.

WIJ ZIJN GEEN CONCURRENTEN VAN DE KLASSIEKE STADSGIDSEN

Jan Rymenams (70) werkte tot vijf jaar geleden in de informatica- en automatiseringssector. Sinds tien jaar gidst hij in het Hageland en Wallonië. Hij is ook greeter van de stad Aarschot.



Jan Rymenams,
greeter van de stad Aarschot

“Als greeter ben je in de eerste plaats ambassadeur van de stad. De bezoekers zijn meestal familie- en vriendengroepjes die in enkele uren tijd iets van Aarschot willen zien. We trekken dan naar plekken die ik de moeite waard vind: omdat ze mooi zijn, omdat je er een verhaal over kan vertellen, omdat ze typisch zijn voor Aarschot... Je geeft een min of meer persoonlijke kijk, en daaruit ontstaat altijd wel een dialoog met de bezoekers. We beperken ons niet tot de bekende historische bezienswaardigheden, maar praten net zo goed over actuele toestanden. Bezoekers zijn bijvoorbeeld ook geïnteresseerd in vragen als: waar vinden de mensen hier een job? Hoe is het cultuuraanbod? Waar kan je vegetarisch eten?”

“Iedere greeter heeft een eigen profiel en legt eigen accenten. Bezoekers kunnen kiezen voor het profiel dat hen het beste ligt. Wil je vooral naar de winkels gaan kijken, dan kan het zijn dat je daar een goeie greeter voor vindt. Of wil je verborgen plekjes leren kennen die niet in toeristische brochures aan bod komen, dan staat er misschien ook wel een greeter voor je klaar. Voor de

toeristische dienst van de stad is dat een grote troef. Dat en flexibiliteit: je vindt vaak nog een greeter een paar dagen voor je bezoek. Zo kan je als bezoeker de inspiratie van het moment volgen.”

Persoonlijke contacten

“Ik ben vooral greeter geworden omdat het concept me erg aanspreekt. Veel bezoekers willen iets anders dan een klassieke gidsbeurt. En voor kleine groepen – soms is het zelfs een koppel – is een gids ook geen optie. Daardoor zijn de contacten vaak erg persoonlijk.”

“Het zal vreemd klinken, maar ik woon niet in Aarschot. Ik heb wel meegewerkt aan tentoonstellingen, aan themawandelingen, aan boeken en brochures over de stad ... Daardoor ben ik ermee verbonden geraakt, en heb ik kennis opgedaan die verder reikt dan wat de gemiddelde bewoner over zijn stad weet.”

“Er zijn in Vlaanderen erg weinig greetergemeenschappen. Erkende gidsverenigingen zien die vaak als concurrenten of – erger nog – als niet-professioneel. Maar het is gewoon een heel ander concept. Misschien zijn greeters voor kleine steden zelfs belangrijker dan voor grote steden. Ze kunnen een meerwaarde bieden voor mensen die in de streek op bezoek zijn en die kleine stad ook eens willen leren kennen, op een informele manier.”

Verwondering

“Greeter zijn is een passie. Dat moet ook, want je krijgt er geen vergoeding voor. In het beste geval drink je samen met je bezoekers een pint op de Grote Markt. Vooral die persoonlijke contacten maken het boeiend en uitdagend – het wederzijdse gevoel dat er een band is ontstaan. Omdat je zo dicht bij je bezoekers staat, voel je ook meer hoe zij naar jouw stad kijken. Je merkt onmiddellijk wat hen boeit. En dat maakt dat je zelf ook opnieuw verwonderd raakt.”



ERKENNEN EN WAARDEREN VAN LOKALE AMBASSADEURS

Hoe geef je je ambassadeurs erkenning?

- Begeleid je ambassadeurs respectvol, van de start van hun ambassadeurschap tot het einde. Hou hen goed op de hoogte en zorg voor een aangename en positieve sfeer.
- Bied hun een taak aan waarmee ze hun talenten zoveel mogelijk kunnen ontplooiën. Vul die aan met opleidingen en zorg voor ondersteuning, zodat ze gemotiveerd zijn en blijven.
- Geef je lokale ambassadeurs inspraak en verantwoordelijkheid. Zij zitten op het terrein en weten wat er leeft. Zij voelen eerst wat er beweegt en verandert. Laat hen aan het woord en overleg samen hoe je de zaken beter kan aanpakken. Aanvaard hun opbouwende kritiek en dank ze ervoor.

Welke blijken van waardering geef je aan de ambassadeurs?

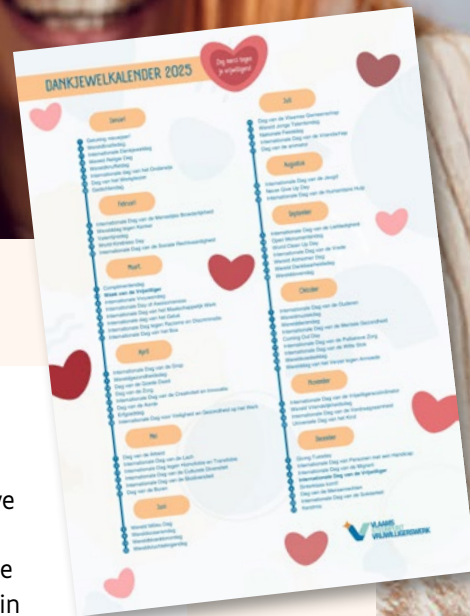
Je kan op heel veel manieren je waardering laten blijken. Van een eenvoudig maar oprecht 'dank je' over een kaartje bij een verjaardag of jubileum tot een collectief dankfeest. Erkenning geeft de motivatie een boost. Geschenken en financiële compensaties zijn fijn, maar meestal geen vereiste.





TIP

- **Vlaams Steunpunt Vrijwilligerswerk** heeft er een publicatie over uit: "[100 ideeën om je vrijwilligers te waarderen](#)". Je vindt er budgetvriendelijke en creatieve ideeën, allemaal geïllustreerd met voorbeelden. De organisatie heeft ook een 'Dankjewelkalender' met alle (mogelijke) themadagen waarop je de ambassadeurs in de bloemetjes kan zetten.
- Het **Steunpunt Vrijwilligerswerk Brussel** heeft een gratis [canvas](#) gemaakt voor een waarderingsplan.
- **Mechelen** is Europese Vrijwilligershoofdstad in 2025. Op hun website vind je de sectie '[Vier jouw vrijwilligers](#)', met tips over hoe je je medewerkers kan bedanken.



ORIGINELE VOORBEELDEN VAN WAARDERING:

Tentoonstelling MAS – [Vrijwilligers duiken in de collectie](#)

Zestien MAS-vrijwilligers doken een jaar lang in de depots van het Antwerpse museum. Ze kozen elk een object dat hen persoonlijk bijzonder raakt. Die objecten werden vervolgens tentoongesteld. Bezoekers aan dat Kijkdepot maken kennis met de favoriete stukken van de vrijwilligers én met deze onmisbare krachten zelf.

Huis van Alijn – Dank je!

<https://huisvanalijn.be/nl/werken-voor-het-huis-van-alijn>





VERSTERKEN EN BESTENDIGEN VAN HET LOKAAL AMBASSADEURSHIP

Stel: je hebt je ambassadeurswerking opgezet en alles loopt al een tijdje. Dan wordt het tijd om de werking te evalueren en te vernieuwen. Denk er ook aan dat je je ambassadeurs moet blijven motiveren. En maak van de gelegenheid gebruik om eindelijk de puntjes aan te pakken waar je tot nu toe niet de tijd voor had gevonden.

Hoe evalueer je de werking van het lokaal ambassadeurschap?

Het best evalueer je twee dingen: het ambassadeursproces zelf en het effect ervan op je doelstellingen.

Het ambassadeursproces zelf

Je kan zowel het hele proces evalueren als fases ervan. Dat laatste is zeker een aanrader als je van plan bent fases te herhalen. Betrek iedereen die te maken heeft met het project bij de evaluatie. De ambassadeurs vormen de kern, logisch dus dat je de tijd neemt om de werking met hen onder de loep te nemen. Deze tools kunnen je helpen om de evaluatie in goede banen te leiden:

TIP

- Het Vlaams Steunpunt Vrijwilligerswerk heeft een [tevredenheidsonderzoek](#) waaruit je inspiratie kan putten.
- Het Steunpunt Vrijwilligerswerk Brussel heeft een tool '[Evaluatie vrijwilligersbeleid](#)' uitgewerkt.

Effect van lokaal ambassadeurschap op je doelstellingen

Nagaan welk effect het lokaal ambassadeurschap heeft op je doelstellingen: het is een belangrijke stap in je werking. Alle partners zijn geïnteresseerd in de resultaten. Zeker de beleidsmakers, want die stellen meestal de financiële middelen ter beschikking voor de werking.



Om de impact van lokaal ambassadeurschap op de plek te kennen, moet je deze vragen kunnen beantwoorden:

- Kennen bezoekers/ondernemers/bewoners van de plek de lokale ambassadeurs?
- Hoe staan bezoekers/ondernemers/bewoners van de plek tegenover het initiatief?
- Hoeveel bezoekers hebben de lokale ambassadeurs geholpen?
- Hoe tevreden zijn de bezoekers over de gastvrijheid van de lokale ambassadeurs en over de informatie die ze van hen krijgen?
- Wat is de impact van de lokale ambassadeurs op de (toeristische) ondernemers en op de plek zelf?
- Wat is de impact van de lokale ambassadeurs op de (andere) bewoners van de plek?

Je houdt het beste ieder jaar rond dezelfde tijd een evaluatie. Het voordeel daarvan is dat je de evoluties kan opvolgen en je werking kan bijstellen.

Hoe optimaliseer je de werking na de evaluatie?

Hou het niet bij de analyse van de evaluatie maar doe er ook iets mee. Schrap wat niet werkt, maak nieuwe plannen en wijzig wat nodig is.

Een veranderingsproces is een werk van lange adem en kan mensen afschrikken. Doe het daarom geleidelijk.

Start bij de positieve punten en benadruk ze. Overloop de stappen die de lokale ambassadeurs van bij de start hebben gezet en wijs op de successen die jullie geboekt hebben. Formuleer minpunten uit de evaluatie niet als problemen maar als motiverende uitdagingen en maak er concrete doelstellingen van. Werk daarvoor samen met je lokale ambassadeurs.

Maak een onderscheid tussen dingen waar je een impact op hebt en dingen die je moet aanvaarden. Werk uitsluitend op dingen waar je een impact op hebt.

Slaag je er niet in om zaken op te lossen op de gebruikelijke manier, bedenk dan andere manieren.

Informeer bij collega's hoe zij het aangepakt hebben.

Check systematisch of je de actiepunten uit het evaluatieplan hebt aangepakt. Blijf monitoren en evalueren zodat je problemen kan oplossen voor ze zich voordoen.

Bedenk ten slotte dat geen enkel plan in steen gehouwen is. Wees flexibel genoeg om het aan te passen als dat nodig blijkt te zijn.

Hoe zorg je voor vernieuwing? Hoe ben je mee met de nieuwe trends?

De wereld evolueert razendsnel. Hou daarom de vinger aan de pols en blijf op de hoogte van tendensen en methodieken. Rond lokaal ambassadeurschap natuurlijk, maar ook in het algemeen.

- Luister naar de opmerkingen en verhalen van je ambassadeurs.
- Kijk naar wat er bij collega's gebeurt, ook in andere sectoren en in het buitenland. Blijf in contact met hen.
- Volg de nieuwste trends. Kijk wat ze voor jou betekenen en hoe je erop kan inspelen.
- Schrijf je in op de nieuwsbrief van experts terzake. Volg hun blogs.





Hoe hou je je lokale ambassadeurs enthousiast?

Geef de ambassadeurs meer verantwoordelijkheid en inspraak.

Sommige lokale ambassadeurs zijn intussen volledig vertrouwd met de werking en willen meer verantwoordelijkheid of een nieuwe taak. Overloop hun wensen en neem er de lijst van taken en uitdagingen bij. Zoek samen uit waarop jullie zullen werken: taken overnemen van de coördinator, een nieuwe wervingscampagne bedenken, nieuwe vormen van ambassadeurschap uitdenken... Speel in op de nood aan vrijheid, inspraak en nieuwe uitdagingen. Let wel: niet alle ambassadeurs zijn daarvoor vragende partij. Sommige zijn gewoon blij met wat ze doen en zijn niet op zoek naar nieuwe uitdagingen.

Breng de lokale ambassadeurs als eersten op de hoogte van nieuwe zaken op hun plek.

Of het nu gaat om nieuwe initiatieven, nieuwe locaties, aankomende tentoonstellingen...: geef hun de mogelijkheid om die eerst te ervaren. Zij worden er tenslotte de ambassadeurs van.

Bied nieuwe vormen aan.

Als je ambassadeurswerking al een tijdje draait, wordt het tijd om je ambassadeurs nieuwe vormen aan te bieden. Vraag hun in de loop van het jaar welke vormen ze graag zouden volgen, observeer waar de behoeften liggen en vul aan met je eigen suggesties. Misschien vind je in je eigen omgeving wel een collega, een ervaringsdeskundige of iemand uit de ambassadeurscommunity die de vorming kan geven. Dat scheelt een slok op de borrel.

Bedenk acties om nieuwe ambassadeurs te werven.

Lokale ambassadeurs komen en gaan. En je hebt beter wat te veel vrijwilligers dan te weinig. Bedenk daarom wervingscampagnes voor het lokale ambassadeurschap en maak daar ook werk van.



Hoe zorg je voor meer verbondenheid tussen de lokale ambassadeurs?

Lokale ambassadeurs delen een plek en streven hetzelfde doel na. Zorg ervoor dat ze af en toe allemaal samen zijn. Bied hun de gelegenheid elkaar te ontmoeten, ervaringen te delen en met elkaar te overleggen. Laat ze samen nieuwe initiatieven ontwikkelen of toewerken naar een gezamenlijk resultaat. Zo creëer je verbondenheid. Het sociale aspect is erg belangrijk in het ambassadeurschap: een gezamenlijke kop koffie of een bord spaghetti rond één en dezelfde tafel kunnen wonderen doen.

Hoe verzorg je de communicatie en promotie van het lokaal ambassadeurschap?

Bewoners, ondernemers en beleidsmakers moeten op de hoogte zijn van het lokaal ambassadeurschap en de kans krijgen om het te omarmen. Zorg daarom voor een goede communicatie rond je initiatief. Je creëert er verbondenheid mee, en in het beste geval inspireert het mensen om zich aan te sluiten bij het ambassadeursnetwerk. Bovendien ervaren je lokale ambassadeurs die communicatie als een vorm van erkenning en waardering voor hun inzet.

Je kan promotie voeren via je eigen kanalen, of pers en influencers uitnodigen om te getuigen over het lokale ambassadeurschap. Enkele voorbeelden van informatie die je op je eigen kanalen kan brengen:

- Een apart onderdeel 'Lokaal ambassadeurschap' op je website met getuigenissen van de ambassadeurs, berichtgeving over activiteiten, rapportering van de resultaten, oproepen voor kandidaat-ambassadeurs...;
- Een portret van een ambassadeur in je nieuwsbrief;
- Filmpjes en quotes van ambassadeurs en bezoekers op je social media.

Getuigenissen van ambassadeurs kunnen heel inspirerend zijn, grote impact hebben. Je kan ze laten vertellen over:

- Wat ze exact doen en hoe ze het lokaal ambassadeurschap ervaren, welke meerwaarde het hun biedt;
- Gedenkwaardige ontmoetingen met bezoekers;
- Hoe de samenwerking met ondernemers verloopt, en hoe de andere bewoners van de plek reageren;
- Hoe ze begeleid worden door de organisatie;
- Welke toekomstbeeld ze hebben en wat ze allemaal al gerealiseerd hebben;



Op de website van Herita staat een aparte sectie over [Vrijwilligerswerk](#).

Onder het titeltje 'Ontmoet onze vrijwilligers' maak je kennis met enkele 'erfgoedhelden' van Herita. Die onmisbare helpers vertellen in interviews wie ze zijn, wat ze doen en wat hen drijft. Wie geïnspireerd raakt door hun verhaal, wordt uitgenodigd om zich bij Herita aan te melden als kandidaat-vrijwilliger.



Hoe neem je afscheid van ambassadeurs die vertrekken?

Lokale ambassadeurs komen en gaan. Op eigen initiatief, of op initiatief van de organisatie. Loopt de samenwerking ten einde, ga dan een gesprek aan met de lokale ambassadeur. Informeer naar de reden van het vertrek, bedank haar of hem voor de bewezen diensten en hou contact.

- Weten waarom de ambassadeur vertrekt geeft je een beter zicht op de werking van de organisatie. Je kan dan bijsturen waar nodig, en je vermijdt dat negatieve gevoelens blijven hangen of dat je werking in een slecht daglicht wordt gesteld. Blijf positief en neem geen defensieve houding aan.
- Soms gaan lokale ambassadeurs in tegen de afgesproken waarden, brengen ze de organisatie schade toe of laat de kwaliteit van hun werk te wensen over. Als gesprekken geen oplossing bieden, zal je zelf moeten beslissen om de samenwerking stop te zetten. Wees diplomatisch maar duidelijk.
- Blijf respectvol tegenover mensen die je verlaten. Dank hen en toon oprechte waardering. Bijvoorbeeld met een kaartje, een artikel op de website, een geschenk of een afscheidsfeestje.
- Het eind van de samenwerking hoeft nog niet het eind van jullie relatie te zijn. Blijf je vroegere ambassadeurs op de hoogte houden van je activiteiten. Geef hun een extraatje als dank

voor hun inzet. En durf ook achteraf nog te vragen naar hun expertise. Ze zijn dan misschien geen ambassadeur meer, maar ze kunnen nog op andere manieren positief betrokken blijven bij het project.

Waar kan je terecht voor meer informatie en expertise?

Besef dat ook andere organisaties met lokale ambassadeurs werken of ermee willen starten. Niets beters dan te leren uit de ervaringen van collega's en jouw ervaringen met hen te delen. Vraag hun hoe zij gestart zijn, met welke uitdagingen ze geconfronteerd werden en hoe ze die aangepakt hebben. Betrek ook je ambassadeurs en laat hen kennismaken met hun collega's op andere plekken.

Neem contact op met de toeristische diensten van andere steden en regio's om te weten wie van hen werkt met lokale ambassadeurs. Informeer ook bij je collega's van erfgoed en natuur.

Een laatste tip: sluit je aan bij het netwerk 'Reizen naar Morgen'. De leden delen dezelfde visie, waarvan lokaal ambassadeurschap inherent deel uitmaakt.



Literatuur

Over lokaal ambassadeurschap

- [Lokale ambassadeurs](#). Inspirerende voorbeelden om ondernemers en bezoekers bij je werking te betrekken, Toerisme Vlaanderen, 2023.
- [Lokaal ambassadeurschap](#). Hoe starten met lokaal ambassadeurschap. Enkele belangrijke tips, Toerisme Vlaanderen, 2024.

Over vrijwilligersbeleid

- [De 5 V's van het vrijwilligersbeleid](#).
- [Het ABC van vrijwilligersbeleid in de erfgoedsector](#).
- [Geweldig en gewild](#). Vrijwilligerswerk in de erfgoedsector. Vijftig inspirerende verhalen uit de praktijk
- De Gast, W-J (2018), Basisboek vrijwilligersmanagement. Aansturen, begeleiden en ondersteunen. Nederland. Uitgeverij Coutinho.



ONZE RANGERS ZIJN ONZE AMBASSADEURS

Een zestigtal vrijwilligers die bezoekers welkom heten, gidsen en animeren: maak kennis met de rangers van het Nationaal Park Hoge Kempen.

Nadine Verheijen en

André Mulders,

vrijwilligers bij Nationaal Park
Hoge Kempen

Het Nationaal Park Hoge Kempen bestaat uit 127 km² Limburgse natuurpracht, die ruim één miljoen bezoekers per jaar trekt. Toen het in 2006 openging, was 't het enige nationaal park in ons land – sindsdien zijn er drie Vlaamse en twee Waalse parken bijgekomen. Een van de streefdoelen volgens het masterplan was 'bezoekers op een unieke, beleevingsvolle wijze te verwelkomen'. Intussen doen de rangers dat al bijna 20 jaar. Dat vertellen André Mulders, die er als projectmedewerker voltijds mee bezig is, en Nadine Verheijen, een ranger van het eerste uur.

André: "Voor inspiratie waren we destijds gaan kijken op de Veluwe, waar ze al langer met rangers

werkten. Daarna hebben we een oproep voor vrijwilligers gedaan, waar massaal veel reactie op kwam. Al bekoelde het enthousiasme van sommige kandidaten toen ze begrepen dat ze niet met een jeep en een geweer door het park mochten gaan patrouilleren (lacht)."

"Onze rangers zijn gidsen, maar tegelijk ook animatoren. Ze begeleiden groepen op wandelingen of op de fiets voor individuele bezoekers en groepen, verenigingen, bedrijven, scholen, gezinnen, kinderen ... En, minstens zo belangrijk: ze zijn onze ambassadeurs. Ze kennen het Nationaal Park en dragen het uit. In het begin moesten ze daarom uit de gemeenten zelf komen. Nu zien we dat ruimer – engagement is het eerste criterium."

Rangeren in de regen

Nadine: "Voor je begint, volg je een opleiding van een tiental lessen en excursies, gespreid over een half jaar. Je leert over de natuur, over het Nationaal Park, over hoe je boeiend kan gidsen, over je rechten en plichten ... Als slotproef moet je zelf een wandeling organiseren en gidsen."





"Ik ben ranger geworden omdat ik graag buiten ben en een hart voor de natuur heb. 't Is fijn om die passie over te brengen. We zijn niet het soort gids dat alleen maar namen van plantjes en bloemetjes opsomt. We vertellen vooral verhalen die bezoekers bijblijven. We zorgen ook voor een unieke natuurbeleving: eens geblinddoekt of op blote voeten wandelen bijvoorbeeld."

"Ik vind het ook een voordeel dat we vrijwilligers zijn. Als je een aanvraag krijgt en het schikt niet, kun je dat gewoon zéggén. Daardoor is het goed te combineren met een job."

André: "We hebben een pool van een 60-tal rangers om uit te kiezen. Da's nodig, want we krijgen zowat 600 aanvragen van groepen per jaar."

"Al onze rangers hebben een exclusieve licentie: alleen zij mogen gidsen in het Nationaal Park. Hun licentie is een jaar geldig. Om die te verlengen, moeten ze tweemaal per jaar een navorming volgen. Ze worden ook geëvalueerd, onder meer met input van bezoekers."

"We lanceren nog altijd geregeld een oproep voor nieuwe rangers. Vaak gebeurt dat via natuurverenigingen, de Regionale Landschappen,

de bestaande rangers ... Maar we zoeken evengoed mensen met een andere achtergrond, bijvoorbeeld in de muziek, kunst of cultuur. Zij kunnen ons helpen nieuwe ideeën te ontwikkelen – denk maar aan creatieve workshops, of alternatieve vormen van natuurbeleving."

Nadine: "Gelukkig zijn er maar weinig afvallers. Ook al omdat we vanuit het Nationaal Park zo goed gesteund worden. We voelen ons zo verbonden dat we 'rangeren' zelfs als werkwoord gebruiken. Ga je dit weekend rangeren? Zo'n slecht weer gisteren, ben je niet te nat gerangerd?"

André: "Investeren in het groepsgevoel is een belangrijk deel van mijn takenpakket. Ik zorg ervoor dat de rangers geregeld samenkomen. We drinken een glas, wisselen ervaringen uit, houden mekaar op de hoogte van de laatste nieuwtjes ..."

"Dat zou ook mijn advies zijn voor andere organisaties: als je een vrijwilligerswerking wil opzetten, moet je er tijd en energie in steken. Je hebt een trekker nodig. Alleen dan kan je resultaten boeken."



DE 10 GEBODEN VAN HET LOKAAL AMBASSADEURSCHAP

4

1

Bepaal eerst goed voor jezelf waarom je bewoners als lokale ambassadeurs wil inzetten en wat je ermee wil bereiken. Vertaal je missie, visie en ambitie in een boeiend verhaal, en vertel het vanuit het perspectief van de toehoorder.

2

Speel in op de trots en fierheid van de bewoners, verduidelijk de win-win voor beide partijen en maak ze enthousiast met een overtuigend toekomstbeeld dat zij mee tot stand kunnen brengen.

3

Wees overal aanwezig. Sta zelf op de barricaden, maar schakel ook je brede netwerk in. Wees aanwezig in het straatbeeld van je plek.

4

Laat geen gelegenheid onbenut om alle partners van je plek te vertellen wie jullie zijn, wat jullie doen en wat jullie doel is. Laat ook en vooral de ambassadeurs zelf aan het woord.

5

Zorg ervoor dat je organisatie beantwoordt aan de '[flexibel](#)'-criteria.

6

Soigneer je ambassadeurs. Wees oprecht geïnteresseerd en gemakkelijk bereikbaar. Begeleid en motiveer ze.

7

Toon waardering voor de ambassadeurs. Bedank hen met woorden, een geschenkje, een dankfeest, een portret van hen in de lokale pers en op je website ...

8

Zorg ervoor dat je ambassadeurs een hechte community vormen. Laat ze samen nieuwe initiatieven ontwikkelen en toewerken naar een gezamenlijk resultaat. Zorg voor een fijne, gezellige sfeer binnen de groep.

9

Haal de banden aan met andere organisaties die werken met lokale ambassadeurs. Vorm een lerend netwerk.

10

Evalueer je werking. Vraag feedback aan je ambassadeurs en aan alle partners: bezoekers, ondernemers, andere bewoners van je plek. Bespreek samen hoe jullie de werking kunnen verbeteren. En ga daarmee aan de slag.

Last but not least: het ambassadeurschap is een geleidelijk proces.

Verwacht niet te veel ineens. Geef je ambassadeurs de tijd en de ruimte om hun engagement stap voor stap te versterken. Probeer niets te forceren. En vooral: laat je niet ontmoedigen door tegenslagen. Ga er gewoon voor!

COLOFON

VERANTWOORDELIJKE UITGEVER

Peter De Wilde, Toerisme Vlaanderen,
Grasmarkt 61, 1000 Brussel

WETTELIJK DEPOT

D/2025/5635/26

CONTACT

kwaliiteit@toerismevlaanderen.be

MEER INFORMATIE

www.toerismevlaanderen.be

Alle rechten voorbehouden. Behoudens de uitdrukkelijk bij wet bepaalde uitzonderingen mag niets uit deze uitgave worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand of openbaar gemaakt, op welk wijze ook, zonder de voorafgaande en schriftelijke toestemming van de uitgever.

